



IJTIMOIIY-GUMANITAR SOHADA ILMIY-INNOVATSION TADQIQOTLAR

ILMIY METODIK JURNALI



VOL.2 № 4

2025

OVQATLANISH MADANIYATINING LINGVOKULTUROLOGIK ASOSLARI

Odilova Shoira Odiljon qizi

Andijon davlat chet tillari instituti mustaqil tadqiqotchisi

E-mail: shoiraxonodilova3@mail.com

ORCID: 0009-0004-6312-7540

Annotatsiya

Ushbu maqolada ingliz va o'zbek tillarida ovqatlanish madaniyati nafaqat mazali taom tayyorlash yoki iste'mol qilishdan iborat bo'lishigina emas, balki u xalqning turmush tarzi, qadriyatlari va mentalitetini aks ettiruvchi ko'zgu ekanligi keng tasvirlangan. Muallif Gastronomik turizm tadqiqotlarida tilshunoslik va madaniyatshunoslikni birlashtirgan holda, ovqatga oid paremiya va frazeologizmlarni tahlil qilish orqali xalqlarning madaniy jihatdan o'ziga xos dunyoqarashi yoritib berilishi mumkin ekanligini ta'kidlagan.

Kalit so'zlar: gastronomik turizm, mentalitet, ovqatlanish madaniyati, madaniy kod, semiotic tizim, lingvokulturologiya, etnolingvistika, pragmalinngvistika.

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КУЛЬТУРЫ ПИТАНИЯ

Одилова Шоира Одилжон кизи

*Андижанский государственный институт иностранных языков, независимый
исследователь*

E-mail: shoiraxonodilova3@mail.com

ORCID: 0009-0004-6312-7540

Аннотация

В данной статье подробно описывается, как культура питания в английском и узбекском языках не ограничивается приготовлением или потреблением вкусной еды, но также отражает образ жизни, ценности и менталитет людей. Автор подчеркивает, что сочетание лингвистики и культурологии в исследованиях гастрономического туризма позволяет осветить специфическое культурное мировоззрение народов путем анализа пищевых паронимов и фразеологизмов.

Ключевые слова: гастрономический туризм, менталитет, культура питания, культурный код, семиотическая система, лингвокультурология, этнолингвистика, прагматика.

LINGUOCULTUROLOGICAL FOUNDATIONS OF FOOD CULTURE

Odilova Shoira Odiljon qizi

Andijan State Institute of Foreign Languages, Independent Researcher

E-mail: shoiraxonodilova3@mail.com

ORCID: 0009-0004-6312-7540

Abstract

This article extensively describes how food culture in English and Uzbek is not only about preparing or consuming delicious food, but also reflects the lifestyle, values, and mentality of the people. The author emphasizes that by combining linguistics and cultural studies in gastronomic tourism research, the culturally specific worldview of peoples can be illuminated by analyzing food paronyms and phraseologisms.

Keywords: gastronomic tourism, mentality, food culture, cultural code, semiotic system, lingvoculturology, ethnolinguistics, pragmatics.

Gastronomik turizm – bu sayohatning shunday yo‘nalishiki, unda sayyohlar ma’lum hududning ovqatlanish madaniyati va milliy taomlari orqali o‘sha xalqning turmush tarzi hamda urf-odatlarini o‘rganadilar. Ovqatlanish madaniyati nafaqat mazali taom tayyorlash yoki iste’mol qilishdan iborat bo‘lib, balki u xalqning turmush tarzi, qadriyatlari va mentalitetini aks ettiruvchi ko‘zgudir. Milliy taomlar va ularga oid iboralar – bu xalq tarixi va dunyoqarashining bir bo‘lagi bo‘lib, ular til vositasida avloddan-avlodga o‘tadi. Shunday ekan, gastronomik turizm doirasida til va madaniyatning o‘zaro aloqasini, xususan, maqollar va frazeologizmlarni (ya’ni, ovqatga oid xalq iboralarini) o‘rganish muhim ahamiyat kasb etadi.

