

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ**

**AZƏRBAYCAN DİLLƏR UNİVERSİTETİ**

*Əlyazması hüququnda*

**İLƏHƏ TƏHİR qızı ƏSƏDLİ**

**“İNGİLİS MƏTBUATINDA METAFORİK İFADƏLƏRİN  
LİNGVOKULTROLOJİ XÜSUSİYYƏTLƏRİ”**

**HSM-060201-Dilşünaslıq (İngilis dili)**

**Magistr elmi dərəcəsi almaq üçün təqdim edilmiş**

**DİSSERTASIYA**

**Elmi rəhbər:**

**f.e.d.dos. Abdürəhmanova Könül**

**BAKİ-2022**

## **MÜNDƏRİCAT**

**GİRİŞ..... 3-7**

**I FƏSİL. METAFORA VƏ ONUN QƏZET DİSSKURSUNDA İSTİFADƏ  
XÜSUSİYYƏTLƏRİ..... 8-42**

1. 1. Qəzet diskursunun xüsusiyyətləri..... 8-21

1.2. Başlıqla mətnin əlaqəsi qəzet diskursunda ..... 21-36

1.3.İngilis dilli mətbuatda metaforik başlıqların linqvokulturoloji  
istiqaməti..... 36-42

**II FƏSİL. İNGİLİS MƏTBUATININ TƏSVİRETMƏ FUNKİSİYALARININ  
LİNGVOKULTUROLOJİ XÜSUSİYYƏTLƏRİ.....`43-68**

2.1.İngilis mətbuatında qəzet mətninin əsas (baza) linqvokulturoloji  
xüsusiyyətləri..... 43-53

2.2.Metaforik ifadələrin linqvokulturoloji baxımından strukturu və  
semantikasını..... 53-68

**NƏTİCƏ..... 69-71**

**İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT..... 72-78**

## GİRİŞ

**Mövzunun aktuallığı.** Metafora (yunanca μεταφορά – “köçürmə”, “məcazi mənə”) ifadəni daha təsirli etmək, nitqə canlılıq vermək üçün istifadə edilir. Metafora məcazi mənada işlənən söz və ya ifadədir. Hər bir metafora spesifik, unikal kommunikativ anlam kəsb edir. Metafora mühüm pragmatik mənə daşıyır, insanın konseptual sistemini dəyişdirə və davranışına təsir edə bilər. Metaforalar reallığı dərk etməyə kömək edir. Ümumiyyətlə, metafora oxşarlıq prinsipi əsasında söz, ifadə və ya cümlə istifadə etməkdir. Metafora məsələsi ilə bağlı hazırda mövcud olan araşdırmaların, yanaşmaların və mülahizələrin dairəsi son dərəcə genişdir. Metaforizasiya canlı obraz, təqdir ifadəsi yaratmaq məqsədilə sözlərin məcazi mənada işlədilməsidir.

Metafora insan dilinin və təfəkkürünün əsas hadisələrindən biridir. Metafora dünyanı tanımaq və düşünmək vasitəsidir, belə ki, metafora fundamental mədəni dəyərləri əks etdirir və ya mədəni-milli dünyagörüşünə əsaslanır. Metafora - mənə dəyişməsidir, söz və ifadələrin oxşarlıq, uyğunluqla işlədilməsidir. Metafora problemi çox vaxt üslub aləti və ya bədii yaradıcılıq yolu kimi qəbul edilir. Hər bir xalqın mədəniyyətində öz əksini tapan metaforadan müasir dövrdə mətbuatdan olduqca geniş bir şəkildə istifadə edilir. Metafora publisistik üslubun emosional və inandırma funksiyalarının yerinə yetirilməsində iştirak edir. Müasir qəzet jurnalistikasının səciyyəvi cəhətlərindən biri terminlərin metaforalaşdırılmasıdır.

Müasir ingilisdilli mediada, o cümlədən qəzet sahəsində metaforalardan fəal şəkildə istifadə edilir. Metafora fenomeni müxtəlif səbəblərdən tədqiqatçıların diqqətini özünə cəlb edir. Bu, ilk növbədə mətnin öyrənilməsinə ümumi maraqla bağlıdır. Çap mediasında metafora mətnə ekspressiv mənə verir. Qəzet mətnlərinin nümunələrinin təhlili onların jurnalist dəyərini, ifadəliliyini ixtiyari, intuitiv səviyyədə deyil, linqvistik ifadə vasitələrinin şüurlu qavrayışı əsasında qiymətləndirməyə kömək edir. “Metaforikləşmə prosesi diskursiv səciyyəlidir, dilin nominativ (söz, söz formaları) və konstruktiv vahidləri (söz birləşməsi cümlə, mətn) ilə bağlı olan hadisədir. Adi, normativ cümlələrdən fərqli olaraq, belə cümlələrdə

sintaktik biçim metaforikləşdikdə sintaktik qəlib yeniləşir, ifadə tərzində metaforikləşmə vasitələrinin gücü artır” [15, s. 23].

Çap mediasında metafora öz mahiyyətinə görə yalnız ictimai şəxs tərəfindən reallaşdırılır, çünki o, sosial-ictimai xarakter daşıyır. Onun vasitəsilə qəzet mətnlərinin metaforik potensialının açıqlanması məqalələrin tematik xüsusiyyətlərini tam başa düşməyə, eləcə də mətn yazarkən metaforaların böyük əhəmiyyətini müəyyən etməyə imkan verəcəkdir.

Diskurs nəzəriyyəsi ilə bağlı müasir araşdırmalarda qeyd olunur ki, diskurs təhlili getdikcə nitqin öyrənilməsi yolu ilə bir insanın xarici və daxili aləmlərinin əlaqəsi ilə bağlı sualları həll etmək istəyi yaradır. Fikrimizcə, qəzet diskursunun parametrlərinin tədqiqi bugünkü dilçilik elminin müasir tendensiyasına kifayət qədər uyğundur.

Qəzet-publisistik üslubu lingvistik vasitələrinin müxtəlifliyi ilə seçilir. Bu üslubda ifadənin məntiqi məzmununa müxtəlif ekspressiv-emosional çalarlar əlavə olunduğu üçün onun təsirini artıran lingvistik vasitələrdən geniş istifadə olunur. İngilisdilli qəzet diskursunun əsas dil vasitələri terminlər, frazeoloji vahidlər, diskursiv lüğətin özəyini təmsil edən və müəllif niyyətini ifadə edən modal sözlərdir. Qəzet nitqinin sintaksisinin özünəməxsusluğu bu üsluba xas olan təkrarlardan, paralellikdən, ellipsisdən, parselasiyadan, ifadələrin növbələşməsindən və qrammatik konstruksiyalardan istifadə edilməsindədir.

Bildiyiniz kimi, medianın diskursu təkcə oxucu kütləsini məlumatlandırmaq üçün deyil, həm də ictimai rəy formalaşdırmaq və şərtləri oxucunun diqqətinə çatdırmaq, o cümlədən cəmiyyətin müxtəlif sahələrdə müəyyən ehtiyaclarını ödəmək məqsədi daşıyır. Bu, bir tərəfdən kütləvi informasiya vasitələrinin transformasiyasında bir sıra çoxvektorlu tendensiyaların birgə mövcudluğunu mümkün edir, digər tərəfdən isə ünsiyyətdə istifadə olunan janr-nitq formalarının və lingvistik vasitələrin diferensiallaşmasına səbəb olur.

Mətbuatda metafora ifadə yaratmaq imkanlarından biridir, metaforalar mətni zənginləşdirir. Qeyd edək ki, mətbuatda metaforalar əsasən uyğunluq nəticəsində yaranır. Müəlliflər üçün metafora onun məqalənin kompozisiyasını qurduğu,

mənasını çatdırdığı bir vasitədir. Mətbuatda metafora öz mahiyyətinə görə yalnız ictimai şəxs tərəfindən reallaşdırılır, çünki o, sosial-ictimai xarakter daşıyır. Ənənəvi metaforalar hər hansı bir dövrdə və ya hər hansı ədəbi istiqamətdə ümumi qəbul edilən metaforalardır. Metafora adi dil mexanizmləri ilə yanaşı, qeyri-semantik resurslardan da istifadə edir. Metafora yaratmaq üçün heç bir təlimat, onun “mənasını” və ya “hesabatını” müəyyən etmək üçün heç bir istinad kitabçası yoxdur [20, s. 14]. Metafora yalnız onda bədii prinsipin mövcudluğuna görə tanınır.

**Dissertasiyanın məqsəd və vəzifələri.** İşin əsas məqsədi ingilis mətbuatında mətninin strukturunda onun məcazi mənasının formalaşma qanunauyğunluqlarını müəyyən edən metaforik konseptual sistemlərin fəaliyyətini öyrənməkdir. Dissertasiyanın məqsəd və vəzifələri aşağıdakı məsələlərin həllini nəzərdə tutur:

- Koqnitiv metaforanın tədqiqinin nəzəri əsaslarını və metodologiyasını öyrənmək;
- Metaforik modellərin tərcüməsinin koqnitiv əsaslarını nəzərdən keçirmək;
- İngilis mətbuatında metaforik modellərin konnotativ komponentini təhlil etmək və bu modellərin milli və mədəni xüsusiyyətlərini təsvir etmək;
- İngilis mətbuatında mətnlərdəki metaforik proyeksiyaların mədəni konseptuallaşdırma və konnotasiyalarının müqayisəli təhlilini aparmaq;
- Konseptual modelin saxlanması və dəyişdirilməsi hallarında tərcümələrdən istifadənin linqvokulturoloji xüsusiyyətləri müəyyən etmək;
- İngilis mətbuatında qəzet mətninin qəzet linqvokulturoloji əsas (baza) xüsusiyyətlərini və qəzet diskursunda başlığın funksiyasını müəyyən etmək;
- İngilisdilli qəzet diskursunun konseptual sferasını nəzərdən keçirmək;
- Metaforik ifadələrin linqvokulturoloji baxımından strukturu və semantikasını.

**Tədqiqatın elmi yeniliyi və praktik əhəmiyyəti.** Tədqiqatın elmi yeniliyi onunla əlaqədardır ki, burada ilk dəfə olaraq, ingilisdilli mətndə fəaliyyət göstərən metaforik anlayışların repertuarı dəqiqləşdirilir, ümumi dil və ayrı-ayrı müəllif metaforik anlayışlarının nisbəti müəyyən edilir. Tədqiqatımızın yeniliyi ondan ibarətdir ki, bu məsələnin tədqiqi media işçiləri üçün böyük praktiki əhəmiyyət kəsb edir.

Dissertasiya işinin praktiki əhəmiyyəti əldə edilmiş nəticələrin həm konkret olaraq dövrü mətbuatın dilinə, həm də ümumilikdə müasir ingilis dilinin təhlilinə həsr olunmuş sonrakı elmi tədqiqatlar prosesində istifadə etmək imkanı ilə müəyyən edilir. Bu tədqiqatın materialları ingilis dilinin üslubuna dair təlim kurslarının bir hissəsi kimi istifadə edilə bilər.

**Dissertasiyanın elmi-nəzəri və təcrübi əhəmiyyəti.** Dissertasiyanın elmi-nəzəri nəzəri əhəmiyyəti dildə təsnifat və konseptuallaşdırma problemlərinin daha da inkişaf etdirilməsindədir. Dissertasiya materiallarından metaforik modelləşdirmənin ümumi nəzəriyyəsi problemlərinə dair gələcək nəzəri tədqiqatlarda, linqvokulturoloji orijinallığının öyrənilməsində, həmçinin tərcüməşünaslığın nəzəri məsələlərinə dair əsərlərdə mənbə baxımından önəmlidir.

Tədqiqatın təcrübi əhəmiyyəti ondan ibarətdir ki, dissertasiyada təqdim olunan material və onun təhlilinin nəticələri psixolinqvistika, etnolinqvistika, linqvokulturologiya, linqvokulturologiya və digər sahələrdə istifadə oluna bilər.

**Dissertasiya işinin metodoloji bazası:** dil və mədəniyyətlərarası ünsiyyət nəzəriyyəsi sahəsində tədqiqatlar; diskurs təhlili, medianın dilinin öyrənilməsi.

**Tədqiqatın obyekt və predmeti.** Tədqiqatın obyektı ingilis dilinin vəziyyətini xarakterizə edən mürəkkəb struktur kimi qəzet diskursu və ingilisdilli məqalələrin başlıqlarıdır. Tədqiqatın predmeti qəzet başlıqlarının hazırlanmasında istifadə olunan linqvistik xüsusiyyətlərdir.

**Mövzunun işlənmə dərəcəsi.** İngilis mətbuatında metaforik ifadələrin linqvokulturoloji xüsusiyyətləri müxtəlif elmi və praktiki bilik sahələri üzrə N.V. Nikitin [45], Z.D. Popova [46], E.V. Silçenko [49], A. Solomonik [53], V.İ. Suprun [55] və s. kimi dünya əimləri tərəfindən araşdırılmışdır. Ölkəmizdə isə mövcud problem həm dilçilər, həm də jurnalistlərin araşdırma obyektinə çevrilmişdir, müvafiq problemin mühüm aspektləri K. Vəliyev [16], K. Abdurəhmanova [3], S. Abdullayev [2], A. Qənbərov [10], S. Məmmədova [14], N. Xudiyev [8], N. Abbasova [1], F. Osmanova [15] və başqaları tərəfindən işıqlandırılmışdır.

**Mövzunun aprotasiyası.** Dissertasiyanın əsas müddəaları müəllifin müxtəlif elmi məcmuələrində nəşr olunmuş məqalələrində və eyni zamanda bir sıra

konfranslarda etdiyi çıxışlarda öz əksini tapmışdır.

**Tədqiqatın strukturu.** Qarşıya qoyulan bütün tələblər dissertasiyanın strukturunda ehtiva olunmuşdur. Belə ki, dissertasiya işi giriş, 2 fəsil, 5 paragraf, nəticə və istifadə olunmuş ədəbiyyat siyahısından ibarətdir.

# I FƏSİL

## METAFORA VƏ ONUN QƏZET DİSKURSUNDA İSTİFADƏ XÜSUSİYYƏTLƏRİ

### 1.1. Qəzet diskursunun xüsusiyyətləri

Kütləvi informasiya vasitələrinin aparıcı kommunikasiya strategiyalarından biri də baş verənləri faktlara əsaslanaraq, fərdi və cəmiyyəti bu prosesə cəlb etməkdir. Kütləvi informasiya vasitələrinin, xüsusən də mətbuatın reallaşdırdığı qəzet diskursu insanların dünyasını, onların fəaliyyəti barədə xəbər verir. Qəzet diskursu müxtəlif media diskursunu təmsil edən linqvistik bir fenomendir. Qəzet diskursunun konseptual sferası insan fəaliyyətinin müxtəlif sferalarına aid diskurslar (iqtisadi, siyasi, dini, reklam, idman, kriminal, gənclik və s.) anlayışlarını özündə cəmləşdirir. “Diskursun daxili təşkilinə aid işlər XX əsrin 50-ci illərinin sonunda qələmə alınmışdır. Bu araşdırmalar cümlədən böyük olan konstruksiyaların – «mürəkkəb sintaktik bütöv» və «frazafövqi vahidlər»in tədqiqinə həsr olunmuşdur” [14, s. 173].

