

IQTISODIY NUTQDA GASTRONOMIK METAFORALAR: XITOIY MATNLARI ASOSIDA STILISTIK TAHLIL



<https://doi.org/10.24412/2181-1784-2025-26-78-83>

Fayzullayeva Madina Qahramon qizi

Toshkent davlat sharqshunoslik
universiteti tayanch doktoranti

Toshkent, O'zbekiston

Tel: +998909057174

fayzulaevamadina@970gmail.com

Annotatsiya. Ushbu maqolada iqtisodiy nutqda qo'llanilgan gastronomik metaforalarning roli va stilistik xususiyatlari Xitoy matnlari misolida o'rganiladi. Xitoy tilining o'ziga xos madaniy va lingvistik konteksti doirasida bu metaforalar qanday ishlatilishi, ularning semantik va stilistik funksiyalari tahlil qilinadi. Shuningdek, gastronomik metaforalar yordamida iqtisodiy jarayonlar, hodisalar va munosabatlar tasvirlanishining nutqiy samaradorligi baholanadi. Tadqiqot natijalari madaniyatlararo muloqot va lingvokulturologik tadqiqotlar uchun amaliy ahamiyatga ega, shuningdek, til va madaniyat o'rtasidagi bog'liqliklarni yoritishga xizmat qiladi.

Kalit so'zlar: konseptual metafora, gastronomik metafora, “酸葡萄” (suān pútao), “跛脚鸭” (bǒjiǎo yā), “油水” (yóushuǐ), “土包子” (tǔ bāo zi), “迷魂汤” (mí hún tāng), “硕果” (shuòguǒ), “铁公鸡” (tiě gōng jī).

Abstract. This article examines the role and stylistic features of gastronomic metaphors used in economic discourse, based on Chinese texts. Within the unique cultural and linguistic context of the Chinese language, the study analyzes how these metaphors are employed and their semantic and stylistic functions. Additionally, the effectiveness of gastronomic metaphors in depicting economic processes, events, and relationships is evaluated. The findings of the research hold practical significance for intercultural communication and linguocultural studies, as well as contribute to illuminating the connection between language and culture.

Keywords: conceptual metaphor, gastronomic metaphor, “酸葡萄” (suān pútao), “跛脚鸭” (bǒjiǎo yā), “油水” (yóushuǐ), “土包子” (tǔ bāo zi), “迷魂汤” (mí hún tāng), “硕果” (shuòguǒ), “铁公鸡” (tiě gōng jī).

Konseptual metafora — bu bir tushunchani boshqa bir tushuncha orqali anglash va ifodalash shakli. Bu til va fikrlashda keng tarqalgan jarayon bo‘lib, ma’lum bir mavzuni tushunishda mavhum tushunchalarni yanada aniqroq va tasavvur qilish oson bo‘lgan narsalar bilan bog‘lashga xizmat qiladi. Masalan, “bolalar - bu mevalardir” degan fikrda qanday ko‘chat ekilsa shuning hosili olinadi ya’ni ota-ona qanday bo‘lsa, bolasi ham shunday bo‘ladi tushunchasi metaforik tarzda ifodalanadi.

Gastronomik metafora — bu oziq-ovqat va oshpazlikka oid atamalar yoki tasvirlar yordamida boshqa sohalarni ifodalash usuli. Bunday metaforalar murakkab tushunchalarni soddalashtirish, ularni ko‘proq sezgir va qiziqarli qilish uchun ishlatiladi. Quyida biz iqtisodiy yangiliklarda keltirilgan gastronomik metaforalarning stilistik tahlilini ko‘rib chiqamiz.

”诺贝尔经济学奖得主斯蒂格利茨也一针见血地指出，西方对中国在非洲做出的努力的批评，纯粹是“酸葡萄”心理。”
(<https://news.cctv.com/2018/09/04/ARTItEJiZiCM37MW5GnI5sqK180904.shtml>
2018-09-04)

“Iqtisodiyot bo‘yicha Nobel mukofoti sovrindori Jozef Stiglits ham aniq ta’kidlab o‘tdiki, G‘arb Xitoyning Afrikadagi sa’y-harakatlarini tanqid qilishi mutlaqo “nordon uzum” psixologiyasidan iborat.”

“酸葡萄” (suān pútao) iborasi “nordon uzum” deb tarjima qilinadi. Bu erishib bo‘lmaydigan narsani tanqid qilish yoki pastga tushirish niyatida bo‘lishni anglatadi, asosan shaxsiy yo‘qotish yoki muvaffaqiyatsizlikni yengish uchun o‘zini tasavvur qilishda ishlatiladi.

