Ilmiy tadqiqotlar va ularning yechimlari jurnali
Aoka guvohnoma № 323759 ISSN: 3060-4818

“XUNUKLIK” HAMDA “GO‘ZALLIK” DIXOTOMIYASI INGLIZ VA O‘ZBEK TILLARIDA OLAMNING FRAZEOLOGIK MANZARASINI TASVIRLASH VOSITALARIDAN BIRI SIFATIDA

Bozorova Dilnoza Omonovna
Buxoro Xalqaro Universiteti magistiranti
e-mail: bozorovad760@gmail.com
Tel: +998935158487
Doi: https://doi.org/10.5281/zenodo.20313505

Annotatsiya: Mazkur maqolada ingliz va o‘zbek tillaridagi “go‘zallik” hamda “xunuklik” tushunchalarining frazeologik birliklarda ifodalanishi lingvokulturologik hamda semantik jihatdan tahlil qilinadi. Tadqiqotda olamning frazeologik manzarasi nazariyasi asosida ikki xalqning estetik qarashlari, madaniy stereotiplari va baholash mezonlari o‘rganildi. Ingliz tilidagi “beauty is only skin deep”, “easy on the eyes”, “ugly duckling” kabi birliklar hamda o‘zbek tilidagi “oy desa og‘zi bor”, “ko‘rimsiz”, “bashara-bast”, “ko‘ngil go‘zalligi” kabi frazeologik birliklarning semantik xususiyatlari qiyosiy tahlil qilindi. Tadqiqot davomida frazeologik birliklarning inson tashqi qiyofasi, ichki dunyosi, axloqiy sifatlari va jamiyatdagi estetik me’yorlarni ifodalashdagi o‘rni yoritildi. Natijalar ingliz va o‘zbek tillarida go‘zallik ko‘proq ijobiy axloqiy va estetik mezonlar bilan bog‘lanishini, xunuklik esa salbiy baholash, nomaqbullik va ijtimoiy stereotiplarni ifodalashda faol qo‘llanishini ko‘rsatdi. Maqola frazeologik birliklarning milliy tafakkur va madaniyatni aks ettiruvchi vosita sifatidagi ahamiyatini ochib beradi.
Kalit so‘zlar: Frazeologiya, olamning frazeologik manzarasi, go‘zallik, xunuklik, dixotomiya, lingvokulturologiya, semantika, frazeologik birlik, ingliz tili, o‘zbek tili.

Аннотация: В данной статье с лингвокультурологической и семантической точек зрения анализируется выражение понятий «красота» и «уродство» во фразеологических единицах английского и узбекского языков. На основе теории фразеологической картины мира в исследовании изучаются эстетические взгляды, культурные стереотипы и оценочные критерии двух народов. Проведён сравнительный анализ семантических особенностей таких английских фразеологических единиц, как “beauty is only skin deep”, “easy on the eyes”, “ugly duckling”, а также узбекских выражений “oy desa og‘zi bor”, “ko‘rimsiz”, “bashara-bast”, “ko‘ngil go‘zalligi”. В ходе исследования раскрыта роль фразеологических единиц в выражении внешнего облика человека, его внутреннего мира, нравственных качеств и эстетических норм общества. Результаты показали, что в английском и узбекском языках красота в большей степени связывается с положительными нравственными и эстетическими критериями, тогда как уродство активно используется для выражения отрицательной оценки, неприемлемости и социальных стереотипов. Статья раскрывает значение фразеологических единиц как средства отражения национального мышления и культуры.
Ключевые слова: Фразеология, фразеологическая картина мира, красота, уродство, дихотомия, лингвокультурология, семантика, фразеологическая единица, английский язык, узбекский язык.

Abstract: This article analyzes the representation of the concepts of “beauty” and “ugliness” in phraseological units of the English and Uzbek languages from linguocultural and semantic perspectives. Based on the theory of the phraseological worldview, the study examines the aesthetic perceptions, cultural stereotypes, and evaluative criteria of the two peoples. A comparative semantic analysis was conducted on such English phraseological units as “beauty is only skin deep,” “easy on the eyes,” and

“ugly duckling,” as well as Uzbek phraseological expressions such as “oy desa og‘zi bor,” “ko‘rimsiz,” “bashara-bast,” and “ko‘ngil go‘zalligi.” The research highlights the role of phraseological units in expressing a person’s physical appearance, inner world, moral qualities, and the aesthetic norms of society. The results demonstrate that in both English and Uzbek languages, beauty is more closely associated with positive moral and aesthetic values, whereas ugliness is actively used to express negative evaluation, undesirability, and social stereotypes. The article reveals the importance of phraseological units as a means of reflecting national mentality and culture.

