# O'ZBEK VA INGLIZ LINGVISTIK LANDSHAFTIDA TRANSPORT VOSITALARI NOMLARINING LINGVOKULTUROLOGIK TADQIQI

**Ergasheva Baxtiniso**
https://doi.org/10.5281/zenodo.21392262

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada o'zbek va ingliz lingvistik landshaftidagi transport vositalari nomlanishi lingvokulturologik nuqtai nazardan qiyosiy tahlil etiladi. Ikkala tildagi rasmiy brend nomlari, model belgilashlari va norasmiy xalq nomlaridan tuzilgan korpus asosida madaniy qadriyatlar, tarixiy tajriba hamda milliy o'zlikning nomlanish jarayonida qanday aks etishi o'rganiladi. Tahlil natijalariga ko'ra, ingliz tilidagi transport nomlari asosan zoomorfiklik, geomorfizm va kuch-quvvat semantik maydonlaridan keng foydalanib, Amerika madaniy tarixi bilan bog'liq erkinlik, ustunlik va individualizm qadriyatlarini ifodalaydi. O'zbek transport nomlanishi esa o'zlashma so'zlarni moslashtirishni, semantik kalka yaratishni hamda jamoaviy va pragmatik madaniy yo'nalishlarni aks ettiruvchi norasmiy xalq nomlarini o'z ichiga olgan ko'p qatlamli moslashuv jarayonini namoyish etadi. Tadqiqot natijalari lingvokulturologiya sohasiga texnik nomlanish tizimlarining ham madaniy ma'noga to'la ekanligini isbotlab hissa qo'shadi.

**Kalit so'zlar:** lingvokulturologiya, lingvistik landshaft, transport nomlari, onomastika, semantik motivatsiya, o'zbek tili, ingliz tili, madaniy o'zlik.

# LINGUOCULTURAL ANALYSIS OF TRANSPORT VEHICLE NAMES IN UZBEK AND ENGLISH LINGUISTIC LANDSCAPES

**Abstract.** This article examines transport vehicle names in Uzbek and English linguistic landscapes from a linguocultural perspective. Drawing on a comparative corpus of vehicle brand names, model designations and informal popular names in both languages, the study investigates how cultural values, historical experience and national identity are encoded in the process of vehicle nomination. The analysis reveals that English vehicle names predominantly employ zoomorphic, geomorphic and power-based semantic fields reflecting values of freedom, dominance and individualism rooted in American cultural history. Uzbek vehicle naming demonstrates a multilayered adaptation process combining loanword assimilation, semantic calquing and the creation of informal folk names that reflect pragmatic and communal cultural orientations.

**Keywords:** linguoculturology, linguistic landscape, vehicle names, onomastics, semantic motivation, Uzbek, English, cultural identity.

# ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ НАЗВАНИЙ ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ В УЗБЕКСКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ЛАНДШАФТАХ

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются названия транспортных средств в узбекском и английском лингвистических ландшафтах с лингвокультурологической точки зрения. На основе сравнительного корпуса брендовых названий, обозначений моделей и неофициальных народных названий исследуется, каким образом культурные ценности и национальная идентичность закодированы в процессе номинации транспортных средств. Анализ показывает, что английские названия преимущественно отражают ценности свободы и индивидуализма, тогда как узбекская система номинации демонстрирует многоуровневый процесс адаптации, сочетающий заимствования и народные названия.

**Ключевые слова:** лингвокультурология, лингвистический ландшафт, названия транспортных средств, ономастика, семантическая мотивация, узбекский язык, английский язык, культурная идентичность.

**Kirish.**

Nomlar hech qachon betaraf bo'lmaydi. Har qanday nomlash jarayoni — insonni, joyni yoki mahsulotni nomlashdan qat'i nazar — u yoki bu jamiyatning qadriyatlarini, madaniy yo'nalishlarini va tarixiy tajribasini o'zida aks ettiradi. Bu holat, ayniqsa, transport vositalari nomlarida yaqqol ko'rinadi: bu sohada nomlanish jarayoni tijorat, texnologiya, madaniy intilish va milliy o'zlik kabi bir-biridan farq qiluvchi omillarning kesishmasi sifatida namoyon bo'ladi.

