

INGLIZ VA O'ZBEK TILLARIDA OZIQ OVQAT KOMPONENTLI FRAZEOLOGIZMLARNING LINGVOMADANIY XUSUSIYATLARI

*Ilmiy rahbar: Filologiya fanlari doktori professor
Bohodirov Jahongirmirzo Abdumajidovich
JDPU 2-Chet tillar fakul'teti 2-bosqich magistranti
Tulaganov Ulug'bek Inomboy o'g'li*

Annotatsiya: Boshqa ko'plab lingvistik birliklar singari, ingliz tilidagi oziq-ovqat mahsulotlarini o'z ichiga olgan lingvistik birliklar ham turli tadqiqotlar uchun ishlatilgan. Shu bilan birga, ingliz va o'zbek tillaridagi oziq-ovqat iboralarining lingvistik o'ziga xosligini o'rganish bo'yicha oz tadqiqotlar olib borildi. Qiyosiy tahlilga asoslangan ushbu maqolada oziq-ovqat iborolari millatning milliy va madaniy o'ziga xosligini aks ettirishdagi ahamiyati muhokama qilinadi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, har bir millatda frazeologik birliklarning shakllanishi har bir millatning milliy dunyoqarashiga bog'liq, shuning uchun bir xil tushuncha o'rganilgan ikkita tilda turli iboralar bilan ifodalanishi mumkin. Maqolada inglizcha idiomatik birliklar ularning O'zbekcha ekvivalentlaridan foydalangan holda tahlil qilinadi va millatning dunyoqarashi va madaniy o'ziga xosligini aks ettiruvchi idiomalar namoyish etiladi. Ushbu tadqiqotga asoslanib, biz ikkala tilda ham madaniy ta'sir ko'rsatadigan oziq-ovqat tilini o'rganish uchun ko'proq tadqiqotlar o'tkazish kerakligini ta'kidlaymiz.

Tayanch so'zlar: jamiyat tarixi, oziq-ovqat iborolari, ekvivalenti, etnik, urf-odat, gastronomik iboralar, lingvistik birliklar.

Maqolada ingliz va o'zbek tillaridagi oziq-ovqat iboralarining asosiy lingvistik va madaniy xususiyatlarini aniqlashga harakat qilinadi. Maqolada keltirilgan g'oya shundan iboratki, gastronomik iboralar millat va uning urf-odatlariga haqida bilish uchun eng yaxshi tanlovdir. Lingvistik madaniyatlar sifatida lingvistik birliklar odamlarning milliy va madaniy o'ziga xosligini ifodalaydi. Ular millatning turmush tarzini, uning geografik joylashuvini, madaniyat bilan birlashtirilgan jamiyat tarixi va an'alarini ifodalashning eng muhim vositalaridan biridir. Ishda ingliz va o'zbek iboralarini ajratib olish va ularni madaniy nuqtai nazardan talqin qilish uchun ko'plab leksikografik asarlardan foydalanilgan.

Maqolada inglizcha iboralar o'zbek ekvivalenti bilan tahlil qilingan va idiomatik birliklarning aksariyati etnik jamoada yashovchi millatning o'ziga xosligini keng madaniy jihati bilan tasvirlashi aniqlangan. Ikkala tilda ham oziq-ovqat tarkibiy qismlari bo'lgan lingvistik birliklar ta'mga, ba'zi o'ziga xos xususiyatlarga, idishlarning tashqi ko'rinishiga va ma'nosiga ko'ra shakllanganiga qaramay,

ko'pchilik iboralar juda boshqacha ma'noga ega. Oziq-ovqat yoki oziq-ovqatga qaratilgan idiomalarga kelsak, bitta gipoteza ingliz va o'zbek oziq-ovqat tillarining paydo bo'lishi o'rtasida ikki tilning gastronomik iboralari qanchalik farq qilishi bilan bog'liqlik bor-yo'qligi bo'ladi. Kaskova M. E., Ustinova O. V., Bolshakova E. K. gastronomik komponentli frazeologizmlar o'ziga xos kontseptual doimiydir, chunki ular har bir tilda mavjud. Milliy oshxona, uning ramziyligi va terminologiyasi madaniyatni o'tmish, hozirgi va kelajak birga yashaydigan va doimiy muloqotni davom ettiradigan tizim sifatida tushunish va talqin qilishda muhim rol o'ynaydi. Madaniyatlararo nuqtai nazardan, bu muloqot turli xil mahsulotlar va milliy taomlarni bir xalqdan boshqasiga o'zlashtirishni o'z ichiga oladi. Margarita E. Kaskova o'z kitobida ingliz va rumin tillarida oziq-ovqat idiomalari va maqollari, Daniela korina Ionesku ingliz va rumin oziq-ovqat tilining madaniyatlararo jihatlarini tahlil qildi va oziq-ovqat va atrofimizdagi dunyoning kontseptual realizatsiyasi o'rtasida bog'liqlik bor-yo'qligini taxmin qildi, bu iboralar metafora bilan ijtimoiy va, ular paydo bo'lgan madaniy, tarixiy va lingvistik haqiqat deyoshimiz mumkin. Ta'kidlash joizki, ingliz tili lug'atida oziq-ovqat bilan bog'liq idiomalarning lingvistik-madaniy o'ziga xosligiga bag'ishlangan turli tadqiqotlar mavjud bo'lsa-da, ingliz va o'zbek iboralarining qiyosiy tahlili alohida o'rganilmagan.