Keywords: Phraseology, phraseological worldview, beauty, ugliness, dichotomy, linguoculturology, semantics, phraseological unit, English language, Uzbek language.

Kirish

Til xalqning tarixiy tajribasi, dunyoqarashi va madaniyatini aks ettiruvchi asosiy vositalardan biridir. Ayniqsa, frazeologik birliklar xalq tafakkuri va milliy qadriyatlarining eng yorqin ifodachilaridan hisoblanadi. Tilshunoslikda “olamning lisoniy manzarasi” tushunchasi insonning atrof-muhitni til orqali idrok etishi bilan bog‘liq holda o‘rganiladi [1]. Shu nuqtai nazardan, go‘zallik va xunuklik tushunchalari har bir xalqning estetik qarashlarini, axloqiy qadriyatlarini hamda ijtimoiy baholash mezonlarini aks ettiradi.

Frazeologik birliklar tarkibida go‘zallik va xunuklikni ifodalovchi birliklar ko‘plab uchraydi. Ingliz tilida “beauty is in the eye of the beholder”, “ugly as sin”, “easy on the eyes” kabi iboralar insonning tashqi va ichki sifatlarini obrazli ifodalaydi [2]. O‘zbek tilida esa “oy desa og‘zi bor, kun desa ko‘zi bor”, “ko‘ngli go‘zal”, “afti sovuq” kabi birliklar xalqning estetik va ma’naviy baholash tizimini ifodalovchi vositalar sifatida qo‘llanadi [3].

Lingvokulturologik tadqiqotlarda frazeologik birliklarning milliy tafakkur va madaniyat bilan uzviy bog‘liqligi ta’kidlanadi. V.N. Teliya frazeologizmlarni “madaniy xotira birligi” sifatida baholaydi [4]. A.V. Kunin esa frazeologik birliklarni tilning barqaror va obrazli birliklari sifatida tavsiflagan [5]. Shu sababli go‘zallik va xunuklik dixotomiyasini frazeologik jihatdan o‘rganish ingliz va o‘zbek xalqlarining madaniy-estetik qarashlarini qiyoslash imkonini beradi.

Mazkur maqolaning maqsadi ingliz va o‘zbek tillarida “go‘zallik” hamda “xunuklik” tushunchalarini ifodalovchi frazeologik birliklarni qiyosiy tahlil qilish hamda ularning olamning frazeologik manzarasini yaratishdagi rolini aniqlashdan iborat.

Metodologiya

Tadqiqot davomida qiyosiy-tipologik, semantik, lingvokulturologik va tavsifiy metodlardan foydalanildi. Ingliz tilidagi frazeologik birliklar A.V. Kuninning “English-Russian Phraseological Dictionary” hamda Oxford Dictionary of Idioms manbalari asosida tanlandi [5], [6]. O‘zbek tilidagi birliklar esa Sh. Rahmatullayevning “O‘zbek tilining izohli frazeologik lug‘ati” va boshqa frazeologik lug‘atlar asosida o‘rganildi [3].

Tahlil jarayonida go‘zallik va xunuklik semalariga ega bo‘lgan frazeologik birliklar ajratib olindi hamda ularning semantik strukturalari qiyoslandi. Frazeologik birliklarning denotativ va konnotativ ma’nolari, emotsional-ekspressiv xususiyatlari va madaniy komponentlari tahlil qilindi.

Shuningdek, lingvokulturologik yondashuv asosida estetik tushunchalarning xalq mentalitetida qanday aks etishi ham o‘rganildi. Tadqiqot uchun 100 dan ortiq inglizcha va o‘zbekcha frazeologik birliklar tahlil qilindi.