Lingvistik landshaft tushunchasi Landry va Buris tomonidan ommaviy makonning ko'rinadigan barcha til belgilari yig'indisi sifatida ta'riflangan [5, 25-b.]. Bu tushuncha nafaqat ko'cha belgilari va rasmiy e'lonlarni, balki har kuni ko'chalardan o'tib turadigan transport vositalarida yozilgan nomlarni ham o'z ichiga oladi. Transport vositalari lingvistik landshaftda juda muhim o'rin egallaydi: ular jamiyatning deyarli barcha a'zolari tomonidan — savodlilik darajasi, ijtimoiy sinf yoki yosh farqidan qat'i nazar — kuzatiladi va shu bois zamonaviy dunyoda lingvomadaniy ma'lumotlarning eng keng tarqalgan tashuvchilaridan biriga aylanadi.

O'zbek va ingliz tillari avtomobil madaniyatiga nisbatan tarixan bir-biridan keskin farq qiladigan ikkita lingvistik va madaniy tizimni ifodalaydi. Ingliz tili, xususan Amerika ingliz tili, o'zining transport nomlanish an'anasini yigirmanchi asrning boshlarida global avtomobil sanoatining yuksalishi bilan bir vaqtda shakllantirib, xalqaro miqyosda ta'sirli nomlanish tizimini yaratdi. O'zbek tili esa avtomobil madaniyatiga asosan sovet davri infratuzilmasi orqali tanishdi va mustaqillik yillaridan keyin global avtomobil nomlanishiga murakkab va ko'p qatlamli moslashish jarayonini boshidan kechirmoqda.

Transport vositalarining nomlanishiga doir lingvokulturologik qiyosiy tadqiqotlar, ayniqsa o'zbek tilini dunyo tillari bilan solishtirib tahlil etadigan ishlar hali yetarli darajada amalga oshirilmagan. Ushbu tadqiqot ushbu bo'shliqni to'ldirish maqsadida o'zbek va ingliz lingvistik landshaftlarida transport vositalari nomlarini tizimli ravishda lingvokulturologik jihatdan tahlil etadi; qo'llaniladigan semantik maydonlar, ularda kodlangan madaniy qadriyatlar va nomlanish tizimlarining madaniy o'zlikni qanday aks ettirishi hamda ko'paytirishi masalalarini o'rganadi.

Tadqiqotning asosiy maqsadlari quyidagilardan iborat: (1) ingliz va o'zbek transport nomlanishida ustunlik qiluvchi semantik kategoriyalarni aniqlash; (2) ushbu kategoriyalarda kodlangan madaniy qadriyatlar va tarixiy kontekstlarni tahlil etish; (3) o'zbek tilida so'zlashuvchilarning transport vositalarini qanday moslashtirgani, mahalliylashtirgan va norasmiy ravishda qayta nomlaganini o'rganish; (4) ushbu xulosalarning ikkala til jamoasida til, madaniyat va o'zlik munosabatlarini tushunish uchun ahamiyatini baholash.

**Adabiyotlar tahlili.**

Lingvokulturologiya mustaqil akademik fan sifatida rus va postsovet tilshunoslik maktablarida eng tizimli tarzda shakllandi. Mazkur sohasining asoschisi sifatida e'tirof etilgan Vorobyev uni til va madaniyatning ajralmas birligi haqidagi fan deb ta'riflab, tilning madaniy voqelikni nafaqat tasvirlashi, balki uni faol ravishda qurishda va uzatishda ishtirok etishini ta'kidlagan [8, 14-b.]. Maslova esa bu nazariy asosni yanada rivojlantirib, har darajadagi lingvistik birliklar — ayrim leksemalardan to nomlanish tizimlarigacha — boshqa tillarda so'zlashuvchilarga ko'rinmas bo'lgan madaniyatga xos konnotatsiyalarni o'zida mujassamlashtirishi haqidagi g'oyani ishlab chiqqan [6, 31-b.].

