



KOREYA OZIQ-OVQAT MAHSULOTLARI REKLAMALARIDA SEZISH HISSİYOTINING TA'M BILISH HISSİYOTIGA KO'CHMA MA'NODA KELISHI

Yulduz Kudratova

*"Alfraganus University" nodavlat oliy ta'lim muassasasi,
"Xorijiy tillar" kafedrasi o'qituvchisi*

Annotatsiya: *Mazkur tezisdagi Koreya oziq-ovqat mahsulotlari reklamalarida sezish hissiyotining ta'm bilish hissiyotiga ko'chma ma'noda qo'llanishi lingvistik va semantik jihatdan tahlil qilinadi. Tadqiqotda reklama matnlarida hid, ko'rish va teginish kabi sezgi birliklarining ta'mni ifodalashda metaforik vosita sifatida ishlatilishi ko'rib chiqiladi. Sezgi hissiyotlarining o'zaro ko'chishi orqali iste'molchida mahsulotga nisbatan ijobiy emotsional munosabat shakllantirish mexanizmlari yoritiladi. Natijada, koreys reklama diskursida sezgi metaforalari ta'm obrazini kuchaytiruvchi muhim uslubiy vosita ekani aniqlanadi.*

Kalit so'zlar: *reklama diskursi, sezish hissiyoti, ta'm bilish hissiyoti, ko'chma ma'no, sinteziya, oziq-ovqat reklamalari, lingvistik tahlil.*

Sinesteziya hissiyotlari shunchaki ikki sezgi o'rtasida yuzaga keladigan hodisa bo'lmay, balki, ikki hissiy sohalarining elementlari birlashganidan yangi ma'no yaralishi, ya'ni, fikrlash jarayonida yuzaga keladigan his-tuyg'ular bilan bog'liq.

Sezish hissiyotidan ta'm bilish hissiyotiga ko'chma ma'noda kelishi – bu aslida sezish hissiyotidan yuzaga kelgan emotsional-ekspressiv leksemalari ta'm bilish hissining ta'siri ostida qo'llanilishidir. Koreys tilida sezish hissiyotidan ta'm bilish hissiyotiga ko'chma ma'noda kelish hodisasi ko'p uchraydi, ammo, aksincha, ta'm bilish hissiyotidan sezish hissiyotiga ko'chma ma'noda kelish hodisasi deyarli uchramaydi.

(1) 청양고추의 맛을 낸 비빔소스의 칼칼한 매운 맛이 일품입니다¹.

Chongyang qalampiri bilan xushbo'y bibim sousining o'tkir va achchiq ta'mi ajoyibdir.

‘칼칼하다’ [kxalkxarada] – ‘achchiq’ so'zi lug'atda to'rtta ma'noga ega²:

1. Chanqaganda suv yoki spirtli ichimlik kabi narsalarni ichgisi kelayotgan hissiyot bor;

¹ 여성조선 잡지. 손수 함흥비빔냉면. – 서울. 2019. – P. 9.

² 표준국어대사전국립국어연구원. – 서울: 두산동아. 2019. – P. 128.



2. Ovozida ozgina qo‘pollik hissi bor;

3. Achchiq yoki tahir bo‘lgani uchun tomoqni qizdirib yuboradigan ta‘m bor;

4. Toza (Kyongnam shevasi)

Yuqorida qayd etilgan 4 turdagi ma‘nolar orasida bu reklama birinchi navbatda uchinchi o‘rindagi ma‘no tanlanlangan, ya‘ni, ta‘mi juda ham achchiq bo‘lgani uchun tomoqda ozgina og‘riq hissi bor, degan ma‘noni ta‘kidlab o‘tgan. Biroq, ikkinchi navbatta esa 4-o‘rindagi ma‘no sifatida qo‘llanilgan. Shunday qilib, birinchi navbatdagi ma‘no sezish hissidan ta‘m bilish ma‘nosiga ko‘chganligini ko‘rish mumkin.

(2) 단호박 빵에 부드러운 크림치즈를 넣은 간식 빵으로 달콤하고 부드러운 맛을 좋아하시는 분께 추천해 드립니다³.

Shirin qovoqli nonga mayin qaymoqli pishloq surilgan tushlik nonini mazali va mayin ta‘mni yaxshi ko‘radigan insonlarga tavsiya qilaman.

