



**Нилуфар ЭШОНҚУЛОВА**

ўқитувчи

Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари

университети

[fara\\_tashkent@mail.ru](mailto:fara_tashkent@mail.ru)

## **ЛИНГВИСТИК МЕЛИОРАЦИЯ ЖАРАЁНИДА МЕТАФОРА ВА МЕТОНИМИЯЛАРНИ ҚЎЛЛАШНИНГ ЎЗИГА ХОСЛИКЛАРИ**

Мазкур мақолада немис тилида лингвистик мелиорация жараёнида фойдаланиладиган метафора ва метонимиялар ўрганилган. Мелиоратив характердаги сўз ва иборалар немис тилидаги бадий матнлардан олинган мисоллар ёрдамида таҳлил қилинган. Нутқда ижобий коннотацияли сўз қўллашга ундовчи омиллар, мелиорация механизмида метафора ва метонимияларнинг ўрни ҳамда қўлланилиши каби масалаларга эътибор қаратилган.

В статье рассматриваются особенности употребления метафор и метонимий, используемых в процессе лингвистической мелиорации в немецком языке. Слова и выражения мелиоративного характера проанализированы на материале примеров, взятых из художественных текстов на немецком языке. Исследовано использование и место метафор и метонимий в механизме мелиорации, а также факторы, обуславливающие употребление положительных коннотаций в речи.

This article discusses the issue of metaphor and metonymy used in the process of linguistic melioration in German. Words and phrases of meliorative nature are analyzed with the examples taken from literary texts on the German language. The use and place of metaphor and metonymy in the mechanism of melioration are studied, as well as factors contributing to the use of positive connotations in speech are researched.

**Калит сўзлар:** лингвистик мелиорация, метафора, метонимия, эвфемизм, денотат, реклама матни, сўзнинг кўчма маъноси.

**Ключевые слова:** лингвистическая мелиорация, метафора, метонимия, эвфемизм, денотат, текст рекламы, переносное значение слова.

**Key words:** linguistic melioration, metaphor, metonymy, euphemism, denotation, text advertising, figurative meaning of words.

Лингвистик мелиорацияга туртки бўладиган асосий сабаблар ахлоқий-маънавий характерга эга бўлиб, суҳбатдошни авайлаш, унга нисбатан раҳм-шафқат, мурувват, ачиниш ва ҳамдардлик ҳиссини намоён этишдир. Ушбу жараённингмуҳим воситаларидан бири эса метафора орқали нутқни таъсирчан, жонли ва ифодали баён этиш ҳисобланади. Бунда бир предмет ёки ходисанинг асл маъноси барчага маълум ва яширин хусусиятлари эътиборга

олинган ҳолда бошқасига кўчирилади. Тилшунос И. Чернышева фикрига кўра, “метафоризация жараёни инсон тафаккурининг маҳсули бўлиб, унда янги ҳодисалар эскиси, яъни барчага маълум бўлган хусусиятлари билан таққослаб ўрганилади”(9, 93). Мелиоратив метафоризация эса сўзловчининг салбий ёки эътиборга лойиқ бўлмаган бўлмаганмуайян воқеани тингловчига ижобий ёки нейтрал ҳодисалар билан таққослаган ҳолда етказишидир. Бунда кўчма маъно сўзнинг синтагматик муносабати ва унинг бошқа лексемалар билан уйғун келишини эътиборга олган ҳолда ифода этилади.