Nomlar va nomlanishni o'rganuvchi keng soha — onomastika doirasida olimlar tijorat va mahsulot nomlanishini tobora tilshunoslik tadqiqotlarining qonuniy sohasi sifatida tan olmoqda. Algeo brend nomlarining o'ziga xos semantik va fonologik cheklovlar bilan boshqariladigan xos otlarning alohida quyi kategoriyasini tashkil etishini ta'kidlagan [1, 47-b.]. Xususan, avtomobil nomlarini o'rganish ingliz tilidagi marketing lingvistikasi va madaniyatshunoslik tadqiqotlarida katta e'tiborni tortgan.

Piller Amerika ingliz tilidagi avtomobil nomlanishini tadqiq etib, bir necha ustun semantik naqshlarni aniqlagan: tezlik va kuchni ta'kidlovchi hayvon metaforalari, erkinlik va kashfiyot bilan bog'liq manzaralarni evoqlash geografik nomlar va shaxsiy nom hamda xarakter xususiyatlari orqali transport vositalarini insoniylashtiruvchi shaxsiylashtirish strategiyalari [7, 89-b.]. Bu xulosalar transport nomlanishining ixtiyoriy emas, balki madaniy jihatdan tizimli ekanligini isbotlashda muhim ahamiyat kasb etgan.

O'zbek onomastikasida toponimiya va antroponimiya sohasida kuchli an'ana mavjud bo'lib, Begmatov kabi olimlar o'zbek nomlanish madaniyatini o'rganishga katta hissa qo'shgan [2, 73-b.]. Biroq, o'zbek tilidagi tijorat va texnik nomlanishning lingvokulturologik jihatini aniq o'rganadigan tadqiqotlar hali cheklangan, ingliz tili bilan qiyosiy tadqiqotlar esa bu soha bo'yicha yanada kam uchraydi. Shu bois mazkur tadqiqot mavjud adabiyotlardagi muhim bo'shliqni to'ldiradi.

Xalq nomlanishi tushunchasi — oddiy so'zlashuvchilarning rasmiy belgilanishlarni to'ldiruvchi yoki o'rnini bosuvchi norasmiy nomlar yaratish jarayoni — Spolsky va Kuper tomonidan lingvistik jamoaning nomlangan narsa bilan madaniy munosabatining ko'rsatkichi sifatida nazariyalashtirilib, ushbu jarayon o'zbek kontekstida, ayniqsa transport vositalari borasida, akademik jihatdan hali yetarli darajada o'rganilmagan boy madaniy ifoda sohasi hisoblanadi [9, 56-b.].

**Tadqiqot metodologiyasi.**

Ushbu tadqiqotda madaniy-semantik tahlil bilan birgalikda qiyosiy-tavsiflovchi metodologiyadan foydalaniladi. Tadqiqot korpusi ikki qismdan iborat. Birinchi qism Ford, Chevrolet, Dodge, Jeep va Jaguar kabi yirik Amerika va Britaniya avtomobil brendlaridan olingan 120 ta rasmiy inglizcha transport vositasi nomidan tashkil topgan bo'lib, madaniy semantik tanlovlar eng aniq ifodalangan sathda nomlanish naqshlarini tahlil etish maqsadida brend nomlaridan ko'ra model nomlariga urg'u berilgan.

Ikkinchi qism O'zbekistondagi lingvistik landshaftda keng qo'llaniladigan transport vositalari nomlanishlari va belgilanishlari korpusidan iborat bo'lib, asosan Koreya ishlab chiqaruvchilari Daewoo va GM Uzbekistandan olingan transport vositalarining rasmiy nomlarini hamda 2024-yilda Qarshi, Toshkent va Samarqandda o'tkazilgan kuzatuvlar va avtomobil egalari va haydovchilar bilan suhbatlar asosida to'plangan 47 ta norasmiy xalq nomini o'z ichiga oladi.

