

**BELGI VA RAMZLARNING PAYDO
BO'LISHI VA TARAQQIY ETISHI**

THE EMERGENCE AND DEVELOPMENT OF SIGNS AND SYMBOLS

Sobitova Gulchehra Akmal qizi,

Kamoliddin Behzod nomidagi

Milliy rassomlik va dizayn instituti o'qituvchisi

Author: Sobitova Gulchehra Akmal qizi

*Position: Teacher at National Institute fine Arts and
Design after Named Kamoliddin Behzod*

Annotatsiya

Ushbu maqolada belgilarning paydo bo'lishi va ularning tasniflanishiga doir ma'lumotlar berilgan, ular o'rtasidagi asosiy farq hamda ramziy belgilarning o'ziga xos xususiyatlari haqida qisqacha ma'lumot keltirilgan.

Kalit so'zlari: *belgi, ramzlar, semiotika, metafora, grafik element, piktogramma, ideogramma, logogramma, ierogliflar, emblema, gerb, ikonkalar, logotiplar, savdo belgisi, tovar belgisi, brend.*

Аннотация

В этой статье представлена информация о появлении знаков и их классификации, а также краткое изложение основных различий между ними, а также характеристик символических знаков.

Ключевые слова: *символ, семиотика, метафора, графический элемент, икона, идеограмма, логограмма, иероглиф, эмблема, герб, знаки, логотипы, товарный знак, бренд.*

Annotation

This article provides information about the emergence of signs and their classification, offering a brief overview of the main differences between them and the unique characteristics of symbolic signs.

Keywords: *signs, symbols, semiotics, metaphor, graphic elements, pictograms, ideograms, logograms, hieroglyphs, emblems, coats of arms, icons, logos, trademarks, brand.*

Belgi — bu inson ongi va faoliyatida moddiy, hissiy ravishda idrok etiladigan predmet, voqea yoki harakatga aytiladi. Belgilar aloqa yoki tarjima jarayonida xabarlarni yoki har qanday turdagi xabar komponentlarini sotib olish, saqlash, o'zgartirish va uzatish uchun yaratiladi va ishlatiladi. Belgi tushunchasi har doim falsafa, mantiq, tilshunoslik, psixologiya, sotsiologiya va shu kabi fanlarda albatta tahlil qilinadi. Belgilarni bir qancha fanlarda: masalan, falsafa, mantiq,

tilshunoslik, madaniyatshunoslik, psixologiya, sotsiologiya va boshqa fanlarda o'rganilsada, ammo ular maxsus semiotika fanida keng va aniq o'rganiladi (Semiotika) [1]. 19 — 20-asrlarda belgilar haqida maxsus fan — semiotika vujudga keldi.

Semiotika¹ — (yunoncha semeiotikos — belgilar haqidagi ta'limot), semiologiya — 1) axborot, ma'lumotlarni saqlash va uzatish uchun xizmat qiladigan belgilar va belgi tizimlarining umumiy xususiyatlarini o'rganadigan fan sohasi demakdir. Semiotika, belgilar haqidagi fan bo'lib, u 20-asrning boshlarida paydo bo'lgan. Belgilar ilmini yaratish g'oyasi deyarli bir vaqtning o'zida va mustaqil ravishda bir nechta olimlardan kelib chiqqan. Semiotikaning asoschisi uning nomini taklif qilgan amerikalik mantiqchi, faylasuf va tabiatshunos Ch.Pirs (1839-1914) hisoblanadi. Ch.Pirs belgining ta'rifini, belgilarning dastlabki tasnifini (indekslar, piktogrammalar, belgilar) berdi va shu bilan birga yangi fanning vazifalari va asoslarini o'rnatdi.

Yuqorida belgi haqida umumiy ma'lumot berilib o'tildi. Navbatdagi bosqichda belgilarni turlarga ajratib chiqamiz ya'ni belgilarni tasniflaymiz.

BELGILAR – bu aniq bir ma'noni ifodalash, ko'rsatish uchun barcha insonlar tomonidan umumiy qabul qilingan o'zgaruvchan grafik tasvirga aytiladi. Ularga quyidagilarni misol keltirish mumkin: harflar – bular tovushni bildirish uchun yaratilgan belgilar sanaladi, notalar – bular esa tovush davomiyligini bildirish uchun yaratilgan belgilar hamda valyuta belgilari. Belgilar tasvir jihatdan doim tushunarli va aniq ko'rinishga ega bo'lishi kerak. Buning uchun belgilar har doim sodda va tushunarli tasvirlanishi lozim. Albatta aslida sodda va bir ko'rganda tushunarli tas'virlarni yaratish juda murakkab hisoblanadi. Chunki kichik bir grafik tasvirda butun bir ma'noni joylashtirish talab etiladi.