Natijalar

Tahlil natijalari shuni ko‘rsatdiki, ingliz va o‘zbek tillarida go‘zallik tushunchasi ko‘pincha tashqi ko‘rinish bilan bir qatorda ichki ma’naviy sifatlarni ham ifodalaydi. Ingliz tilidagi “beauty is only skin deep” frazeologizmi tashqi go‘zallik vaqtinchalik ekanini, insonning asl qadri ichki dunyosida ekanini

bildiradi [6]. O‘zbek tilidagi “ko‘ngli go‘zal” iborasi ham aynan ichki go‘zallikni ifodalash uchun ishlatiladi [3].

Ingliz tilida “easy on the eyes” iborasi tashqi ko‘rinishi yoqimli insonni tasvirlasa, “ugly as sin” juda xunuk inson yoki narsani ifodalaydi [6]. O‘zbek tilida esa “afti sovuq”, “bashara-bast” kabi birliklar salbiy estetik bahoni ifodalaydi [3].

Tahlillar natijasida quyidagi semantik guruhlar aniqlandi:

- tashqi go‘zallikni ifodalovchi birliklar;
- ichki go‘zallikni ifodalovchi birliklar;
- tashqi xunuklikni bildiruvchi birliklar;
- axloqiy xunuklikni ifodalovchi birliklar.

Ingliz tilida go‘zallik ko‘pincha individuallik va shaxsiy baholash bilan bog‘liq holda ifodalangan. Masalan, “beauty is in the eye of the beholder” iborasi estetik baholashning subyektivligini bildiradi [2]. O‘zbek tilida esa go‘zallik ko‘proq ijtimoiy va ma’naviy mezonlar bilan bog‘lanadi. “Odob husn” yoki “husni jamol emas, husni kamol” kabi iboralar bunga misol bo‘la oladi [7].

Xunuklikni ifodalovchi birliklarda esa salbiy emotsional-ekspressiv bo‘yoq kuchli ekanligi kuzatildi. Ingliz tilidagi “ugly duckling” iborasi dastlab xunuk ko‘ringan, keyinchalik go‘zal bo‘lib yetishgan insonni ifodalasa, o‘zbek tilida “ko‘rimsiz” yoki “xunuk bashara” kabi birliklar salbiy estetik baholashni bildiradi [6], [3]

Tahlil va muhokama

Frazeologik birliklar har bir xalqning tarixiy tajribasi, milliy tafakkuri va madaniy qadriyatlarini o‘zida mujassamlashtiruvchi muhim til qatlamidir. Tilshunoslikda frazeologizmlar “ikkinchi darajali nominativ birliklar” sifatida talqin qilinadi va ular insonning olamni obrazli tarzda idrok etishini ifodalaydi [4]. Ayniqsa, go‘zallik va xunuklik kabi estetik kategoriyalar tilning frazeologik qatlamida juda faol namoyon bo‘ladi. Bu tushunchalar insoniyat tafakkurida qadimdan mavjud bo‘lib, ular estetik baholash, ijtimoiy stereotip va axloqiy mezonlarning shakllanishiga ta’sir etgan [8].

Ingliz va o‘zbek tillaridagi frazeologik birliklar tahlili shuni ko‘rsatadiki, har ikki tilda go‘zallik tushunchasi nafaqat tashqi ko‘rinish, balki ichki ruhiy va axloqiy sifatlar bilan ham bog‘liq holda talqin qilinadi. Biroq ushbu tushunchaning ifodalanishida lingvokulturologik tafovutlar mavjud. Ingliz tilidagi frazeologik birliklarda individualizm va shaxsiy estetik baholash ustuvorlik qilsa, o‘zbek tilida jamoaviy qadriyatlar, ma’naviy poklik va odob mezonlari asosiy o‘rinda turadi.

Ingliz tilidagi “beauty is in the eye of the beholder” iborasi go‘zallikning nisbiy va subyektiv hodisa ekanini ifodalaydi [2]. Mazkur frazeologizm ingliz madaniyatidagi individual qarashlar va shaxsiy fikr erkinligining muhimligini aks ettiradi. Ushbu ibora orqali biror shaxs yoki predmetning go‘zalligi umumiy standartlarga emas, balki insonning shaxsiy estetik idrokiga bog‘liqligi ta’kidlanadi. Bu holat G‘arb madaniyatida individual estetik mezonlarning shakllanganini ko‘rsatadi.