Лингвистик мелиорацияни амалга оширишда икки ҳодисага эътибор қаратилади:

1) бошқа сўз ўрнида қўлланилиши режалаштириладиган сўз қадриятлар ўлчов даражаси бўйича (ўзгармас стилистик бўёқ) юқори ўринларни эгаллаб турганлигига: *Gefaengnis – Staatspensionat; Handschellen – Armband.*

2) стилистик жиҳатдан юқори даражага эга бўлган сўз билан алмаштирилишига: *Putzfrau – Reinigungsassistentin; Tod – Heimgang.*

Нутқда мелиоратив вазифани бажариб келадиган метафоралар кўп ҳолларда алмаштириладиган сўзга қараганда умумий маъно касб этади; уларнинг семантик ҳажми анча кенг бўлиб, ўзининг асл маъносини сақлаб қолган ҳолда ўзида қўшимча равишда алмаштириладиган сўз маъносини ифода этади. Таққослаш учун: *Heimgang*1) қайтиб келиш (уйга); 2) қазо, ўлим. Масалан, *Schnee* (қор) сўзи семантик ва стилистик муносабатларда “*Niederschlaege*” (ёғингарчилик) сўзининг доминанти эканлигига қарамадан айрим контекстларда бутунлай бошқа бир маънонинг асосий қисмини ташкил этади; *Schnee* ташқи тарафдан наркотик моддага (*Heroin*) ўхшашлиги туфайли баъзи ҳолларда ниқоблаш мақсадларида ана шу “таъқиқланган” сўз ўрнида ишлатилади ва “*Rauschgifte*” номи билан боғлиқ умумий тур номи билдирувчи парадигмани ҳосил қилади. Стилистик жиҳатдан қуйи (жаргон) маънони билдирса-да, бу ҳолатда эвфемистик (ниқоб) вазифани бажариб келмоқда. Айни пайтда, ўзининг номинатив вазифасини ҳамсақлаб қолган ҳолда “*Niederschlaege*” маъносидаги нейтрал стилистик ҳолатни ифодалайди. Шу тариқа *Schnee* сўзининг семантик тузилишидаги мавжуд маъноларига маълум бир контекстларда қўллаш мумкин бўлган яна бир метафорик маъноқўшилди.

Немис тилидаги “*sterben*” (қазо қилмоқ, ўлмоқ) сўзи ўрнида қўлланиладиган бир қатор эвфемизмлар мавжуд. Таъкидлаш ўринлики, мазкур феъл бошиданок яширин пардали характерга эга (*-erstarren*) бўлган. Яъни, “*sterben*” маъносини англашиб келувчи барча сўзлар “уйқу” билан боғлиқ изоҳталаб метафоралардан ташкил топган. Масалан, *Er ist sanft entschlafen, entschlummert, zur Ruhe gekommen, hat seine Augen geschlossen,*

*legte sich zum ewigen Schlaf nieder* кабилар. Айримлари эса диний характер касб этиб, юкори услубдаги сўзларга хослиги билан ажралиб турган (*Er ist dahingeshieden, heimgegangen, in die Ewigkeit gefolgt, wurde heimgerufen, aus dem Leben abberufen*). Денотатнинг тўғри ва асл номи тилга олинмасликка ҳаракат қилинган. Шу каби эвфемистик метафораларни қўллашдан мақсад тингловчининг диққатини фожиавий ва чорасиз ҳолатлардан чалғитиш, вазиятни юмшатишдир. (*Er ist uns vorausgeeilt, in die geistige Welt zurueckgekehrt, die meisten Menschen sind ihm begegnet*). Метафора қанчалик ёрқин ва таъсирчан бўлса, у эвфемистик вазифани шунчалик муносиб даражада бажаради. Мисол: *“In einer schriftlich verbreiteten Erklaerung von Harnoncourts Witwe Alice vom Sonntag heißt es: “Am 5.3.2016 ist Nikolaus Harnoncourt friedlich im Kreis seiner Familie entschlafen. Trauer und Dankbarkeit sind groß”*(7, 1).

