



**THE DEMONSTRATION OF THE FUNCTIONS OF
URBANONYMS IN THE URBAN LINGUISTOCULTURAL
SPACE (BASED ON THE URBANONYMS OF THE CITY OF
KARSH)**

Beginmov Odil Tukhtamishovich

Karshi State Technical University, Head of the Department of
Uzbek Language and Literature, Doctor of Philology

<https://doi.org/10.5281/zenodo.17239788>

ARTICLE INFO

Received: 14th September 2025

Accepted: 29th September 2025

Online: 30th September 2025

KEYWORDS

Urbanonym, linguocultural space, urban space, types of urbanonyms, function.

ABSTRACT

In this study, the functions of urbanonyms in the urban linguocultural space were studied. The functions of urbanonyms were determined based on materials related to the city of Karshi. It was proved that the process of creating urbanonyms is conditioned by a number of factors of a linguistic and extralinguistic nature.

**SHAHAR LINGVOMADANIY MAKONIDA URBANONIMLAR
FUNKSIYALARINING NAMOYON BO'LISHI (QARSHI SHAHAR
URBANONIMLARI ASOSIDA)**

Beginmov Odil To'xtamishovich

Qarshi davlat texnika universiteti, O'zbek tili va adabiyoti kafedrasini mudiri, filologiya fanlari doktori

<https://doi.org/10.5281/zenodo.17239788>

ARTICLE INFO

Received: 14th September 2025

Accepted: 29th September 2025

Online: 30th September 2025

KEYWORDS

Urbanonim, lingvomadaniy makon, shahar makoni, urbanonim turlari, funktsiya.

ABSTRACT

Ushbu tadqiqotda shahar lingvomadaniy makonida urbanonimlarning funksiyalari tadqiq etildi. Qarshi shahriga tegishli materiallar asosida urbanonimlarning funksiyalari aniqlandi. Urbanonimlar yaratish jarayoni lingvistik va ekstralingvistik xususiyatga ega bir qator omillar bilan shartlanganligi asoslandi.

KIRISH

So'ngi vaqtlarda shahar va shahar makoni hodisalarini lingvomadaniy aspektida tadqiq etish tobora ommalashib bormoqda. U zamonaviy mavzu va hodisalarning keng doirasini qamrab oladi. Ushbu tadqiqotning yo'nalishlaridan biri sifatida shahar makoni matnlarini o'rganishni qayd etish mumkin. U, shuningdek, shahar obyekt nominatsiyasi (urbanonimlar)ni til madaniyati hodisasi sifatida o'rganishni o'z ichiga oladi.

Qarshi shahrining ishbilarmonlik va madaniy muhitini o'zida namoyon etadigan urbanonimlarni tahlil qilish asosida biz ularning shahar til madaniyati makonida qanday ahamiyatga egaligini tavsiflaymiz. Zamonaviy tilshunoslikda urbanonim har qanday



shaharlararo obyektning nomi sifatida ta'riflanadi [1, Podolskaya N.V.]. Urbanonim – toponimning bir turi hisoblanadi. Shah ichidagi har qanday topografik obyektlar, jumladan, agoronim, godonim, alohida bino nomlari, shahar xoronimlarining atoqli oti. Termin urbanus – shahar so'zidan kelib chiqqan [11,154]. E.Begmatov va N.Uluqovlarning "O'zbek onomastikasi terminlarining izohli lug'ati"da ham bu termin shu tarzda izohlangan [3]. Urbanonimiya - bu shaharning barcha urbanonimlarining yio'indisidir. Shaharning lingvomadaniy makoni shahar aholisining shaxsiy hayoti va dunyoqarashining bir bo'lagi sifatida shahar tili va madaniyatining o'ziga xos xususiyatlari haqidagi dastlabki bilimlari va tushunchalari asosida shakllanadi.

Til va madaniyatda urbanonim, boshqa har qanday onim singari, muloqotda vositachilik qiladi, muloqot sharoitlarini va umuman odamlarning o'zaro ta'sirini tiklashga yordam beradi. Urbanonimni yaratish jarayonida shahar obyektini nomlovchi - nominator ishtirok etadi.