Zero, til va madaniyat o‘zaro uzviy bog‘liq tushunchalar bo‘lib, biri ikkinchisiz mavjud bo‘la olmaydi. Jumladan, mashhur madaniyatshunos olim Yu.M. Lotman ta’kidlaganidek, “til hech qachon madaniyat kontekstidan tashqarida mavjud bo‘la olmaydi; shuningdek, madaniyat ham o‘z markazida tabiiy til tuzilmasi bo‘lmasa, mavjud bo‘la olmaydi”. Ushbu fikr gastronomik turizm nuqtai nazaridan ham dolzarb: biror millat taomlari va ovqatlanish urf-odatlarini bilib-borish uchun o‘sha millat tilida shu ovqatga oid naqlar, iboralar va maqollarni tushunish zarur.[Lotman Yu. M.2000]

METOD. Taqdqiqotda qiyosiy chog‘ishtirma, component, transformatsional va statistic tahlillar orqali tahlillar berilgan.

MUHOKAMA. Til va madaniyatning o‘zaro chambarchas aloqadorligi ayniqsa paremiologik va frazeologik birliklarda yaqqol namoyon bo‘ladi. Xalq tomonidan yaratilgan maqollar va og‘zaki iboralar asrlar davomida shakllanib, xalqning dunyoqarashi, urf-odatlari hamda qadriyatlarini mujassam etib kelgan. Maqollar – bu xalq donoligi xazinasi bo‘lib, ular qisqa va obrazli shaklda katta hayotiy tajribani ifodalaydi. Shuning uchun ham maqollarni ko‘pincha “xalqning oyna yoki ko‘zgusi” deb ataymiz – ular orqali xalqning urf-odatlari, qadriyatlari, ishonch va dunyoqarashlari o‘z aksini topadi. Xuddi shu singari, frazeologizmlar ham metaforik ma’noda qo‘llanilib, xalqning hissiyoti, hazil-mutoyibasi va madaniy me’yorlarini ifoda etadi. Masalan, ingliz tilidagi “to butter someone up” (kimnidir “sariyog‘lash”, ya’ni yog‘lab qo‘yish – maqtash ma’nosida) iborasi yoki “bring home the bacon” (“uyga cho‘chqa go’shtini olib kelmoq” – ro‘zg‘or uchun daromad topmoq) iborolari oddiy ovqatga oid so‘zlardan tuzilgan bo‘lsa-da, keng ma’noda jamiyatning muayyan qadriyatlarini ko‘rsatadi. Demak, gastronomik turizm tadqiqotlarida tilshunoslik va madaniyatshunoslikni birlashtirgan holda, ovqatga oid paremiya va frazeologizmlarni tahlil qilish orqali xalqlarning madaniy jihatdan o‘ziga xos dunyoqarashi yoritib berilishi mumkin.

Lingvokulturologiya – bu til va madaniyatning o‘zaro aloqasini o‘rganuvchi integrativ fan bo‘lib, u til birliklarida xalqning madaniyati va dunyoqarashi qanday namoyon bo‘lishini tadqiq qiladi. Rus olimi V. Karasikning ta’rifiga ko‘ra, lingvokulturologiya – “til va madaniyat o‘zaro bog‘liqligi hamda o‘zaro ta’siri haqidagi kompleks ilmiy soha” bo‘lib, bu soha til orqali madaniyatni va madaniyat orqali tilni o‘rganadizenodo.org. Xuddi shunday, lingvokulturologiya bo‘yicha tadqiqotlar tilni faqat grammatik tizim deb emas, balki madaniy hodisa sifatida ko‘rib chiqadi. Til birligi o‘z ma’nosida xalqning tarixi, urf-odati va turmush tarzini aks ettirishi mumkin. Bu jihatdan lingvokulturologiya etnolingvistika, madaniyatshunoslik, semiotika kabi fanlar bilan ham uzviy bog‘liq. Zero, har bir xalq tili – o‘sha xalqning ma’naviy dunyosining bir qismidir.