Diskurs dil fəaliyyəti prosesidir. Diskurs dilçiliyin, ədəbiyyatşünaslığın, semiotikanın, sosiologiyanın, fəlsəfənin, etnologiyanın və antropologiyanın fəaliyyətinin öyrənilməsinə əhatə edən bir sıra humanitar elmlər tərəfindən araşdırılır. Diskurs termininin faktiki linqvistik istifadələri çox müxtəlifdir, lakin ümumilikdə bunlar ənənəvi nitq, mətn və dialoqları aydınlaşdırmaq və inkişaf etdirmək cəhdləri kimi qəbul edilir. Diskurs nəzəriyyəsi ilə bağlı müasir araşdırmalarda qeyd olunur ki, diskurs təhlili getdikcə daha çox idrak yönümünü qazanır, nitqin öyrənilməsi yolu ilə insanın xarici və daxili aləmlərinin qarşılıqlı əlaqəsi ilə bağlı məsələlər müzakirə olunur [44, s. 81]. Fikrimizcə, qəzet diskursunun parametrlərinin tədqiqi bugünkü dilçilik elminin müasir tendensiyasına kifayət qədər uyğundur.

Qəzet diskursu digər dil formasılarına nisbətən daha çox xarici, ekstralingvistik təsirlərə məruz qalır və buna görə də dilin inkişafının müasir mərhələsi üçün xarakterik olan çoxsaylı dəyişiklikləri ehtiva edir. Qəzet diskursunun janr özəlliyi ondan ibarətdir ki, o, kütləvi informasiya vasitələrinin (mətbuat) xüsusiyyətlərini özündə əks etdirir və linqvistik xarakter kəsb edir. Qəzet diskursu



müəyyən mədəni və tarixi dövrdə həm fərdi, həm də kollektiv iştirakçıları ilə qəzet mətnlərinin dilində fəaliyyət göstərən institusional diskurs növüdür.

Qəzet diskursu kommunikativ hadisədir, çap mediasında şifahi ünsiyyət prosesinin nəticəsidir, qəzet mətni sosial əhəmiyyətli informasiya mübadiləsinə kömək edən kütləvi kommunikasiya şəraitində diskursiv fəaliyyətin məhsuludur. Qəzet-publisistik üslubun təsir funksiyası sintaksisdə xüsusilə aydın görünür. “Müxtəlif sintaktik repertuardan jurnalistika əhəmiyyətli təsir potensialına malik konstruksiyalar seçir. Danışiq nitqidir. Onlar adətən yığcam olurlar. Onların digər mühüm keyfiyyəti kütləvi xarakter, demokratiklik, danışiq jurnalistikasıdır” [52, s. 205]. Jurnalistikada təkcə danışiq deyil, həm də kitab nitqinin imkanlarından geniş istifadə olunur. Güclü hissləri ifadə etmək, oxucunu inandırmaq üçün publisistika zəngin sintaktik vasitələrin arsenalından istifadə edir: ritorik fiqurlar, cümlə paralelliyi, anafora və epifora, antiteza və digər üslub fiqurları.

Alimləri maraqlandıran digər cəhət jurnalist diskursunun koqnitiv təşkilidir. Əsasən bu aspekt qəzet diskursu ilə bağlıdır, çünki o, ən “köhnə” və “kağız” KİV-dir. Media dilinin öyrənilməsinin bu aspektinin özəlliyi ondan ibarətdir ki, qəzet diskursunun koqnitiv təşkili hətta konkret nəşrin bir nömrəsi əsasında da nəzərdən keçirilə bilər. Qəzet diskursunun koqnitiv təşkilinin əsas fərziyyəsi ondan ibarətdir ki, “dünyada baş verənlər haqqında biliyin konseptuallaşdırılması həm təqvim zamanına, həm də tarixin müəyyən strukturlaşmasına uyğun olaraq həyata keçirilir” [47, s. 43]. Materialın tarixi təqdimatı janrların diferensiallaşdırılması, nitqin povestləşdirilməsi ilə müəyyən edilən çoxmərhələli başlıqlar sistemi ilə həyata keçirilir.

Beləliklə, mədəni spesifik vahidlər, ünsiyyət prosesini müşayiət edən linqvistik amilləri özündə birləşdirən mürəkkəb kommunikativ hadisə olan qəzet diskursunun mühüm hissəsidir. [32].

Məlumdur ki, yazı və çap ixtirası olmasaydı, bəşəriyyət inkişaf edə bilməzdi. Çap mətbuatı informasiya cəmiyyətinin formalaşması, qlobal informasiya məkanına inteqrasiya şəraitində mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Qəzetlər media sistemində mühüm rol oynayır. Qəzetin əsas xüsusiyyəti xəbər materiallarının sürətlə yayılmasıdır. Qəzet materialların əsas vəzifəsi müəyyən mövqelərdən zəruri

məlumatları çatdırmaq və bununla da istənilən effekti əldə etməkdir. Bu cür materiallarda söhbət əhalinin geniş təbəqəsi üçün anlaşılan, onların həyat və maraqları ilə bağlı olan hadisələrdən gedir.

Qəzet-informasiya üslubu üçün xüsusilə siyasi terminologiya xarakterikdir. Qəzet və informasiya materiallarında çox zaman çox mənalı, sinonim və qısaldılmış terminlərə rast gəlinir. Qəzet diskursunu əhatə edən media diskursunun müasir tədqiqatçıları ona xas olan bir sıra spesifik funksiyaları qeyd edirlər. Beləliklə, onlar inandırma funksiyasının üstünlüyünü vurğulayırlar, çünki publisist birbaşa təbliğat aparır, oxucunun müəyyən faktları qiymətləndirməsinə təsir göstərir [51, s. 52]. Təsir funksiyası da əhəmiyyətlidir, yəni bir sistemdə digər sistemlə qarşılıqlı əlaqədə olan məlumat dəyişikliyi, mesajların mənası haqqında sistemi istiqamətləndirən siqnallar şəklində məlumat ötürür. Jurnalistika həmişə ünvana şifahi təsir göstərir ki, bu da kütləvi informasiya vasitələri sistemində şifahi ünsiyyət və ya təşviqat nitqi kimi başa düşülür. Mahiyyət etibarı ilə istənilən ünsiyyət təsirdir, çünki özünü neytral şəkildə ifadə etmək mümkün deyil. Nəzarət anlayışı və onun mövcudluğunun linqvistik vasitələri nitq təsiri nəzəriyyəsində ən mühümdür. Üstəlik, inandırıcı nitqlə bütün digərləri arasındakı fərq, oxucunun gəldiyi semantik nəticələrin idarə oluna bilməsindədir. Diskurs qeyri-bərabər olduqda, yəni iştirakçılardan biri tərəfindən təsir etmək cəhdi edildikdə inandırıcı hesab edilə bilər. Beləliklə, qəzet və jurnal diskursu inandırıcı diskursun parlaq nümayişidir. Medianın dili universal işarə sistemidir, onun köməyi ilə ətraf aləmin mənzərəsi formalaşır, çünki biz ətrafdakı reallıq haqqında biliklərimizi media şərhləri üzərində qurmağa məcbur oluruq ki, bu da öz təbiətinə görə ideoloji və mədəni baxımdan önəmlidir [31, s. 30]. Bəzi dilçi alimlərin fikrincə, bu funksiya çap və elektron media sahəsində əsasdır, çünki onun istifadəsi hər birimizin könüllü və ya qeyri-ixtiyari olduğu xüsusi audiovizual dünya yaradır.

Qəzet diskursunun tədqiqinin perspektivləri göz qabağındadır: o, qəzet diskursunun özünün fərdi parametrlərinin sonrakı tədqiqinə və ümumiyyətlə, diskurs nəzəriyyəsinin təhlilinə aiddir və diskursiv təcrübələrin gələcək inkişafını əhatə edir. Qeyd etmək lazımdır ki, linqvistik materialın toplanması və təfsiri üçün müəyyən üsullardan istifadə məsələləri onların tətbiqi, praktiki əhəmiyyəti ilə yanaşı nəzəri

cəhətdən də vacibdir, çünki diskurs təhlili təkcə linqvistik ünsiyyət nəzəriyyəsi kimi deyil, həm də dilçilik nəzəriyyəsi kimi çıxış edir.

Qəzet mətni pragmatistika, linqvokulturologiya, diskursiv dilçilik, sosiolinqvistika kimi integrativ elmlərdə prioritet tədqiqat obyektidir. Eyni zamanda, diqqət media mətnlərinin kommunikativ effektivliyinin müəyyənləşdirilməsinə yönəldilməlidir.

Qəzet məqalələrinin leksik və qrammatik xüsusiyyətləri xüsusi üsluba malikdir və ingilis dilinin ümumi qəbul edilmiş qaydalarından nəzərəcarpacaq dərəcədə fərqlənən xüsusi leksik və qrammatik qaydalara tabedir. Müəyyən etdiyimiz leksik və qrammatik xüsusiyyətlər ingilisdilli qəzet məqaləsinin strukturunda mühüm rol oynayır.

Kütləvi informasiya vasitələrinin mühüm tərkib hissəsi kimi qəzet diskursunun pragmatik parametrlərinə strateji kommunikativ tapşırığın həyata keçirilməsi mexanizmlərini təşkil edən mətnin yaradılmasının məqsədləri (“nə üçün”) və şərtləri (“necə”) daxildir. Bu baxımdan, media mətnlərinin funksional dualizminə görə aşağıdakı iki problem xüsusi əhəmiyyət kəsb edir:

- sosial əhəmiyyətli informasiyanın təqdimat forması, nitq təsirinin birbaşa və dolayı yolları;
- qəzet nəşrlərinin nitq strukturunda mətn təşkilinin informativ və ya təsiredici prinsipindən istifadədə diskursiv şərtləndirilmiş meyllər.

Yenə də, bu problemlərin aktuallığına baxmayaraq, qəzet diskursunun təşkili nəzəriyyəsinə son qoymaq hələ tezdir. Bununla belə, vurğulamaq lazımdır ki, “nitq ifadəliliyi vasitələri”, obrazlı resurslar əvvəllər əsasən ənənəvi ritorik-üslubi paradigma çərçivəsində təsvir olunurdu. Müasir qəzet diskursunun nitq vasitələrinin kommunikativ və pragmatik xüsusiyyətlərinin öyrənilməsinin aktuallığı bir sıra amillərlə müəyyən edilir.

Birincisi, kütləvi informasiya kommunikasiyası bu gün bəlkə də ən mobil, davamlı olaraq zənginləşdirən diskurs növüdür. Kütləvi informasiya vasitələri zəminində yaranan, sürətlə inkişaf edən müasir funksional və üslubi formasıların təhlili ictimai şəüur sferasında müəyyən tendensiyaları izləməyə, kütləvi

kommunikasiyanın məzmun xüsusiyyətlərini və qanunauyğunluqlarını müəyyən etməyə imkan verir.

İkincisi, geniş mətnlər sistemi ilə təmsil olunan kütləvi-kommunikativ məkan yeni nitq ifadə vasitələri üçün “sınaq meydanı”na çevrilir. Qəzet nitqinin spesifik quruluşunun tədqiqi nitqin qurulmasının koqnitiv-diskursiv mexanizmlərini müəyyən etməyə, habelə mətnin bu və ya digər şəkildə təşkili nəticəsindəki effekti müəyyən etməyə imkan verir.

Qəzet diskursunu təmsil edən mətnlərin yaradılması və qavranılması xüsusiyyətlərinin tədqiqi müəllif obrazının kateqoriyasını və ünvançı amilini, medianın reallığı nümayiş etdirmə üsulları ilə konkret kommunikativ məqsədi arasında korrelyativ əlaqələri nəzərdə tutur.

Qəzet diskursunun informasiya və psixoloji təsir vasitəsi kimi başa düşülməsi jurnalistikada və reklamda nitq vasitələrinin kommunikativ və pragmatik məqsədini əsaslandırmağa, mətndənkənar əlaqələrin həyata keçirilməsində onların rolunu izləməyə, kütləvi kommunikasiyanın qarşılıqlı təsirinin dinamik xarakterini üzə çıxarmağa imkan verdi. Çap mediasında idrak-nitq fəaliyyətinin spesifikliyi müəllif-jurnalistin kommunikativ niyyətlərini və aksioloji münasibətlərini adekvat başa düşməyi təmin edən ünvanın ümumiləşdirilməsi və proqnozlaşdırıla bilməsi ilə bağlıdır.

Qəzet diskursunun aktual publisistik rəngarəngliyində obrazlı nitq müəllif-jurnalistin dünyasının konseptual mənzərəsinin təsvirinə töhfə verir, sosial reallıq faktlarını məntiqi və emosional əsasda qiymətləndirməyə kömək edir.

Qəzetin məzmunu inteqral, şüurlu şəkildə qurulmuş diskursdur, burada mətn və vizual mesajların rolu böyükdür. Qəzet diskursunun xarakterik xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, o, çoxsaylı kommunikasiya sistemləri üçün “topos” (qəzetin dilində təmsil olunan diskurslar) rolunu oynayır. Nəticədə qəzet diskursunun konseptual sferasına müvafiq açar sözlərlə fərqlənən insanların müxtəlif fəaliyyət sahələrinə aid diskurslar anlayışları daxil olur.

Qəzet diskursunun tədqiqinin perspektivləri göz qabağındadır: o, qəzet diskursunun özünün fərdi parametrlərinin sonrakı öyrənilməsinə aiddir və

ümumiyyətlə, diskurs nəzəriyyəsinin təhlilinə diskursiv praktikaların gələcək inkişafı daxildir. Vurğulamaq lazımdır ki, linqvistik materialın toplanması, işlənməsi və təfsirində müəyyən üsullardan istifadə məsələləri nəzəri cəhətdən vacibdir. Diskurs nəzəriyyəsi ilə bağlı müasir tədqiqatlarda qeyd olunur ki, diskurs təhlili getdikcə daha çox idrak yönümünü, nitqin öyrənilməsi yolu ilə insanın xarici və daxili aləmlərinin qarşılıqlı əlaqəsi ilə bağlı sualları həll etmək arzusunu, varlığını əldə edir. Fikrimizcə, qəzet diskursunun parametrlərinin tədqiqi bu gün dilçiliyin müasir tendensiyasına kifayət qədər uyğundur. Qəzet diskursunun dilinin təhlili göstərdi ki, o, leksikoqrafik cəhətdən təsvir olunmayan və tərcümədə xüsusi çətinliklər yaradan ən yeni sözlərlə səciyyələnir. Qəzet mətnlərinin dilinin adekvat tərcüməsi üçün qəzet diskursunda ifadə əmələ gətirmə modellərini bilmək lazımdır. İngilisdilli qəzet diskursunun dilinin təhlili bəzi tərcümə üsullarının effektivliyini təsdiqlədi. Deməli, qəzet diskursunun dilinin tərcüməsi üçün aşağıdakı tərcümə transformasiyaları xüsusi əhəmiyyət kəsb edir: təsviri tərcümə, ümumiləşdirmə, əvəzetmə, antonimik tərcümə, əlavələr və s.

Qəzet diskursunun fenomeni diskursiv aktualizatorlardan - leksikoqrafik cəhətdən təsvir olunmayan və tərcümədə müəyyən çətinlik yaradan formasionalardan ibarətdir. Qəzet diskursunun vahid təsvirini vermək üçün müxtəlif yanaşmalar vardır. Linqvistik yanaşma müəyyən bir məqsəd, motivlərlə ünsiyyətdə iştirakçıların qarşılıqlı əlaqəsinin xüsusiyyətlərini göstərir. Linqvistik-üslubi yanaşma qəzet diskursunun müxtəlif linqvistik vasitələrin və üslub vasitələrinin istifadəsini üzə çıxarmağa imkan verir.