Qabul qiluvchi urbanonimni idrok etadi va undan foydalanadi. Shu tarzda, urbanonimlarni yaratish bilan boo'liq kommunikatsiya jarayonida ikki tomon, ya'ni nomlovchi va qabul qiluvchi ishtiroki kuzatiladi. Biz asosiy me'yoriy makrofunktsiyalar sifatida ijtimoiylashuv, axborot berish va tartibga solish funktsiyalariga e'tibor qaratamiz. Ushbu tadqiqotda urbanonimlar mikrourbanizm obyektlari orqali tadqiq etiladi. Mikrourbanizm - bu shahar muhitining turli yo'nalishlarini, masalan, ko'cha va hiyobonlar, jamoat transporti yo'nalishlari, jamoat joylari va ulardagi zamonaviy texnologiyalarni o'z ichiga oladi.

TADQIQOTNING METODOLOGIK ASOSLARI VA USULLARI

Tilshunoslikda kuzatiladigan tarixiylik va ijtimoiylik tendentsiyaga asoslanish, ya'ni ma'lum bir tarixiy jarayondagi barcha hodisalar tarixiy va ijtimoiy shartlar va hodisalardan ajratmasdan talqin qilish tadqiqot metodologiyasini belgilab beradi.

Zamonaviy tilshunoslikning onomosologiya sohasida qo'llaniladigan ilmiy fikrlarni tahlil qilish usullari tadqiqotning ilmiy-nazariy bazasini o'z ichiga oladi.

Onomastik tadqiqotlarda mavjud umumiylik va xususiylik, mohiyat va hodisa, shakl va mazmun bilan uyg'unlashgan dialektik qonuniyatlarga tayaniladi. Asosiy tadqiqot usuli sifatida materiallarni tasniflash, tavsiflash, tuzilish va shakllanishiga ko'ra tahlil qilish, til faktlarini solishtirishdan foydalanilgan.

NATIJALAR VA MUHOKAMA

Urbanonimlarning shahar lingvomadaniy makonida tutgan o'rnini aniqlagan holda shuni ta'kidlash mumkinki, zamonaviy urbanonimikaga bu hodisaning oldingi tarixiy davrlarda rivojlanishi katta ta'sir ko'rsatgan. Qolaversa, urbanonimlar shahar makoniga bemalol integratsiyalashib, uning intilishlari va voqeliklariga, ya'ni dialog tendentsiyasiga, reklama maydonini kengaytirishga, bozor iqtisodiyoti xususiyatlariga mosligiga javob beradi. Sovet davrida dengizchilarning "Albatros" (SSSRning barcha port shaharlarida mavjud bo'lgan zanjiri) nomli ixtisoslashgan do'koni bor edi, u erda ular oziq-ovqat va kiyim-kechaklarni ratsion kartalari bilan sotib olishlari mumkin edi. Bugungi kunda Qarshida Albatross tarmoo'i birinchi navbatda dengiz mahsulotlarini sotadi. Ism o'zgarmadi va sovet davrida yashagan ona tili va madaniyati so'zlovchilari dengiz mahsulotlarini boshqa yirik do'kondan sotib olganliklarini ta'kidlab, o'sha



paytdagi til va madaniyatni tez-tez eslashadi, "Okean" (hozirda bu urbanonim binodagi boshqa rang-barang reklama belgilari ortidan ko'rish qiyin).

Urbanonimning kommunikativ funksiyasi uni umumiy muloqotdan ajratib turadigan xususiyatlarga ega. Odatda, muloqotda ma'ruzachi (yoki yozuvchi) va tinglovchi (yoki o'quvchi) ishtirok etadi, ular jarayon davomida doimo rollarni almashtiradilar. Urbanonimlar bilan vaziyat boshqacha: moddiy va ma'naviy olam haqidagi fikrlari va idroklariga hissa qo'shadigan yozuvchi (nominator - obyektning nomlovchi) bor. Bu nom nomlanishning tarixiy davrini, ijtimoiy-madaniy holatini va til xususiyatlarini aks ettiradi. Ushbu ma'lumotni o'qiyotgan kishi (qabul qiluvchi) ham bor. Biroq, bu rolni almashtirishni o'z ichiga olmaydi. Aloqa kontekstida urbanonim axborot makrofunksiyasini bajaradi. Shahar nomlari ma'lumotni saqlaydi va uni qabul qiluvchiga etkazadi.

Quyidagi faktlar urbanonimlarning shahar lingvomadaniy makonida vakillik vazifasini ko'rsatadi. Qarshi shahri uchun o'z nomiga shaharning tarixiylikini aks ettiruvchi so'zlarni kiritish odatiy holdir. Shahar aholisi shu o'ullanadigan faoliyatning asosiy joyini ta'kidlaydigan nomlar ham mashhur. Birinchidan, bular "Nasaf" ("Nasaf" stadioni, "Nasaf" mehmonxonasi, "Naxshab" restorani, "Nasaf Grand", "Nasaf Meals&Drinks", "Hotel Nasaf Travel" va boshqalar).