Til va madaniyat o‘rtasidagi bog‘liqlik masalasi dunyo tilshunosligida uzoq yillardan beri o‘rganib kelinmoqda. Hali XIX asrda Von Humboldt tilni “xalq ruhi ifodasi” [Humboldt, W. 1985] deb atagan bo‘lsa, XX asr boshlarida Sapir-Whorf nazariyasi til va dunyoqarash uyg‘unligini ilgari surdi. Unga ko‘ra, har bir xalq tili o‘z egalarining dunyoni anglash tarziga ta’sir ko‘rsatadi. [Sapir E., 1956] Masalan, bir xalq tilidagi tushunchalar tizimi boshqa bir xalq

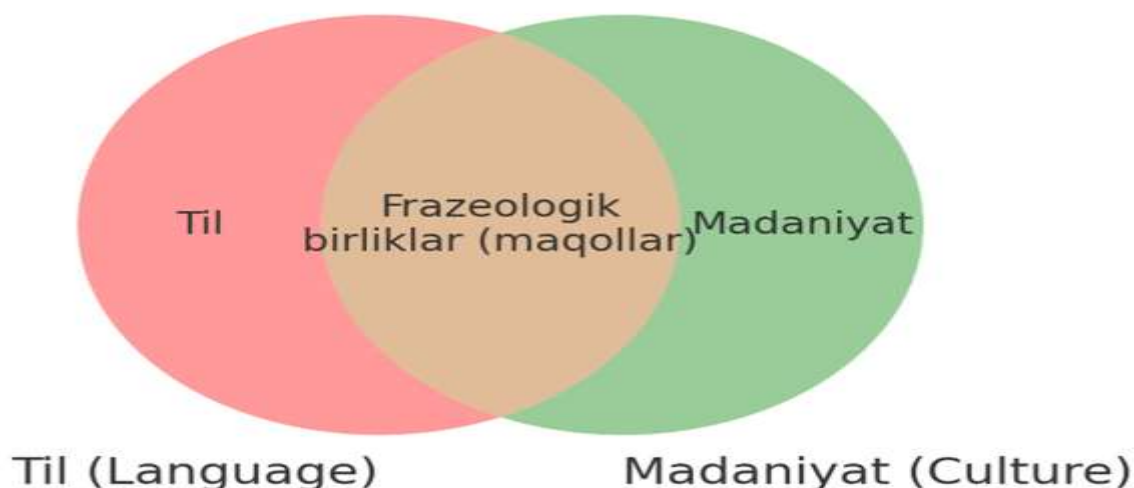
tilidagidan farq qilgani bois, ularning o‘zaro muloqotida madaniy kontekst muhim ahamiyat kasb etadi. Shu bois ham zamonaviy tilshunoslikda tilni kontekstsiz tushunib bo‘lmasligi ta’kidlanadi. Ingliz olimi M.A.K. Halliday komunikativ tizim sifatida tilning “vaziyat konteksti” va “madaniyat konteksti”ga bog‘liqligini qayd etib, har bir nutq akti ortida muayyan madaniy asos yotishini ko‘rsatganstudentshare.org. Yuqorida keltirilgan Lotmanning so‘zlari ham aynan shu fikrni tasdiqlaydi – til va madaniyat bir organizmning yuragi va tanasi misolidirstudentshare.org. Demak, biror millat tili uning madaniyati bilan bir butunlikda amal qiladi.

Til va madaniyatning bu o‘zaro birligini tasvirlash uchun ko‘plab olimlar “madaniy kod” tushunchasini qo‘llaydilar. Ya’ni, tilshunoslikda muayyan soha lug‘ati va iboralar tizimi o‘ziga xos ma’nolar tizimini – madaniy kodni hosil qiladi. Masalan, kiyinish kodlari, ranglar kodlari, ovqat kodlari – bularning har biri ma’lum bir xalq madaniyatida turli belgi va timsollarni ifodalaydi. Ovqatga oid vositalar (taomlar nomi, mahsulotlar) ham shunday semiotik tizim hosil qilib, xalq uchun qadrlil bo‘lgan tushunchalarni belgilaydi. Yuri Lotman va uning maktabi – Tartu semiotika maktabi tadqiqotlarida madaniyat “matn” sifatida qaraladi va undagi kodlar tizimi tahlil qilinadi. Jumladan, ta’kidlashicha, frazeologik birliklarning obrazli tuzilishi madaniy kodlarni aks ettiradi, chunki har bir xalq o‘z dunyoqarashini tilga o‘zi uchun tushunarli bo‘lgan obrazlar orqali muhrlaydi. Shunday obrazlar qatorida ovqat va milliy taomlar ham alohida o‘rin egallaydi – ular ma’lum bir madaniyatning ajralmas qismi sifatida lingvistik manzara (lingvistik dunyoqarash)ning muhim tarkibiy qismidir.