O‘zbek tilidagi frazeologik birliklarda esa go‘zallik ko‘proq axloqiy va ma’naviy fazilatlar bilan bog‘lanadi. Masalan, “husni xulq”, “ko‘ngli go‘zal”, “yuragi toza” kabi iboralar insonning ichki dunyosini estetik mezon sifatida talqin qiladi [3]. Sharqona tafakkurda insonning tashqi ko‘rinishidan ko‘ra uning odobi, ma’naviyati va axloqiy barkamolligi yuqori baholangan. Shu sababli o‘zbek frazeologiyasida ichki go‘zallikni ifodalovchi birliklar son jihatdan ham, semantik jihatdan ham muhim o‘rin egallaydi.

Frazeologik birliklarda go‘zallik tushunchasi ko‘pincha tabiat obrazlari orqali ifodalanadi. O‘zbek tilidagi “oy desa og‘zi bor, kun desa ko‘zi bor” iborasida oy va quyosh obrazlari go‘zallikning eng oliy ramzi sifatida qo‘llanadi [3]. Sharq adabiyoti va folklorida oy obrazi ayol go‘zalligining asosiy poetik timsollaridan biri hisoblanadi. Xususan, Alisher Navoiy asarlarida ham ma’shuqaning yuzi oyga qiyoslanadi. Bu obraz frazeologik birliklarda ham faol saqlanib qolgan.

Ingliz tilida esa “as pretty as a picture” frazeologizmi orqali go‘zallik tasviriy san’at bilan qiyoslanadi [6]. Mazkur ibora G‘arb madaniyatida vizual estetikaning yuqori ahamiyatga ega ekanini ko‘rsatadi. Bundan tashqari, ingliz tilida “easy on the eyes” kabi iboralar inson tashqi ko‘rinishining estetik jihatdan yoqimliligini ifodalaydi. Ushbu birliklarda go‘zallik ko‘proq vizual qabul qilish bilan bog‘langan.

Xunuklikni ifodalovchi frazeologik birliklarda esa salbiy emotsional-ekspressiv bo‘yoq kuchli namoyon bo‘ladi. Ingliz tilidagi “ugly as sin” iborasi juda xunuk inson yoki predmetni ifodalash uchun ishlatiladi [6]. Bu yerda “sin” – gunoh tushunchasi bilan xunuklik o‘rtasida semantik bog‘liqlik mavjud. Demak, ingliz tilida estetik xunuklik ma’naviy salbiylik bilan ham bog‘langan.

O‘zbek tilida “afti sovuq”, “bashara-bast”, “ko‘rimsiz” kabi frazeologik birliklar tashqi xunuklikni ifodalash uchun qo‘llanadi [3]. “Afti sovuq” iborasida nafaqat tashqi ko‘rinish, balki insonning salbiy xarakteri ham ifodalanishi mumkin. Bu esa frazeologik birliklarda tashqi va ichki baholashning o‘zaro uyg‘unlashganini ko‘rsatadi.

Axloqiy xunuklikni ifodalovchi birliklar ham har ikki tilda keng uchraydi. Ingliz tilidagi “black-hearted” iborasi yovuz, rahmsiz insonni ifodalaydi [6]. O‘zbek tilidagi “ichi qora” frazeologizmi ham aynan shu ma’noda qo‘llanadi [3]. Bu o‘xshashlik inson tafakkurida “qora rang”ning salbiy ma’no bilan bog‘lanishini ko‘rsatadi. Rang semantikasi tilshunoslikda muhim tadqiqot obyektlaridan biri bo‘lib, ko‘plab tillarda qora rang yovuzlik, g‘am va salbiylik timsoli sifatida namoyon bo‘ladi [8].

Frazeologik birliklarning lingvokulturologik tahlili shuni ko‘rsatadiki, go‘zallik va xunuklik tushunchalari xalqning diniy qarashlari bilan ham chambarchas bog‘liq. Islom madaniyatida ichki poklik va axloqiy barkamollik muhim qadriyat sifatida talqin qilinadi. Shu sababli o‘zbek tilidagi ko‘plab frazeologik birliklarda go‘zallik tushunchasi ma’naviy poklik bilan bog‘langan. Masalan, “yuragi pok”, “ko‘ngli oq” kabi birliklar insonning ma’naviy go‘zalligini ifodalaydi [7].

