

## YENGIL SANOATGA OID PAREMIOLOGIK BIRLIKLARNING MADANIY TALQINI

Y.Qarshiyev

Termiz iqtisodiyot va servis universiteti  
Xorijiy til va adabiyot yo`nalishi 2-kurs magistranti

### ANNOTATSIYA

*Mazkur maqolada yengil sanoatga oid paremiologik birliklarning madaniy talqini lingvokulturologik yondashuv asosida tahlil etilgan. O'zbek va ingliz tillaridagi maqol va matallarda uchraydigan kiyim-kechak, tikuvchilik, mato, hunarmandchilik kabi konseptlar orqali har ikki xalqning estetik qarashlari, axloqiy qadriyatlar, gender stereotiplari va ijtimoiy tafakkuri ochib beriladi. Shuningdek, maqolada paremiologik birliklarning tarjima muammolari, realialar bilan bog'liq madaniy tafovutlar va ularning lingvistik ifodalanishi misollar asosida yoritiladi. Maqola yakunida yengil sanoatga oid paremalarni madaniyatlararo muloqot vositasi sifatida o'rganishning nazariy va amaliy ahamiyati asoslab beriladi.*

**Kalit so'zlar:** *paremiologik birlik, lingvokulturologiya, yengil sanoat, madaniy talqin, maqol, matal, tarjima, realia.*

### ABSTRACT

*This article provides a linguocultural analysis of the cultural interpretation of paremiological units related to the field of light industry. Through examples of proverbs and sayings in Uzbek and English languages that involve concepts such as clothing, textiles, tailoring, and craftsmanship, the study highlights each nation's aesthetic views, moral values, gender roles, and socio-cultural perspectives. The article also discusses translation challenges, cultural gaps caused by realia, and the structural-semantic features of paremiological expressions. Finally, it substantiates the theoretical and practical significance of studying light-industry-related proverbs as tools for intercultural communication.*

**Keywords:** *paremiological unit, linguoculture, light industry, cultural interpretation, proverb, saying, translation, realia.*

### KIRISH

Xalq tilida avlodlar avlodga o'tib kelayotgan maqol, matal va boshqa paremiologik birliklar nafaqat ma'no jihatdan chuqur, balki xalqning milliy tafakkuri, hayot tarzi va qadriyat tizimini o'zida mujassam etgan muhim lingvokulturologik hodisadir. Ayniqsa, yengil sanoatga oid paremiologik birliklar xalqning kiyinish madaniyati, hunarmandchilik tarixi, estetik qarashlari va ijtimoiy me'yorlari bilan bevosita bog'liq bo'lib, ularning madaniy talqini orqali har bir til vakilining

dunyoqarashi, qadriyatlarga munosabati va ijtimoiy ongidagi stereotiplari ochib beriladi.

Lingvokulturologik nuqtai nazardan qaralganda, paremiologik birliklar — bu tilning ramziy kodlangan shakllari bo‘lib, ular orqali xalqning moddiy va ma‘naviy madaniyati, ijtimoiy xulq-atvori, kasb-hunar faoliyati va estetik idealari ifoda etiladi. A.Vezbitskaya, V.I.Telija, Y.S.Stepanov kabi olimlar tomonidan ilgari surilgan lingvomadaniyat konsepsiyalariga ko‘ra, paremlar — bu madaniyatning "*matnli darajasi*" bo‘lib, ular xalq tafakkurining qisqa va obrazli ko‘rinishidir.

Yengil sanoat sohasiga oid paremiologik birliklar o‘zida nafaqat til birliklarini, balki xalqning madaniy qadriyatlari, tarixiy tajribasi va ijtimoiy ongini mujassamlashtirgan ko‘p qirrali fenomen hisoblanadi. Ushbu paremlar ko‘pincha kiyim-kechak, tikuvchilik, to‘qimachilik, mato, ishlab chiqarish va mehnat bilan bog‘liq obrazlar asosida yaratiladi. Bu obrazlar esa bevosita xalqning ma‘naviy-madaniy stereotiplari, gender rollari, estetik qarashlari va ijtimoiy qadriyatlariga tayanadi.