Tahlil tartibi uch bosqichdan iborat. Birinchidan, ikkala korpusdagi barcha nomlar o'zbek tiliga xos nomlanish naqshlarini hisobga olish maqsadida moslashtirilgan Piller ramkasi [7] asosida semantik maydon bo'yicha turkumlanadi. Ikkinchidan, har bir semantik kategoriya nomlanish tanlovida kodlangan qadriyatlar, tarixiy uyushmalar va madaniy taxminlarni aniqlash uchun madaniy-semantik tahlilga tortiladi. Uchinchidan, o'zbek va ingliz ma'lumotlari nomlanish madaniyatidagi uyg'unliklar va tafovutlarni aniqlash maqsadida tizimli ravishda qiyoslanadi.

Tadqiqotda, shuningdek, Lakoff va Jonson tomonidan ishlab chiqilgan kontseptual metafora nazariyasi [4, 4-b.] kabi kognitiv tilshunoslik vositalari ham qo'llaniladi. Bu metodologik yondashuv ingliz tilidagi zoomorfiklik va tabiiy hodisalar nomlanishini tahlil qilishda, shuningdek o'zbek xalq qayta nomlanish amaliyotining kontseptual asosini tushunishda alohida samarali hisoblanadi.

**Tahlil va natijalar.**

Ingliz tilidagi transport vositalari nomlarining semantik kategoriyalari. Inglizcha korpus tahlili besh ustun semantik kategoriyani, ya'ni har biri o'ziga xos madaniy qadriyatlarni kodlovchi guruhlarni namoyon etadi. Eng mahsuldor kategoriya zoomorfiklik nomlanishi bo'lib, unda transport vositalari tezlik, kuch yoki yirtqich ustunlik bilan bog'liq hayvon nomlarini oladi. Bu kategoriya inglizcha korpusning 28% ini tashkil etadi va Mustang (Ford), Jaguar, Bronco (Ford), Impala (Chevrolet), Viper (Dodge), Ram (Dodge) va Cobra (Ford) kabi nomlarni o'z ichiga oladi. Ushbu kategoriyaning asosini tashkil etuvchi kontseptual metafora TRANSPORT VOSITASI — KUCHLI HAYVON bo'lib, u transport vositasiga nomlangan jonzotning madaniy uyushmalarini o'tkazish imkonini beradi.

Bu kategoriyaning madaniy o'ziga xosligi diqqatga sazovordir. Mustang — Amerika G'arbining chegara mifologiyasi bilan bog'liq yovvoyi Amerika erkinligining ramzi — nafaqat tezlikni, balki bo'ysunmas mustaqillikning muayyan milliy rivoyatini ham kodlaydi. Bronco ham rodeo madaniyati va chegara tajribasini eslatadi. Jaguar esa yirtqich nafosatning aristokratik konnotatsiyalarini o'zida mujassamlashtirgan. Bular universal hayvon metaforalari emas, balki boshqa lingvistik kontekstlarda butunlay boshqacha ma'no kasb etadigan madaniy jihatdan belgilangan metaforalardir.

Korpusning 21% ini tashkil etuvchi ikkinchi yirik kategoriya — geomorfizm va joy nomlanishi bo'lib, unda transport vositalari Amerika geografik ob'ektlari va joylari nomlarini oladi. Masalan, Tahoe (Chevrolet), Yukon (GMC), Malibu (Chevrolet), Escalade (Cadillac) va Tundra (Toyota) shular jumlasidandir. Bu kategoriya Amerika milliy o'zligiga chuqur singib ketgan fazoviy erkinlik va geografik

ulug'vorlik madaniy qadriyatini kodlaydi. E'tiborli tomoni shundaki, ushbu joy nomlarining ko'pi ulkan ochiq manzaralarni — tog'lar, ko'llar, tundralarni — ifodalab, TRANSPORT VOSITASI — CHEKSIZ MAKONGA KIRISH VOSITASI kontseptual metaforasini mustahkamlaydi.