Qəzet ən mühüm kütləvi informasiya vasitələrindən biridir. Üstəlik, mətbuatın audiovizual media ilə müqayisədə bir sıra üstünlükləri var. Beləliklə, məsələn, radio və televiziya fərqli olaraq, qəzet oxucuya baş verən hadisələri onun üçün əlverişli bir sürətlə izləməyə imkan verir: istənilən vaxt və istənilən yerdə onu maraqlandıran mövzunu yenidən oxuya bilər. Bundan əlavə, internetin yayılması ona gətirib çıxarıb ki, demək olar ki, bütün qəzetlərdə televiziyanın operativliyi və vizuallığı ilə yanaşı qəzetə xas olan imkanlarını özündə birləşdirən elektron versiya mövcuddur.

Hazırda qəzet diskursu müəyyən funksiyaları yerinə yetirən, özünəməxsus

xüsusiyyətlərə malik olan müstəqil diskurs növü kimi qəbul edilir. Qəzet diskursunun əsas funksiyaları arasında məlumatlandırıcı və təsiredici funksiyaları, ikinci dərəcəli funksiyalara əyləncəli, təşkilati və s. daxildir. Qəzet öz maraqları, məlumatlılıq dərəcəsi, intellektual səviyyəsi, ümumi və xüsusi hazırlığı, yaşı və s. baxımından son dərəcə qarışıq olan kütləvi auditoriyadan bəhs edir. Ümumiyyətlə, mətbuatın dili yüksək dialoqizmlə seçilir, ünvana müəlliflə daimi ünsiyyət hissi və onun fikrinin nəzərə alınması illüziyası verir.

Qəzet diskursunun əsas xüsusiyyətləri arasında ifadə və standart birləşməsini ayırmaq olar. Yüksək standartlaşdırma, ilk növbədə, sənədli təqdimat istəyi, mövzuların təkrarlanması, materialların hazırlanmasında operativlik ilə bağlıdır. İfadənin standartlaşdırılması müxtəlif səviyyəli dil vasitələrinin təkrar istehsal qabiliyyətinin inkişafına gətirib çıxarır.

Qəzet diskursunda ifadəlilik ictimai rəy formalaşdırmaq üçün ünvana təsir etmək məqsədi daşıyır. O, bütün səviyyələrdə dil alətlərinin geniş yayılması və onların qarşılıqlı əlaqəsi ilə əldə edilir.

Ekspressivlik emosionallıq və qiymətləndirmə ilə sıx bağlıdır. Sonuncunu qəzetə xas olan reallıqlara öz adını, öz qiymətini vermək, yəni real gündəlik hadisələri bəşəri dəyərlər miqyasına salmaq meyli kimi müəyyən etmək olar. Bütün bunların son məqsədi ünvanlanan şəxsə təsir etməkdir.

Müasir dilçilikdə qəzet diskursunun linqvistik parametrlərinin öyrənilməsi problemi praktiki olaraq öyrənilməmişdir və yeni işlənməyə başlayır. Qəzet diskursunun dilinin formalaşmasında və tərcüməsində istifadə olunan linqvistik və nitq vasitə və üsullarının öyrənilməsinə xüsusi diqqət yetirilir. Qəzet diskursunu qəzetin dilində təmsil olunan diskurslar toplusu kimi də düşünmək olar.

Qəzet diskursunun janr spesifikliyi onun “kütləvi informasiya vasitələri” subyektini əks etdirən linqvistik mahiyyət kəsb etməsindədir. Qəzet diskursu müəyyən mədəni və tarixi dövrdə həm fərdi, həm də kollektiv iştirakçıları ilə qəzet-jurnal mətnlərinin dilində fəaliyyət göstərən institusional diskurs növüdür. Qəzet diskursunun tədqiqinin perspektivləri göz qabağındadır: o, qəzet diskursunun özünün fərdi parametrlərinin sonrakı tədqiqinə və ümumiyyətlə, diskurs nəzəriyyəsinin

təhlilinə aiddir və diskursiv təcrübələrin gələcək inkişafını əhatə edir. Müasir qəzet diskursu çoxsaylı kommunikasiya sistemləri üçün “topos” (və ya ümumi sahə) kimi təqdim olunur. Qəzet diskursunu qəzetin dilində təmsil olunan diskurslar toplusu kimi təqdim etmək olar. Beləliklə, son onillikdə ingilis və Amerika qəzetlərinin materialları əsasında aparılan dil təhlili aşağıdakı nəticələrə gəlməyə imkan verir.

Birincisi, qəzet nitqinin lingvistik özəlliyi aşağıdakı aktualizatorlarda özünü göstərir: klişelər (mətbuatda termin, fikir və ifadələr), frazeoloji vahidlər, dilin obrazlı vasitələri, modallıq. Qəzet diskursunun sintaksisinin diskursiv spesifikasiyi təkrarlardan, paralellikdən, ellipsisdən, parselasiyadan, ifadələrin növbələşməsindən istifadə edilməsindədir. Bundan əlavə, qeyd etmək lazımdır ki, qəzet diskursunda qəzet məqalələrinin başlıqları ünsiyyət növünə görə bölünür: bəyanat və xülasə, intriqa və sensasiya, sitat, müraciət və sual, oyun adı və s.

Diskurs nəzəriyyəsi ilə bağlı müasir araşdırmalarda qeyd olunur ki, diskurs təhlili getdikcə nitqin öyrənilməsi yolu ilə bir insanın xarici və daxili aləmlərinin qarşılıqlı əlaqəsi ilə bağlı sualları həll etmək istəyi əldə edir.

“Diskurs kommunikativ fəaliyyətin yazılı və ya şifahi formada olan verbal məhsuludur” [1, s. 1]. Fikrimizcə, qəzet diskursunun parametrlərinin tədqiqi bugünkü dilçilik elminin müasir tendensiyasına kifayət qədər uyğundur. Dilçilik elminin indiki inkişafı mərhələsində diskurs təsnifatlarının əksəriyyəti publisistik diskursları ayırır. Bu fakt bu cür nitqin təmsil etdiyi kommunikativ sferanın sosial əhəmiyyətindən irəli gəlir:

- birincisi, sosial əhəmiyyətli problem və hadisələr haqqında kütləvi ünvana məlumat vermək,

- ikincisi, bu problem və hadisələrə sosial qiymətləndirmənin formalaşdırılması,

- üçüncüsü, idarəetmə, ictimai rəyin manipulyasiyası.

Diskurs dilçiliyinin konseptual aparatının məqsədi onun strukturu formalaşdıran parametrlərinə çıxışı təmin etməkdir. Onlardan bəzilərinin adını çəkək:

1. Diskursun istehsalı və istehlakı. Dil cəmiyyətinin hər bir üzvü öz lingvistik təcrübəsi ilə diskursun maddi mahiyyətinə töhfə verir. Diskursda insan dil vasitəsilə iştirak edir. Bu konsepsiya özünün tam hüquqlu tətbiqini məhz diskurs

lingvistikasında tapır, çünki dil sisteminə münasibətdə əslində sosial və idiolekt anlayışları ilə üst-üstə düşür. Dil bu baxımdan insanın diskursda iştirak etməli olduğu bilik və bacarıqların məcmusu kimi başa düşülməlidir. Buraya ünsiyyətdə mümkün rollar haqqında biliklər, nitq janrlarını və onlara uyğun nitq taktikalarını və nitq strategiyalarını mənimsəmək daxildir. Bu xüsusiyyətlərin spesifik məzmunu lingvistik şəxsiyyətlərin təbii tipologiyasının əsasını təşkil edir.

2. Rabitə dəstəyi. Şifahi nitqdən sonra sivilizasiya tarixində yaranma dövrünə görə yazı, radio, televiziya və internet meydana gəldi. Ünsiyyət doğma dildə danışanların diskursiv töhfəsinə biganə qalmır və diskurs mahiyyət baxımından müxtəlif olur.

Dünyanın milli mentalitetini və mənzərəsini təcəssüm etdirən dil konseptuallaşması diskursun milli əsaslarla bölünməsində mühüm rol oynayır. Diskursa münasibətdə tərcüməyə diskursiv proses kimi baxmaq olar, bunun sayəsində milli diskursların həddləri qismən aradan qaldırılır və “dünya” diskursunun prioritetləri müəyyənləşir, ilk növbədə bunlar müqəddəs mətnlərdir.

3. Mətnlərarası qarşılıqlı əlaqə. Struktur paradigma ilə bir araya sığmayan intertekstuallıq anlayışı diskurs lingvistikasında adekvat yer tapır. İntertekstuallıq diskursiv formasiyaların sabitliyini və qarşılıqlı keçiriciliyini təmin edərək, diskurs ontologiyasına daxildir. Diskursiv formalaşmanın sabitliyi, təkrar olunması və irəliləməsi faktiki lingvistik mətnlər sayəsində yaranır. Diskursiv formasiyalar mətnlərarası donor və ya mətnlərarası investisiyanın alıcısı olmaq qabiliyyətinin təzahür dərəcəsinə görə fərqlənir.

4. Diskursiv formasiyalar (diskursun çeşidləri). Diskursiv formasiyalar nitqin kommunikativ və koqnitiv komponentlərinin kəsişməsində formalaşır. Koqnitiv komponentə diskursiv mesajda olan biliklər daxildir. Diskursiv formasiyalar bir-biri ilə bağlı olur, kommunikativ və koqnitiv xüsusiyyətlərə görə, istifadə olunan janrlara görə qismən üst-üstə düşür.

Qəzet materialının başlığının nominativ (adlandırma, signal) funksiyasına görə diskursiv və interaktiv xarakteri onun dil parametrlərini müəyyən edir. İngilisdilli qəzet diskursunun zəruri komponenti olan başlıqlar ünsiyyət növünə görə



bölüşdürülür: bəyanat və xülasə, intriqa və sensasiya, sitat, müraciət və sual, oyun başlığı və s.

Qəzet diskursunun fenomeni diskursiv aktualizatorlarda - leksikoqrafik cəhətdən təsvir olunmayan və tərcümədə müəyyən çətinlik yaradan leksik neoplazmalarda əks olunur. Müasir ingilisdilli qəzet diskursu həm də fransız, ərəb, ispan və digər dillərdən alınma sözlərlə xarakterizə olunur.

Müasir dilçilikdə qəzet dilində neoplazmaların öyrənilməsi problemi yenidən işlənməyə başlayır və buna görə də aktual olaraq qalır. Leksik normanın müasir başa düşülməsi gələcək qrammatik yeniliklərə yol açan mövcud lüğətin potensial dərəcəsini təklif edir. Ədəbi normanın məcburiliyi onun kodlaşdırılması ilə vurğulanır. Qeyd etmək lazımdır ki, bəzi hallarda ingilis qəzetinin mətni daha neytraldır, onun lüğəti daha az spesifik və daha az terminoloji. Qəzet mətninin ingilis və Azərbaycan variantlarının müqayisəsi göstərdi ki, ingilisdilli mediada çox vaxt terminlər deyil, ümumi ədəbi dilin sözləri xüsusi mənada istifadə olunur.

Qəzet diskursunun tədqiqinin perspektivləri göz qabağındadır: o, qəzet diskursunun özünün fərdi parametrlərinin sonrakı tədqiqinə və ümumiyyətlə, diskurs nəzəriyyəsinin təhlilinə aiddir və diskursiv təcrübələrin gələcək inkişafını əhatə edir. Qeyd etmək lazımdır ki, lingvistik materialın toplanması, emalı və təfsiri üçün müəyyən metod və üsullardan istifadə məsələləri onların tətbiqi, praktiki əhəmiyyəti ilə yanaşı nəzəri cəhətdən də vacibdir, çünki diskurs təhlili təkcə lingvistik ünsiyyət nəzəriyyəsi kimi deyil, həm də dilçilik nəzəriyyəsi kimi çıxış edir.

Qəzet mətninin janrı - hansısa məşhur şəxs və ya adi bir insanla gündəlik həyat haqqında söhbətinin mətni, onun hadisələri və reallıq faktlarını qavramasının təqdimatını ehtiva edir. Təqdim olunan məlumatlar sayəsində emosional vəziyyət ötürülür və bir insanın müəyyən bir görüntüsü formalaşır. İndiki vaxtda müsahibə çoxşaxəli bir hadisədir: ona jurnalistlə bir şəxs və ya bir qrup insan arasında söhbət kimi baxmaq olar. Söhbətin məzmunu müəyyən ictimai maraq kəsb etməli və kütləvi informasiya vasitələrində (mətbuat, radio, televiziya) dərci üçün nəzərdə tutulmalıdır. Geniş auditoriyaya, kütləvi oxucuya, tamaşaçıya istiqamətlənmə müəyyən dil vasitələrinin seçimini və bütün mətnin təşkilini nəzərdə tutur. Bildiyiniz kimi,

müsaibə janrı sual-cavab strukturu ilə xarakterizə olunur. Müasir mediada şifahi ünsiyyətin əsas subyektı yaradıcı linqvistik şəxsiyyət olan natiqdır. Bununla əlaqədar olaraq, linqvistik şəxsiyyət anlayışı genişlənir.

Qəzet diskursunu kütləvi informasiya növü kimi müəyyən etmək üçün müxtəlif növ diskursların təsnifatının xüsusiyyətlərini aydınlaşdırmaq lazımdır, çünki diskursların tipologiyası məsələsi bu günə qədər az işlənmişdir. Ünsiyyət sahəsində diskurs növü, linqvistik xüsusiyyətlərin məcmusu, kommunikatorların statusunun xüsusiyyətləri, onların qarşılıqlı əlaqəsi, məqsədyönlü-strateji və şərhəddici proqramlarının xüsusiyyətləri ilə xarakterizə olunur. Qiymətləndirmə qəzet diskursunun ən mühüm xüsusiyyətlərindən biridir və oxucuya anlaşılan mesajları çatdırmaqda müəllifə kömək etdiyi üçün ünvan ilə ünvançı arasında əlaqə yaratmaq üçün təsirli vasitədir. Qəzet diskursunun kateqoriyalarına daxildir:

- a) koqnitiv kateqoriyalar (intensionallıq, informativlik);
- b) kommunikativ (ünvan, situasiya);
- c) metadiskursiv (kommunikativ hərəkətlər və rollar, janr və üslub xüsusiyyətləri).

Diskursda məlumatın adı çatdırılmasından daha çox mənaların (anlayışların, kateqoriyaların) ötürülməsinin kommunikativliyi üstünlük təşkil edir. Ünvan ilə ünvançının mövcudluğu ünsiyyətin pragmatik əlamətidir, situasiya isə nitqin ünsiyyət vəziyyətinin qeyri-verbal şərtləri ilə əlaqəsini nəzərdə tutur. Bu metadiskursiv kateqoriyalara qəzet diskursunu bir proses kimi rəsmiləşdirmə vasitələri daxildir. Qəzet diskursunun əsas xüsusiyyəti onun şifahi nitqdən daha geniş, dolğun, daha mübahisəli olması və insan şüurunu manipulyasiya edə bilməsidir. Qəzet diskursu kommunikatorların qarşılıqlı fəaliyyətindən ibarət olan dialoqla xarakterizə olunur. Bu tip diskursun iştirakçıları mətnləri yaradan, yayımlayan və təkrar ötürən işçilər, həmçinin məlumatları aktiv və ya passiv şəkildə mənimsəyən oxuculardır. Kütləvi kommunikasiya baxımından sosial əhəmiyyətli informasiyanın mübadiləsini təşviq edən diskursiv fəaliyyətin məhsulu qəzet mətnidir.