## **MUHOKAMA VA NATIJALAR**

O‘zbek xalqining hayot tarzida kiyim har doim muhim ijtimoiy belgilar qatorida qaralgan. Naqadar sodda yoki qimmatbaho bo‘lishidan qat‘i nazar, kiyim insonning jamiyatdagi o‘rnini, tarbiyasini, urf-odatlariga hurmatini va estetik dunyoqarashini bildiruvchi vosita sifatida namoyon bo‘lgan. Shu sababli, yengil sanoatga oid o‘zbekcha paremlar ko‘pincha madaniy identitet, mehnatga munosabat va axloqiy me‘yorlar bilan chambarchas bog‘liq bo‘ladi. Masalan: "*Yamoqli bo‘lsa ham, toza bo‘lsin*" — bu parema orqali o‘zbek xalqining tejamkorlik, soddalik va poklikni qadrlashi ifodalanadi. Bu yerda "*yamoq*" — iqtisodiy sharoitni anglatgan bo‘lsa, "*tozalik*" — axloqiy va estetik ustuvorlik sifatida e‘tirof etiladi. "*Atlas kiyganning holidan xabaring bo‘lsin*" — bu yerda "*atlas*" ijtimoiy tabaqaning, boyluk va hashamatning timsoli bo‘lib, kiyim ortidagi insoniylik, ichki dunyo va qiyinchiliklarga e‘tiborsizlik tanqid qilinadi. "*Kiyimiga qarab kut, aqliga qarab kuzat*" — bu parema ijtimoiy munosabatlarda tashqi ko‘rinishning muhimligini, biroq yakuniy baho insonning ichki salohiyatiga bog‘liqligini bildiradi. Bu paremlar orqali o‘zbek madaniyatida kiyim shunchaki zarurat emas, balki ijtimoiy axloq, estetik tamoyil va madaniy maqomning timsoli ekanini ko‘rish mumkin. Bu jihatlar ayniqsa milliy liboslar, usta-shogird an‘anasi, tikuvchilik san‘ati orqali avlodlardan avlodga o‘tgan.

Ingliz madaniyatida esa yengil sanoatga oid paremlar asosan individuallik, amaliy yondashuv, ijtimoiy obraz va funktsionallik asosida shakllangan. Bu paremlar odatda vaqtini qadrlash, imkoniyatdan oqilona foydalanish va ijtimoiy

mavqeni ko‘rsatish kabi qadriyatlarni o‘zida aks ettiradi. Masalan: “*Clothes make the man*” — kiyim insonning tashqi imijini shakllantiradi, bu orqali jamiyatda qanday qabul qilinishini belgilaydi. Bu parema orqali ingliz jamiyatida tashqi ko‘rinishning muhim rol o‘ynashi, ayniqsa ishbilarmonlik, siyosat va jamiyatda muvaffaqiyat uchun vosita sifatida ahamiyati yoritiladi. “*Fine feathers make fine birds*” — bu birlik tashqi go‘zallikning muhimligini bildiradi, biroq ayrim hollarda kinoya sifatida ham ishlatiladi. “*A stitch in time saves nine*” — ingliz madaniyatidagi ehtiyotkorlik, puxtalik va vaqtni qadrlash prinsiplarini ifodalaydi.

Bu paremlar ingliz xalqining hayotga realistik, pragmatik munosabatini, shuningdek, harakatlar va tashqi ko‘rinish orqali jamiyatda o‘z o‘rnini topish zaruriyatini ko‘rsatadi.

O‘zbek va ingliz tillaridagi yengil sanoatga oid paremalarni solishtirganda, ularning madaniy asoslarida sezilarli tafovut mavjud. O‘zbek tilida axloqiy va jamoaviy qadriyatlar ustuvor bo‘lsa, ingliz tilida individuallik, tashabbuskorlik va vaqtga hurmat ustuvorlik qiladi.

A.Vezbitskaya tomonidan ilgari surilgan madaniy kodlar nazariyasiga ko‘ra, til birliklari millat ongidagi madaniy konseptlarni tashuvchi vositadir. Yengil sanoatga oid paremlar ham madaniy kodlarni ochish vositasi sifatida tahlil qilinadi. Masalan: O‘zbekcha: “*Tikkan topadi, yirtgan yo‘qotadi*” – bu birlik orqali mehnatning qadri, tejamkorlik va ehtiyotkorlik konsepti ifodalanadi. Inglizcha: “*Make do and mend*” – Ikkinchi jahon urushi davrida keng tarqalgan ushbu ibora orqali xalqning resurslardan oqilona foydalanish, isrofga qarshi turish madaniyati shakllangan. Bu paremalarning lingvokulturologik talqini shuni ko‘rsatadiki, yengil sanoat sohasida shakllangan paremlar har bir xalqning tarixiy tajribasi, iqtisodiy sharoiti va ijtimoiy qadriyatlariga bog‘liq ravishda shakllanadi.

Yengil sanoatga oid paremiologik birliklarning madaniy talqinini o‘rgangan olimlardan biri — rus tilshunosi V.I. Telija bo‘lib, u paremiologiyani “*madaniyatni ifodalovchi formulalar tizimi*” deb ataydi. Uning fikricha, har bir parema ichida jamiyatning qadriyatlar ierarxiyasi, axloqiy mezonlar va madaniy stereotiplar yashirin holatda mavjud.

O‘zbek tilshunosligida esa B.Sarimsoqov, T.Mirzayev, Z.Husanova, M.Murodov kabi olimlar xalq og‘zaki ijodi va paremiologiyaning milliy ongidagi o‘rni haqida muhim tadqiqotlar olib borgan. Z.Husanovanning “O‘zbek tilining paremiologik lug‘ati” asarida aynan kiyim-kechak, hunar, to‘qimachilik bilan bog‘liq maqollar alohida ko‘rsatilib, ularning madaniy funksiyasi alohida ta’kidlanadi.

