

IJTIMOIIY TARMOQ MATERIALLARIDA ANTROPOMORFIK METAFORALARNING PRAGMATIK XUSUSIYTLARI

Hamdamov Hayadar Azamatovich,

Toshkent Axborot texnologiyalari universitetining

Qarshi filiali mustaqil tadqiqotchisi

Annotatsiya: Mazkur maqola ijtimoiy tarmoq materiallarida antropomorfik metaforalarning pragmatik xususiyatlarini tahlil qilishga bag'ishlangan. Unda metaforalar, xususan, antropomorfik metaforalarning tildagi va madaniy kontekstdagi o'rni ko'rib chiqiladi. Metaforaning kognitiv va kommunikativ funksiyalari, uning diskursiv jarayonlarda, jumladan, sport jurnalistikasi va boshqa publitsistik janrlardagi ahamiyati yoritilgan. Muallif, shuningdek, metaforalarning ijtimoiy fikrni shakllantirish va hissiy ta'sir ko'rsatishdagi roli, til va madaniyat o'rtasidagi bog'liqlikni ochib beradi. Maqolada lingvistik va ekstralingvistik faktorlarning diskursda qanday namoyon bo'lishi ham ko'rib chiqiladi.

Kalit so'zlar: antropomorfik metaforalar, pragmatik xususiyatlar, kognitiv funksiyalar, kommunikativ maqsadlar, publitsistik janrlar, diskursiv jarayonlar, lingvistik faktorlar, ekstralingvistik faktorlar.

Аннотация: Данная статья посвящена анализу прагматических характеристик антропоморфных метафор в материалах социальных сетей. Рассматривается роль метафор, в частности антропоморфных метафор, в языковом и культурном контекстах. Открыты когнитивные и коммуникативные функции метафоры, ее значение в дискурсивных процессах, включая спортивную журналистику и другие публицистические жанры. Автор также раскрывает роль метафор в формировании общественного мнения и воздействии на эмоции, а также связь между языком и культурой. В статье также рассматривается, как лингвистические и экстралингвистические факторы проявляются в дискурсе.

Ключевые слова: антропоморфные метафоры, прагматические характеристики, когнитивные функции, коммуникативные цели, публицистические жанры, дискурсивные процессы, лингвистические факторы, экстралингвистические факторы.

Abstract: *This article is dedicated to the analysis of the pragmatic characteristics of anthropomorphic metaphors in social network materials. It examines the role of metaphors, specifically anthropomorphic metaphors, in linguistic and cultural contexts. The cognitive and communicative functions of metaphors, as well as their significance in discursive processes, including sports journalism and other journalistic genres, are highlighted. The author also reveals the role of metaphors in shaping public opinion and influencing emotions, as well as the connection between language and culture. The article also discusses how linguistic and extralinguistic factors manifest in discourse.*

Keywords: *anthropomorphic metaphors, pragmatic characteristics, cognitive functions, communicative goals, journalistic genres, discursive processes, linguistic factors, extralinguistic factors.*

KIRISH

Olam manzarasiga chizgilar antropomorf xarakterlidir, shunga ko'ra, tasavvurimizdagi olam manzarasi muallif ongidagi olam manzarasidan farq qilishi tabiiy. Demak, biz uchun real olamdagi metafora qanchalik soxta bo'lmasin, obrazga aniq tavsif berishda muallif ushbu metaforadan unumli foydalanishga harakat qiladi. Real olamda o'xshash vaziyatlar haqidagi bilimlarimizdan to'liqroq foydalanish maqsadida bizning reallik to'g'risidagi konseptimizga ko'proq mos keladigan matnli konseptni sintezlashga harakat qilamiz. Shu yo'l bilan metaforik axborotni uning haqqoniyligi real olam haqidagi tasavvurimizga zid kelmasligi uchun qo'shishga intilamiz. Ya'ni biz olamni muallif so'raganidek tasavvur qilishga harakat qilamiz [1]. Metafora nafaqat ong, balki til va madaniyat universalisasi hamdir. Biz tekshirayotgan antropomorfik metaforalar esa, bu borada o'zining

alohida xususiyatga egaligi bilan ajralib turadi.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA TADQIQOT METODOLOGIYASI

A. Blek metafora haqida mulohaza yuritarkan, bejizga “metaforani qanday tanib olamiz”, “metaforalarni ajratishning qandaydir mezonlari mavjudmi”, “metaforaning ma’nosini o‘zga so‘zlar bilan ifodalash mumkinmi”, “metafora tom ma’nodagi “shunchaki bezak”mi”, “metafora va o‘xshashlik orasida qanday umumiylik mavjud”, “metafora nima uchun kerak”, “metafora ijodiy aktmi”, “*metafora o‘zi nima degani*” singari savollarni qo‘ymaydi va mazkur hodisani “konsept” deb atayd [2].