Iboraning kelib chiqishi haqida hikoyalar mavjud bo‘lib, hikoyada uzumni tepadan ololmagan tulki, “nordon uzum” degan iborani aytadi, ya’ni u uzumni erisha olmagani uchun, uni haddan tashqari yomonlashga harakat qiladi.

Yuqorida keltirilgan matndagi “酸葡萄” iborasi G‘arbning Xitoyning Afrika bilan hamkorligiga bo‘lgan tanqidi haqida aytilgan. “酸葡萄” (suān pútao) gastronomik metaforasi ko‘pincha ijtimoiy va iqtisodiy jarayonlarni ifodalashda ishlatiladi, chunki uning tarkibidagi tasvirlar va ma’nolar inson psixologiyasi, raqobat, resurslar va iqtisodiy qarorlar bilan bog‘liq. Bu metafora emotsional va psixologik jihatdan salbiy his-tuyg‘ularni uyg‘otadi, chunki “nordon uzum” salbiy bir holatni tasvirlashda ishlatiladi. U shumlik, yo‘qotish va ijtimoiy darajada zararli bo‘lgan narsalarga nisbatan kamsituvchi bir tasvir yaratadi. Stilistik jihatdan bu metafora raqobatni tasvirlashda kuchli vosita sifatida ishlatiladi. Raqobatchilar o‘z raqiblarini yaroqsiz deb baholashadi, ular foydalana olmaydigan yoki kerakli natijalarni bera olmaydigan narsalarni rad etishga intilishadi. Bu metafora

yordamida odamlar “narsaning qiymati yo‘q” degan ishonchni yaratadilar, bu esa o‘zlarini eng yaxshi sifatida ko‘rsatishga yordam beradi.

“他认为美国的经济很大程度上取决于新冠疫苗的进展，要完全恢复还有很长的一段时间。在政治的“跛脚鸭时期”，小商业者和低收入人群在二次新冠的冲击下，将面临一段困难的时期。”
(<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1683012346626202842&wfr=spider&for=pc> 2020-11-11)

“Uning fikriga ko‘ra, Amerika iqtisodiyoti katta darajada COVID-19 vaksinasining rivojlanishiga bog‘liq, to‘liq tiklanish uchun esa hali uzoq vaqt kerak bo‘ladi. Siyosatdagi “oqsoq o‘rdak davri”da, kichik biznes egalari va past daromadli qatlamlar, ikkinchi COVID pandemiyasining zarbasini boshdan kechirayotganda, qiyin davrni o‘tkazishadi.”

Matndagi “跛脚鸭” (bǒjiǎo yā) “oqsoq o‘rdak” o‘z vorisi saylangan yoki saylanish arafasida turgan davlat amaldori, saylov muddati tugagan amaldor uchun metafora bo‘lib, iqtisodiy-siyosiy tahlilda keng qo‘llaniladi, uning asosida boshqaruvdagi zaiflik va sustlik tasvirlanadi. Masalan, agar taomning bir qismi pishgan bo‘lsa, lekin boshqa qismi pishmagan yoki yaroqsiz bo‘lsa, bu to‘liq, bir butun va mukammal bo‘lmagan biror narsa sifatida ifodalanadi. Iqtisodiy o‘zgarishlarni ta’riflash uchun ishlatilsa, bu hukumatning noaniq, zaif va boshqaruvdagi imkoniyatlarini tasvirlaydi. Metafora orqali iqtisodiyotning barcha qismlari to‘liq qayta tiklanmaganini va hatto barqaror tiklanishdan oldin ko‘plab muammolar mavjudligini ko‘rsatish mumkin. Chunki siyosiy boshqaruvdagi zaifliklar iqtisodiy tizimni jiddiy darajada buzishi mumkin. Bu jarayonlarni tushunishga yordam beradigan stilistik vosita sifatida xizmat qiladi. Stilistik jihatdan, bu gastronomik metafora iqtisodiy diskursda kuchli vizual va psixologik tasvir yaratib, bizga siyosatdagi zaifliklarning iqtisodiy natijalarini tushunishga yordam beradi.

“矿业巨头市值飙升 4000 亿元，高毅邓晓峰“蹭”了 30 亿元“油水”
(<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1794959396635375191&wfr=spider&for=pc> 2024-03-30)

“Konchilik gigantining bozor qiymati 400 milliard yuanga keskin oshdi, Gaoyi fondi boshqaruvchisi Deng Xiaofeng esa bu vaziyatdan 3 milliard yuanga yaqin “foyda” ishlab oldi.”