Asosiy topilmalar va natijalar

Tilshunoslikda oziq-ovqat nomlari bilan bog'liq frazeologik birliklar muhim o'rin tutadi va frazeologik birliklarning shakllanishida oziq-ovqat tarkibiy qismlari bo'lgan iboralar ham muhim rol o'ynaydi. Oziq-ovqat bilan bog'liq frazeologiya birliklarining mavjudligi har qanday millat odamlariga voqealarga munosabatini ko'rsatish yoki vaziyatlarga nisbatan his-tuyg'ularini ifoda etishga yordam berish uchun juda muhimdir. Har bir oziq-ovqat mahsuloti odatda o'ziga xos xususiyatlarga ega. Misol uchun, ularning ba'zilari shirin bo'lishi mumkin bo'lsa, boshqalari achchiq va nordon bo'lishi mumkin. Ikkala tilda ham mavjud bo'lgan lingvistik birliklarni tahlil qilar ekanmiz, ba'zi iboralarning shirin ta'mi insonning yaxshilik yoki ijobiy fazilatlarini ifodalashga xizmat qilishini, achchiq yoki nordon ta'mi esa odamlarning qiyinchiliklari va salbiy fazilatlarini aks ettirishga yordam berishini kuzatishimiz mumkin. Biroq, mamlakat madaniyatiga, milliy dunyoqarashga qarab, ushbu xususiyatlarni ifodalovchi ovqatlar ikkala tilda ham farq qilishi mumkin.

Bir nechta misollar bilan biz o'z nuqtai nazarimizni isbotlaymiz:

«*Be'maza qovunning urug'i ko'p*» (*Tasteless melons have many seed*) iborasi insonning salbiy xarakterini tasvirlashga xizmat qiladi. Shuni ta'kidlash kerakki, qovun shirin ekinlardan biridir, ammo ular orasida lazzatsizlarni ham topish mumkin. Qovun urug'idan o'sadi va ta'msiz qovun urug'larining ko'pligi uning ko'payishiga olib kelishi mumkin. Idioma hayotda yaxshi odamlarga qo'shimcha ravishda yomon niyatli odamlarni topish mumkinligini yoritadi. Yomon odamlarning do'stlari, tanishlari,

o'zlari kabi hamrohlari ko'p. Ular hatto yaxshi odamlarni ham undagi ijobiy fazilatlarni salbiy fazilatlarga o'zgartirishi mumkin.

Inglizlar bu iborani "*as sour as vinegar*", deya atab yomon, yovuz yoki yoqimsiz odamni tasvirlash uchun ishlatishadi. Ma'lumki, sirka ovqatning ta'mini boyitish uchun kislotali pishirish tarkibiy qismidir. Ammo uni o'z-o'zidan iste'mol qilish mumkin emas, shuning uchun uning nordon ta'mi salbiy ma'noda ishlatiladi. Aksincha, nihoyatda shirin, mehribon yoki mehribon odam "*as sweet as honey*" iborasi bilan ifodalanadi.

Keyingi misolda biz bodringning o'ziga xos lazzati odamning yoqimsiz xususiyatlarini ko'rsatish uchun ishlatilganligini ham ko'rishimiz mumkin: *«bodringcha maza matrasi yo'q» (as tasteless as a cucumber)*. Ma'lumki, bodring mazali emas, ba'zilar achchiqdir. Natijada, sabzavotning bu xususiyati har doim bema'ni gapiradigan odamning shaxsiyatiga o'tkaziladi. O'zbek madaniyatida *«O'g'zidan bol tomib maqtamoq» (praise someone with dripping honey from one's mouth)* iborasi odam birovning yoqimli xususiyatlari va ijobiy fazilatlarni maqtamoqchi bo'lganida ishlatiladi. Shirin ta'mi tufayli asal asosan o'zbek frazeologiyalarida ijobiy ma'no ifodalash uchun qo'llaniladi. O'zbek yozuvchisi O'. Hoshimov o'zining *«Tushda kechgan umrlar»* va *«Shaharlik kuyov»* kitoblarida ushbu frazeologik birlik bilan kimnidir maqtashini bildirgan.