Yuqoridagilardan kelib chiqib, til va madaniyatni yaxlit holda o‘rganish zarurati kelib chiqadi. Tilshunoslikning yangi yo‘nalishlari – lingvokulturologiya, etnolingvistika, pragmalinngvistika va boshqalar – aslida shu ehtiyojdan kelib chiqqan. Ular til birliklarini bevosita xalqning tarixi, madaniyati, qadriyatlarini bilan bog‘lab o‘rganadi. Xususan, lingvokulturologiyada “konsept” tushunchasi muhim o‘rin tutadi. Konsept – bu til orqali ifodalanuvchi va o‘zida muayyan madaniy mazmunni mujassam etgan tushuncha hisoblanadi. wikipedia.org. Masalan, “non” konsepti o‘zbek madaniyatida muqaddas ne’mat, rizq va baraka timsoli bo‘lsa, ingliz madaniyatida u asosan hayotiy ta’minot va daromad manbai belgisidir (masalan, “breadwinner” – “non topuvchi”, ya’ni oila boquvchisi). Ko‘rinib turibdiki, bitta “non/bread” so‘zining ortida turli madaniy konnotatsiyalar yashiringan. Lingvokulturologiya ana shunday milliy-ma’naviy mazmunni til orqali aniqlashga intiladi.

(jadval1.1)

Til va madaniyat o'zaro aloqasi



Til va madaniyat o‘zaro aloqador bo‘lib, frazeologik birliklar (jumladan maqollar) ularning kesishmasida shakllanadi.

Maqollar va xalq iboralari til va madaniyat uyg‘unligining eng yorqin ko‘rinishidir. Paremiologiya – maqollarni o‘rganadigan soha – ko‘pdan beri folklorshunoslik va tilshunoslik chorrahasida rivojlanib kelmoqda. Maqollar xalqning turmush tajribasi va donoligini siqiq holda ifodalashi bois, ular milliy tafakkur mevalari hisoblanadi. Masalan, o‘zbek tilida “Mehmon kelsa, tandirga qarab qo‘y” degan maqol mavjud; u mehmondo‘stlik an‘anasini eslatib, mehmon kelganda non yopib qo‘yish lozimligini uqtiradi. Ingliz tilida esa “My house is my castle” (“Mening uyim – mening qasrim”) iborasi, aksincha, xonadon egasining mustaqilligi va shaxsiy makon daxlsizligini ta’kidlaydi. Bu kichik misollar ham ko‘rsatadiki, har bir xalqning maqollarida uning mentaliteti, qadriyatlari va hayot tarzi aks etadi.

Tilshunos olim V.N. Teliya frazeologizmlarning madaniy funksiyasini o‘rganib, “frazeologiya – insonning milliy va madaniy qiyofasi aks etadigan ko‘zgudir”, deya ta’rif bergan. [Teliya V.N., 1996] Haqiqatan ham, xalq iboralarida xalqning ichki dunyosi, ichki kechinmalari va tasavvurlari ifoda topadi. Masalan, rus tilida “Душа нараспашку” (“yuragi ochiqcha turibdi”) iborasi ochiqlik va samimiyatni anglatadi, o‘zbek tilida “oshi qozonida” (so‘zma-so‘z: “oshi qozonida qaynamoqda”) iborasi bironing baxtiga, omadiga havas qilayotgan odam haqida ishlatiladi – bu ham xalq tabiatining bir ko‘rinishi.