Qarshi urbanonimlariga kiritilgan va shahar bilan bevosita bo'liq bo'lgan eng keng tarqalgan komponent bu shahar nomining o'zi. Masalan, "Qarshi", "Qarshi City", "Qarshi-Garant", "Qarshi Shop", "Qarshi Print", "Tashrif Hotel Qarshi" va hokazo.

Urbanonimning informativligi, shuningdek, uni qabul qiluvchida idrok etish natijasida hosil bo'lgan fikrlar, assotsiatsiyalar va faktlar soni va bu ma'lumotlarning voqelik bilan qanchalik bo'liqligi bilan baholanishi mumkin. Oldingi fikrga aniqlik kiritish uchun urbanonimlarga tegishli ikkita nomni ko'rib chiqamiz. Birinchisi, "Mulla To'ychi Toshmuhamedov nomidagi viloyat musiqali-drammatik teatri" ikkinchisi "Kichkintoy". Birinchi holda, nomning juda informativlik xususiyatga egaligini qayd etishimiz mumkin. U muassasa (teatr) turini va uning asosiy mavzusini (musiqali-drammatik teatr, Mulla To'ychi Toshmuhamedov nomidagi teatr, viloyat miqiyosidagi teatr) aks ettiradi.

Urbanonimlardan bunday ma'lumotlarni olish orqali biz muassasa haqida dastlabki taassurotni shakllantirishimiz va u yerda bizni nima kutayotganini anglashimiz mumkin. Ikkinchi misol ("Kichkintoy") "bolalar o'yincho'i do'koni" iborasini qo'shishni talab qiladi. Aks holda, nom noto'o'ri tushunilishi yoki tashrif buyuruvchilar orasida chalkashliklarni keltirib chiqarishi mumkin, chunki bunday nom har qanday muassasaga ega bo'lishi mumkin – bolalar bo'chasi, oziq-ovqat do'koni va boshqalar.

Shuni quyid etish lozimki, davlat tashkilotlarining nomlari (ko'pchilik madaniyat muassasalarini o'z ichiga oladi) ko'proq informativlik, qat'iylik va to'o'riligi bilan ajralib turadi. Ular ko'pincha muassasa turini (muzey, kutubxona, ko'rgazma zali va boshqalar), mavzusini (tasviriy san'at, xalq madaniyati, o'lka tarixi va boshqalar), idoraviy mansubligini (viloyat, shahar va boshqalar) aks ettiradi. Boshqacha aytganda, aksariyat hollarda davlat idoralarining nomlari bir xil sxemada bo'lib, muayyan komponentlarni o'z



ichiga oladi. Shu bilan birga, xo'jalik yurituvchi subyektlarning nomlari assotsiativdir va shuning uchun ularni turli nuqtayi nazardan qabul qilish mumkin.

Urbanonimlarning axborot funktsiyasi jismoniy manzil, telefon raqami, veb-sayt va boshqa aloqa ma'lumotlari kabilar bilan faollashtiriladi. Bu iste'molchilarga korxonalar rahbariyati yoki xodimlari bilan boo'lanishda, tegishli ma'lumotlarni olishda, xizmat sifati haqida hisobot berishda va muassasa yoki kompaniya bo'yicha takliflar kiritishda yordam beradi. Shunday qilib, yana bir funktsiya - aloqa o'rnatish (fatik), ya'ni teskari aloqani amalga oshiruvchi funktsiyasi paydo bo'ladi. Urbanonimlar odatda ijobiy his-tuyo'ularni uyo'otishga va do'stona va samarali muhitni yaratishga qaratilgan. Fatik funktsiya odatda o'tish xususiyatiga ega bo'lib, u axborot va tartibga solish funktsiyalari bilan boo'liq.