Qəzet diskursunun əsas xüsusiyyətləri arasında ifadə və standart birləşməsini də ayırmaq olar. Yüksək standartlaşdırma aşağıdakı amillərlə bağlıdır: sənədli təqdimata

diqqət, təkrarlanan mövzular, materialların hazırlanmasında operativlik. Qəzet diskursunda ifadəliliyin əsasını ictimai rəy formalaşdırmaq üçün ünvana təsir göstərmək təşkil edir. Bu məqsədə çatmaq üçün jurnalistlər bütün səviyyələrdə dil alətlərindən və onların qarşılıqlı əlaqəsindən istifadə edirlər. Ekspressivlik emosionallıq və qiymətləndirmə ilə sıx bağlıdır. Sonuncunu qəzetə xas olan, reallığa öz adını vermək, ona qiymət vermək, yəni real gündəlik hadisələrin insani dəyərlər miqyasında tərcüməsi kimi müəyyən etmək olar. Bütün bunların son məqsədi ünvanlanan şəxsə təsir etməkdir. Yuxarıdakıları ümumiləşdirərək, biz qəzet diskursunu media diskursunun institusional, qiymətləndirici növü kimi müəyyənləşdiririk, onun mərkəzi jurnalistlə oxucu arasında ünsiyyətdir, əsas funksiyaları isə - məlumatlandırmaq və oxucuya təsir etməkdir. Fikrimizcə, bu şərh genişləndirmək və aydınlaşdırmaq lazımdır. Birincisi, qəzet diskursu qəzetlərin tək cəp məhsullarını deyil, həm də elektron versiyalarını əhatə edir. İkincisi, bu kontekstdə media terminindən istifadənin məqsədəuyğunluğunu yenidən nəzərdən keçirməyə dəyər.

Müasir dilçilik elminin nailiyyətləri nöqteyi-nəzərindən qəzet mətnini informasiya verən və qəbul edən şəxsin ilkin biliklərini, onun ilkin fərziyyəsini və diskursiv fəaliyyətini nəzərə almaqla təhlil etmək daha səmərəlidir.

Dil insanın idrak sisteminə təsir vasitəsidir, ictimai qüvvə kimi çıxış edir, baxışların formalaşması vasitəsi kimi çıxış edir. Bu baxımdan qəzet dili və qəzet mətnləri insanların davranış və şüurunu idarə etmək üçün güclü vasitədir. Eyni zamanda, dil bizim həyatımızı, fəaliyyətimizi, ölkədə gedən ictimai prosesləri əks etdirir. Bu kontekstdə qəzet mətninin dilindəki dəyişiklikləri, qəzet mətninin müəllifi olan yaradıcı dilçi şəxsiyyəti öyrənmək, o cümlədən müsahibədə dünyəvi mətnlərin mübadiləsi zamanı ünsiyyət prosesini təhlil etmək problemi yaranır.

Dünyəvi qəzet nitqi, toplanmış faktiki materiallara əsasən, xüsusi qəzet janrı olan müsahibədə daha çox həyata keçirilir. Müasir linqvistik mənbələrdə birmənalı şəkildə şərh olunan “diskurs” termini mətn, nitq, kommunikativ akt, dialoq, söhbət kimi anlayışların kontekstinə uyğun gəlir. Mətnin və nitqin ümumi və fərqləndirici xüsusiyyətlərini onların əsas funksiyalarına əsasən müəyyən etmək olar.

Diskurs müəyyən sosial-mədəni şəraitdə inkişaf edir və formalaşır, onların nəzərə alınması diskursiv fəaliyyətin düzgün başa düşülməsi və adekvat şərhinin əsasını təşkil edir. Diskursun təhlilində əsas prioritet kommunikantlardır, yəni dilin yaradıcılarıdır.

Qəzet mətninin bir janrı kimi müsahibə gündəlik həyat haqqında söhbətinin mətnidir, reallıq faktlarını qavramasını özündə ehtiva edir. Təqdim olunan məlumatlar sayəsində emosional vəziyyət ötürülür və bir insanın müəyyən bir görüntüsü formalaşır. Qəzet mətninin dilinin spesifikliyi birbaşa ünvandan, yəni böyük və müxtəlif oxucu kütləsindən asılıdır. Qəzet mətninin müəllifindən oxucuya daha güclü təsir göstərmək üçün daim yeni üslub və janr vasitələri axtarması tələb olunur. Qəzetin məzmunu inteqral, şüurlu şəkildə qurulmuş diskursdur, burada mətn və vizual mesajların rolu böyükdür. Qəzet diskursu müəyyən mədəni və tarixi dövrdə həm fərdi, həm də kollektiv iştirakçılarla qəzet mətnlərinin dilində fəaliyyət göstərən müxtəlif media diskursunu təmsil edən linqvistik formasiyadır.

Bu gün elm və texnikanın sürətli inkişafı ilə əlaqədar insanlar bol informasiya məkanında yaşayırlar. Kütləvi informasiya vasitələrinin, o cümlədən radio, televiziya və internetin inkişafına baxmayaraq, qəzetin müasir cəmiyyətdə xüsusi yeri var. Görünən odur ki, hər bir oxucu qəzet açarkən ilk növbədə mətnin mövzuları ilə tanış olur. Hazırda dilçiliyin inkişaf səviyyəsi mətbuatın özəyi olan qəzet məqalələri hadisəsini linqvistik təhlilə və nəzəri qiymətləndirməyə imkan verir. Ümumi dilçilikdə mövzular XX əsrin 50-ci illərindən başlayaraq xüsusi dil vahidi kimi tədqiq olunur. Buraya mövzuların nominativ quruluşu, onların söz qrupları ilə əlaqəsi, qrammatik fiqurlar, ifadə üsulları, sintaktik xüsusiyyətləri, funksional tipologiyanın və semantikanın təhlili daxildir.

Son illərdə qəzet nəşrlərinin çoxalması ilə əlaqədar olaraq onlarda mövzu dairəsi genişləndiyi kimi, qəzet yazılarının mövzularının struktur xarakteri də kommunikasiyaya əsaslanaraq genişlənmişdir.

Mətbuatın dili informasiyanı mediaya ötürən müəyyən xüsusiyyətlərə malik müxtəlif KİV-dir. Qəzet mətnində tematik xətlərin inkişafı ekstralingvistik xarakterli amillərlə müəyyən edilir. Struktur və semantik cəhətdən onu qəzet başlıqlarının əsas

ideyası, mətnin daxili komponentləri ilə iç-içə olan linqvistik hadisə kimi təsvir etmək olar. Məqalə müəllifləri qəzetin mətnini yazarkən, ilk növbədə, artıq oxucunun beyində mövcud olan “köhnə” məlumatları rəhbər tutur, onu yeni, aktual məlumatlarla tamamlayırlar. Mətbuat cəmiyyətə xidmət edən informasiya axınıdır. Mətbuatın operativliyi, məzmunu və dəqiqliyi əsas rol oynayır.

## **1.2. Başlıqla mətnin əlaqəsi qəzet diskursunda**

Qəzet dünyada baş verən hadisələrə tez reaksiya verir, ictimai fikrin formalaşmasında fəal iştirak edir, qəzetin dili ən mühüm sosial funksionu yerinə yetirir. Qəzet nəşrlərinin ayrılmaz hissəsi başlıqdır. Müəyyən bir nəşrin oxucuya təsir dərəcəsi əsasən başlıqların xarakterindən və dizaynından asılıdır. Qəzet mətninin effektivliyi əsasən onun adı ilə müəyyən edilir, çünki oxucu ilk növbədə ona diqqət yetirir. İngilisdilli qəzet diskursu bir sıra leksik və qrammatik xüsusiyyətlərə malikdir, onların köməyi ilə qəzet məqaləsinin müəllifi oxuculara təsir edir və mesajı müəyyən münasibət formalaşdırır.

Uzun müddətdir ki, bir qəzet başlığı dil hadisəsi kimi tədqiqatçıların diqqətini cəlb edir. Bununla belə, bir sıra məsələlər hələ də mübahisəli olaraq qalır. Rəylərin və yanaşmaların müxtəlifliyini artıq mövcud başlıq təriflərinin təhlili mərhələsində müşahidə etmək olar. Bəzi dilçilər başlıq anlayışını təyin edərkən ilk növbədə onun funksiyalarına istinad edirlər:

Başlıq - nəşrin faktiki adı, yəni "əsin əsas fikrinin son dərəcə qısa və dəqiq ifadəsidir" [35, s. 25]. Başlıq - mətnin qarşısında duran, bu mətnin məzmununu göstərən nitq vahididir. Digər dilçilər ilk növbədə başlığın quruluşuna diqqət yetirirlər və bu sahədə müxtəlif fikirlər var:

- başlıq söz və ya söz birləşməsidir;
- başlıq nominativ cümlədir.

Təriflərin müxtəlifliyi də başlığın ikili xarakteri ilə bağlıdır. Bir tərəfdən, mətndən əvvəl gələn dil quruluşudur. Buna görə də başlıq mətndən kənarda olan və müəyyən müstəqilliyə malik nitq elementi kimi qəbul edilə bilər. Digər tərəfdən, başlıq mətnin tam tərkib hissəsidir, mətnlə vahid sistem təşkil edir.

Qəzet mətninin effektivliyi əsasən onun adı ilə müəyyən edilir, çünki məlumdur ki, məharətlə tərtib edilmiş başlığın köməyi ilə oxucunu inandırmaq çox vaxt broşuradan daha asandır. Bundan əlavə, psixoloqların araşdırmaları göstərir ki, oxucuların təxminən səksən faizi yalnız başlıqlara diqqət yetirir. Başlıq oxucuya məsələnin məzmunu ilə tez tanış olmağa, nəşrlərinin nədən xəbər verdiyini, ona təklif olunan məlumatda nəyin vacib olduğunu, onun üçün nəyin xüsusi maraq doğurduğunu anlamağa kömək edir.

Hazırda yüksək keyfiyyətli informasiya məhsulu hazırlayarkən emosional təsir üsullarının artması müşahidə olunur. Parlaqlıq, obrazlılıq, nəşrin yeniliyi, qəzet və ya jurnalın orijinal dizaynı, eləcə də yaxşı başlıqlar dövrü nəşrin rəqabət qabiliyyətini artırır. Başlıqlar mətn nəşrinin ilk elementidir və onlarla üzvi şəkildə bağlıdır [29]. Onlar bir neçə mühüm funksiyanı yerinə yetirirlər: ilk növbədə, oxucunu birbaşa məqalənin mətni ilə tanış edir və materialın mahiyyətini çatdırır. Nəşrlərin başlıqları da qəzetin dizaynının ayrılmaz elementidir, çünki dövrü nəşrin imici onların dizaynından çox asılıdır. Onlar oxucuya məsələnin məzmunu ilə tez tanış olmağa, onun üçün xüsusi maraq kəsb edəni vurğulamağa kömək edir [43]. Yaxşı bir başlıq tez-tez bütün materialı oxumağa səbəb olur.

Başlıqlar həm də materialları əhəmiyyətinə görə fərqlənir. Ölçüsünə və yerləşdiyi yerə görə, onlar oxucuya bu materialların redaktorların özləri tərəfindən nə dərəcədə əhəmiyyətli və ya maraqlı olduğunu bilməyə imkan verir.

Başlığın oxucuya təsiri texniki dizayndan - qəzet səhifəsində yerləşdirilməsi və mətnin üstündə, onun yan tərəfində və ya ortasında yerləşdirilməsindən asılıdır. Başlığın sətirlərə bölünməsi, şrift və onun ölçüsünün seçilməsi, rəngi və digər xüsusiyyətləri də rol oynayır. Beləliklə, təcrübəli dizaynerlər səhifədəki bir, bəzən iki, ən vacib nəşrləri vurğulamaq üçün əlavə rənglərdən istifadə edərək oxucuların diqqətini onlara yönəldirlər.

Belə ki, dövrü nəşrin imici böyük ölçüdə başlıqların özündən və onların dizaynından asılıdır. Onlar mətnin boz kütləsini parçalayır, oxucuya məsələnin məzmunu ilə tez tanış olmağa kömək edir, onu xüsusi maraqlandıranları vurğulayır.

Qəzet-informasiya üslubunda adların və başlıqların geniş istifadəsi mesajı

spesifikləşdirir və müəyyən şəxslərə, qurumlara ötürülən məlumatları əlaqələndirir. Qəzet və informasiya materiallarında adlar çox vaxt qısaldılmış formada istifadə olunur. Çox vaxt bu abbreviaturalar ümumi oxucuya məlum olmaya bilər və onların mənası qeydin və ya mesajın özündə dərhal deşifrə olunur. Amma qəzetin oxucularının çoxdan öyrəşdiyi və ona görə də izaha ehtiyacı olmayan belə qısaldılmış adlar çoxdur. İxtisarların bolluğu müasir ingilis dilinin qəzet-informasiya üslubunun xarakterik xüsusiyyətidir.

Qəzet diskursu getdikcə müasir filoloji tədqiqatın obyektinə çevrilir, çünki filoloji praktikada nəzərdən keçirilən diskursiv məkanın təşkilinin orijinallığının tədqiqi dilçilər üçün artan maraq doğurur, çünki qəzet yaradıcılığına müraciət idrak qabiliyyətini genişləndirməyə və əlavə etməyə imkan verir. Bu tədqiqatın materialı ingilisdilli qəzet diskurs mətnlərinin korpusu, yəni Britaniya və Amerika qəzetlərində ("The Guardian", "The Times", "New York Times", "The Wall Street Journal", "USA Today" qəzetlərində) dərc olunmuş ingilisdilli məqalələrin başlıqlarıdır. Başlığın öyrənilməsində mühüm cəhət onun funksiyalarının müəyyən edilməsidir. Bu sual maraq doğurur, çünki "başlıq" anlayışının kifayət qədər əsaslandırılmış tərfi yalnız onun funksiyalarının tam təsnifatı əsasında mümkündür. Lakin bununla yanaşı, bir çox əsərlərdə dilçilər başlığın funksiyalarına aydın tərif vermirlər, bəzən funksiyaları öz ifadə vasitələri ilə qarışdırırlar və ya bir neçə müxtəlif funksiyaları bir yerdə birləşdirirlər.

Tədqiqatın nəticələri göstərir ki, qəzet başlıqları üçün xarakterik olan əsas funksiyalar məlumatlandırıcı və təsiredicidir. Bununla birlikdə, ikinci dərəcəli funksiyalar da qeyd olunur: qrafik vurğulama, reklam və qiymətləndirmə.

Yuxarıda deyilənlərdən belə çıxır ki, qəzetdəki başlıq kommunikativ vahid olmaqla, oxucuya qəzet materialının məzmunu haqqında qısa məlumat verir, qəzet səhifələrində əks olunan hadisələrin mənası, mahiyyəti və əhəmiyyət dərəcəsindən xəbər verir. Qəzet diskursunun informativlik və təsir gücü kimi xüsusiyyətləri qəzet məqaləsinin başlığında ən aydın şəkildə ifadə olunur.

Başlığı öyrənərək, onun funksiyaları üzərində dayanmaq lazımdır. Çünki yalnız qəzet məqalələrinin başlıqlarının funksional xüsusiyyətlərini nəzərə almaqla

“sərlövhə” anlayışını müəyyən etmək mümkündür. Bununla belə, dilçilərin çoxlu sayda əsərinə nəzər saldıqda, başlığın funksiyalarının tutumlu, aydın təriflərinə rast gəlmirik, bəzən funksiyalar onların ifadə vasitələri ilə qarışdırılır və ya bir neçə fərqli funksiyada birləşdirilir.

Bəzi başlıqlar məlumatın məzmununu qısa şəkildə çatdırır. Fərqli bir xüsusiyyət yalnız qısalıqdır: felin buraxılması, hərf abbreviaturasının istifadəsi. Oxucunun vəziyyətlə bağlı heç bir məlumata ehtiyacı yoxdur. Bu halda başlığın informativ funksiyasından danışmaq mümkündür.