G‘arb madaniyatida esa individual estetik qarashlar va tashqi ko‘rinishga katta e’tibor qaratilishi ingliz tilidagi frazeologik birliklarda yaqqol seziladi. Ayniqsa, zamonaviy ingliz tilida tashqi go‘zallikni ifodalovchi frazeologik birliklar reklama, moda va ommaviy madaniyat ta’sirida faol qo‘llanmoqda [11].

Tadqiqot davomida tahlil qilingan frazeologik birliklarning statistik ko‘rsatkichlari ham muhim ilmiy xulosalar chiqarish imkonini berdi. O‘rganilgan birliklarning taxminan 60 foizi tashqi go‘zallik va xunuklikni ifodalasa, 40 foizi ichki axloqiy sifatlarni ifodalashga xizmat qilgan. Bu holat inson estetik tafakkurida tashqi ko‘rinishning muhim o‘rin tutishini ko‘rsatadi. Shu bilan birga, o‘zbek tilidagi birliklarda ichki go‘zallikni ifodalovchi frazeologizmlar sonining ko‘proq uchrashi milliy mentalitetning ma’naviy qadriyatlarga asoslanganini anglatadi.

Frazeologik birliklarda metaforik obrazlilikning yuqori darajada ekanligi ham kuzatildi. Lakoff va Johnson metafora inson tafakkurining asosiy mexanizmlaridan biri ekanini ta’kidlaydi [8]. Go‘zallik va xunuklikni ifodalovchi frazeologik birliklarda metaforik obrazlar juda faol qo‘llanadi. Masalan, ingliz tilidagi “ugly duckling” iborasi dastlab boshqalardan farq qiluvchi va yoqimsiz ko‘ringan, keyinchalik esa ijobiy tomondan namoyon bo‘lgan insonni anglatadi. Ushbu ibora Hans Christian Andersen ertagiga asoslangan bo‘lib, keyinchalik xalq tiliga frazeologik birlik sifatida kirib kelgan [2].

O‘zbek tilida esa “gul yuz”, “parivash”, “oy yuzli” kabi poetik frazeologizmlar inson go‘zalligini tabiat va mifologik obrazlar orqali ifodalaydi [7]. Bu birliklar Sharq poetik tafakkurining frazeologiyaga kuchli ta’sir ko‘rsatganini bildiradi.

Frazeologik birliklarning gender xususiyatlari ham alohida e’tiborga loyiqdir. Tadqiqot davomida ayollar go‘zalligini ifodalovchi birliklar erkaklarga nisbatan ancha ko‘p ekanligi aniqlandi. Ingliz tilida “fair lady”, “beauty queen”, “dolly bird” kabi birliklar ayol go‘zalligini ifodalash uchun ishlatiladi [10]. O‘zbek tilida esa “suluv”, “oyjamol”, “parichehra” kabi birliklar ayol go‘zalligini ideallashtiradi.

Bu holat tarixiy va ijtimoiy stereotiplar bilan bog‘liq bo‘lib, ko‘plab jamiyatlarda ayol tashqi ko‘rinishiga ko‘proq estetik baho berilganini ko‘rsatadi. Erkaklarga oid frazeologik birliklarda esa

ko‘proq jasorat, kuch va xarakter sifatlari tasvirlanadi. Shu sababli gender stereotiplari frazeologik tizimda ham aks etadi [10].

Go‘zallik va xunuklik dixotomiyasi frazeologik birliklarda oppozitsion xarakterga ega. Go‘zallik ijobiy baholash bilan bog‘liq bo‘lsa, xunuklik salbiy baholash vositasi sifatida qo‘llanadi. Tilshunoslikda bunday qarama-qarshiliklar binar oppozitsiya sifatida o‘rganiladi [1]. Frazeologik birliklarda ushbu oppozitsiya insonning estetik va axloqiy baholash tizimini shakllantirishda muhim rol o‘ynaydi.

Globallashuv jarayonlari ham frazeologik tizimga sezilarli ta’sir ko‘rsatmoqda. Ingliz tilining xalqaro kommunikatsiyadagi mavqei oshgani sari ingliz frazeologizmlarining boshqa tillarga kirib kelishi kuchaymoqda [11]. Shu bilan birga, milliy frazeologik birliklar xalqning madaniy identifikatori sifatida saqlanib qolmoqda. O‘zbek tilidagi milliy frazeologizmlar xalqning tarixiy tajribasi, urf-odatlari va estetik idealini aks ettiruvchi noyob birliklar sifatida qadrlanadi.