‘부드럽다’ [pudɾɔpta] – ‘yumshoq, mayin’ so‘zining lug‘aviy ma‘nosi quyidagilardan iborat⁴:

1. Tegish yoki ishqalash hissi qo‘pol yoki qattiq emas;

2. Fe‘l-atvor yoki munosabat bir-biriga qarshi emas, balki juda ham **iliq** darajada;

3. Kukun mahsulotlari yaxshi elanadi va juda ma‘qul;

4. Ishning holati yoki harakati kuchli emas;

5. Aroq o‘tkir bo‘lmagani uchun tomoqdan yutishga yaxshi.

Bu yerda birinchi o‘rindagi ma‘no sezish hissidan foydalanilgan bo‘lib, ta‘m qattiq emas, balki mayinlik hissiyotini iste‘molchilarga yetkazib bergan.

(3) 달콤하면서 흔들어 생긴 부드러운 커피 거품과 함께 부드럽고 차가운 아이스 커피의 맛을 느끼실 수 있습니다⁵.

Shirin va yoqimli kofe ko‘pigi bilan birga mayin va sovuq muzli kofening ta‘mini his qilishingiz mumkin.

‘차갑다’ [chxagapta] – ‘sovuq’ leksemasi sezish hissi bo‘lib, salqin va juda ham muzday hissiyoti bor yoki insonparvarlik tuyg‘usi yo‘q, mehrsiz, sovuqqon ma‘noda qo‘llaniladi. Lekin bu reklamada ‘쌀쌀한’ [ssalssaran] – ‘sovuq’ ma‘nosi ‘부드럽고’ [pudɾɔpko] – ‘mayin’ so‘ziga bog‘lanib kelib, faqat yaxshi kayfiyatda ‘차가운’ [chxagaun] – ‘sovuq’ hissiyotini ifodalab kelgan.

³ 여성조선 잡지. 단호박크림치즈빵(파리바게뜨). – 서울. 2019. – P.7.

⁴ <http://cndic.daum.net/index.html> Daum 온라인 사전



(4) 통째로 딴 포도를 껍질째 눌러 색깔을 내고 낮은 온도에서 숙성시켜 진판델의 신선한 과일 맛을 강조한다. 미디엄 보디의 가벼운 단맛, 수박과 체리 맛이 어우러진 부드러운 끝맛이 특징이다⁶.

Butunligicha terilgan uzunning po'stini archib bossa, rangi chiqadi va past haroratda achitiladi. Shunda chinpandeldan yangi meva ta'mi keladi. Salgina shirin ta'm, tarvuz va gilos mazasi aralashgan yoqimli ta'mi bilan ajralib turadi.

‘신선하다’ [shinsonxada] – ‘yangi’ leksemasining lug‘aviy ma’nolari⁷:

1. Yangi va tetiklantiruvchi;
2. Meva-sabzavotlar, baliq kabi mahsulotlarning yangiligi

‘가볍다’ [kabyopta] – ‘yengil’ leksemasining lug‘aviy ma’nolari⁸:

1. Og‘irligi umumiy yoki me’yorida turgan ob’yektdan ko’ra kamroq;
2. Og‘irlik, qiymat va mas’uliyat kabilarning past yoki kamligi;
3. Jinoyat yoki xatolik qilgani unchalik og‘ir emas;
4. Kasallik yoki shikastlangan joyi unchalik og‘ir emas;
5. O‘ylamasdan gapirib yuborish.

Bu yerda ‘신선하다’ [shinsonxada] – ‘yangi’ leksemasining ikkala ma’nosi birlashgan va ‘가볍다’ [kabyopta] – ‘yengil’ leksemasining birinchi va ikkinchi ma’nolaridan foydalanilgan. ‘가볍다’ [kabyopta] – ‘yengil’ leksemasi ‘무겁다’ [mugopta] – ‘og‘ir’ leksemasiga qaraganda ‘ortib ketmagan’ degan ma’noga ham ega bo‘lib, yuqoridagi reklamada juda ham shirin bo‘lmagani uchun tetiklashtiruvchi his va ta’mni yetkazib bergan.

(5) 한국인이 가장 좋아하는 해산물인 새우가 들어 있어 담백하며 씹히는 맛이 좋습니다⁹.

Koreys xalqi sevib iste'mol qiladigan dengiz mahsulotlaridan krivetkalar qo'shilgani uchun yoqimli va chaynashga yaxshi.

‘담백하다’ [tambekxada] – ‘yoqimli, mazasiz’ leksemasining lug‘aviy ma’nosi¹⁰:

1. Hasadgo‘y emas, ko‘ngli toza;

⁵ 여성조선 집지. 카푸치노쉐이키(쿠엔크)(Dunkin Donuts). – 서울, 2019. – P. 6.