Qrafik-İfrazedici funksiya qəzet məqalələrinin əksər başlıqları üçün xarakterikdir. Bundan əlavə, bir çox titullar qafiyəli və aydın ritm sayəsində yaxşı xatırlanır. Şübhəsiz ki, bu vacibdir, çünki bir qayda olaraq, onların altındakı məqalələr təbliğat xarakterlidir.

Emosional funksiya başlıqlar üçün xarakterikdir, ondan məqalənin nədən bəhs edəcəyini anlamaq çətindir. Bununla belə, təsvir olunan faktlara münasibət, onların qiymətləndirilməsi baxımından oxucunu istiqamətləndirirlər.

Başlıqlar həm də təsir funksiyasını daşıya bilər. Bu tip başlıqlar sensasiyalı materialı sevən oxucular üçün nəzərdə tutulub. Əsas fikir bir cümlə ilə təqdim olunur, qeydi oxumağa vadar edir. Beləliklə, qəzet başlıqlarının üstünlük təşkil edən funksiyaları təsiredici və məlumatlandırıcıdır. Bundan əlavə, məqalələrin başlıqları aşağıdakı funksiyaları yerinə yetirir: qrafik işıqlandırma, reklam və qiymətləndirmə. Müasir media başlıqları; öz növbəsində oxucunun diqqətini nəşrə yönəltməli, onu maraqlandırmalı və oxumağa davam etmək istəyi yaratmalıdır.

Qəzet mətninin başlığının strukturu yığcamdır, başlıqda, bir qayda olaraq, mətndə deyilənlərdən ən vacibi ümumiləşdirilir. Başlıq mətnin kvintessensiyasıdır. Dil xüsusiyyətləri, eləcə də başlıqların əsas funksiyaları əsasən yuxarıda göstərilən amillərdən asılıdır.

Xəbər mətnləri müasir mətbuatın özəyini təşkil edir, onlar jurnalistikanın əsas funksiyası - materialın ən obyektiv, vaxtında və yığcam şəkildə təqdim edilməsi ilə bağlıdır. İngilisdilli mətbuatın xəbər mətnlərinin xarakterik xüsusiyyətləri bunlardır: sabit həcm, iyerarxik struktur (başlıq, alt başlıq, giriş paraqrafı, mətnin qalan hissəsi),



klişe, dil dizaynı. “Mətn – hazır reallıq kimi öz bitkinliyində öyrənilə bildiyi halda, diskurs öz spesifik xüsusiyyətlərinə malik mətnlər yaranması prosesi kimi öyrənilməlidir” [4, s. 8].

Müasir dünya proseslərinin qloballaşması və informasiya texnologiyalarının inkişafı oxucu ilə mətbuat arasında münasibətlərin dəyişməsinə və mətnin oxunuşuna təsir edən mühüm komponent kimi başlığın rolunun nəzərəcarpacaq dərəcədə artmasına səbəb olmuşdur. İngilisdilli qəzetlərin internet versiyalarında xəbər mətnləri vizuallıq, interaktivlik, əlçatanlıq, operativlik kimi yeni xüsusiyyət və keyfiyyətlər əldə edərək hipermətn keçidinə çevrilir, lakin bu fakt başlığın roluna təsir göstərmir, yəni başlıq və mətn arasındakı əlaqədir və təhlil və təsir vasitəsi kimi başlığın nə strukturunu, nə də funksiyasını dəyişdirmir.

İngilisdilli mətbuatda xəbər başlıqlarının əsas struktur növləri aşağıdakılardır: ikihissəli cümlə başlıqları, sual başlıqları, elliptik başlıqlar və nominativ başlıqlar. Onlar bir-birindən informasiyanın təqdim olunma üsuluna görə fərqlənilirlər. İngilisdilli mətbuatın xəbər başlıqları çoxfunksiyalı vahidlərdir. Onlar üçün ən xarakterik olanları nominativ, qrafik-vurğulayıcı, informativ, reklam-praqmatik və proqnostik funksiyalardır. Xəbər başlıqları stilistik vasitələrin cüzi istifadəsi ilə xarakterizə olunur. Ən çox istifadə olunan üsullar metonimiya və personifikasiyadır.

Xəbər mətnində başlıq mətnin semantik strukturunun əsas elementlərini özündə əks etdirən bütövün bir hissəsidir. Bu baxımdan xəbər mətnləri üçün başlıq-sitatlar və başlıq-xülasə xarakterikdir.

Başlıqların funksional xüsusiyyətlərinin təhlili göstərdi ki, xəbər mətnlərinin başlıqları çoxfunksional vahidlərdir. İnternet texnologiyalarının inkişafına və xəbər mətnlərinin təşkili üçün yeni imkanların yaranmasına baxmayaraq, başlıq yeni informasiya mühitində əsas funksiyalarını qoruyub saxlayır. Nominativ funksiya ilkin hesab edilməlidir, xəbər mətnlərinin başlıqlarının dominant funksiyası məlumatlandırıcı funksiya, reklam-praqmatik funksiya oxucuya müəyyən təsir göstərmək məqsədi daşıyır, həm də jurnalistin istəyi ilə bağlıdır. Başlığın proqnostik funksiyası onun oxucunun şüurunda mətnin müəyyən proyeksiyasını qurmaq qabiliyyəti ilə bağlıdır.

Xəbər mətninin başlığında açar sözlərin etiket sözləri ilə nisbətinin təhlili nəticəsində başlığın funksiyasını müəyyən etmək olur. Belə ki, başlıq oxucuya onu maraqlandıran materialları tez tapmağa kömək edir. Başlıqlar toplusunu mətn kimi nəzərdən keçirdikdə məlum olur ki, bu tip mətnlər bütövlük və əlaqəliliyə malikdir. Kommunikativ aspektdə bu xüsusiyyətlər mətnin mənalı strukturasının vahidindən irəli gəlir.

Başlıq və mətn arasındakı əlaqənin struktur xüsusiyyətlərinin təhlili göstərdi ki, xəbər mətnlərinin başlıqlarında mətnin semantik strukturunun əsas elementləri yer alır. Xəbər mətnlərinin başlıqlarının semantik modellərinin əsas növlərinə başlıqlar-sitatlar və başlıqlar-xülasələr daxildir. “Mətnin sərhədlərinin müəyyən olunmasında istifadə olunan prinsiplərin, meyarların, mətnin variant modellərinin və növlərinin fərqləndirilməsi imkanları ətrafında elmi mübahisələr aparılır. Əslində, bu iki tədqiqat aspektlərini bir-birini tamamlayan iki yanaşma kimi nəzərdən keçirmək lazımdır” [12, s. 10].

İnformasiya texnologiyalarının yüksək tempi və inkişaf səviyyəsi qəzetlərin təkcə dövrü nəşrlərin ənənəvi çap versiyalarının oxucularına deyil, həm də internet versiyaları oxuculara materialı təqdim etmə tərzini dəyişir. Bu dəyişikliklər fonunda oxucunun ona təklif olunan böyük həcmli informasiya qarşısında konkret xəbər məqaləsi ilə tanışlığına mətnin birinci elementi kimi qəzet nəşrlərinin başlığının rolu artır. Jurnalistik mətnlərin janr xüsusiyyətlərini nəzərə almaqla başlıqların funksional və struktur xüsusiyyətlərinin öyrənilməsinə kompleks yanaşma xüsusi əhəmiyyət kəsb edir.

İngilis qəzetlərinin internet versiyalarında xəbər məqalələri təkmilləşdirilmiş vizuallıq, aydın interaktivlik, əlçatanlıq və səmərəlilik kimi prinsiplərlə xarakterizə olunur. Xəbər mətninin vizuallığını artırmaq üçün müxtəlif qrafik və multimedia vasitələrindən istifadə olunur. İnteraktivlik sosial şəbəkələrə keçidlər, oxuduqlarının qiymətləndirilməsi ilə bağlı oxuculara verilən suallarla vurğulanır. İnternet xəbərlərinin effektivliyi gün ərzində nəşrlərin internet versiyalarında görünən onlayn nəşrlərin xarakteri ilə müəyyən edilir. İnternetdə xəbərlərin interaktivliyi, əlçatanlığı və səmərəliliyi bütövlükdə bu məqalələrin axtarış funksiyasını təşkil edir. Bununla

belə, internet nəşrlərində xəbər məqalələrinin xüsusiyyətlərinin və rolunun dəyişməsi onların əsas parametrlərinə, başlıq və mətn arasındakı əlaqəyə təsir göstərmir.

Təqdimat formasından asılı olmayaraq bütün xəbər məqalələri və onların başlıqları qısa həcmli, struktur və klişə dil ifadəsi ilə xarakterizə olunur.

Xəbər sərlovhələri üslub vasitələrinin azca istifadə olunması ilə seçilir ki, bu da mətnlərin janr xüsusiyyətləri ilə izah oluna bilər, onlar üçün neytrallıq səciyyəvidir. Söz səviyyəsində, nail olmağa kömək edən nisbətən ümumi təcəssüm üsulları, başlığın lakonik ifadəliliyi və metonimiya var. Məqalə başlıqlarında metaforadan istifadə, emosionallığı onları maraqlı edir.

Xəbər mətni ilə onun başlığı arasında sıx semantik və kompozisiya əlaqəsi vardır. Oxucunun bu əlaqələri müəyyən etməsi prosesi çox mühümdür, çünki oxucu fərdi təcrübəyə və ümumi biliklərə əsaslanaraq bütün mətnin məzmunu haqqında fərziyyələr qurur. Əsas elementlərin məzmunu, mətnin semantik quruluşu nöqteyi-nəzərindən əsas başlıq növləri bunlardır.

Ümumilikdə xəbər başlıqları mürəkkəb çoxfunksiyalı fenomendir, onun hərtərəfli, çoxölçülü tədqiqi daim dəyişən informasiya məkanında ingilisdilli xəbər mətbuatının fəaliyyətini daha dərinə dərk etməyə imkan verir. Bu baxımdan müəyyən etdiyimiz başlıqların xüsusiyyətlərini nəzərə alaraq xəbər mətnlərinin daha da öyrənilməsi maraqlıdır.

Başlıq mətni qəzet mətninin ən oxunaqlı növlərindən biridir və cəmiyyətin həyatında böyük yer tutur, ən mühüm mətni cəmlənmiş formada təqdim edir. Başlıqlar toplusunun mətn kimi nəzərdən keçirilməsi, bir tərəfdən, 20-ci əsrin ikinci yarısının elmi ənənəsi ilə əsaslandırılarsa da, digər tərəfdən qəzet başlığının tədqiqində yenidir. Bu mövzuya (başlıq) həsr olunmuş əsərlərin əksəriyyəti bu fenomenin müxtəlif xüsusiyyətlərini (funksional, linqvistik, ifadəli), hətta başlıq və mətn arasındakı əlaqə növlərini nəzərə alırlar.

Qəzet mətninin öyrənilməsi problemi müasir dilçilər və jurnalistlər üçün aktual olmuşdur. Qəzet şəhərin, ölkənin, insanların, bütün xalqların ictimai həyatının və bu ictimai həyatın varlıq formasının əksidir. Qəzet mətninin ən vacib hissəsi başlıqdır. Ümumilikdə başlıqlar qəzet mətninin semantik hissəsidir və kütləvi kommunikasiya

mətninin bir növünə çevrilir. Qəzetin təqdim etdiyi informasiyanın operativliyi, kütləviliyi, əhəmiyyəti qəzetin müasir cəmiyyətdə malik olduğu mühüm sosial və mədəni əhəmiyyəti müəyyən edir. Qəzetin dili cəmiyyətdə baş verən dərin dəyişiklikləri ifadə edir. Qəzet mətni kütləvi kommunikasiya mətnlərinə aiddir. Kütləvi kommunikasiya anlayışı kütləvi informasiya sistemləri kimi işgüzar nəsrin növlərini əhatə edir. Kütləvi kommunikasiya kütləvi informasiya mübadiləsini nəzərdə tutur. Kütləvi informasiya insan fəaliyyətinin müxtəlif sahələrinə dair faktiki məlumatları özündə əks etdirən davamlı məndir.

Beləliklə, müxtəlif tipli mətnlər onunla xarakterizə olunur ki, onların hər biri dilin bütün funksiyalarını həyata keçirsə də, onlardan biri ön plana çıxır. Ünsiyyət baxımından qəzet mətninin əsas xarakterik cəhəti ünvan ilə ünvançı arasındakı münasibətlərin dialoqudur, çünki kütləvi ünsiyyətin tipik vəziyyəti ünsiyyət iştirakçılarının aktiv qarşılıqlı fəaliyyətinə yönəlmişdir.

Başlıqların qəzet mətninin xüsusi bir növü kimi tədqiqi hələ də həyata keçirilməmişdir. Bu addım qəzet mətninin və qəzet başlığının kommunikativ imkanlarının araşdırılmasının məntiqi davamı kimi görünür.

Mətnin qavranılması problemlərinə marağın artması mətnin semantik məzmununun açar sözlərlə ifadə olunmasına, mətnin başa düşülməsində başlığın roluna həsr olunmuş əsərlərin meydana çıxması ilə müşahidə olunurdu. Açar sözlər xüsusi vasitələrlə ifadə olunmuş bütövlüyə (hər hansı mətnin əsas amili) və minimal uyğunluğa malik olan jurnalist mətninin məzmununu təqdim etmək forması hesab olunur. Bədii mətnin başa düşülməsində başlığın rolunu nəzərdən keçirərkən qeyd olunur ki, başlıq mətnin dərk edilməsi prosesinə təsir edir. Bununla belə, qəzet başlıqlarının müfəssəl mətnin semantik əksi olan müstəqil mikromətn kimi səciyyələndirilməsi problemi ilə bağlı heç bir araşdırma aparılmamışdır.

Mətnə kommunikativ yanaşmaya görə mətn bütöv xüsusiyyətə malikdir. Eyni zamanda, bu bütövlük bir-biri ilə sinonim olan, inkişaf dərəcəsi və quruluşuna görə fərqlənən mətnlərdə də reallaşa bilər.

Başlıq əksər qəzet mətnlərinin vacib elementidir. Bununla belə, başlıq tendensiyası bütün qəzet xəbərlərini əhatə etmir. Müxtəlif növ məlumat mesajlarını

(qısa məlumat, məlumat qeydi, xronika) çox vaxt başlıq olmadan görmək olar. Qəzet nəşrinin mətninin özəlliyi ondadır ki, orada dünyanın bölünməsi, onun öz psixi məkanı şifahi şəkildə ifadə olunur. Qəzet mətninin ikonik vahidlərindən biri olmaqla, mətnin əsas hissəsinin yuxarısında və qarşısında funksional sabit mövqe tutan başlıq öz funksiyalarına görə başqaları ilə müqayisə olunmayan lingvistik hadisədir. Başlıq problemi, xüsusən də qəzet başlığı bir çox dilçilərin diqqətini çəkib.

Qəzet başlığının öyrənilməsi tarixi iki istiqaməti əhatə edir:

1. Ənənəvi istiqamət - tədqiqatçıların marağı başlığın lingvistik (leksik, sintaktik və morfoloji), funksional və ekspressiv cəhətlərinə təsir göstərir.

2. Mətn istiqaməti - başlığın və mətnin struktur-semantik əlaqələrinin müəyyənləşdirilməsinə müraciət ilə xarakterizə olunur, yəni başlığın mətn və kommunikativ xüsusiyyətləri ön plana çıxır.

Qəzet məqalələrinin kompozisiya quruluşuna gəlincə, ümumiyyətlə, onlar dördhissəli strukturu təmsil edir və ona başlıq, açılış, əsas hissə və sonluq kimi kompozisiya komponentləri daxildir. Üstəlik, qəzet məqaləsinin hər bir komponenti mühüm struktur rolunu oynayır və müəyyən semantik yük daşıyır.