Реклама матнларида ҳам нарсаларга жозибадорлик бахш этиш ва қийматини ошириш мақсадида мелиоратив метафоралардан кўп фойдаланилади. Хом-ашё ва моллар реклама қилинаётганда инсонга ёки табиатга хос бўлган хусусият ва сифатлар қўлланилади. Табиийки, бундай мақсадлар учун ижобий ва нуфузли сифатлар танланади: *edel, hervorragend, echt, mild, schlank, erstklassig, herzhaft* каби. Шу ўринда реклама матнидан олинган ушбу парчани келтирамиз: *“Wir sind nach wie vor der Ansicht, dass sich elektronische Zigaretten hervorragend eignen, um beim Rauchstopp zu helfen. Natuerlich sollte man nicht zu viel erwarten, denn wir alle wissen, wie schwer es sein kann, sich von der Nikotinsucht zu befreien. Es gibt auf dem heutigen Markt allerdings erstklassige E-Zigaretten, mit denen man es wirklich einfach hat, sich endlich von seiner Nikotinsucht zu loesen und das ohne die vielen Entzugserscheinungen und Schmerzen”*(8, 1).

Бирок, шуни ҳам таъкидлаш лозимки, нутқда юқоридаги кабимелиоративметафораларни доимий равишда қўллаш улар қийматининг пасайишигава оддий жумлага айланиб қолишига сабаб бўлади. Ушбу фикримизга қуйидаги гап мисол бўла олади: *“Kuerzlich kochte Noémi für alle einen Aubergine-Mozzarella-Auflauf. Tage zuvor tischte Razia das wuerzig-scharfe Reisgericht Biryani auf. Der Duft der großen weiten Welt zog durch die Teichstraße. Nicht nur Beate und Hans-Jürgen Heinzmann atmeten ganz tief ein”*(1, 2). Парчадаги *“Der Duft der großen weiten Welt”* (“бепоён дунё ифори”) ибораси тамаки рекламасига тааллуқли бўлиб, биринчи марта 1959 йили Peter Stuyvesant (Reemtsma) бренди учун қўлланилган. Мазкур тамаки тури бугунги кунда ҳам Европадаги машҳур брендлардан бири ҳисобланади. Илк марта тамаки рекламаси учун қўлланилган ушбу ибора бугунги кунда бошқа

соҳаларда ҳам оддий жумлалар қаторида қўлланилаётганлигини кузатишимиз мумкин.

Лингвистик мелиорацияни метонимиялар орқали ифодалашда метафорадан фарқли ўлароқ, ташқи ўхшашлик кўчма маънодаги сўзлар орқали амалга оширилади. Бунда бир объектни номлаш учун ҳақиқий ном билан мантиқий боғлиқ бўлган бошқа сўзга асосий эътибор қаратилади. Метонимия ҳам метафора каби таъсирчанликни муайян даражада орттиришга хизмат қилади ва шу орқали мелиоратив сўз ва ибораларни қўллашга кенгроқ имкон яратади.

Аксарият метонимик хусусиятга эга бўлган мелиоратив алмаштирувлар жумла ёки иборанинг муайян бўлагини ёки тўлиқ қисмини ўзлаштириш орқали амалга оширилади:

*Dieb – Langfinger.*

*Feigling – Hasenfuss.*

*“Die Sympathiebekunden aus den Reihen der Sozialdemokraten bringen Merkels Fußtruppen in Rage. In Berlin kursiert schon das boese Wort vom “Luxemburger Langfinger””(3, 28–29).*

Оғзаки нутқда эса “Alkohol trinken” (“спиртли ичимлик истеъмоқ”) иборасига нисбатан “*etwas durch die Kehle jagen*”, “*die Kehle oelen/anfeuchten/schmieren*”, “*den Kanal voll haben*”, “*zu viel intus haben*”, “*sich die Kante/Kanne geben*” каби мелиоратив метонимиялар қўлланилади. “*Redewendungen: Woerterbuch der deutschen Idiomatik*” луғатида ушбу иборага нисбатан “*etw. durch die Kehle jagen (ugs): etw.vertrinken*, – дея изоҳ берилиб, “*Er hat sein ganzes Vermoegen durch die Kehle gejagt*”(2, 397) – деган мисол келтирилганлигини кўришимиз мумкин.