⁶ Cookand 신문. 우드브리지 화이트 진판델와인. – 서울, 2019. – P. 2.

⁷ 표준국어대사전, 국립국어연구원. – 서울: 두산동아, 2019. – P. 264.

⁸ 표준국어대사전, 국립국어연구원. – 서울: 두산동아, 2019. – P. 126.

⁹ 우먼센스 신문. 새우죽-유쾌함(본죽). – 서울, 2019. – P. 7.

¹⁰ 이승희. 국어대사전. – 서울: 민중서관, 2018. – P. 39.



2. Hech qanday mazasi yo‘q, tuzsiz;
3. Ovqat ta‘mi bilinmaydi va yoqimli.

Bu misolda ‘담백하다’ [tambekxada] – ‘yoqimli, mazali’ leksemasining uchinchi o‘rindagi lug‘aviy ma‘nosi qo‘llanilib, dengiz mahsulotidagi baliq hidi kelmayapti, balki yoqimli ta‘mni ifodalab kelgan. Ya‘ni, osongina yesa bo‘ladigan ta‘mga urg‘u berilgan.

(6) 설탕이 탈 때 나는 고소한 향이 난다. 맛은 굉장히 진하고 그다지 달지도 않다¹¹.

Shakar kuydirganda yoqimli ifor taraladi. Mazasi juda achchiq ham emas, juda shirin ham emas.

‘진하다’ [chxinada] – ‘achchiq, quyuq, to‘q, qalin’ leksemasining lug‘aviy ma‘nosi¹²:

1. Suyuqlikning konsentratsiyasi yuqori;
2. Gaz zichligi yuqori;
3. Rang to‘q;
4. Ta‘m yoki hid o‘tkir, kuchli, achchiq;
5. Tuyg‘u darajasi odatdagidan chuqurroq, kuchli;
6. Bir daraja odatdagidan ko‘ra yanada kuchli va baland.

Bu yerda ‘진하다’ [chxinada] – ‘achchiq, quyuq, to‘q, qalin’ leksemasining to‘rtinchi lug‘aviy ma‘nosi to‘g‘ri kelib, kofening mayin ta‘mi va hissini iste‘molchiga yetkazib bermoqda.

(7) 소이 오렌지, 소이 망고와 함께하는 즐거운 여름-상큼한 주스와 부드러운 두유의 만남¹³!

Soi apelsini, soi mangosi bilan birgalikda quvnoq yoz – yoqimli sharbat va mayin soya sutining uchrashuvi!

‘상큼하다’ [sangxymxada] – ‘yoqimli’ leksemasining lug‘aviy ma‘nosi¹⁴:

1. Hid yoki ta‘m kabilar iforli va yoqimli;
2. Ko‘rishga juda yoqimli, ko‘zni quvontiradigan.

Bu reklamada ‘상큼하다’ [sangxymxada] – ‘yoqimli’ leksemasining birinchi lug‘aviy ma‘nosi qo‘llanilgan bo‘lib, ‘주스’ [jusy] - ‘sharbat’ so‘zi bilan qo‘shilib yozning yoqimli tuyg‘usini his qildiradigan ma‘noni o‘z ichiga oladi.

¹¹ 우먼센스 신문. 스타벅스 더블샷 아메리카노(STARBUCKS). – 서울, 2019. – P. 9.

¹² 이승희. 국어대사전. – 서울: 민중서관, 2018. – P. 98.

¹³ 우먼센스 신문. 소이 오렌지&소이 망고(Sun Mond). – 서울, 2019. – P. 15.

¹⁴ 표준국어대사전, 국립국어연구원. – 서울: 두산동아, 2019. – P. 213.



(8) 청양고추처럼 화끈하게!¹⁵

Chongyang qalampiri kabi qaynoq!

‘화끈하다’ [xvagɨnxada] – ‘qizitmoq, issiq, qaynoq’ leksemasining lugʻaviy maʼnosi¹⁶:

1. Tana yoki temirga oʻxshash jismlar qaynoq, issiq haroratdan birdaniga qizitib, qizartirib yuboradigan hisga ega;

2. Juda ham yoqimli taʼmga ega.

‘화끈하다’ [xvagɨnxada] leksemasi aslida juda ham yoqimli taʼmga ega degan maʼnoda koʻproq keladi. Bu yerda ‘청양고추’ [Chongyang koʻchxu] – ‘Chongyang qalampiri’ bilan birgalikda qoʻllanilib, achchiq taʼmga ega ekanligi ifodalab kelingan.