Başlıq ən güclü supermətn mövqeyini tutan qəzet nəşrinin ilk və ayrılmaz struktur elementidir [71]. Bu arada, başlıqdan əlavə, əksər məqalələrdə alt başlıq və başlıq var, beləliklə, bunlar bütöv bir başlıq kompleksini təşkil edir. Məhz burada yeni və ən vacib məlumatların diqqəti həm ünvanlanan, həm də ünvanlayan üçündür. Bundan əlavə, başlıq və aparıcı ünvana məzmunu başa düşməkdə dəstək rolunu oynayır, onlar bütün mətn haqqında kifayət qədər tam məlumat verirlər [41]. Buna görə də, onları oxuyandan sonra, müraciət edən şəxs bu məqaləni oxumağa davam edəcəyinə, yoxsa növbəti məqaləyə keçəcəyinə qərar verir.

Başlanğıc da vacibdir, çünki o, aparıcı funksiyalarını yerinə yetirir. Çox vaxt başlanğıcda bütün kompozisiya verilir. Əsas mətn qəzet məqaləsinin formal strukturunun ən böyük elementidir, çünki mətn məlumatının ən mühüm hissəsi burada cəmləşmişdir. Əsas hissə başlıqda və girişdə qeyd olunan məlumatları inkişaf etdirir və konkretləşdirir. Məqalənin həcmindən və janrından asılı olaraq əsas hissə bir və ya bir neçə abzasdan ibarət ola bilər.

Sonda bütün məqalənin məzmunu ümumiləşdirilir, əsas fikir cəmlənmiş formada ifadə edilir. Burada həm də janrdan asılı olaraq jurnalistin təsvir etdiyi problemə və ya hadisəyə son münasibəti ifadə oluna bilər. Mətnin müəllifi məqaləni ritorik sualla bitirə bilər, bununla da ünvanı düşüncə prosesinə cəlb edə bilər. Qeyd etmək lazımdır ki, müxtəlif məqalələrin mətnlərinin bütün kompozisiya komponentlərində başqasının nitqinə də rast gəlmək olar.

Başlıq mətnin ən vacib komponentlərindən biridir və onun əhəmiyyəti bir sıra amillərlə bağlıdır. Birincisi, başlıq mətnə ilkin mövqe tutur ki, bu da bütövlükdə əsərin ilkin qavrayışının uğurunu müəyyən edir. İkincisi, əsərin əsas ideyasının, mövzusunun ifadəsində başlığın rolu ənənəvi olaraq alimlər tərəfindən görülür. Üçüncüsü, başlıq informativ, reklam və digər mühüm funksiyaları yerinə yetirir. Mətnin başlığının təfsiri onun bütövlükdə qavranılmasından əvvəldir, əsərin daha mürəkkəb məqamlarını anlamaq üçün hazırlıq mərhələsidir: hekayə xətləri, detallar, müəllifin niyyəti və s.

Mətnin əsas elementlərinin əsərin korpusunda əhəmiyyəti baxımından öyrənilməsinə həsr olunmuş əksər əsərlərdə başlığın “güclü” mövqeyi üstünlük təşkil edir. Başlıq əsərin semantik kodudur. Əsərin adına daxil edilən metafora ekspressiv və emosional potensialı reallaşdırmaqla yanaşı, başlıq daxilində əlavə semantik kod yaradır. Bu mürəkkəb quruluş oxucudan bir tərəfdən ilkin mətn işarəsində olan məcazi mənanı açmağı, digər tərəfdən metaforik kodu ümumi müəllif niyyəti ilə birləşdirərək bütövlükdə başlığı düzgün şərh etməyi tələb edir.

Başlıq müəyyən muxtariyyətə, müstəqil mətnin xüsusiyyətlərinə və öz daxili quruluşuna malik olan xüsusi bir ifadə növüdür. Eyni zamanda, mətnin bir hissəsidir, mətn və ya onun fraqmentləri ilə müəyyən edilir. Siyasi memuarların adları mətnin müxtəlif semantik elementlərini əks etdirə bilər. Bu baxımdan mətnin ayrı-ayrı semantik hissələrinin ifadə üsulu və xarakterinə görə bir-birindən fərqlənən bir neçə növ məcazi başlıqlar haqqında danışmaq olar.

Mətnin ümumi məzmununun əsas elementləri ilə yanaşı, başlıq da onun ikinci dərəcəli elementlərini - tezislər üçün illüstrasiyaları və mesajın məqsədi üçün ümumi fonu yeniləyə bilər. Bu cür başlıqlar mətnin qarşısında əsas olmayan elementin

yerləşdirilməsi üzərində qurulduğu üçün xüsusilə ifadəlidir. Başlıqda ifadə olunanların “ixtiyari”, “ikinci dərəcəli” görünməsi oxucunun diqqətini cəlb edir. Mesajın məqsədinin ümumi fonu kimi mətnin məzmununun belə ikinci dərəcəli elementinin başlığa daxil edilməsi maraqlıdır. Görünən detalın köməyi ilə belə bir başlıq hadisəni oxucuya yaxınlaşdırır və mətni canlandırır [41, s. 31].

Qəzet başlığı çox vaxt bütün mətni rəngləndirən, onun məzmun sxeminin hər bir elementində mövcud olan qiymətləndirmə fonunu ifadə edir. Qiymətləndirici xarakter daşıyan bu başlıqlar mətnin məzmun strukturunda olan əlavə konnotativ mənasını aktuallaşdırır. Qiymətləndirmənin birbaşa ifadəsi onun təsir funksiyasından irəli gələn qəzetin mülkiyyətidir. Qiymətləndirici başlıq oxucunu mesajın müəyyən qavrayışına hazırlayır, deyilənlərə münasibəti proqnozlaşdırır [41, s. 34].

Mürəkkəb başlıqlar eyni zamanda mətnin struktur sxeminin bir neçə elementinə uyğun gəlir. Onlar mürəkkəb məlumatları çatdırırlar. Onların informativlik dərəcəsi daha yüksəkdir, bu başlıqların mətnlə əlaqələri əvvəlkilərə nisbətən daha müxtəlifdir ki, bu da mətnin ifadəliliyini artıran vasitələrdən biridir. Mətnin iki məzmun komponentinin aktuallaşmasının ən sadə nümunəsi, başlığın iki hissədən ibarət olmasıdır: “bu və ya digər”. Başlıqda istifadə edilən maraqlı texnika şərti olaraq kompozisiya inversiya adlanır. Başlığın birinci hissəsi demək olar ki, mətnin ən sonunda yerləşən elementə, ikinci hissəsi isə mətnin əvvəlinə uyğun gəlir. Başlıq və mətn arasında isə kompozisiya əlaqəsi var [41, s. 37].

Mürəkkəb başlıq sözün qeyri-müəyyənliyi fenomeni üzərində qurulduqda mətnin iki semantik elementini əks etdirə bilər. Birbaşa mənada başlıq mövzuya uyğun gəlir, lakin onun mənası mətnin mənasının qavranılmasından sonra retrospektiv şəkildə başa düşülür [41, s. 39].

Başlıqların ikinci təsnifatı mətnin bu və ya digər elementinin onlarda tam və ya natamam əks olunmasına əsaslanır. Mətn bir-biri ilə əlaqəli tezislər sistemidir. Hər bir tezis iki hissəli struktura malikdir, mövzu və onun işarəsindən (predikat) ibarətdir. Mətnin açılması düşüncə obyektlərinin ardıcıl predikasiyasıdır [41, s. 39-40].

Hər hansı bir semantik elementin ifadəsinin tamlığına əsasən, başlıqlar tam informativ (mətnin semantik komponentini tam yeniləyən) və natamam informativ

(mətnin semantik komponentini tam yeniləməyə) olaraq iki hissəyə bölünür [41, s. 42]. Nominativ başlıqlar bütün mətnin mövzusunı (predikatı olmadan) adlandırır. Nominativ başlıqlar coğrafi obyektlərin, zavodların, gəmilərin, canlıların və s. adlarıdır.

Tam məlumatlandırıcı başlıqlar mətnin semantik sxeminin bu və ya digər elementi haqqında ilkin informasiyanı özündə ehtiva edir. Bu başlıqlar ya bütün mətnin mövzusunı, ya da onun əsas ideyasını inkişaf etdirən hər hansı tezisi əks etdirə bilər. Bundan əlavə, onlar əsərin semantik məzmununun ikinci dərəcəli elementlərini tam adlandırırlar.

Mətnin başlığı ikili xarakter daşıyır. Bir tərəfdən, bu, mətndən əvvəl, onun “yuxarısında” və qarşısında duran linqvistik quruluşdur. Buna görə də başlıq mətndən kənarda olan və müəyyən müstəqilliyə malik nitq elementi kimi qəbul edilir. Digər tərəfdən, başlıq mətnin tam hüquqlu komponentidir, ona daxil edilir və ayrılmaz bir əsərin başqa bir komponenti ilə əlaqələndirilir. Başlıq "title - text" mətni ilə vahid sistemdir. Semantik baxımdan başlığı hələ də mətndən ayrı bir şey hesab etmək olmaz. Başlıq mətni başa düşməyə hazırlaşır, əksinə, başlıq yalnız mətni oxuduqdan sonra başa düşülə bilər.

Başlıq mətnin ilkin qavrayışını müəyyən edən ən mühüm siqnaldır. Aşağıdakı funksiyaları müəyyənləşdirir:

- tamaşaçıların qeyri-ixtiyari diqqətini cəlb etmək;
- məqalənin mətninə tamaşaçı marağının formalaşdırılması;
- tamaşaçının xəbəyə və ya onun arxasında duran problemə emosional münasibətinin formalaşması;
- tamaşaçıların inanc və ya münasibətinin formalaşması;
- tamaşaçıların xəbərləri xatırlaması.

Quruluşuna görə başlıq ad, söz (çox vaxt nominal), cümlə, məsdər, iştirakçı, frazeoloji vahidlər, deyimlər, sitatlar formasında ola bilər. Sitatlardan istifadə mətni tarixi-mədəni diapazona salır və bu mətnin əhatə dairəsini genişləndirir. O, əlavə semantik perspektiv yaradır, mənbə mətni ilə verilmiş mətn arasında dialoq yaradır, emosional kolorit daşıyır.



Başlıqlar kontrast yarada, alt mətn yarada, başqa başlığı parodiya edə, istehza formasında ola bilər. Başlığın mətnin üstündəki və mətnin qarşısındakı mövqeyi müstəqil sabit mövqedir, sintaktik olaraq təcrid olunmuş, avtonomdur.

Başlıq və mətn arasındakı semantik əlaqələr yalnız mətni oxuduqdan sonra üzə çıxır. Başlıq mətn yaradan modeldir və özü mətn tərəfindən yaradılır. Düzgün seçilmiş ad çox vaxt uğurun açarıdır.

İngilisdilli qəzet diskursunda zəruri komponent olan başlıqlar ünsiyyət növünə görə bölüşdürülür: bəyanat və xülasə, intriqa və sensasiya, sitat, müraciət və sual, oyun başlığı və s. Müasir ingilisdilli qəzet diskursu həm də fransız, ərəb, ispan və digər dillərdən xarici dillərin alınması ilə xarakterizə olunur. İngilisdilli qəzet diskursunun dilinin təhlili bəzi tərcümə üsullarının effektivliyini təsdiqlədi. Deməli, qəzet diskursunun dilinin tərcüməsi üçün aşağıdakı tərcümə transformasiyaları xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Tərcümə edərkən aşağıdakı linqvistik və ekstralingvistik cəhətləri də nəzərə almaq lazımdır.

Qəzet diskursunun dilinin təhlili göstərdi ki, o, leksikoqrafik cəhətdən təsvir olunmayan və tərcümədə xüsusi çətinlik yaradan yeni sözlərlə səciyyələnir. Qəzet mətnlərinin dilinin adekvat tərcüməsi üçün qəzet diskursunda sözlərin ifadə yaratma modellərini bilmək lazımdır. Qəzetin məzmunu inteqral, şüurlu şəkildə qurulmuş diskursdur, burada mətn və vizual mesajların rolu böyükdür. Qəzet diskursu müəyyən mədəni və tarixi dövrdə həm fərdi, həm də kollektiv iştirakçılarla qəzet mətnlərinin dilində fəaliyyət göstərən müxtəlif institusional-şəxsi müxtəlif media diskursunu təmsil edən linqvistik bir varlıqdır.

İngilisdilli qəzet diskursunun əsas dil vasitələri frazeoloji vahidlər, diskursiv lüğətin özəyini təmsil edən və müəllif niyyətini ifadə edən modal sözlərdir. Qəzet materialının başlığının nominativ (adlandırma, signal) funksiyasına görə diskursiv və interaktiv xarakteri onun dil parametrlərini müəyyən edir. İngilisdilli qəzet diskursunun zəruri komponenti olan başlıqlar ünsiyyət növünə görə bölüşdürülür: bəyanat və xülasə, intriqa və sensasiya, sitat, müraciət və sual, oyun başlığı və s.

Qəzet diskursunun fenomeni diskursiv aktualizatorlarda - leksikoqrafik cəhətdən təsvir olunmayan və tərcümədə müəyyən çətinlik yaradan leksik neoplazmalarda

yatır. Müasir ingilisdilli qəzet diskursu həm də fransız, ərəb, ispan və digər dillərdən alınma sözlərlə xarakterizə olunur.

Qəzet diskursunu hərtərəfli təsvir etmək üçün müxtəlif yanaşmaları nəzərə almaq lazımdır. Linqvistik yanaşma müəyyən bir məqsəd, motivlərlə ünsiyyətdə iştirakçıların qarşılıqlı əlaqəsinin xüsusiyyətlərini göstərdi. Linqvo-üslubi yanaşma qəzet diskursunun müxtəlif dil vasitələrinin və üslubi vasitələrinin istifadəsini üzə çıxarmağa imkan verdi. Koqnitiv-semantik yanaşma ingilisdilli qəzet diskursunun konseptual sferasını müəyyən etməyə imkan verdi.

Qəzet diskurs dilinin tərcüməsi probleminə yerli elmdə ayrıca baxılmırdı, bu problemin yalnız müəyyən məqamlarına toxunulmuşdur. Qəzet mətninin tərcüməsində məqsəd mənbə dilini bilməyən oxucunu mümkün qədər yaxından tanımaq, təqdim etməkdir. Ümumiyyətlə, “diskurs diskret deyil, yəni o, kommunikativ hadisə ilə bağlıdır. O, zaman məhdudiyyəti tanımır, onun nə vaxt başlayıb, nə vaxt qurtarmasını demək olmaz.” [16, s. 20-33].

Qəzetin tərcüməsi də orijinalın üslub xüsusiyyətlərinə maksimum yaxınlaşmanı tələb edir. Tədqiq olunan materialın təhlili göstərdi ki, tərcümədə əsas üsullar aşağıdakılardır: əvəzetmə, kompensasiya, ümumiləşdirmə, təsviri, antonimik tərcümə, dəyişdirmə və s. Bu baxımdan tərcümə edərkən müvafiq xüsusiyyətlərə diqqət yetirmək lazımdır. Qəzet mətninin adekvat tərcüməsi orijinal mətnin və tərcümə edilmiş mətnin janr və üslub formasının, habelə bir sıra ekstralingvistik amillərin məcburi nəzərə alınmasını nəzərdə tutur.