Axborot funktsiyasi bilan boo'liq holda, zamonaviy urbanonimlar bilan boo'liq muammolardan biri sifatida ma'lumotlarning tekshirilishini qayd etish kerak. Bu urbanonimlarning bir qancha jihatlariga taalluqlidir. Birinchidan, muassasa va nom belgisining joylashuvi ba'zan noto'o'ri bo'lib chiqadi. Misol uchun, binoda ma'lum bir nomni ko'rsatuvchi belgi bo'lishi mumkin, ammo bu hududda sh nomdagi hech qanday korxonalar, firma yoki muassasa mavjud emas. Ikkinchidan, urbanonim ma'nosining bir qismi yo'qolishi mumkin. Misol uchun, "Malika" nomi bilan mashhur binoda faqat atelye joylashgan bo'lgan; keyinchalik bu binoda boshqa turli xil korxonalar joylashgan va bino "Malika biznes markazi" deb ataladi. Binoda studiyadan tashqari "Malika" ayollar fitnes klubi ham joylashgan. Shu bilan birga, nom o'zining asl ma'nosini yo'qotadi yoki qisman o'zgaradi, turli institutlar o'rtasida taqsimlanadi va tavsiflovchi qiymati yo'qoladi (bu jarayon desemantizatsiya deb ataladi). Uchinchidan, qo'shimcha ma'lumotlar shubhali, chunki manzil (ko'chganligi yoki yopilganligi sababli) va aloqa ma'lumotlari o'zgarishi mumkin.

Urbanonimlarning ikkinchi makrofunktsiyasi tartibga solishdir. Shahar nomlari odamlarga ta'sir qiladi, ularni muayyan harakatlar qilishga majbur qiladi yoki aksincha, ularni taqiqlaydi. Shu vazifasi tufayli urbanonimlar odamlarni makon nuqtayi nazaridan yo'naltirish xususiyatiga ega. Shaharning bir nuqtasidan boshqasiga boradigan yo'limizni tasvirlash uchun biz ko'chalar, yirik va taniqli do'konlar va hukumat binolari nomlaridan foydalanamiz. Jamoat transporti bekatlari ko'pincha ko'cha nomi bilan emas, balki yirik savdo markazi yoki madaniy muassasa nomi bilan ataladi (masalan, «Orzu bozor», «Yangi bozor», «Qo'o'irchoq teatri» va boshqalar).

Urbanonimlar odamlarni yo'naltirish, ularning xulq-atvori, fikrlari va his-tuyo'ulariga ta'sir ko'rsatish qobiliyati tufayli reklama bilan chambarchas boo'liq. Bunga shahar nomlarining kreollashtirilgan matnlar ekanligi, ya'ni ular ma'lumotni yetkazishning lingvistik va vizual vositalarini birlashtirganligi yordam beradi. Masalan, urbanonim bilan bir qatorda, belgida tashkilot logotipi yoki iste'molchilarda kerakli assotsiatsiyalarni uyo'otadigan rasm bo'lishi mumkin. Shahar nomlari ko'pincha sarlavha (boshlovchi) yoki reklama xabarining bir qismi hisoblanishi mumkin. Masalan, "Bolalar dunyosi" binosidagi belgida shunday yozilgan: "Turkiya mahsulotlari. Eksklyuziv qo'lda ishlangan echki jonidan tayyorlangan mahsulotlar. Do'ppilar. Ro'mollar. Qo'lqoplar. Paypoqlar. Iplar." Ushbu matnning yonida ro'mol ko'rsatgan go'zal ayolning fotosurati.



Shunday qilib, obyekt nomining o'zi iste'molchini jalb qilish uchun mo'ljallangan xabarning faqat bir qismidir.

Reklama va aloqa funksiyalarining birlashishi iste'molchilarga tovarlar va xizmatlar haqida ma'lumot olish imkonini beradi. Yorqin va o'ayrioddiy shahar nomlari diqqatni tortadi va qiziqish uyo'otadi va shu bilan tashrifni raobatlantiradi. Xabar mo'ljallangan auditoriyaga qiziqish uyo'otishi va korxonalar xodimlari bilan aloqa o'rnatishi mumkin, bu esa yana fatik funksiyani faollashtirish imkonini beradi.

Bo'sh joyning har xil belgilar, bilbordlar va bannerlar bilan to'ldirilishi tartibga solish va reklama funksiyalari bilan bo'liq muammolarni yuzaga keltirishi mumkin. Yirik savdo markazlari tashqi makondan belgilar va reklamalarni ko'rsatish uchun foydalanadi (ko'pincha tashkilot va korxonalar ichida joylashgan). Ushbu bannerlar binoning muhim qismini qamrab oladi. Obyekt egalari o'z muassasalarini o'xshashlaridan ajratib olishga intilishlari sababli, ular yorqin ranglar, grafikalar va fotosuratlardan foydalanadilar. Shahar bir-birini "bosib qo'yadigan" va har doim ham mos tushmaydigan turli xil ranglar doo'i bilan to'lib tushgan, bu esa disgarmonlik va "rang shovqini" tuyo'usini yaratadi.