Shuningdek, ingliz tilida yengil sanoatga oid paremalarni o‘rgangan tadqiqotchi J. Mieder o‘zining paremiologiyaga oid asarlarida maqollarni “*aforizmlar orqali*

*ifodalangan xalq falsafasi*” deb ta’riflaydi. Uning fikriga ko‘ra, har bir parema alohida madaniy kontekstga ega bo‘lib, u tarjimada ham aynan shu madaniy zaminni hisobga olgan holda talqin qilinishi lozim.

Yengil sanoatga oid paremiologik birliklarning madaniy talqini ularning lingvokulturologik mazmunini ochib berishda muhim vosita hisoblanadi. Paremalarda ifodalangan kiyim-kechak, mato, tikuvchilik, hunar va mehnatga oid obrazlar har bir xalqning tarixiy tajribasi, ijtimoiy hayoti va estetik qarashlari bilan bevosita bog‘liqdir. O‘zbek va ingliz tillaridagi paremalarni lingvokulturologik yondashuv asosida tahlil qilish orqali ularning har biri o‘z madaniyatining ichki mazmunini aks ettiruvchi tilda kodlangan shakl ekanini anglash mumkin.

O‘zbek tilidagi paremalar — milliy qadriyatlar, jamoaviylik, axloqiy me’yorlar, estetik soddalik va hunarga hurmatni targ‘ib qilsa, ingliz tilidagi paremalar esa individuallik, tashqi imij, vaqtni qadrlash va funksional yondashuv kabi qadriyatlarni aks ettiradi. Bu jihatlar madaniyatlararo tafakkur va dunyoqarash farqlarini ko‘rsatadi. Paremalarning ushbu xususiyatlari ularning tarjima qilinishida ham muhim ahamiyat kasb etadi, chunki har bir til o‘ziga xos madaniy kontekstga ega bo‘lgan lingvistik birliklar bilan ishlaydi.

## **XULOSA**

Lingvokulturologik jihatdan qaralganda, yengil sanoatga oid paremalar nafaqat til boyligini, balki xalqning mehnat madaniyati, kiyinish odobi, iqtisodiy holati va ijtimoiy stereotiplarini ham ifodalaydi. Ularning shakllanishida xalqning tarixiy yashash sharoiti, gender rollari, turmush tarziga xos ijtimoiy-madaniy faktorlar hal qiluvchi rol o‘ynaydi.

Ushbu fasl doirasida olib borilgan qiyosiy tahlillar shuni ko‘rsatdiki, yengil sanoatga oid paremalar nafaqat soha leksikasini tilga olib, balki xalqning madaniy xotirasini, qadimiy an’analarini va hozirgi zamon estetik qarashlarini ham ifoda etadi. Demak, bu turdagi paremalarni o‘rganish tilshunoslik va madaniyatshunoslikning kesishgan nuqtasida joylashgan muhim ilmiy yo‘nalish bo‘lib, u orqali nafaqat lingvistik bilim, balki madaniyatlararo muloqotga xizmat qiluvchi ko‘nikmalar ham shakllantiriladi.

Shu sababli, yengil sanoatga oid paremiologik birliklarning madaniy talqinini ilmiy asosda o‘rganish nafaqat nazariy jihatdan, balki tarjima amaliyoti, til o‘qitish metodikasi va madaniyatlararo kommunikatsiya uchun ham muhim va zarur hisoblanadi.

## **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI**

1. Teliya V.I. *Phraseology as a Language of Culture*. – M.: Nauka, 1996.

2. Mieder W. *Proverbs: A Handbook*. – Westport, CT: Greenwood Press, 2004.
3. Vezbitskaya A. *Semantics, Culture, and Cognition*. – Oxford: Oxford University Press, 1992.
4. Z.Husanova. *O‘zbek tilining paremiologik lug‘ati*. – T.: Fan, 2005.
5. Mirzayev T. *O‘zbek xalq maqollarining poetikasi*. – T.: Fan, 1986.
6. Sarimsoqov B. *Til va xalq og‘zaki ijodi*. – T.: O‘zbekiston, 1992.
7. Stepanov Y.S. *Konstanty: Slovar russkoy kultury*. – M.: Shkola “Yazyki russkoy kultury”, 1997.
8. Komissarov V.N. *Teoriya perevoda*. – M.: Vysshaya shkola, 1990.
9. Oxford Dictionary of Proverbs. – Oxford: Oxford University Press, 2003.
10. Arapov G. METHODS OF LINGUACULTURAL ANALYSIS OF LIGHT INDUSTRY LEXICON // Interpretation and Researches. – 2023. – T. 1. – C. 20.
11. Arapov G. N. Interpretation of the light industry lexicon in modern linguistics // ISJ Theoretical & Applied Science. – 2023. – T. 7. – №. 123. – C. 137-141.
12. Gayrat A. GRAMMATICAL FEATURES OF THE LEXICON OF LIGHT INDUSTRY.