NATIJA. Frazeologizmlarni va maqollarni nazariy o‘rganish borasida xalqaro miqyosda ko‘plab ilmiy maktablar shakllangan. Jumladan, rus frazeologiya maktabi namoyondalaridan A.V. Kunin zamonaviy ingliz tilining frazeologizmlarini tasniflab, ularning tarkibiy-semantik xususiyatlarini o‘rgangan va ularning talqinida madaniy komponent muhim o‘rin tutishini ko‘rsatgan. [Kunin A.V., 1996] Shuningdek, G.L. Permyakov maqollar nazariyasiga ulkan hissa qo‘shib, maqollarni struktura va mazmun nuqtai nazaridan tahlil qilish asoslarini yaratgan. Permyakovning “Struktural paremiologiya asoslari” asarida maqollar shakliy turlar va semantik guruhlariga ajratilib, ularning tag ma’nolari tahlil qilingan [Permyakov G.L., 1979]. Bu ishlar shuni ko‘rsatadiki, maqollarning ichki formasi bevosita xalqning tarixi va madaniy hayotiga bog‘liq.

G‘arb olimlaridan Wolfgang Mieder zamonaviy paremiologiyaning yirik namoyandasi – maqollarning ijtimoiy va tarbiyaviy funksiyalarini chuqur tadqiq qilgan. Uning “Proverbs: A Handbook” kitobi maqollarni nafaqat til hodisasi, balki ijtimoiy-madaniy fenomen sifatida o‘rganish zarurligini ta’kidlaydi. Mieder qayd etishicha, maqollar har bir jamiyatda tarbiyaviy vosita bo‘lib xizmat qiladi, chunki ular orqali kichik avlodga ma’lum qadriyatlar va odob-qoidalar o‘rgatiladi. Shu bois, har bir xalq maqollari mazmunini tahlil qilish orqali o‘sha xalqning qadriyatlar tizimini anglash mumkin. Misol uchun, amerika jamiyatida mustaqillik va mehnatsevarlik qadriyatlari kuchli bo‘lgani uchun “God helps those who help themselves” (“Yaratgan o‘ziga o‘zi yordam bergan bandaga yordam beradi”) kabi maqollar mashhur; o‘zbek jamiyatida esa jamoaviylik va mehmondo‘stlik ustuvor bo‘lgani bois “Yaxshidan bog‘ qoladi, yomon‘dan dog‘” singari iboralar keng tarqalgan. [Mieder, W., 2004.]

Frazeologizmlar masalasiga qaytsak, ingliz tilshunosi Ch. Fillmore, J. Lakoff, M. Johnson kabi olimlar kognitiv yondashuv orqali idiomalarning ma’nolarini metafora va obrazlar yordamida izohlashgan. Masalan, Lakoff va Jonsonning mashhur “Metaphors We Live By” (1980) kitobida inson tafakkurida metaforalar tutgan o‘rin ko‘rsatiladi. Ularning

tadqiqotlarida ovqatga oid metaforalar ham keltiriladi: masalan, issiq ovqat va issiqlik ko'pincha his-tuyg'ular ifodasi bo'lib xizmat qiladi – ingliz tilida “boiling with anger” (achchiqdan qaynayapti) iborasi ham, o'zbek tilida “qaynagan yurak” iborasi ham qattiq g'azabni bildiradi. Demak, ayrim frazeologizmlarda jahon xalqlari uchun umumiy bo'lgan tajribalar (masalan, tananing fiziologik holatlari) aks etar ekan, lekin ularning ifoda usuli va stilistik qo'llanilishi turli madaniyatlarda turlicha bo'lishi mumkin.[Fillmore Ch.J., 1980]

Yuqoridagi ilmiy nazariyalar va misollar shuni ko'rsatadiki, paremiya va frazeologizmlar milliy madaniyat “genetika kodi”ni o'zida saqlovchi birliklar hisoblanadi. Endi bevosita ovqatlanish madaniyati va gastronomik mazmundagi iboralar misolida til-madaniyat aloqasini ko'rib chiqamiz.