«Bog'bon amaki o'g'lidan bol tomib yangangizni maqtay ketdi.» («Shaharlik kuyov» P. 400) Shuni ta'kidlash kerakki, ingliz va o'zbek frazeologik birliklari tasvir-triggerlik funksiyasiga ega. Va bu xususiyat oziq-ovqat mahsulotlarini yetkazadigan iboralarda ham kuzatilishi mumkin, ya'ni oziq-ovqat mahsulotlarining ko'rinishi odamning o'ziga xos xususiyatlarini tasvirlashga yordam beradi. Masalan, ikkala tilda ham odamning xijolati o'xshash iboralar bilan ifodalanadi. Ingliz tilida *«Red as a beet»* va o'zbek tilida *«lavlagisi chiqib ketdi» (turned into a beet)* uyalishni anglatadi. Biror kishi xijolat bo'lganda, uning yuzi qizarib ketadi va yuzida uyat hissi paydo bo'ladi. Ma'lumki, lavlagi qizil rangda, shuning uchun ikkala millat ham ushbu sabzavotning tashqi xususiyatlaridan ma'lum bir vaziyatda odamning tashqi ko'rinishiga o'xshashligini ko'rsatish uchun foydalanilgan.

Yana bir misol, *«milk-white»* va *«sutdek oppoq»* iboralarini (*white as milk*) tasvirni qo'zg'atuvchi frazeologiyalar deb hisoblash mumkin. Sutning rangi oq bo'lgani uchun u inson tanasining oqligini ifodalashga yordam beradi. Bundan tashqari, *«qizil»* rang bilan bog'liq tushunchalar yoki umumiy g'oyalar olma yoki gilos bilan ifodalanadi. Ingliz madaniyatida *«as red as cherry»* iborasi mavjud, ammo uning o'zbek tiliga so'zma-so'z tarjimai o'zaro hamkorlik ishtirokchilari uchun tushunarsiz bo'lishi mumkin. Chunki *«olmadek qizil» (red as an apple)* yoki *«shirmoy kulchadek qizil» (red as a little bread)* kabi iboralar o'zbek mentalitetida uchraydi.

Har bir millatning milliy xususiyatlari birinchi navbatda milliy oshpazlik mahsulotlari bilan bog'liq frazeologik birliklarda ifodalanadi. Ularda taqdim etilgan oshpazlik mahsulotlarining nomlari xalqlarning milliy va madaniy xususiyatlari haqida tasavvur beradi. Asosan, har bir xalq kundalik hayotda o'z milliy taomlarini iste'mol qiladi, shuningdek, an'anaviy ravishda turli bayramlar uchun milliy taomlarni tayyorlaydi. Ingliz milliy taomlari nonushta, *baliq va chipslar, qovurilgan mol go'shti, sho'rva, sendvich* va boshqalarni o'z ichiga oladi. Ingliz oshxonasidan farqli o'laroq, o'zbek oshxonasi ancha boy bo'lib, unda «*Palov*», «*Somsa*», «*lag'mon*», «*moshxo'rda*», «*sho'rva*», «*Norin*» va boshqalar mavjud. Ushbu taomlarning nomlari o'zbek va ingliz frazeologik birliklarida uchraydi va ularning milliy o'ziga xosligini ko'rsatish uchun muhimdir.

Keling, milliy taomlar bilan bog'liq bir misolni ko'rib chiqaylik. «*English breakfast*» bu tilda belgilangan ibora bo'lib, tuxum, Bekon yoki jambon, tost va dondan iborat muhim nonushta degan ma'noni anglatadi. Ushbu ibora ingliz madaniyatiga xos bo'lib, inson bilishida ingliz nonushta ratsionini aks ettiradi. Ingliz an'anaviy taomini o'z ichiga olgan yana bir frazeologik birlik «*over-egg the pudding*» noto'g'ri narsa qilishni yoki juda ko'p ish qilish yoki vaziyatni yaxshilashga harakat qilish orqali yomonroq narsani olishni anglatadi. Bu juda ko'p tuxum pishirilgan mahsulotlarni buzishi mumkinligini ko'rsatadigan oddiy so'zma-so'z ibora sifatida paydo bo'lgan. O'zbek tilida «qovun tushurmoq» iborasini buning analogi sifatida ishlatilishi mumkin.