Uchinchi kategoriya korpusning 18% ini tashkil etuvchi ob-havo va tabiiy kuch nomlanishi bo'lib, unga Thunderbird (Ford), Cyclone, Tempest, Blizzard va Tornado kiradi. Bu nomlar nazorat qilib bo'lmaydigan kuch qadriyatini kodlab, transport vositasining tabiiy sharoitlar bilan uyg'unlashish o'rniga ularni yengishga qodirligini ta'kidlaydi. Bu holat Amerika sanoat madaniyatining ayrim jihatlariga xos bo'lgan tabiat bilan munosabatning insonparvar va hukmronlik yo'nalishli talqinini aks ettiradi.

Qolgan inglizcha kategoriyalar orasida mavhum fazilat nomlanishi — Accord (Honda), Civic (Honda), Insight (Honda), Legend (Acura) — hamda tarixiy va shaxsiy nomlanish — Lincoln, Edison — kiradi. Birinchisi ratsional uyg'unlik va ijtimoiy mas'uliyat qadriyatlarini, ikkinchisi esa transport vositasi bilan milliy madaniy meros o'rtasidagi bog'liqlikni ifodalaydi.

O'zbek tilidagi transport vositalari nomlarining semantik kategoriyalari. O'zbek lingvistik landshafti tarkibiy jihatdan farqli vaziyatni namoyon etadi. O'zbekistonda keng qo'llaniladigan transport vositalarining rasmiy nomlari asosan koreys tilidagi kelib chiqishga ega — Nexia, Lacetti, Cobalt, Spark, Matiz, Damas — va o'zbek tilida hech qanday ichki ma'no kasb etmaydigan import tijorat belgilanishlarini ifodalaydi. Bu holat o'zbek vaziyatini nomlanish tizimi odatda ulardan foydalanuvchi madaniyat ichida yaratilgan ingliz tilidan farqlantiradi.

Biroq, rasmiy nomlardagi madaniy ma'noning yo'qligi o'zbek tilida so'zlashuvchilarning ushbu transport vositalari ustidan madaniy egalikni ta'kidlaydigan norasmiy xalq nomlanishining boy tizimini vujudga keltirdi. Xalq nomlanishi korpusi tahlili uch asosiy kategoriyani ko'rsatadi. Birinchi va eng mahsuldor kategoriya (xalq nomlarining 38%) jismoniy ko'rinishga asoslangan morfologik nomlanish bo'lib, unda transport vositalarining tashqi xususiyatlari asosida tavsiflovchi o'zbek nomlari beriladi. Kichik, dumaloq shakldagi Daewoo Matiz o'zining yumaloq, ixcham shaklidan kelib chiqib, tarvuz nomi bilan keng tanilgan. Spark esa ba'zi hududlarda koptok deb ataladi. Bu nomlar vizual o'xshashlik orqali nomlanishning o'ziga xos o'zbek kognitiv strategiyasini ifodalaydi.

Ikkinchi kategoriya (xalq nomlarining 29%) funksional yoki kontekstual nomlanishdan iborat bo'lib, unda transport vositalariga o'zbek ijtimoiy hayotidagi o'ynayotgan rollariga qarab nomlar beriladi. Belgilangan marshrutlar bo'ylab harakatlanadigan miniatürbuslar uchun ishlatiladigan rus tilidan o'zlashgan marshrutka so'zi o'zbek tiliga to'liq singib ketgan va ingliz tilidagi aniq ekvivalenti bo'lmagan madaniy jihatdan o'ziga xos transport tushunchasiga aylangan. Bu so'z nafaqat transport turini, balki postsovet Markaziy Osiyo shaharlariga xos shahar harakatchanligining butun bir ijtimoiy amaliyotini kodlaydi.

Uchinchi kategoriya (xalq nomlarining 21%) rang asosidagi nomlanishdan iborat bo'lib, xususan jamoat transportida o'zbek so'zlashuvchilari avtobus va minibuslarni rangi bilan atashadi: ko'k avtobus, sariq taksi. Bu pragmatik nomlanish strategiyasi kundalik muloqotda madaniy jihatdan qadrlanadigan to'g'rilik va vizual aniqlikni aks ettiradi. Bundan tashqari, bu holat sovet davri jamoat transport tizimida standart brend belgilanishining yo'qligi natijasida shakllanib, so'zlashuvchilarni transport vositalarini tijorat belgilanishlari o'rniga kuzatilgan xususiyatlar orqali tanishga o'rgatganidan dalolat beradi.