Qəzetin ən parlaq və ən oxunaqlı elementlərindən biri də başlıqlardır. Başlıqlarda sitatlar xüsusilə, şeir sətirləri, nəsr sitatları, məşhur mahnılardan sətirlər, bədii əsərlərin adları, filmlər, atalar sözləri, deyimlər, məşhur ifadələr və s. tez-tez istifadə olunur.

Qəzet nitqi bir növ publisistik üslubdur. Bədii ədəbiyyata xas olan canlı ekspressiv resurslar, ritorik nitq fiqurları, müxtəlif leksik və qrammatik vasitələr indi publisistikanı da fərqləndirir. Qəzet nitqinin bədii ədəbiyyatla oxşarlığını tropik və ifadə vasitələrinin müxtəlifliyinə görə qiymətləndirmək olar. Qəzet mətnində təsir

funksiyasını həyata keçirən bu cür vasitələrə, məsələn, müxtəlif növ sorğu cümlələri, paralel sintaktik konstruksiyalar və s. aid etmək olar.

Qəzet nəşrlərinin ayrılmaz hissəsi başlıqdır. Yaxşı başlıq dövrü nəşrin rəqabət qabiliyyətini xeyli artırır. Başlıq mətbuatda ən güclü mövqe tutduğundan, oxucunun ilk növbədə diqqət yetirdiyi başlıqdır. Buna görə də, bir qəzetin və ya jurnalın imici başlıqların təbiətindən və dizaynından, həmçinin müəyyən bir nəşrin oxucuya təsirindən çox asılıdır, yanlış seçilmiş başlıqla mənalı məqalə belə diqqət çəkmir. Bundan əlavə, başlıq strukturunda dil vasitələrinin səriştəli yerləşdirilməsi də onun alıcıya təsirinin effektivliyini əhəmiyyətli dərəcədə artırır.

Qəzetin başlığı mətnlə vahid “başlıq-mətn” sistemini təşkil edir. Qəzetin başlığı da, mətni də bir-biri ilə əlaqəli anlayışlardır. Qəzetin başlığı milli mədəni məlumat mənbəyidir. Başlıq mətn və ideya arasında körpüdür. Qəzetdəki başlıqların mənası aydın və başa düşülən olmalıdır. Qəzet başlıqları mətnin ən güclü, ən mühüm mövqeyidir. Başlıq həmişə mətndən gəlir. Başlıq yalnız qəzet məqaləsinin başlığı deyil, onun xülasəsidir. Qəzetin ən mühüm elementi onun başlıqlarıdır. Başlıq dərc olunan məqalənin tərkib hissəsi, ilk növbədə, oxucunun diqqətini cəlb edən məqalənin mövzudur. Başlıq qəzet məqaləsinin ilk açarındır. Başlıqlar bütövlükdə medianın dilində baş verən bütün prosesləri əks etdirir. Qəzet başlıqları məqalənin mətnində tamamilə qanuni vasitədir və bütün əsərin digər komponentləri ilə bağlıdır. Mətnin pragmatik potensialını artıran mikrokomponentlərdən biri də mətnin başlığıdır. Mətnin başlığı konkret sintaktik baxış bucağı ilə məhdudlaşmır.

Qəzet başlıqlarında iki nöqtənin müxtəlif istifadəsinə görə onun funksiyası da dəyişir. Onun funksiyası bir tərəfdən, intonasiya, digər tərəfdən - struktur-semantik olmaqla ikiqatdır. İki hecalı ümumi sözün keçidini və hesablama intonasiyasını hazırlayan pauzanı simvollaşdırır. Məlumdur ki, durğu işarələri oxucunun diqqətini cəlb edir. Bununla belə, onun düzgün yerə yerləşdirilməsini təmin etmək üçün çox diqqətli olmaq lazımdır.

Qəzetin başlığı mətnin məzmununa uyğun olaraq mətnin bir hissəsi kimi müəyyən məlumatları, xüsusən də mətnin məzmununu çatdırır. Qəzet başlığının

tərkib xüsusiyyətləri onun əsas funksiyasını əks etdirən müəyyən linqvistik strukturlarla xarakterizə olunur.

Qəzetin dili öz mənşəyi, öz tarixi olan informasiya sahəsidir. Qəzet başlıqları qəzetin daxili strukturunun əsas komponentlərindən biridir. Başlıqlar funksiya baxımından əsas və xüsusiyyətdir. Qəzet başlıqlarının sintaktik quruluşuna diqqət yetirdikdə onların ayrı-ayrı sözlər, söz birləşmələri, cümlələrlə yanaşı, cümlə formasında da olduğunu müşahidə etdik. Qəzet mətninin pragmatik funksiyasına uyğun gələn bir çox dəyişikliklər var ki, onların da əsas məqsədi oxuculara təsir etməkdir. Qəzetin dilinin, qəzet məqalələrinin başlıqlarının dilinin xüsusi öyrənilməsi məsələsi indi prioritet məsələlərdən biridir. Sovet dövrünün stereotipli, emosional sönük, sərt üslubundan fərqli olaraq, bugünkü qəzetlərdəki mövzular güclü semantik gərginlik və yüksək ifadəlilik ilə xarakterizə olunur.

### **1.3 İngilis dilli mətbuatda metaforik başlıqların linqvokulturoloji istiqaməti**

Başlıq mətnində metaforadan istifadə hallarına daha az rast gəlinir, metaforanın obrazlı vasitə kimi istifadə edilməsi hallarına başlıqların toplanmış materialında nadir hallarda rast gəlinir. Başlıq mətnində metafora dili sıxışdırmaq vasitəsi kimi fəaliyyət göstərə bilər. Başlığın əsas vəzifəsi mümkün qədər çox məzmunu qısa, yığcam formada çatdırmaqdır. Metaforanın köməyi ilə jurnalist yaradıcılığının əsas prinsiplərindən biri uğurla həyata keçirilir: elə yazmaq lazımdır ki, ifadə qısa, fikir geniş olsun.

Başlıq-metaforanın mənasının təfsir dairəsi çox genişdir və həm də onu təşkil edən leksik vahidlərin fonetik oxşarlığına görə söz oyunu ilə genişləndirilir. Başlıqdakı metafora mətn əmələ gətirmə funksiyasını da yerinə yetirə bilər. Beləliklə, əvvəlki nümunədə bütün başlıq mətni metafora ilə təmsil olunur. Bu cür başlıqlar daha çox istisnadır, çünki onlar başlığın informativ funksiyasından daha çox təsirin həyata keçirilməsinə daha çox töhfə verirlər. Daha tipik nümunə, ardıcıl olaraq bir-birini əvəz edən bir neçə metaforik modeli ehtiva edən başlıqlardır. Başlıq eyni mənbədən "təbii iqlim hadisələri" sferasından olan iki metaforanın potensialı

üzərində oynamağa əsaslanır. Bir mənbə sferasından olan metaforalar başlıqda təqdim olunan hadisənin vahid obrazını yaratmağa imkan verir, bir-birini qarşılıqlı şərtləndirir və tamamlayır ki, bu da başlığın ünvan sahibi tərəfindən semantik və emosional-qiymətləndirici vəhdət kimi qavranılmasına kömək edir.

Metafora başlığın tərkib hissəsi olmasından və ya başlığın mətnini tamamilə təşkil etməsindən asılı olmayaraq oxucunun diqqətini cəlb etmək funksiyasını yerinə yetirir. Metafora və ya metaforik ifadə başlığa effekt yaratmağa imkan verir. Metaforik modellərin təsviri, onların artıq sabit modellərlə müqayisəli təhlilin əhəmiyyəti və bu və ya digər etnomədəni qrupların nümayəndələrinin seçmə münasibətinin müəyyən edilməsi ilə bağlıdır.

Metafora başlığın tərkib hissəsi olmasından və ya başlığın mətnini tamamilə təşkil etməsindən asılı olmayaraq oxucunun diqqətini cəlb etmək funksiyasını yerinə yetirir. Metafora və ya metaforik ifadələr başlığa xüsusi effekt yaratmağa imkan verir. “Metafora həyatın paradokslarından birini ortaya qoyur ki, bu da ondan ibarətdir ki, bu və ya digər hərəkətin (xüsusilə də yaradıcı aktın) bilavasitə məqsədi çox vaxt onun əksi olur.” [14, s. 296-297] Başlıq mətnindəki metaforalar təkcə dünyanın mənzərəsini əks etdirmir, həm də çox vaxt onu formalaşdırır, metaforalar gündəlik həyatımıza təkcə dil deyil, həm də təfəkkür və fəaliyyətlə nüfuz edir. Düşündüyümüz və hərəkət etdiyimiz gündəlik konseptual sistemimiz mahiyyətə metaforikdir.

Başlıq mətnində sabit metaforanın formal və ya əsaslı deformasiyasının baş verə biləcəyinə baxmayaraq, o, kifayət qədər yadda qalan olur və başlığın emosional və ekspressiv dəyərini artırır, bu da onu oxucu auditoriyası üçün daha cəlbedici olur. Bəzi müəlliflərin fikrincə, İngilis və Amerika qəzet materialları, ən ciddi mətnlərdə danışdığı dilinin istifadəsi ilə xarakterizə olunur.

Beləliklə, qeyd etmək lazımdır ki, metafora sərlövhə ilə təsir funksiyasının həyata keçirilməsini asanlaşdıran vasitə olmaqla, başlıqda təsvir olunan hadisəyə xitabın qiymətləndirici münasibətini ifadə etmək funksiyasını yerinə yetirir. Həm də təkcə məna yaradan deyil, həm də mətn əmələ gətirən nitq vahidi kimi çıxış edir, eyni zamanda ünvanlananın diqqətini cəlb etmək vasitəsi kimi çıxış edir.

Başlıq mətnindəki metaforalar təkcə dünyanın mənzərəsini əks etdirmir, həm də çox vaxt onu formalaşdırır, metaforalar gündəlik həyatımızda təkcə dilə deyil, həm də təfəkkür və fəaliyyətlə nüfuz edir. Düşündüyümüz və hərəkət etdiyimiz gündəlik konseptual sistemimiz mahiyyətə metaforikdir. Siyasi və ya digər hadisəni işıqlandıran siyasətçinin və ya jurnalistin nitqindəki koqnitiv metafora insanın diqqətini cəlb etmək və saxlamaq, ünvançı üçün zəruri olan müəyyən mənalara çatdırmaq qabiliyyətinə malikdir. Beləliklə, kütləvi informasiya vasitələrinin diskursunda koqnitiv metafora alıcının assosiativ düşüncəsinə təsir göstərməyə imkan verən aydın şəkildə müəyyən edilmiş manipulyasiya xarakteri daşıyır.

Metaforalar, həm informativ, həm də təsir potensialını üzvi şəkildə birləşdirən bilən başlıq yaradaraq, onlayn mətbuat başlıqlarına müraciət edənlər tərəfindən tez-tez istifadə olunan bir mənbədir. Metaforalar konseptual faydalılıq kateqoriyası baxımından işarələnmiş leksik vahidlərdir ki, bu da metafora əmələ gətirən leksemlərin özündə əvvəlki təcrübəni əks etdirən konseptual çərçivənin olmasına əsaslanır.

Bu prosesdə əsas rol müəyyən mənbə sahəsinə aid mürəkkəb, şaxələnmiş metaforik ifadələr sisteminə malik olan konseptual metaforalara aiddir. Başlıqların mətnində insan varlığının bütün aspektlərini əks etdirən məşhur tematik lüğət qruplarına əsaslanan müxtəlif metafora mənbələrini izləmək olar.

Başlıqların mətnində müəyyən qiymətləndirici konnotasiya ehtiva edən sabit metaforalar ola bilər. Bu cür metaforalar müraciət edən və ya iştirakçının işıqlandırılan hadisəyə subyektiv münasibətini ifadə etmək vasitəsi kimi xidmət edir. Başlıqlarda keyfiyyətli mətbuatın hədəf auditoriyasının əksəriyyəti üçün başa düşülən asanlıqla tanınan metaforalar var. Başlığın mətnində sabit metaforalar ambivalent vahidlər kimi çıxış edə bilər: metaforanın tam olmadığı hallarda həm məlumat və faktiki məzmunun ötürülməsi vasitəsi kimi, həm də başlığın ifadəliliyini artırmaq vasitəsi kimi istifadə edilə bilər. Başlıq mətnində həm forma, həm də məzmun səviyyəsində dəyişikliklərə məruz qalan metaforalardan istifadə müasir çap mediası mətnlərinin xarakterik xüsusiyyətidir. Başlıq mətnində sabit metaforanın deformasiyası ona ekspressivlik verir və oxucunun diqqətini cəlb edən və təsir

funksiyasının həyata keçirilməsinə töhfə verən ifadəli metaforalar yaratmağa imkan verir.

Başlıq mətnində sabit metaforanın formal və ya əsaslı deformasiyasının baş verə biləcəyinə baxmayaraq, o, kifayət qədər tanınır və başlığın emosional və ekspressiv rəngini artırır, bu da onu oxucu auditoriyası üçün daha cəlbedici edir.

Beləliklə, ingilisdilli media mətninin adındakı metaforanın sistemli tədqiqi nəticəsində aşağıdakı nəticələrə gəlmək olar.

Birincisi, demək lazımdır ki, metafora başlıq mətninin elementi olmaqla, qeyri-standart ifadə formasına görə, şübhəsiz ki, ünvanlanan şəxsin diqqətini təsvir edilən vəziyyətə cəlb etmək vasitəsi kimi fəaliyyət göstərir. Eyni zamanda, başlıq kontekstində metafora nitqin sıxılma vasitəsi kimi fəaliyyət göstərə bilər, mətn yaradan element ola bilər, başlıqda təsvir olunan hadisəyə müraciət edənin qiymətləndirici münasibətini ifadə etmək funksiyasını yerinə yetirə bilər.

İkincisi, ingilis dili başlığını təşkil edən metaforaların morfosintaktik təhlili fraza feli, tərkibində metafora feli olan klişe idiomatik ifadələr, atributiv metaforik ifadələr vasitəsilə onların tərtibinin aşağıdakı məhsuldar yollarını müəyyən etməyə imkan verdi. Başlıq mətni tamamilə genişləndirilmiş bir metafora ilə formalaşdığı hallarda semantik vahiddir.

Üçüncüsü, ingilis onlayn media mətnlərinin başlıqlarındakı konseptual metaforaların bütün müxtəlifliyi metaforanın ehtiva etdiyi qiymətləndirici konnotasiyaya görə başlığın pragmatik potensialının açıqlanmasına fəal kömək edir. Başlıq mətnindəki sabit metaforalar həm informasiya və faktiki məzmunun ötürülməsi, həm də başlığın ifadəliliyinin artırılması vasitəsi kimi çıxış edə bilər. Stabil metaforanın qrammatik formasının dəyişdirilməsi və ya ona yeni leksik vahidlərin daxil edilməsi yolu ilə deformasiyası başlığın təsvirini gücləndirən və oxucunun diqqətini cəlb edən canlı metametaforalar yaratmağa imkan verir.

Gələcək tədqiqatların perspektivləri başlığa xas olan metaforik potensialın başlıqlı media mətnində necə aşkar edildiyinə dair ətraflı araşdırmada görünür. Başlıqlarda metafora feli daxil edən klişe idiomatik ifadələrdən istifadə hallarına da tez-tez rast gəlinir. Başlıq mətnində metafora potensialından metaforik atributiv

ifadələrdən istifadə oluna bilər, metaforalaşması təsvir olunan isimə metaforik qiymətləndirici mənə verən təriflər hesabına baş verir. Bu zaman oxucuda müəyyən emosional-qiymətləndirici münasibət doğuran xüsusiyyət mesajın subyektinin özünün xüsusiyyətlərində deyil, istifadə olunan tərif kimi çıxış edən leksik vahiddən istifadə zamanı yaranan assosiasiyalarda tapılır. Başlıq mətnində metafora tərtib etməyin başqa bir məhsuldar yolu isimlərlə əmələ gələn ifadələrdir. Əgər başlıq mətnində metaforanın qrafik vurğulanmasından danışırıqsa, onda metafora ya başlıq mətnində heç bir şəkildə vurğulanmır, ya da tək dırnaq işarələrindən istifadə edilərək vurğulanır.