Ramzlar — bu ko'p ma'noli tasvir hisoblanib, u ma'lum bir tushunchani, g'oyani yoki hodisani bildirish uchun umumiy qabul qilingan tasvirga aytiladi. Oddiy qilib aytganda, ramzlar ko'p ma'noga ega bo'lgan belgidir. Masalan: Diniy va falsafiy ramzlar; Astronomik belgilar; Zodiak(burj) belgilari (odatda belgilar deb ataladi, ammo ular belgi emas). Ramziy belgilar so'zlar, tovushlar, imo-ishoralar, g'oyalar yoki vizual tasvirlar shaklida bo'ladi va boshqa g'oyalar va e'tiqodlarni yetkazish maqsadida ishlatiladi. Masalan, qizil rangli sakkizburchak to'xtash belgisini bildiradi; xaritalarda esa ko'k rangli chiziqlar ko'pincha daryolarni bildiradi; qizil atirgul esa sevgi va rahm-shafqatni anglatadi.

Piktogramma — (lat. pictus – “chizilgan” va yunoncha. gramma – “yozuv”, “yozma belgi”) — bu rasm-belgi. Unda biron bir voqea, ob'yekt yoki harakat tasvirlanadi. Piktogrammaning afzaliklari: insonlarga tasvirni tushunish matnini tushunishdan ko'ra osonroq; axborotni idrok etishning tezkorligi, bunda

¹ Semiotika yoki semiologiya — bu belgilar va belgilar tizimlarining xususiyatlarini o'rganadigan umumiy nazariya.

ma'lumotni o'qishga vaqt sarflashning hojati bo'lmaydi, ya'ni grafik tasvir ko'riladi va tezda tushuniladi; piktogrammalar hamma tushunadigan universal til sifatida ishlatiladi.

Ideogramma — (boshqa yunon tilidan. εἶδος-g'oya va γράμμα-yozma belgi, harf)-yozma belgi yoki shartli tasvir, muallifning ma'lum bir g'oyasiga mos keladigan rasm. Ierogliflar ideogrammalardan iborat. Ideogramma – bu piktogramma bo'lib, uning so'zma-so'z ifodalanishi so'zma-so'z talqin qilinmaydi. Misol uchun, yo'l belgilari orasida juda ko'p ideogrammalar mavjud. Demak, aylanadagi velosiped “velosiped” emas, “velosiped yo'li” degani. Ideogramma - bu ma'lum bir g'oya yoki tushunchani yetkazish uchun yozma ravishda ishlatiladigan belgi yoki rasmdir.

Emblemalar — (boshqa yunon. ἔμβλημα – “qo'shish; qavariq bezak) - bu yoki boshqa ma'noga ega bo'lgan rasmdagi g'oyaning shartli tasviri. Emblemalar bir guruh odamlar tomonidan qabul qilinga ma'lum bir ma'noga ega bo'lgan ramzga aytiladi. Asosiy ma'no ramzning asos sifatida qabul qilingan umumiy qabul qilingan tushunchasidan farq qilishi mumkin.



(emblemalar)

Emblema tarixiy ravishda paydo bo'lgan va tasviriy san'atning: rasm, o'yama, relyef tasvirida mavjud hisoblanadi. Ammo u boshqa vizual shakllardan farq qiladi, chunki u juda umumlashtirilgan vizual tasvir bo'lib, uning ma'nosi tasvirning o'zini ifodalovchi ob'jekt mazmunidan ancha kengroq bo'ladi.

Gerb — o'zgaruvchan rasm bo'lib, bir xil gerb turli yo'llar bilan chizilgan bo'lishi mumkin. Shu bilan birga tasvirga jalb qilingan elementlar bir xil bo'lishi kerak (ya'ni belgilar, piktogrammalar).



(gerblar, AQSH, O'zbekiston, BAA)

Ikonkalar (belgi).

bir

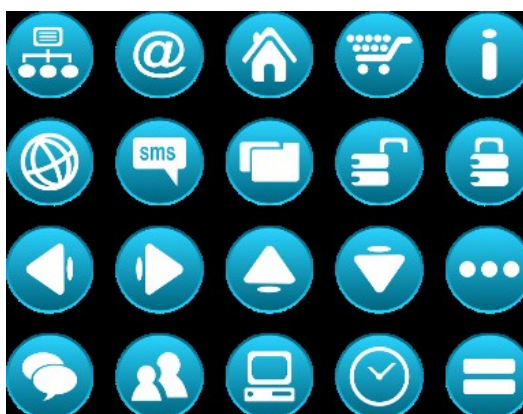


Ikonografiya (ikonka va yozuv) — bu Oʻrta asr rasmining turi boʻlib, u orqali diniy mavzular targʻib qilingan yaʼni ikonkalar orqali din keng tarqatilgan. Umumiy maʼnoda ikonkalarda ilohiy va dunyo oʻrtasida vositachilik qilish uchun moʻljallangan muqaddas tasvirlar chizilgan. Ushbu tasvir dastlab xristian sanʼatida paydo boʻlgan.

(Евангелист Лука пишет икону Богоматери

(Михаил Дамаскин, XVI век))

Koʻpchilikda ikonka soʻzi bilan boʻlgan tasavvur darhol cherkov piktogrammalarini beradi. Ammo biz bugungi kunda ularga kundalik turmush tarzimizda juda koʻp marotaba duch kelamiz. Hozirgi zamonda biz ikonkalarni (ingliz tilidan. icon) - grafik interfeys elementi, dastur, fayl, katalog, oyna, operatsion tizim komponenti, qurilma va boshqalarni koʻrsatadigan kichik rasmda uchratamiz.