Frazeologik birliklarning tarjima jarayonidagi xususiyatlari ham muhim ahamiyatga ega. Go‘zallik va xunuklikni ifodalovchi frazeologik birliklarni bir tildan ikkinchi tilga tarjima qilishda to‘liq ekvivalent topish har doim ham mumkin emas. Masalan, ingliz tilidagi “beauty is in the eye of the beholder” iborasi o‘zbek tiliga mazmunan tarjima qilinadi, biroq uning stilistik va madaniy bo‘yoqlari to‘liq saqlanmasligi mumkin. Xuddi shuningdek, “oy desa og‘zi bor, kun desa ko‘zi bor” iborasini ingliz tiliga aynan tarjima qilish qiyin, chunki undagi Sharq poetik tafakkuriga xos obrazlilik boshqa madaniyatda to‘liq mos kelmaydi.

Umuman olganda, ingliz va o‘zbek tillaridagi go‘zallik hamda xunuklikni ifodalovchi frazeologik birliklar xalqning olam haqidagi estetik va axloqiy qarashlarini aks ettiruvchi muhim lingvistik vositalar hisoblanadi. Ularning semantik va lingvokulturologik tahlili til, tafakkur va madaniyat o‘rtasidagi uzviy bog‘liqlikni ko‘rsatadi.

Xulosa

Tadqiqot natijalari ingliz va o‘zbek tillarida “go‘zallik” va “xunuklik” tushunchalari frazeologik birliklar orqali keng va obrazli ifodalanishini ko‘rsatdi. Har ikki tilda estetik baholash nafaqat tashqi ko‘rinish, balki insonning ichki dunyosi va axloqiy sifatlari bilan ham bog‘liq holda namoyon bo‘ladi.

Ingliz tilida go‘zallik ko‘proq subyektiv va individual hodisa sifatida talqin qilinsa, o‘zbek tilida u ma’naviy barkamollik va odob bilan uzviy bog‘liq tarzda ifodalanadi. Xunuklikni ifodalovchi frazeologik birliklarda esa salbiy emotsional-ekspressiv bo‘yoq ustunlik qiladi.

Frazeologik birliklar xalqning tarixiy tajribasi, milliy tafakkuri va madaniy qadriyatlarini aks ettiruvchi muhim lingvistik vosita ekanligi yana bir bor tasdiqlandi. Mazkur tadqiqot ingliz va o‘zbek tillaridagi estetik konseptlarni qiyosiy o‘rganishda muhim ilmiy ahamiyatga ega.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. Маслова В.А. Лингвокультурология. – Москва: Академия, 2001. – Б. 27–45.
2. Mieder W. Proverbs: A Handbook. – Westport: Greenwood Press, 2004. – P. 56–73.
3. Раҳматуллаев Ш. Ўзбек тилининг изоҳли фразеологик луғати. – Тошкент: Ўқитувчи, 1992. – Б. 112–256.
4. Телия В.Н. Русская фразеология. – Москва: Школа «Языки русской культуры», 1996. – Б. 98–121.
5. Kunin A.V. English-Russian Phraseological Dictionary. – Moscow: Russian Language Publishers, 1984. – P. 134–278.
6. Siefring J. Oxford Dictionary of Idioms. – Oxford: Oxford University Press, 2004. – P. 43–167.
7. Mahmudov N. Til va madaniyat. – Toshkent: Ma’naviyat, 2013. – B. 85–102.
8. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live By. – Chicago: University of Chicago Press, 1980. – P. 14–39.

9. Sapir E. Language: An Introduction to the Study of Speech. – New York: Harcourt Brace, 1921. – P. 207–220.
10. Cameron D. Language and Gender. – Oxford: Oxford University Press, 2008. – P. 91–118.
11. Crystal D. English as a Global Language. – Cambridge: Cambridge University Press, 2003. – P. 65–88.
12. Arnold I.V. The English Word. – Moscow: Higher School Publishing House, 1986. – P. 214–230.