Metaforani kognisiyaga dahl qiluvchi hodisa sifatida intellektning muayyan qobiliyat darajasi deb baholash mumkin. U ayni vaqtda interpretatsiyaning tegishli kodini ifoda etadi, strukturalangan ushbu madaniy kod til hamjamiyati a’zolari uchun tushunarli, tez anglanuvchi bo‘lishi lozim. Xolbuki, madaniy kod – bu madaniy matnlarni o‘qishda zarur bo‘luvchi asosiy tushunchalar, meyorlar, ko‘rsatmalar va b. yig‘indisidir [3].

Tilda mavjud frazeologizm va metaforalar, ularga birikkan madaniy konnotatsiyalar bilim, ya’ni kognitiv o‘zlashtirishni tashkil etganidan, frazeologizmlar va obrazli-motivlashgan so‘zlar, ya’ni metaforalar madaniy belgilarning namoyishchisi hisoblanadi [4].

Insonning fikrlashi, kuzatuv, his etib idrok etishi – barcha-barchasi metaforik xususiyatli, bunda metafora nutqni tejash tamoyiliga amal qiladi va tilda avvaldan mavjud bo‘lgan so‘zlarning yangi ma’nolarini vujudga keltiradi;

- metaforaning amal qilishi hayratomuz: atrofdagilarning muayyan tavsif yoki sifatlarni qo‘llamay, “qog‘ozga o‘rab”, butunlay boshqa kategorial guruhlarga tegishli so‘zlarni qo‘llagan holda gapirishiga qaramasdan, tinglovchi ularning muddaolarini xatosiz anglaydi;

- metafora – munosabat bildirishning alohida nuqtayi nazari, uning mexanizmi inson madaniyati, saviyasi va hokozoga teng ravishda axloqiy baholash shkalasiga o‘zaro proporsional tarzda ishlaydi. Shunga ko‘ra, metafora kognitiv-pragmatik jihatdan madaniy axborotni tashuvchi.

Lisoniy konseptlarni ularning milliy-madaniy o'ziga xosligi nuqtayi nazardan tahlil qilish (A. Vejbitskaya, Y.S. Stepanov, V.Ya. Propp, Gak va b.) metaforalarning konseptual tahlilida qo'l keladi. Shuningdek, A.A. Potebnya, P.O. Yakobson, A.N. Veselovskiy, A.F. Losev, M.Y. Lotman, O. Freydenbergning, olamning milliy obrazlari bo'yicha G. Gachevning, fan tilida metaforalarning qo'llanishiga bag'ishlangan S.S. Gusev, O.M. Bessonova va b. tadqiqotlari esa, bu boradagi izlanishlarning salmog'ini oshiradi.

Publitsistik nutq uslubi adabiy tilning funksional xilma-xilligi bo'lib, jamoat hayotining turli sohalarida: gazeta va jurnallarda, televideniye va radioda, ommaviy siyosiy nutqlarda, partiyalar va jamoat birlashmalari faoliyatida keng qo'llaniladi. Bu yerda keng o'quvchi uchun siyosiy adabiyotlar va hujjatli filmlar ham qo'shilishi kerak.

MUHOKAMA VA NATIJALAR

Publitsistik matnlarni mazmunan siyosiy, ilmiy, ijtimoiy mavzularga bo'lish mumkin. Bu o'rinda sport jurnalistikasining ham o'ziga xos xususiyatlari borligini ta'kidlash o'rinli.

Sport jurnalistikasi sport faoliyatini belgilaydigan ma'nolar tizimi bilan bog'liq bo'lgan maxsus konseptosferani ochib beradi. Bu holda kontseptosfera dunyoning sodda lingvistik manzarasining bir qismi bo'lgan tushunchalar tizimi sifatida tushuniladi. "Sport" kontseptsiyalarining kombinatsiyasi (shuningdek, ko'plab vaziyat modellari) "aqliy asosi" sport nutqiga xizmat qiladi. Biroq, sport insonning o'yin faoliyati bilan bog'liq bo'lgani uchun, taqlid tabiati, keyin sport nutqidagi tushunchalar va ushbu faoliyat turini ifodalovchi lug'at ko'pincha ikkinchi darajali bo'lib, taqqoslash asosida tug'iladi, sportning o'ziga xos senariylarini boshqa faoliyat turlari, mehnat, o'yin, ijtimoiy va hatto kommunikativ senariylarga qo'shib qo'yadi.