Ovqatlanish madaniyati har bir xalqning turmush tarzi va mentalitetida muhim o'rin tutadi. Shu sabab, ovqatga oid so'z va iboralar tilning semantik qatlamida chuqur konnotativ (yashirin) ma'no yuklaydi. Keyingi yillarda turli xalqlarning gastronomik lug'ati hamda iboralari qiyosiy tahlil qilinib, qator qiziqarli ilmiy natijalarga erishildi. Ingliz va o'zbek tillarida ovqatga oid maqol va matallarni solishtirishga bag'ishlangan tadqiqotlar, jumladan Sharipova ishida, ko'rsatildiki, har ikki tilning gastronomik frazeologiyasida umumiy va o'ziga xos jihatlar bor. Avvalo, umumiy jihati shuki: har ikkala xalq ham non, tuz, choy, go'sht, tuz kabi hayotiy ne'matlar haqida maqollar yaratgan va ularni ramziy ma'noda qo'llab kelgan. Bu tabiiy – chunki non, suv, tuz kabi oziq-ovqatlar barcha insonlar uchun hayotiy zarurat bo'lib, ular bilan bog'liq tajribalar ko'p. Shu bois ba'zi ovqat haqida iboralar umuminsoniy xarakter kasb etadi. Masalan, dunyoning turli tillarida non hayot va tiriklik timsoli: o'zbek tilida “Non topgan yerda o'lim top” (topgan noning bor joyda o'lgin) maqolida non yetadigan yerda hayot ham bo'ladi degan ma'no bor bo'lsa, ingliz tilida “He is the breadwinner” (u – non topuvchi) iborasi oilani boqayotgan odamni bildiradi. Har ikkala misolda non – hayot va rizq timsoli sifatida kelgan.[Sharipova N.,2019]

Biroq ingliz va o'zbek tillaridagi gastronomik frazeologizmlarni qiyoslaganda juda muhim farqlar ham aniqlanadi. Tadqiqotchilar fikriga ko'ra, o'zbek maqollarida ovqat va taomlar bilan bog'liq iboralar ko'pincha mehmondo'stlik, saxiylik, ruhiy-ma'naviy qadriyatlarni aks ettiradi, ingliz maqollari esa ko'proq amaliy/pragmatik mazmunga ega bo'lib, individual tajriba yoki hazil sifatida qo'llanadi. Masalan, o'zbek tilida “Choy ichilmagan uy – g'amgin uy” degan naql bor – choy ichilmagan (mehmon kutilmagan) uyni g'amgin uyga qiyoslaydi, ya'ni choy xalqimizda mehmondo'stlik va samimiyat ramzi ekanini bildiradi. Ingliz tilida esa “Not my cup of tea” (bu mening choyim emas) iborasi biror narsaning yoqmasligini, shaxsiy didga to'g'ri kelmasligini bildiradi – shaxsiy tanlovni ifodalashga xizmat qiladi. Ko'rinib turibdiki, choy obrazi o'zbeklarda mehmonnavozlik bilan bog'lansa, inglizlarda shaxsiy did masalasiga oid idiomada namoyon bo'ladi.

Xuddi shuningdek, go'sht va yog' komponentli iboralar ham farqlidir. O'zbek maqollarida go'sht odatda to'kinlik, boylik alomati: “Go'sht go'shtga qo'shilsa, suvi chiqadi” – ya'ni boy boyga qo'shilsa, yanada boyiydi degan ma'noda (go'sht qo'shilsa shirasi chiqadi – taomdagi mo'llik timsoli)conference.uzswlu.uz. Ingliz tilidagi go'sht yoki sutga doir maqollarda esa boylikdan ko'ra, hayotiy saboq yoki achinish motivi bor: masalan, “There's no use crying over spilt milk” (to'kilgan sut ustida yig'lash foydasiz) degan maqol bekorga o'tgan ishga achinmaslik kerakligini uqtiradi; “Too many cooks spoil the broth” (oshpazlar oshni

buzadi) degani ishga odam ko‘p aralashsa, ish rasvo bo‘ladi degan pragmatik hikmatni bildiradi. Demak, ingliz tilida ovqat komponentlari ko‘proq ibrat va maslahat xarakterida ko‘rinadi, o‘zbek tilida esa farovonlik yoki ma’naviy qiymat timsoliga ko‘proq bog‘lanadi.