Ma'lum bo'ladiki, bu ko'p jihatdan belgilarni joylashtirish bo'yicha mavjud cheklovlar bilan bo'liq. Bir tomondan, biznes o'zini har qanday narsa deb atashi mumkin, agar u odobsiz so'zlar yoki haqoratlar bo'lmasa va mavjud nomni takrorlamasa (nomni tanlash va ro'yxatdan o'tkazish O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik Kodeksi, shuningdek, senzura, reklama to'oro'risidagi qonunlar va boshqa qonunlar bilan tartibga solinadi). Nom tanlash mulk egasining didi va qarashlari, niyatlari va shaxsiy tajribasiga bo'liq.

Boshqa tomondan, invektiv ma'nolar hali ham til me'yorlari va til o'yinlarining buzilishi orqali yashiringan, shuning uchun urbanonimlarning normativ bo'lmagan (invektiv) funksiyasi haqida ham gapirish mumkin. Muassasa egasi allyuziyalar, ishoralar, assotsiativ va pretsedentga asoslangan konstruksiyalardan foydalanish orqali javobgarlikdan qutulib qolishi mumkin. Nom belgilarida yashirin va odobsiz narsa borligini isbotlash qiyin, lekin buni lingvistik ekspertiza orqali amalga oshirish mumkin. Bunday ekspert materiallariga misollarni ekspert tashkilotlarining veb-saytlarida topish mumkin. Hozirgi vaqtda faqat madaniyat muassasalarining nomlarida bunday muammolar uchramaydi, chunki ularning aksariyati o'z nomlarini davlat tomonidan o'rnatilgan talablarga muvofiq oladilar. Garchi ular reklama matnini binoda osilgan peshlavhalarda emas, balki plakatlar, varaqalar, e'lonlar va hokazolarda qo'llasalar-da, bu nomlar shakl va mazmun jihatidan qat'iy bo'lib, odatda raqobatga intilmaydi.

Qarshi shahar nomlarini yaratish va ulardan shahar sharoitida foydalanishda katta o'zgarishlar qilingan bo'lsa-da, lekin respublikamizning boshqa yirik shaharlariga nisbatan kamchiliklar ko'zga tashlanadi. Hammaga ma'lumki, hozirgi vaqtda elektron va jismoniy hayotni bir-biridan ajratib bo'lmaydi. Zamonaviy texnologiyalar nafaqat uyda yoki ofisda, balki ko'chada ham faol foydalaniladigan shahar muhitiga integratsiyalashmoqda. Binobarin, QR kodlari (mobil qurilmalar tomonidan o'qilishi va veb-saytga ulanishi mumkin) peshlavhalar, bino devorlari va reklamalarda tobora ko'proq paydo bo'lmoqda. Jumladan, Qarshi shahrida ham bu alohida hodisa sifatida namoyon bo'ladi. Biroq, QR kodlari bo'sh joydan keraksiz ma'lumotlar va tartibsizliklarni



olib tashlash vositasi sifatida ishlatilishi mumkin. QR kodlari shahar ko'chalariga foydali va qiziqarli ma'lumotlarni, masalan, bino yoki joyning tarixi, uning rasmiy va norasmiy nomi haqidagi ma'lumotlarni qo'shishi mumkin. Bu shahar aholisining doimiy ravishda yangi ma'lumotlarga bo'lgan ehtiyojini qondiradi.

Ijtimoiylashtirish makrofunktsiyasi odamlarni ijtimoiy jamoalarga birlashtirishga qaratilgan. Ma'lumki, har bir urbanonimning o'ziga xos maqsadli guruhi mavjud. Masalan, bolali ota-onalarga ("Ona va bola" o'yinchoqlar do'koni, "Kinder" va "Modniy Rebenok" bolalar kiyimlari do'konlari va boshqalar) yoki sport bilan shuo'ullanadigan yoki shuo'ullanmoqchi bo'lganlar uchun («Sport Active» "Sport market", "K4sport" do'konlari va boshqalar) urbanonimlar mavjud. Bundan tashqari, bu funktsiya shahar aholisiga hozirgi jamiyatga moslashishga, boshqalar bilan o'zaro munosabatlarga kirishishga va shaxsiyatini rivojlantirishga yordam beradi.