Yuqorida koʻrsatib oʻtilgan misollarga eʼtibor qaratadigan boʻlsak, (1) misoldagi ‘칼칼하다’ [kxalkxarada] – ‘achchiq’, (2) misoldagi ‘부드럽다’ [pudɨropta] – ‘yumshoq, mayin’, (3) misoldagi ‘차갑다’ [chxagapta] – ‘sovuq’, (4) misoldagi ‘신선하다’ [shinsonxada] – ‘yangi’, ‘가볍다’ [kabyopta] – ‘yengil’, (5) misoldagi ‘담백하다’ [tambekxada] – ‘yoqimli, mazasiz’, (6) misoldagi ‘진하다’ [chxinada] – ‘achchiq, quyuq, toʻq, qalin’, (7) misoldagi ‘상큼하다’ [sangxɨmxada] – ‘yoqimli’ va (8) misoldagi ‘화끈하다’ [xvagɨnxada] – ‘qizitmoq, issiq, qaynoq’ kabi leksemalar aslida sezish hissiyotiga tegishli ifodalar boʻlib, bu misollarda taʼm-maza bilan birlashgan holda taʼm bilish hissiyotining leksemasi sifatida koʻchma maʼnoda qoʻllanilgan. 1-5-misollarda va 6-misol kabilarda sezish hissiyotini ifodalab kelayotgan taʼm bilish hissiyot sifati ot soʻz birikmasiga oʻzgargan. 7 va 8-misollarda ot soʻz birikmasiga ergashib kelgan ot kesim oʻrnida qoʻllanilgan.

Shunday qilib, jurnallarda qoʻllanilgan oziq-ovqat reklamalaridagi emotsional-ekspressiv leksemalar oziq-ovqatning asosiy xususiyati taʼm bilish sezgisi asosida paydo boʻladi. Yuqorida qayd etilgan misollarda sifat soʻz birikmalari sinesteziya, yaʼni 5 turdagi sezish hissiy emotsional-ekspressiv leksemalariga koʻchma maʼnoda kelganligi koʻrib chiqildi. Sifatlar yonida birga kelgan predmet yoki holat bilan birga kelib, uning taʼsirida taʼm bilish, eshitish, koʻrish va hokazo sezish hislariga koʻchma maʼnoda keldi. Jurnallardagi oziq-ovqat va pardoziy buyumlariga oid reklamalarda oʻquvchilarning eʼtiborini yanada tortish maqsadida qalb ichidan chiqadigan his-tuygʻularni

¹⁵ 우먼센스 신문. 타바스코 하바네로소스. – 서울, 2019. – P. 18.

¹⁶ 한국어 대사전. 한국어 사전 편찬 위원회. – 서울: 현문사, 2018. – P. 138.



ifodalaydigan sifat soʻz birikmalaridan koʻp miqdorda foydalanilgan. Jurnallardagi reklama emotsional-ekspressiv leksemalari orqali matnning jozibadorligini oshirganligi uchun isteʼmolchilarda xarid qilish istagini ham faollashtira olish imkoni borligi tahlil qilindi. Reklama matnlardagi emotsional-ekspressiv leksemalar oʻz maʼnosida kelmay, balki koʻchma maʼnolarda koʻp qoʻllanilgan, yaʼni, sinesteziya orqali emotsional-ekspressiv leksemalarning koʻchma maʼnoda kelish xususiyatlari vujudga kelgan. Emotsional-ekspressiv leksemalar qoʻllanilgan reklama matnlarini tarjima qilish jarayonida eng avvalo grammatik, leksik, semantik xususiyatlariga hamda milliy xususiyatlariga alohida eʼtibor qaratmoq lozim.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR ROʻYXATI:

1. Abdullayev A. Oʻzbek tilida ekspressivlikning ifodalanishi. – Toshkent, 1996. – 250 b.
2. Rahimov S., Umurqulov B., Eshonqulova A. Hozirgi oʻzbek adabiy tili. – T., 2001. – 600 b.
3. 여성조선 잡지. 손수 함흥비빔냉면. – 서울. 2019. – P. 9.
4. 우먼센스 신문. 새우죽-유쾌함(분죽). – 서울, 2019. – P. 7.
5. 이승희.국어대사전. – 서울: 민중서관, 2018. – P. 39.
6. 표준국어대사전국립국어연구원. – 서울: 두산동아. 2019. – P. 128.
7. 한국어 대사전. 한국어 사전 편찬 위원회. – 서울: 현문사, 2018.- P. 138.
8. <http://cndic.daum.net/index.html> Daum 온라인 사전.