Frazeologik birliklarning keyingi misollari kimningdir boshqalarning ishlariga aralashishini ifodalashga yordam beradi. O'zbek xalqi bu tushunchani ifodalash uchun «*Oshga qatiq bo'lmoq*», «*moshxo'rdaga qatiq bo'lmoq*» iboralarini qo'llaydi. «*Ataladan chiqqan suyak*» o'zbek milliy taomining yana bir misoli muayyan vaziyatda ortiqcha odamni anglatadi. Odatda bu taomni tayyorlashda unga go'sht qo'shilmaydi. U qovurilgan un, suv va sariyog'dan tayyorlanadi. Go'sht qo'shilmagani uchun undan suyaklar chiqmaydi. Shunday qilib, ifoda munosabatlardagi keraksiz odamni anglatadi.

O'zbek milliy taomlari bilan bog'liq frazeologik birliklarni tahlil qilib, ularning aksariyati «*Osh*» milliy taomidan tashkil topganligini aniqlashtirish mumkin. Masalan, «*oshga tushgan pashshadek*», «*og'zi oshga yetganda*», «*og'zidagi oshini oldirish*», «*oshini oshab, yoshini yashab bo'ldi*», «*osh bo'lsin*», «*oshiga sherik bo'lmoq*», «*oshi tatimadi*», «*osh bermoq*». Bundan tashqari, o'zbek mentalitetida non muhim va qimmatbaho taom hisoblanadi. Va bizning tahlilimiz natijalari shuni ko'rsatdiki, non yoki non mahsulotlarini o'z ichiga olgan frazeologik birliklarning asosiy qismi inson daromadlari manbasini yoki ularning ijtimoiy mavqeini ifodalash uchun ishlatiladi. Masalan, «*noni butun*» – hayot uchun zarur bo'lgan hamma narsaga ega bo'lish; «*nonni moy bilan yemoq*» – farovon hayot mo'l – ko'l; «*noniga sherik bo'lmoq*» –birovning daromadiga sherik bo'lish; «*nonni betashvish yemoq*» - parcha bo'lib yashash; «*gadoydan non tilamoq*» - juda kambag'al bo'lish; «*non gadoyi*» – kambag'al; «*non*

topmoq» - pul topish; «*bitta noni ikkita bo'ldi*» - qattiq mehnat bilan o'z hayotini yaxshilash; «*noni yarimta*» - sherik yoki raqobatchi tufayli daromadining pasayishi; «*non – u qoq bilan kun kechirmoq*» - kambag'al va boshqalar.

«*Non*» komponenti bilan bir xil tushunchani ifodalovchi ba'zi inglizcha iboralar mavjud, masalan, «*bring home the bacon*» – pul ishlash; «*someone's bread and butter*» – yashash manbai; «*break bread with someone*» – kimdir bilan ovqatni baham ko'rish; «*bread winner*» - eng ko'p pul topadigan oila a'zosi ma'nolarini anglatadi.

Xulosa: Yuqoridagi tahlil shuni ko'rsatadiki, o'zbek va ingliz tillarida oziq-ovqat nutqlari o'rtasida o'xshashlik va farqlar mavjud. Farqni har bir xalqning milliy oshpazlik mahsulotlari va taomlari bilan o'ziga xos iboralari borligi va har bir xalqning milliy va madaniy idrokiga qarab, iboralarning ma'nolari farq qilishi mumkinligi bilan izohlash mumkin. Tilning lingvistik birligi odamlarning milliy va madaniy o'ziga xosliklarini etkazish va aniqlashda muhim rol o'ynaydi. U odamlarning dunyoqarashi va milliy xususiyatlarini aks ettirganligi sababli, oziq-ovqat komponenti har bir millatning ifoda etilishida ishtirok etadi. Bu maqolada keng ma'no va ma'noga ega oziq-ovqat tarkibiy qismlaridan tashkil topgan frazeologik birliklarni tahlil qilish orqali tasdiqlangan.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Ashurova D. U., Galieva M. R. Cultural Linguistics. – Tashkent, Uzkitobsavdonashriyot, 2019.
2. Flavell L., Flavell R. Dictionary of idioms and their origins. – London.: Kylie Cathie LTD, 1994.
3. Ionescu D.C. A Contrastive Analysis of Food Idioms: Linguistic and Cultural Perspective. – Bucharest: Oscar Print Publishing Company, 2017.
4. Kaskova M.E, Ustinova O.V, Bolshkova E.K. Phraseological Units with the Word “Bread” in Russian, French and Italian Linguocultures // RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics. – 2020. – No.2. – P. 319-329.
5. Pinnavoia L. Food and Drink Idioms in English. – Newcatle upon Tyne.: Cambridge Scholars Publishing, 2018.
6. Rahmatullayev Sh. O'zbek tilining izohli frazeologik lug'ati. – Toshkent.: O'qituvchi, 1978.
7. Shomaqsudov Sh., Shorahmedov Sh. Ma'nolar Maxzani. Toshkent.: O'zbekiston milliy ensiklopediyasi, 2001.