An'anaviy metaforik davomiylik. Ayniqsa diqqatga sazovor topilma — o'zbek tilida avtomobildan oldin mavjud bo'lgan transport vositalariga nisbatan qo'llaniladigan an'anaviy metaforik ramkaning mavjudligidir. Temir ot — dastlab o'n to'qqizinchi asrda o'zbek tilida temir yo'l poyezdiga nisbatan ishlatilib, hozirda ba'zan kuchli yengil avtomobillarga nisbatan ham qo'llaniladigan bu ibora — TRANSPORT VOSITASI — OT kontseptual metaforasini ifodalaydi. Bu inglizcha zoomorfiklik nomlanish an'anasiga o'xshash, ammo boshqa madaniy tarixdan kelib chiqadigan bir kontseptual metaforadir. Inglizcha Mustang chegara erkinligini eslatsa, o'zbekcha temir ot Markaziy Osiyo ko'chmanchi madaniyatida ot bilan bog'liq kuch va ishonchlilikni evoklar.

**Muhokama.**

Qiyosiy tahlil shuni ko'rsatadiki, ingliz va o'zbek transport nomlanishi tizimlari texnologiya, tabiat va o'zlikka nisbatan asosan farqli madaniy yo'nalishlarni aks ettiradi. Shu bilan birga, kontseptual metafora darajasida ular ma'lum chuqur tarkibiy o'xshashliklarni ham baham ko'radi.

Ingliz transport nomlanishi madaniy ishlab chiqarish doirasida faoliyat ko'rsatadi: nomlar muayyan madaniy qadriyatlar va intilishlarni uyg'otish maqsadida ataylab yaratiladi. Ingliz transport nomlarida erkinlik, kuch va tabiiy ulug'vorlikning ustunligi yigirmanchi asr boshlaridan beri Amerika avtomobil madaniyatining markazida turgan ochiq yo'l — g'arbga siljishning davomi sifatida — milliy mifologiyasini aks ettiradi. Bu Pillerning Amerika avtomobil madaniyati harakatchanlik va individual erkinlik milliy rivoyatidan ajralmas ekanligiga doir kuzatuvini tasdiqlaydi [7, 94-b.].

O'zbek transport nomlanishi, aksincha, madaniy moslashuv doirasida faoliyat ko'rsatadi. Transport vositalari asosan Koreyada ishlab chiqarilganligi sababli, rasmiy nomlar hech qanday ichki o'zbek madaniy mazmunini o'z ichiga olmaydi. Shu bois madaniy ifoda ikkinchi darajali xalq nomlanishi jarayoni orqali amalga oshadi, bu jarayon esa intilishga asoslangan metafora o'rniga vizual kuzatuv, pragmatik funksiya va ijtimoiy kontekst kabi boshqa lingvistik va madaniy tamoyillar bilan boshqariladi. Bu topilma transport vositalari nomlarining lingvokulturologik tahlili nafaqat rasmiy belgilanishlarni, balki amaliy ijtimoiy foydalanishdagi nomlarning to'liq doirasini ham qamrab olishi kerakligini ko'rsatadi.

Tahlilning chuqurroq darajasida, biroq, ikkala tizim ham kontseptual metaforaning bir xil asosiy kognitiv tuzilmasini baham ko'radi. Inglizcha TRANSPORT VOSITASI — KUCHLI HAYVON va o'zbekcha TRANSPORT VOSITASI — OT bir xil fundamental kognitiv xaritalashtiruvning madaniy jihatdan o'ziga xos talqinlarini ifodalaydi: transport vositalarini jonli, kuchli mavjudotlar prizmasidan idrok etish. Bu topilma Lakoff va Jonsonning kontseptual metaforalar universal kognitiv tuzilmalar ekanligiga doir argumentini qo'llab-quvvatlaydi [4, 19-b.].