“油水” (yóushuǐ) so‘zma-so‘z “yog‘ va suv” deb tarjima qilinadi, bu gastronomik ibora foyda, daromad, yog‘li pul metaforik ma’nolarini anglatadi.

Xitoy oshxonasida yog‘li, suvli taomlar ko‘pincha mazali, to‘yimli va boy deb hisoblanadi. Bu ma‘no vaqt o‘tishi bilan ko‘chma shaklga o‘tgan. Ijobiy ma‘noda biror bir ishdan yaxshigina foyda olishni, salbiy kinoyaviy ma‘noda korrupsiya, kimdandir foydalanish, yoki begona mehnatdan daromad olishni bildiradi.

“但就是这样一个“土包子”品牌，却在近年来坚持走高端路线，不断上探
产 品 定 位 。”

(<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1799813510807947283&wfr=spider&for=pc>
2024-05-23)

“Ammo aynan shunday bir “mahalliy” brend so‘nggi yillarda yuqori darajadagi yo‘nalishda qat‘iyat bilan harakat qilib, mahsulotlarini uzluksiz yuqoriga ko‘tarmoqda.”

“土包子” (tǔ bāo zi) — “mahalliy baozi” deb tarjima qilinib, dastlabki ma‘nosi sodda va halol qishloq odami, hozirda dunyo ko‘rmagan inson metaforik ma‘nolarini beradi. “包子” — bu xitoycha ichi turli xil masallikli bug‘da pishirilgan non, ya‘ni mantiga o‘xshash taom. Oddiy xalq orasida keng tarqalgan, arzon va qulay taom sifatida tanilgan. “土” — bu yerda “qishloqcha”, “zamonaviy bo‘lmagan”, “sodda” ma‘noni beradi. Semantik jihatdan oddiy, zamonaviylikdan yiroq, sodda ko‘rinishga ega odam yoki narsa degan ma‘noni anglatadi. Bu ibora dastlab oziq-ovqat bilan bog‘liq bo‘lsa-da, keyinchalik insonlar, brendlar, uslubga nisbatan metaforik tarzda qo‘llanila boshlagan.

Yuqorida keltirilgan iqtisodiy matnda past darajadagi, zamondan ortda qolgan ko‘rinishdagi brend ma‘nosini anglatadi. Stilistik jihatdan bu kinoyali tanqidni namoyon etadi. Bu matn tahliliy uslubda yozilgan bo‘lib, “oddiylikdan elita darajasiga ko‘tarilayotgan brend” fenomenini kinoya bilan, lekin tan olish ohangida ifodalaydi. Ba‘zan bu gastronomik metafora ijobiy, eski xotiralarni yodga solish ma‘nosida ham qo‘llaniladi.

“第一，万万不能掉进新自由主义经济理论的“迷魂汤”，重蹈美国经济“空心化”的覆辙。” (<https://www.ceweekly.cn/cewse/2024/0115/434786.html> 2024-04-15)

“Birinchidan, hech qanday holatda ham yangi liberal iqtisodiy nazariyaning “sehrli sho‘rva”siga tushib qolmaslik kerak, aks holda AQSh iqtisodiyotining “ichdan bo‘shab qolgan” holatini yana takrorlash xavfi tug‘iladi.”

“迷魂汤” (mí hún tāng) — bu xitoycha gastronomik metafora bo‘lib, so‘zma-so‘z tarjimada “ruhni chalg‘ituvchi sho‘rva” degan ma‘noni bildiradi. Bu

iborani “aldov sho‘rvasi”, “sehrli sho‘rva” deb ham tarjima qilsak bo‘ladi. Gastronomik jihatdan, oddiy va foydali ko‘ringan sho‘rva, aslida ta’siri kuchli hisoblanadi. Ushbu ibora salbiy, kinoyali va ogohlantiruvchi ohangda ishlatiladi, ayniqsa iqtisodiy yoki siyosiy matnlarda.

Yuqorida keltirilgan matnda zararli iqtisodiy g‘oya nazarda tutilmoqda. Bu bir xil va’dalarni takrorlayotgan, haqiqatdan ham insonlarni yoki jamiyatni manipulyatsiya qiluvchi va aldovga olib keluvchi tizimlarni tasvirlaydi. Stilistik jihatdan, bu ibora manipulyatsiyaga qarshi kurash yoki hushyor bo‘lishni ta’kidlaydi.

“粤藏合作结“硕果”，17个项目在东莞现场签约。”
(<https://news.10jqka.com.cn/20250514/c668145473.shtml> 2025-05-14)

“Guangdong-Tibet hamkorligi muhim natijalarga erishdi, Dongguanda 17 ta loyiha joyida imzolandi.”