Sport jurnalistikasi sport faoliyatini ifodalovchi ma'nolarni ishlab chiqaradi, takrorlaydi va tarjima qiladi. Shu munosabat bilan sport nutqi odatda sport musobaqalari, sportchilarni tayyorlash, sport tadbirlari atrofida rivojlanadigan biznes bilan bog'liq bo'lgan inson faoliyati sohasiga xizmat qiladi.

Sportga doir matnlar ko'pincha professional sohada va sport haqida ma'lumot berish bilan shug'ullanadigan ommaviy axborot vositalarida namoyish etiladi. Ushbu turdagi nutq kamdan-kam hollarda neytral registrda rivojlanadi, chunki sportning tabiati-boshqa faoliyat turlariga taqlid qilish, birinchi navbatda raqobat shakllari bilan bog'liq bo'lib, hissiy idrokka qaratilgan. Shuning uchun ushbu nutqda, boshqalarga qaraganda, shaxsni idrok etishning hissiy-ekspressiv tarkibiy qismiga ta'sir ko'rsatishga qaratilgan turli xil majoziy, baholovchi va stilistik rangli vositalar ko'proq qo'llaniladi. Sport ommaviy axborot vositalarining turli janrlari o'z maqsadlariga erishishga qaratilgan turli xil usullardan foydalanadilar. Sport sohasiga doir matbuot materiallaridan bir nechta misollarni ko'rib chiqish mumkin.

Sport sharhlovchilarining nutqini kuzatsangiz, ular ko'plab ko'chma ma'noli birliklardan nihoyatda ko'p foydalanayotganini ko'rsangiz bo'ladi. Ularning aksariyatini metafora, deb atash mumkin:

Eldor endi qutqaruvchi rolida. "Spetsiya" nega Shomurodovni tanladi?

Uzoq davom etgan serial: "Torino"dan "Lill"gacha

*"Spetsiya" klubi dushanba kuni "Roma"dan Eldor Shomurodovni transfer qilgani haqida e'lon qildi va uni A Seriyada ro'yxatdan o'tkazdi. Liguriyaliklar o'zbek futbolchisini **so'tib olish** shartisiz 1,5 million yevro evaziga mavsum oxirigacha **ijaraga olgan**. U yangi klubida ham 14-raqamni tanladi.*

*Sky Sports xabariga ko'ra, "Roma" bosh direktori Tyago Pinto Eldorga asosiy da'vogar bo'lgan "Torino" texnik direktori David Vagnati bilan Milanda uchrashgan, ammo Turin klubi rahbariyati Shomurodov bo'yicha o'z pozitsiyasini o'zgartirmagan – **so'tib olish** shartisiz yarim mavsum uchun 1 million yevro taklif qilingan.*

*Insayder Di Marsio xabariga ko'ra, Eldor Italiya A Seriyasidan Fransiya chempionatiga **ko'chib o'tishi** ham mumkin edi. O'zbekistonlik hujumchining transferi bo'yicha Rim klubi "Lill"dan taklif olgan. Paulu Fonseka murabbiyligidagi fransuzlar forvardni 10 million yevroga so'tib olish sharti bilan ijaraga olishga tayyor edi. Ammo Shomurodovning o'zi Italiyada qolishni afzal bilgan.*

*Uning yozishicha, o'zbekistonlik 27 yoshli **hujumchi** hozirgacha xorij*

klublaridan tushgan 3 ta klub taklifini **rad etgan**. Bular – Fransiyaning “Lill”, Ispaniyaning “Valdolid” va Germaniyaning “Bayer” klublari ekani aytilmoqda. Italiyada Eldorni “Spesiya”dan tashqari, “Kremoneze” va “Torino” so‘nggi pallagacha **o‘z safiga qo‘shib olishni istagan**. O‘zbekistonlik hujumchi ham uzoq vaqt Turin klubiga o‘tishni istagan, ammo rimliklar bu klub taklifini qabul qilmagach, “Torino”dan yarim million yevro ko‘proq taklif qilgan “Spesiya” tanloviga to‘xtagan.

“Eldor endi qutqaruvchi rolida”. Metafora: “qutqaruvchi rolida”

Bu metafora shaxsiy xususiyatlarni va rollarni nisbatan sportga qo‘llaydi. “Qutqaruvchi” (manba domeni) odatda inson sifatida ishlatiladi va sportdagi rolni tasvirlash uchun qo‘llanilgan. Bu yerda Eldor Shomurodovning rolini “qutqaruvchi” sifatida tasvirlash orqali, uning jamoaga qo‘shadigan qiymati va potentsial yordamchi roli ta’riflanadi.