O'zbek xalq nomlanishi ma'lumotlari muhim ijtimoiolingvistik o'lchamni ham namoyon etadi: nomlanish madaniy o'zlashtirish harakati sifatida. O'zbek tilida so'zlashuvchilar koreyscha transport vositasini tarvuz yoki koptok deb atashganda, ular nafaqat amaliy belgilanish yaratadi — ular import tijorat belgilanishi ustida o'zbek madaniy idrok va madaniy ramkalarning ustuvorligini ta'kidlovchi lingvistik harakat amalga oshiradi.

**Xulosa.**

Ushbu tadqiqot o'zbek va ingliz lingvistik landshaftlaridagi transport vositalari nomlarining ixtiyoriy tijorat belgilaridan ancha uzoq ekanligini ko'rsatdi. Ular o'ziga xos lingvistik jamoalarning qadriyatlari, tarixi va o'zlik yo'nalishlarini kodlaydigan madaniy jihatdan to'yingan lingvistik ob'ektlardir.

Ingliz tilida transport nomlanishi madaniyat ichidan kelib chiqib, zoomorfiklik, geomorfizm va tabiiy kuch semantik maydonlarining tizimli qo'llanilishi orqali erkinlik, tabiiy kuch va individual intilish kabi chuqur qadriyatlarni aks ettiradi. Bu nomlar Amerika madaniy mifologiyasini ifodalab, Amerika avtomobil madaniyatining global miqyobi orqali xalqaro ta'sir ko'rsatgan.

O'zbek tilida madaniy ifoda ikki tizim orqali amalga oshadi: hech qanday madaniy mazmunni o'z ichiga olmagan rasmiy import nomlari va o'zbek pertseptual hamda madaniy ramkalarini vizual, funksional va kontekstual nomlanish strategiyalari orqali ta'kidlovchi boy norasmiy xalq nomlari tizimi. Bu ikki qatlamli tizim madaniy moslashuvning davom etib turgan va ko'p qatlamli bo'lgan postsovet, global bog'liq kontekstdagi o'zbek avtomobil madaniyatining o'ziga xos tarixiy o'rnini aks ettiradi.

Kognitiv tuzilma darajasida ikkala tizim ham TRANSPORT VOSITASI — KUCHLI JONLI MAVJUDOT kontseptual metaforasining variantlarini qo'llaydi, bu esa ikkala tilda universal kognitiv ramkalar mavjudligini, ammo ularning madaniy mazmuning o'ziga xos bo'lib qolishini ko'rsatadi. Bu topilma lingvokulturologiyaning nazariy doirasiga texnik jihatdan belgilangan nomlanish sohalarining ham madaniy ma'noga to'la ekanligini isbotlab hissa qo'shadi. Kelajakdagi tadqiqotlar mahalliy avtomobil sanoati rivojlanishi bilan birga o'zbek transport nomlanishidagi diaxronik o'zgarishlarni, ijtimoiy tarmoqlarning xalq transport nomlarining tarqalishiga ta'sirini va tahlilni boshqa Markaziy Osiyo tillariga kengaytirishni o'rganishi mumkin.

**Adabiyotlar:**

1. Algeo, J. (1992). Fifty Years Among the New Words: A Dictionary of Neologisms, 1941–1991. Cambridge University Press. 47-b.
2. Begmatov, E. (1991). O'zbek ismlari. Toshkent: O'zbekiston. 73-b.
3. Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). Metaphors We Live By. University of Chicago Press. 4-b.

4. Landry, R., & Bourhis, R. Y. (1997). Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study. Journal of Language and Social Psychology, 16(1), 23–49. 25-b.
5. Maslova, V. A. (2001). Lingvokulturologiya. Moskva: Akademiya. 31-b.
6. Piller, I. (2001). Identity constructions in multilingual advertising. Language in Society, 30(2), 153–186. 89-b.
7. Spolsky, B., & Cooper, R. L. (1991). The Languages of Jerusalem. Oxford: Clarendon Press. 56-b.
8. Vorobyev, V. V. (1997). Lingvokulturologiya: teoriya i metody. Moskva: RUDN. 14-b.
9. Yo'ldoshev, B. (2008). O'zbek tilshunosligida onomastika masalalari. Toshkent: Fan. 38-b.