“硕果” (shuòguǒ) gastronomik metaforasi aslida so‘zma-so‘z tarjimada “katta, pishgan meva” degan ma’noni bildiradi. Bizga ma’lumki, pishgan meva eng yuqori va sifatli hosilni ifodalaydi. U metafora bo‘lib kelganda muvaffaqiyat, natija, yaxshi hosil kabi tushunchalarni ifodalashda qo‘llaniladi. “硕果” iqtisodiy matnlarda muvaffaqiyatli kelishuvlar, yaxshi bajarilgan ishlar, yoki kutilgan ijobiy natijalarni tasvirlash uchun qo‘llaniladi.

Ushbu ibora ijobiy hissiy bo‘yoqdorlikka ega bo‘lgan metafora bo‘lib, muvaffaqiyatli yoki kutilgan natijalarni tasvirlash uchun keng tarqalgan.

“在收到交易所问询函、被指“铁公鸡”的舆论压力之下，一家上市了 14 年的公司改变了主意 ...”
(<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1797569158146629951&wfr=spider&for=pc> 2024-04-28)

“Fond birjasining so‘roq xatini olganidan va jamoatchilik tomonidan ‘temir g‘oz’ deb tanqid qilinganidan so‘ng, 14 yildan beri ro‘yxatga olingan bir kompaniya qarorini o‘zgartirdi...”

“铁公鸡” (tiě gōng jī) “temir xo‘roz” temir xo‘roz deb tarjima qilinadi. U odatda sira berishga, yordam ko‘rsatishga yoki pulni tarqatishga tayyor bo‘lmagan insonlarni, iqtisodiy jihatdan juda tejamkor bo‘lgan dividend bermaydigan kompaniyani tanqid qilish uchun ishlatiladi. Bunda “temir” qismiga urg‘u berish kompaniyaning qat’iy, o‘zgarishlarga qarshi turuvchi, qattiqqo‘l ekanligini ko‘rsatadi, “xo‘roz” esa yengil va qulaylik yaratish o‘rniga, befarqlik yoki qattiqqo‘llikni bildiradi.

“铁公鸡” (tiě gōng jī) iborasi o‘zbek tilidagi “ziqna odam, qattiq inson” iborasiga to‘g‘ri keladi. Bu ibora salbiy, kinoyali yoki tanqidiy ohangda ishlatiladi. Bu so‘z orqali kompaniyani muomala va foydalanuvchi ehtiyojlariga befarq, pulni tejashga o‘ta ehtiyotkor deb tanqid qilish mumkin.

Ushbu tahlilda salbiy metaforalarning ko‘pligini ko‘rishimiz mumkin. Bu shuni anglatadiki, taom tayyorlash uchun zaruriy oziq-ovqat metaforalari tanqid, kamsitish, zaiflik, sifatsizlik, tashqi va ichki ziddiyatlarni ifodalashda xizmat qiladi. Ijobiy metaforalar esa ko‘proq iliqlik, mehr, qadrlash yoki shirin tajribalarni ifodalash uchun xizmat qiladi. Gastronomik metaforalarning bunday stilistik funksiyasi ularni faqat til vositasi sifatida emas, balki madaniy va ijtimoiy ongning shakllantiruvchi konseptual vosita sifatida ham o‘rganishga asos bo‘ladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Lakoff G. *Metaphors We Live By* / George Lakoff, Mark Johnson. – Chicago : Chicago University Press, 1980. – 242 p.
2. Kövecses Z. *Metaphor: A Practical Introduction* / Zoltán Kövecses. – N.Y. : Oxford University Press, 2002. – 285 p.
3. 陈正德 (Wasin Suksomboomwong). 汉泰饮食隐喻对比研究. - 华中师范大学文学院, 2018 年. - 160 页.
4. 金爱情. 汉韩饮食惯用语的隐喻和转喻对比研究. - 浙江大学, 2018 年. - 54 页.
5. 陶晴. 汉语饮食词语的隐喻转喻认知考察, 上海外国语大学, 2017 年. - 70 页.
6. <https://baike.baidu.com/item>
7. Хашимова, С. А. "СЎЗ ЯСАЛИШИ МАСАЛАСИ ХИТОЙ ТИЛШУНОСЛАРИ АСАРЛАРИДА." *ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА В XXI ВЕКЕ* 60-3 (том 1) (2025).
8. Назарова, Сайёра Анваровна, and Акрам Абильевич Каримов. "ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ КИТАЕВЕДЕНИЯ: НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ КАФЕДРЫ КИТАЙСКОЙ ФИЛОЛОГИИ ТГУВ." *Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences* 2.Special Issue 26 (2022): 156-162.