(veb-sayt ikonkalari)

Logotiplar — bu soʻzining maʼnosi logos – soʻz, tipus – shakl degan maʼnolarni anglatadi. Logotip soʻzdan, belgi yoki biror qanday grafik shakldan iborat boʻlishi mumkin. Logotipning maqsadi korxonani raqobatchi firmalar orasidan ajratib koʻrsatish, tanitishga va korxonaning yoʻnalishi toʻgʻrisida maʼlumot berishga qaratilgan boʻlishi kerak.



Savdo belgisi². Umumiy olganda — Savdo belgisi bu biznes mahsulotini aniqlash uchun yaratilgan mahsulot belgisi sanaladi. Savdo belgisi mahsulotni iste'molchilarga tanitish vazifasini ham bajaradi. Savdo belgisi har qanday soʻz, ism, ramz yoki qurilma yoki boshqa kompaniyalarning mahsulotlarini aniqlash va ajratish uchun ishlatiladigan yoki ishlatilishi moʻljallangan har qanday kombinatsiya boʻlishi mumkin³. Yuridik jihatdan “tovar belgisi” tushunchasi mavjud boʻlib, u mahsulot individualizatsiyasining vositasi sifatida belgilanadi va bu belgiga tashkilot ega boʻlish huquqiga egadir. Tovar belgisi – bu firmaning reklamasi sanaladi va u ishlab chiqargan tovar sifati uchun masʼuldir. Bugungi kunda dunyoda 5 mln.ga yaqin tovar belgilari mavjud. Kundalik nutqda “tovar belgisi”ni koʻproq “tovar markasi” deb atashadi. Shu tariqa, “tovar belgisi” – bu yuridik tushuncha hisoblanadi.⁴



Brend (inglizcha: Brand [brænd])⁵ — tamgʻa, belgi degan maʼnoni anglatadi. Brend — bu bir sotuvchining tovar yoki xizmatini boshqa sotuvchilarnikidan ajratib turuvchi nom, atama, dizayn, belgi yoki boshqa xususiyat[2][3]. Brendlar biznes, marketing va reklama qilishda obyektini tanitish uchun ishlatiladi, eng muhimi, brend kapitali qiymatini yaratish, brendni aloxida ajratib turish va xaridorlarni ushlab qolish bilan mijozlari, aksiyadorlari va egalari manfaatiga

² 2 Brend nima? Amerika Marketing Assotsatsiyasi.

³ 3 "Brend umumiy til marketing lug'ati" 2018-yil 24-may. Olingan 2020-04-30

⁴ 4 Tovar kapitalini boshqarish. David Aaker (1991).

⁵ 5 Wheeler, Garold (1946). Inson mo'jizasi Dunedin, Yangi Zelandiya: Longacre Press, 84-bet.

xizmat qiladi[4]. Tovar nomlari ba'zan iste'mol tovarlarining umumiy brendlari yoki do'kon brendlaridan farqlanadi. Brendlash amaliyoti — qadimgi misrliklar tomonidan boshlangan deb taxmin qilinadi, ular miloddan avvalgi 2700-yillarda chorva mollarini markalash (ya'ni, boshqa chorvadan ajralib turishi uchun) bilan shug'ullanishgan[5].



(Buzoqchani tamg'alash jarayoni)

6 **Martino, T.** Savdo belgisini suyultirish, Clarendon nashriyoti, 1996, 21-bet.

Brendlash bir kishining qoramolini boshqasidan farqlash uchun hayvon terisiga qizdirilgan dazmol bilan kuydirilgan belgi tushirish yordamida amalga oshirilgan. Agar biror kishi molni o'g'irlagan bo'lsa, ramzni ko'rgan har bir kishi uning haqiqiy egasini aniqlashi mumkin bo'lgan. Bu atama mahsulot yoki kompaniyaning strategik shaxsini anglatish uchun kengaytirildi, shuning uchun endi "brend" iste'molchi qabul qilishi va sotib olishi mumkin bo'lgan qadriyatlar va va'dalarni taklif qiladi. 1266-yilda Angliyada non ishlab chiqaruvchilar uchun o'z belgilarini qo'yishi majburiy bo'ldi[6].

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. "Brend umumiy til marketing lug'ati"2018-yil 24-may.
2. Tovar kapitalini boshqarish. Devid Aaker(1991).
3. Арутюнова Н.Д. Лингвистические проблемы // Н.В.Л. Логика I Лингвистика. - М., 1982. - С. 11-15.
4. Ахманова О.С. "Словарь лингвистических терминов". - М,1969- 607С.
5. Wheeler, Garold (1946).Inson mo'jizasiDunedin,Yangi Zelandiya: Longacre Press,84-bet.
6. Martino, T. Savdo belgisini suyultirish, Clarendon nashriyoti, 1996, 21-bet.