Urbanonimlar, shuningdek, kommunikativ, axborot va ijtimoiylashtirish funktsiyalari doirasida bir nechta qo'shimcha funktsiyalarni bajaradi. Aloqa o'rnatish va reklama funktsiyalari haqida yuqorida to'xtalildi, ammo shahar nomlari estetik elementlar sifatida ham ta'sir ko'rsatadi. Yoqimli eshitiladigan urbanonimlar e'tiborni ko'proq tortadi va ijobiy his-tuyo'ularni uyo'otadi. Ba'zi nominatorlar nomni nafaqat mazmunli, balki jozibali, muvaffaqiyatli va esda qolarli bo'lishini ta'minlashni o'ylashadi, chunki bu nom beruvchi bilan qabul qiluvchi o'rtasida aloqa o'rnatishga yordam beradigan yana bir usuldir.

Urbanonimlar vazifalarini tahlili ularni me'yoriy va nome'yoriy kabi ikki guruhga bo'lish mumkinligini ko'rsatadi. Me'yoriy guruhga asosiy funksiyalar (aloqa, axborot va ijtimoiylashuv)ni; nome'yoriy guruhga birlamchi funksiyalar doirasida amalga oshiriladigan ikkilamchi yoki ixtiyoriy (fatik, reklama, nominativ, estetik va boshqalar) funktsiyalarni kiritish mumkin. Barcha funksiyalar nom beruvchi va oluvchi o'rtasida muloqotni o'rnatishga, bu o'zaro ta'sirning samarali va kommunikativ mazmunli bo'lishini ta'minlashga qaratilgan.

Urbanonimlar Qarshi shahri lingvomadaniy makonida alohida o'rin tutadi. Ular shahar tilining ajralmas qismi bo'lib, lingvistik me'yorlarga muvofiq xizmat qiladi va til ichidagi omillar ta'sirida bo'ladi. Urbanonimlar odatda lingvistik va vizual ifoda vositalaridan foydalanadigan kreollashtirilgan matnlar sifatida taqdim etiladi.

Xulosa

Tadqiq natijalari quyidagi xulosalarga kelish imkonini beradi:

1. Qarshi shahrida urbanonimlar faoliyatining o'ziga xos xususiyatlarini quyidagi lingvistik va ekstralingvistik omillar ko'rsatadi: o'zlashtirilgan leksik birliklarning keng qo'llanishi, nomlarning grafik ko'rinishida buzilishlarning sodir bo'lishi, shahar aholisi uchun notanish bo'lgan belgilarning kiritilishi, qorishiq til vositalaridan foydalanish, barqaror til tuzilmalarining desemantizatsiyasi, til o'yinlarining mavjudligi, lingvistik ekspressivlikni qo'llash, pretsedent nomlardan foydalanish, mahalliy komponentlarni qo'llash.

2. Urbanonimiya qayd etish va o'rganishni talab etadigan tez rivojlanuvchi va o'zgaruvchi hodisa sifatida namoyon bo'ladi. Bu nuqtayi nazardan shahar nomlarining



muhim xususiyati ularning davrning madaniy, ijtimoiy, iqtisodiy va boshqa xarakterli xususiyatlarini qamrab olish qobiliyatidir.

3. Qarshi shahar materiallari asosida urbanonimlarning funktsiyalariga qo‘shimcha ravishda, ularning mavjudligining bir qator muammolari va xususiyatlari aniqlandi. Jumladan, shahar makonining peshlavhalar va reklama bilan tartibsiz “to‘ldirib tashlanganligi”, urbanonimik rivojlanishning yagona yo‘nalishining yo‘qligi, matnlarning dialogik tabiati va nominatsiya amaliyotining O‘zbekistonning boshqa shaharlari bilan nomuvofiqligi kabilar.

References:

1. Begmatov E., Uluqov N. “O‘zbek onomastikasi terminlarining izohli lug‘ati. Namangan, 2006. -105 b.
2. Zaporozhecz O.N., Brednikova O.E. Mikrourbanizm. Lovushka dlya goroda // Mikrourbanizm. Gorod v detalyax / Sb. statej; pod otv. redakciej O. Brednikovoj, O. Zaporozhecz. M.: Novoe literaturnoe obozrenie, 2014. S. 13–39.
3. Podol’skaya N.V. Slovar` russkoj onomasticheskoy terminologii / Otv. red. A. V. Superanskaya. M.: Nauka, 1978. 198 s.