Шунингдек, маҳаллий принциплар (туман, кўча, мавзе кабилар)дан келиб чиқиб аталадиган айрим муассасалар номлари ҳам мелиоратив метонимияларга ёрқин мисол бўла олади: “*Luebecker Hof*” (*Justizvollzugsanstalt Dortmund* – Дортмунд жазони ижро этиш муассасаси), “*Roter Ochse*” (*Justizvollzugsanstalt Halle* – Ҳалле жазони ижро этиш муассасаси), “*Ulmer Hoeh*” ёки қисқартирилган “*Die Ulm*” (*Justizvollzugsanstalt Duesseldorf* – Дюссельдорф жазони ижро этиш муассасаси), “*Obere Sandstraße*” ёки “*Cafe Sandbad*” (*Justizvollzugsanstalt Bamberg* – Бамберг жазони ўташ муассасаси) каби. “*In Bamberg angekommen, erwarteten uns zwei Stadtfuehrer, die uns die Bamberger Altstadt zeigten. Als erstes liefen wir in Stueck an der Regnitz entlang und kamen am “Café Sandbad” vorbei*”(6,1). Мақола матнидан олинган ушбу парчадаги “*Café Sandbad*” сўзи “қамокхона” маъносини англатиб келмоқда. Чунки қамокхона шаҳарнинг *Obere Sandstraße* – Юқори қум кўчасида жойлашганлиги сабабли халқ орасида “*Café Sandbad*”

– “Кумли ванна кафеси” номи билан аталади. “*Café Sandbad*” сўзида ҳеч қандай салбий коннотация мавжуд бўлмаса-да, “қамоқхона” маъносини ифодалаб келиб, “*Gefaengnis*” ёки “*Zuchthaus*” сўзларидан ўзининг юмшатовчи маъноси билан устун туради.

Бундай мисолларни кўплаб келтириш мумкин: “жазони ижро этиш муассасалари” ёки “махсус касалхона (*Irrenanstalt*)ларни аташ учун Гамбургда – *Ochsenzoll*, Боннда – *Koelnstrasse*, Бернда – *Waldau*, Венада – *Gugelhupf* каби номлар қўлланилади. Бу каби номлар орқали қамоқхона ёки махсус касалхоналарнинг жойлашган ўрнига (туман, мавзе ва б.) ишора қилинади. Бундай номларни тўлиқ шаклда масалан, “*Irrenanstalt Koelnstrasse*” (“Кёльн кўчасидаги руҳий касаллар шифохонаси”), – дея аташ ҳам мумкин эди. Бирок гувоҳи бўлганимиздек, жумланинг “обрўсига путур етказувчи” компоненти қисқартириш, шунингдек ниқоблаш мақсадида тушириб қолдирилди. Натижада эса бетараф маънога эга бўлган атоқли отўзи учун номақбул бўлган маънони ҳам ифодалайдиган шу тарика салбий коннотацияни маълум муддатга бўлса даяшириб туради. Масалан, шаҳарга илк марта ташриф буюрган киши шу жумлани эшитганида сўзни ўзининг асл маъносида тушуниши, токи ҳақиқий маънони англаб етмагунича шу фикрда қолиши табиий ҳол.

Шунингдек, айрим муассасаларнинг номлари маълум бир рамзий маънони англатувчи жарангдор ва жозибадор сўзлар ёки кишилар исмлари билан юритилишини ҳам кўп учратамиз. Масалан, “*Eheanbahnungsinstitut*” (никоҳ уйлари, танишув агентликлари)ни “*Institut Viktoria*”, “*Institut Fortuna*”, “*Christa Appelt*” “*Institut Lord*” каби мелиоратив номлар билан аталиши сўзга жозоба бахш этиб, беихтиёр ўқувчи эътиборини тортади ва мижозларни айнан шу муассасага мурожаат қилишга ундайди.

Баъзи тарихий ва бадий персонажлар ҳам мелиоратив-метонимик маънони ифодалаб, маълум бир баҳоловчи рамзий вазифаларни бажариб келади:

*Don Juan (Verfuehrer);*

*Don Quixote (naiver Mensch);*

*Luzifer (Teufel).*

“*Bernhard Falk floh in die Kirche, betete zu Gott, wurde Messdiener, sein Priester nannte ihn immer nur Luzifer, weil er gern mit Feuer spielte, und heimlich las er Marx*”(4, 64).