Quyidagi jadvalda ingliz va o‘zbek xalq maqollarida asosiy uchraydigan gastronomik konseptlar va ularning madaniy talqini qiyosiy tarzda keltirilgan. (jadval 1)

Ovqat konsepti	O‘zbek tilida ma’nosi (madaniy ahamiyati)	Ingliz tilida ma’nosi (madaniy ahamiyati)
Non (bread)	Muqaddas ne’mat, hayot va rizq ramzi. “Non topgan yerda o‘lim top”.	Kundalik tirikchilik manbai. “Breadwinner” – oila bo‘quvchisi.
Choy (tea)	Mehmondo‘stlik timsoli. “Choy ichilmagan uy – g‘amgin uy”.	Shaxsiy didni bildiradi. “Not my cup of tea”.
Go’sht (meat)	To‘kinlik va boylik ramzi. “Go’sht go’shtga qo‘shilsa, suvi chiqadi”.	Pragmatik hikmat manbai. “Too many cooks spoil the broth”.
Tuz (salt)	Halollik, sadoqat ramzi. “Tuz totgan joyga xiyonat qilma”.	Shubha bilan qabul qilish. “Take it with a grain of salt”.
Milliy taomlar	Urf-odat va marosimlar timsoli. “Palov pishmay, to‘y bo‘lmas”.	Ingliz tilida to‘g‘ridan-to‘g‘ri maqol yo‘q.

XULOSA. Demak, yuqoridagi jadvaldan ko‘rinib turibdiki, o‘zbek xalq ijodida “non” va “tuz” alohida e’zozlanadi – ular muqaddaslik va sadoqat ramzi. Ingliz tilida ham bu tushunchalar bor, lekin ular bunday diniy-ma’naviy yuklamaga ega emas, ko‘proq amaliy ma’noda ishlatiladi. Choy esa o‘zbeklar uchun mehmondo‘stlik belgisi bo‘lsa, inglizlar nutqida u shaxsiy didga oid iboralarda bor. Go’sht va oziq-ovqatning boshqa turlari ham har xil ma’no beradi: o‘zbeklarda to‘kinlik/neoziqchilik ifodasi, inglizlarda esa maqollarda ko‘pincha achchiq tajriba yoki me’yor buzilishini bildiradi (masalan, oshpazlarning ko‘pligi – ishning buzilishi). Shuningdek, ba’zi milliy taomlar faqat o‘zbek madaniyatiga xos konsept sifatida tilga kirgan – masalan, osh (palov) to‘y-maraqaga bog‘liq iboralarda keladi. Ingliz tilida esa puding yoki

peanut butter and jelly kabi o‘ziga xos taomlar iboralarda uchrasa-da, ular xalq maqollarida ko‘p emas.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Баранов А. Н. Лингвистическая теория фразеологии. — М.: Наука, 2001.
2. Бекмурадов М. Ўзбек халқ мақоллари ва уларнинг семантик таҳлили. — Самарқанд: СамДУ нашриёти, 2012.
3. Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию. — М.: Прогресс, 1985.
4. Naciscione A. Stylistic Use of Phraseological Units in Discourse. — Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2010.
5. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка. — М.: Высшая школа, 1996.
6. Лотман Ю. М. Семиосфера. — СПб.: Искусство—СПб, 2000.
7. Mieder W. Proverbs: A Handbook. — Westport, CT: Greenwood Press, 2004.
8. Fillmore Ch. J. Toward a Modern Theory of Meaning. — New York: Academic Press, 1975.
9. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live By. — Chicago: University of Chicago Press, 1980.
10. Пермяков Г. Л. Паремииология как наука. — М.: Наука, 1979.
11. Sapir E. Language: An Introduction to the Study of Speech. — New York: Harcourt, Brace & Company, 1921.
12. Шарипова Н. Инглиз ва ўзбек тилларида гастронимик фразеологизмларнинг лингвوماданий хусусиятлари: дис. ... канд. филол. наук. — Тошкент: Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети, 2019.
13. Телия В. Н. Русская фразеология: семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. — М.: Школа «Языки русской культуры», 1996.
14. Whorf B. L. Language, Thought, and Reality: Selected Writings. — Cambridge, MA: MIT Press, 1956.