“Eldor “Napoli”ga qarshi debyut qiladimi?” Metafora: “debyut qiladimi”

“Debyut” so‘zi san‘at sohasidan kelib chiqib, sport sohasiga o‘tgan. Bu metafora orqali, Shomurodovning “Napoli”ga qarshi o‘yindagi birinchi paydo bo‘lishi (manba domeni) san‘at asarining birinchi chiqishi sifatida tasvirlanadi. Bu orqali uning jamoaga qo‘shilishi muhim va e’tiborli voqea sifatida ko‘rsatiladi.

“Eldor uchun ham o‘tgan tur Neapolda, kuni kecha esa kubokda mag‘lubiyatga uchragan “Roma” va Mourinoga o‘zini ko‘rsatishga bundan-da yaxshi imkoniyatni tasavvur qilish qiyin edi.”

Metafora: “o‘zini ko‘rsatishga imkoniyat”

Bu metafora “o‘zini ko‘rsatish” (manba domeni) konseptini Shomurodovning futbol maydonidagi imkoniyatlariga (maqsad domeni) nisbatan qo‘llaydi. Bu orqali Shomurodovning “Napoli”ga qarshi o‘yinda o‘z qobiliyatlarini namoyon etish imkoniyati ta’riflanadi va sportdagi raqobatdagi “ko‘rsatish” konsepti san‘at olamidagi “ijro” bilan bog‘lanadi. Antropomorfik metaforalar bu yerda sportdagi vaziyatlarni san‘at va teatr sohasidagi tushunchalar bilan taqqoslash orqali ta’riflanmoqda. Bu yondashuv o‘yinlarni va sportdagi voqealarni yanada dramatik va e’tiborga molik qilib ko‘rsatadi.

“Bolim o’rtalarida Darvinda yana bir qulay vaziyat yuzaga keldi, ammo uning bosh bilan olis burchakka yo’llagan zarbasi biroz xato ketdi. “Real” ochiqchasiga ikkinchi raqam ostida harakatlandi va o’z ijrochilarining individual mahoratiga tayandi. “Real” endi butunlay sochilib ketganday edi. Qolaversa yana bir jarohat ro’y berdi. Bu safar Kamavinga belidagi kuchli og’riq sabab o’yinni davom ettira olmaydigan bo’ldi. Ammo “Liverpool” baribr o’z maqsadiga erishdi. Burchak zarbasi amalga oshirilganida 172 santimetrlik Modrich 193 santimetrlik Gakpoga qarshi goldi va kutilganidek kurashni boy berdi. “

*Bu yerda “Real”ning **harakatlanishi** va **biror narsaga tayanishi** antropomorfik metafora bo’lib, insonga xos xatti-xarakatlar berilgan. **Sochilib ketish** antropomorfik metaforasi esa insonga xos tushkunlik yoki motivatsiyaning pasayishini ifodalash uchun jamoaga nisbatan qo’llangan. **Maqsadga erishish** esa futbol jamoasining insoniy intilishlarini ko’rsatish uchun ishlatilgan.*

Publitsistik matnlarda, xususan, millionlar o’yini hisoblangan futbol bilan bog’liq juda ko’p metaforalar uchraydi. Ijtimoiy tarmoqlarda futbol haqidagi xabarlar matni tahlilga tortilsa, bir qator yangi ma’nolar ifodalanganiga guvoh bo’lish mumkin.

XULOSA

Umuman olganda, ushbu tahlil natijalari shuni ko’rsatadiki, o’zbek jurnalistik matnlarida antropomorfik metaforalar faqatgina ta’sirchan uslubiy vosita sifatida emas, balki madaniy meros va an’analar bilan bog’liq murakkab ma’nolarni o’z ichiga olgan obrazlar sifatida ham muhim ahamiyatga ega. Bu metaforalar yordamida o’quvchilarga yanada yaqinroq bo’lgan kontekstual va madaniy jihatdan mos keladigan tushunchalar yetkaziladi. Ushbu tahlillar, shubhasiz, o’zbek tilida yozilgan jurnalistik materiallarda metaforalarning o’quvchilar ongiga qanday ta’sir qilishini va ularning pragmatik imkoniyatlarini yanada yaxshiroq tushunishga yordam beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Теория метафоры. – М.: Прогресс, 1990. – 247 с.
2. М. Блэк Метафора / Теория метафоры. – М., 1990. – С. 153-172.
3. Свирепо О.А. Метафора как код культуры / Автореферат дисс. кан. философских наук. – Ростов-на-Дону, 2002.
<http://www.dissercat.com/content/metafora-kak-kod-kultury>: 11/06/2012.
4. Маслова В.А. Лингвокультурология / В.А. Маслова: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. зав. – М.: Академия, 2001.