Атоқли отларнинг мелиоратив вазифани бажариш жараёнида турдош отларга айланишига гувоҳ бўламиз; маълум бир табулашган объектларни бу каби гавдалантириш диний табу турлари кўплигидан далолат беради:

*Hain, Gevatter Hein, Bruder Hein, Freund Hein (Tod);*



*Herr Urian (Teufel);  
Meister Hans (Henker).  
“Wir sterben manchmal frueh  
Und manchmal, wenn es schon spaet ist.  
Freund Hein, der fragt doch niemals nach  
dem Alter und was du bist”*(5,44).

Бундай метонимиялар, асосан, тасвирий характерга эга бўлиб, ўзида мелиоратив – ниқобловчи, яширинмаълумотни мужассамлаштиради. Атоқли отларнинг шу тахлитда қўлланилиши сўзга янги маъно бериши билан эмас, балки мелиоратив – метонимик ўзига хослик бахш этиши билан ажралиб туради.

Юқоридагилардан келиб чиқиб айтиш мумкинки, лингвистик мелиорация, бу – аниқ мақсадларда бир тил белгисини бошқаси билан алмаштириш, яъни алмаштирилиши шарт деб, топилган сўзни ёрқин ва ижобий коннотацияга эга бошқа сўз билан алмаштириш жараёнидир. Табиийки, бу жараёнда тилшуносликдаги бошқашаклар каби метафора ва метонимиялардан ҳам кенг фойдаланилади. Бошқача айтганда, предметнинг айнан ўзига хос мантиқий маъноси (денотат) икки ёки ундан ортиқ лексемалардан иборат бўлса у мелиоратив характер касб этади, бунда объектга нисбатан жамиятда қабул қилинганидан кўра юқори баҳо берилади. Шу тариқа объектнинг қиймати баҳолаш муносабатлари доирасида аслидан кўра ўзгартирилади (бунда унинг объектив қиймати ўзгаришсиз қолади), баҳонинг бундай оширилиши эса субъект (сўзловчи) томонидан лингвистик воситалар орқали амалга оширилади.

#### ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР

1. Badische Zeitung. Fr, 24. August 2012, von Gertrude Siefke. <http://www.badische-zeitung.de/offenburg/der-duft-der-grossen-weiten-welt-x1x--63287228.html>
2. Duden. Redewendungen: Woerterbuch der deutschen Idiomatik. 4. Auflage. Redaktionelle Bearbeitung Dr. Werner Scholze-Stubenrech. Berlin 2013. S.397
3. Der Spiegel. 41/2014. Luxemburger Langfinger. Von Nikolaus Blome, Horand Knaup, Peter Müller, Christian Reiermann und Christoph Schult. S.28-29
4. Der Spiegel. 19/2015. Emrah und seine Brüder. Von Özlem Gezer. S.64
5. Dorothee Buerge, Lukas Radbruch. Humor – heilsam oder zerstörerend? Leitfaden 2013. S.44
6. Norbert Feulner. Wandertag nach Bamberg – ein Weltkulturerbe. 10.02.2013. <http://www.mittelschule-gochsheim.de/cms/index.php/news/items/bamberg.html>
7. Spiegel Online. Österreichischer Stardirigent Nikolaus Harnoncourt ist tot. Sonntag, 06.03.2016. <http://www.spiegel.de/kultur/musik/nikolaus-harnoncourt-im-alter-von-86-jahren-gestorben-a-1080903.html>
8. Unsere Ansicht von E-Zigaretten zum Rauchstopp. <http://www.ezigarettevergleich.de/>
9. Чернышева И. Изменение значения слов как путь развития словарного состава// Проблемы общего и частного языкознания. – М., 1960. – С. 86–116.