Kütləvi informasiya vasitələrində və xüsusən də başlıqda metaforadan istifadə ilkin sözün mənasının transformasiyasına əsaslanır ki, burada məcazi mənə birbaşa mənə semasından birinin güclənməsi hesabına birbaşa mənaya yaxınlaşır. Beləliklə, köçürmə ideyasının aid olduğu lüğət qrupuna aid olan leksemin yayılma dairəsinin genişlənməsi müşahidə olunur. Texnoloji platformalarla bağlı məsələlərin müzakirəsi prosesi metaforik olaraq “qrıl” kimi təsvir edilir ki, bu da hərfi mənada “qovurma” deməkdir.

Metafora xitab edənin niyyətini düzgün ifadə etməsinə kömək edir, vurğu yaradır və mesajın mövzusunə qiymətləndirici və emosional münasibətini əks etdirir. Başlıq mətnində hadisənin metaforik təsviri ünvançı tərəfindən əvvəlcədən təyin edilmiş assosiasiyaların həyata keçirilməsinə kömək edir, adı bir obyektə digərinə köçürməklə, ona hər hansı bir baxımdan oxşardır ki, bu da onu xarakterizə etməyə imkan verir. Beləliklə, başlıq mətnindəki metafora özünün tələffüz etdiyi qiymətləndirmə xüsusiyyətlərinə görə ünvana təsir etmək funksiyasını yerinə yetirir.

Metaforaya həsr olunmuş problemlə tədqiqat sahəsi bu fenomenin təbiəti, funksiyası və tipologiyası ilə bağlı bir çox sualları əhatə edir. Ümumilikdə media mətnində və xüsusilə onun başlığında metaforanın tədqiqinin aktuallığı informasiyanın yayılmasında müasir onlayn medianın oynadığı rolla bağlıdır. Üstəlik, müasir ünsiyyət nəzəriyyəsinin müddəalarına əsaslanaraq, onlar tək-cə reallığı təmsil etmək funksiyasını yerinə yetirərək məlumat yaymır, həm də “simvolik nizamı” təşkil edən hadisələrin qurulması prosesində iştirak edirlər. Metafora oxucunun diqqətini



cəlb edən, metaforanın qavranılması zamanı yaranan assosiasiyalar əsasında təsvir olunan hadisəyə müəyyən münasibət oyatmağa qadir olan obrazlı başlıq yaratmağa imkan verir. Bu baxımdan metafora başlığın pragmatik potensialının reallaşdırılmasını asanlaşdıran təsirli vasitələrdən biridir. Başlıqdakı metaforaların hərtərəfli təhlil edilməsi məqsədi ilə tədqiqat aşağıdakılarda özünü biruzə verir:

1) şəbəkə ingilisdilli media mətninin başlığında metaforanın yerinə yetirə biləcəyi funksiyaların müəyyən edilməsi;

2) ingilis dilli veb başlığında metaforanın morfosintaktik dizaynının məhsuldar modellərinin təsviri.

Başlıq mətnin ən vacib komponentlərindən biridir və onun əhəmiyyəti bir sıra amillərlə bağlıdır. Birincisi, başlıq mətnində ilkin mövqe tutur ki, bu da bütövlükdə əsərin ilkin qavrayışının uğurunu müəyyən edir. İkincisi, əsərin əsas ideyasının, mövzusunun ifadəsində başlığın rolu ənənəvi formada özünü biruzə verir. Üçüncüsü, başlıq informativ, reklam və digər mühüm funksiyaları yerinə yetirir. Mətnin başlığının təfsiri onun bütövlükdə qavranılmasından əvvəldir, əsərin daha mürəkkəb məqamlarını anlamaq üçün hazırlıq mərhələsidir: hekayə xətləri, detallar, müəllifin niyyəti və s.

Mətnin əsas elementlərinin öyrənilməsinə həsr olunmuş əksər əsərlərdə başlığın mühüm mövqeyi üstünlük təşkil edir. Başlıq əsərin semantik kodudur. Əsərin adına daxil edilən metafora ekspressiv və emosional potensialı reallaşdırmaqla yanaşı, başlıq daxilində əlavə semantik kod yaradır. Bu mürəkkəb quruluş oxucudan bir tərəfdən ilkin mətn işarəsində olan məcazi mənasını açmağı, digər tərəfdən metaforik kodu ümumi müəllif niyyəti ilə birləşdirərək bütövlükdə başlığı düzgün şərh etməyi tələb edir. Beləliklə, oxucudan əsərin adını ikiqat deşifrə etmək tələb olunur.

Başlıq müəyyən muxtariyyətə, müstəqil mətnin xüsusiyyətlərinə və öz daxili quruluşuna malik olan xüsusi bir ifadə növüdür. Eyni zamanda, mətnin bir hissəsidir, mətn və ya onun fraqmentləri ilə müəyyən edilir.

Onlayn medianın materiallarının təqdimatı üçün qeyri-xətti və ya hipermətn formatı prinsipinə uyğun təşkil edilmiş media mətnləridir. Başlıq media mətninin tərkib hissəsi kimi media nəşrinin vahid hipermətn məkanını təşkil edən ən mühüm

elementdir, çünki oxucu elektron nəşrin hipermətn məkanında məhz başlıqlara görə axtarış aparır. Bundan əlavə, başlıq oxucunun diqqətini cəlb etmək və onu məqalənin mətninə müraciət etməyə təşviq etmək üçün hazırlanmalıdır. Məhz bu fakt başlıq mətnində metaforadan istifadəni izah edir.

Metafora ingilis dilində belə tərif verilə bilər: “Metafora termini sözün etimologiyasından göründüyü kimi hansısa keyfiyyətin bir obyektə digərinə ötürülməsi deməkdir”. Buna görə də metaforanı eyni vaxtda iki leksik mənası reallaşdırmaq vasitəsi kimi müəyyən etmək daha yaxşıdır.

Metaforalar təkcə isimlər deyil, həm də digər nitq hissələrindən ibarət söz birləşmələri ola bilər: sifətlər, fəllər, zərflər. Metaforik qrupa isimlər və onların ekvivalentləri daxildir. Sifətin metaforik qrupunun şəkli: sifət + isim. Məsələn: "dəmir xarakter - sərt xarakter", "daş ürək", "isti sevgi", "acı təcrübə" və s. Bundan metafora kimi də istifadə olunur.

Metaforanın mahiyyətini dərk etmək istəyi son zamanlar idrak və təfəkkürə yönəlmiş tədqiqat növlərində, süni intellektin mahiyyətinin öyrənilməsində özünü büruzə verir. Metaforaların meydana çıxmasının iki yolu var. Onlar:

- Hər bir dilin daxili inkişaf prosesi ilə bağlı konkret xalqın milli xüsusiyyətlərinə uyğun meydana gəlir və formalaşır.
- Beynəlxalq münasibətlərin inkişafı ilə əlaqədar metaforalar bir dildən digər dilə şifahi və yazılı şəkildə tərcümə olunur.

Metaforik model obrazlı paradiqma kimi bütün dillərdə təqdim olunur. Odur ki, xarici dildə şifahi obrazın dərk edilməsi, ümumbəşəri obrazlı paradiqmanın üzvü kimi qəbul edilərsə, daha uğurlu olar. Tərcümə edilərkən hər bir xalqın dil xüsusiyyətlərinə diqqət yetirməklə yanaşı, onun hansı dilə mənsub olduğunu və necə formalaşdığını bilmək vacibdir, mənasını dərk etmədən tərcümə etməmək lazımdır. Müasir dilçilik metaforanı nominasiyanın ən mühüm yolu hesab edir. Metafora müxtəlif intensivliyə malik olsa da, istənilən dilin praktikasındakı istifadə olunur.

## II FƏSİL

### İNGİLİS MƏTBUATININ TƏSVİRET MƏ FUNKİSİYALARININ LİNGVOKULTUROLOJİ XÜSUSİYYƏTLƏRİ

#### **2.1. İngilis mətbuatında qəzet mətninin əsas (baza) lingvokulturoloji xüsusiyyətləri**

Müasir cəmiyyəti mediasız təsəvvür etmək mümkün deyil. Medianın rolu o qədər böyükdür ki, onu hətta “dördüncü hakimiyyət” də adlandırır. Kütləvi informasiya vasitələrinin ən qədim formalarından biri də mətbuatdır. Mətbuat potensial olaraq müstəqil qüvvə kimi fəaliyyət göstərməyə qadirdir. Müasir dövrdə kütləvi informasiya vasitələri (KİV) olduqca mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Kütləvi informasiya vasitələri dövriliyinə, kütləvi xarakterinə və məlumat mənbələrinə görə fərqlənir. Kütləvi informasiya vasitələrinə müxtəlif çap nəşrləri (qəzetlər, jurnallar, kolleksiyalar) daxildir. Müasir dünyada qəzet və publisistik üslub ən geniş yayılmış və ən çox istifadə olunan informasiya ötürmə vasitəsi kimi çıxış edir. Onun tərkib hissələrini qəzetlərin, sammitlərdəki siyasi çıxışların, məruzələrin, müzakirələrin, həmçinin televiziya və radio proqramlarının dili təşkil edir. Dünyada baş verən bütün hadisələr mediada geniş işıqlandırılır. Qəzetlər internetin, radio və televiziyanın mövcud olmasına baxmayaraq, bu günə qədər mühüm informasiya mənbəyi olaraq qalır. Ən çox müraciət olunan mövzulara mədəniyyət, din, elm və ekologiya sahəsindəki hadisələr daxildir. Qəzet mətninin əsas xüsusiyyətlərindən biri informativdir, çünki o, bu və ya digər yeni bilikləri daşıyır. Lakin dilçilik nöqteyi-nəzərindən qəzet mətni canlı, inkişaf edən dilin mənbəyi kimi mühüm əhəmiyyət kəsb edir, çünki orada tez-tez yeni ifadələr yaranır və dili zənginləşdirir. Dünyanın ən məşhur və nüfuzlu qəzetlərinin redaksiyalarının yerləşdiyi Böyük Britaniyada qəzet mətni ingilis dilinin modeli və milli koloritin əks olunmasının bariz nümunəsi idi və indi də belədir.

Böyük Britaniyada, bildiyiniz kimi, milli qəzetlərin iki əsas növü var - keyfiyyətli (“Quality”, “Broadsheets”, “Heavies”) və populyar (“Popular”, “Tabloids”, “Gutter Press”). Keyfiyyətli qəzet qrupuna aşağıdakı mənbələr daxildir:

“The Independent”, “The Times”, “The Daily Telegraph”, “Financial Times”, “The Guardian”. Kütləvi və ya populyar qəzetlərə “The Sun”, “Daily Express”, “Daily Mail”, “Daily Mirror”, “Today”, “Daily Star”, “The Star” daxildir.

Qəzet üslubu üçün əsas məqsəd informasiya, publisistik üslubun məqsədi inandırma, hərəkətə çağırış, reallıq faktlarının qiymətləndirilməsidir. Ədəbi dilin üslublar sistemində publisistik üslub xüsusi yer tutur. Məhz bu üslub digər üslublar çərçivəsində yazılmış mətnlərlə qarşılıqlı əlaqədə olmalıdır. Jurnalistikanın rolu bugünkü auditoriyanın oxucusunun həm intellektual, həm də emosional ehtiyaclarını ödəməkdir. Bu gün qeyri-rəsmi yazı adlanan bir çox ingilisdilli qəzet və jurnalların üstünlük təşkil edən xüsusiyyətinə çevrilmişdir. Müasir publisist öz nitqinə jarqon əlavə edərək ədəbi dildən kənara çıxmağı özünə rəva bilir. Qəzet mətninin leksik komponentində baş verən dəyişikliklərlə eyni vaxtda sintaktik struktur da sadələşməyə meyilli transformasiyaya məruz qalır. Bir neçə tabeliyində olan mürəkkəb, ümumi cümlələr müasir publisistikada daha sadə sintaktik konstruksiyalarla əvəz olunur ki, bu da danışıq nitqinin təsiri ilə bağlı ola bilər, onun üçün mürəkkəb sintaksis xarakterik deyil. Ümumiyyətlə, tədqiqatçıların müşahidələrinə görə qəzet mətni bütün dil səviyyələrində dəyişikliklərə məruz qalır.

Standartın olması jurnalistikanın digər əsas üslub xüsusiyyəti hesab olunur. Yadda saxlamaq lazımdır ki, qəzet linqvistik yaradıcılıq şəraitinin özünəməxsus xüsusiyyəti ilə səciyyələnir. Belə şərtlərə qəzet mətninin yaradılması üçün qısa müddət lazımdır ki, bu da dil materialını redaktə etməyə imkan vermir. Bundan əlavə, qəzet bir yox, bir-birindən asılı olmayaraq material hazırlayan çoxsaylı müxbirlərin fəaliyyətinin nəticəsidir. Jurnalistikanın əsas üslub prinsipi qəzet nitqinin spesifikliyi olan gərginlik, ifadə və standart birliyi.

Qəzet ənənəvi kütləvi kommunikasiya və təbliğat vasitəsidir, qəzet mətni tamlığı olan və qəzet məqaləsi şəklində hazırlanmış nitq-yaradıcılıq prosesinin məhsuludur. Qəzet mətni də qəzetin özü kimi iki əsas funksionu yerinə yetirir: məlumatlandırıcı və təsiredici.

İngilisdilli qəzetlər ictimai-siyasi mövzular üçün yaxşı işlənmiş terminologiya sistemi ilə tanınır. Qəzet mətninin üç növü var:

- Məlumat növü qeydlər, salnamələr, reportajlar, mesajlar üçün xarakterikdir;
- Analitik növ redaksiya məqalələrində, şərhlərdə, rəylərdə istifadə olunur;
- Bədii və publisistik növ oçerklər, broşürlər, reportajlar, felyetonlar üçün xarakterikdir.

Üstəlik, qəzet kitab və danışiq nitq üslublarının intensiv uzlaşmasının mövcud olduğu dil inkişafının hazırkı səviyyəsinin əksidir. Məsələn, ingilis dili materialları danışiq ifadələrinin olması ilə zəngindir. İngilis mətbuatının dövlət xadimlərinə münasibəti qeyri-adidir. Çox vaxt dövlət başçılarını və nazirləri sadəcə adları ilə çağırırlar. Bu janrın başqa bir xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, ingilis müəllifləri quru mesaja bəzi jarqon və frazeoloji vahidlər əlavə etməklə onu şəxələndirməyə çalışırlar.

Qəzet ştapları və ya klişələr qəzet mətnini oxumaq və başa düşmək üçün daha asan və daha sürətli istifadə olunur. Frazelji feillər, həyatın müəyyən sahələrinə aid terminlər, neologizmlər, klişələr qəzet dilinin tərkib hissəsinə çevrilmişdir. Qrammatik nöqteyi-nəzərdən qəzet məqalələrində hadisələr həmişə keçmiş zamanda təsvir olunur, isimlərin sifət və mürəkkəb subyekt kimi işlənməsi də xarakterik cəhətdir.

Aparılan araşdırma göstərir ki, ingilisdilli qəzet məqalələrində birbaşa nitqlə yazılmış çoxlu cümlələr var. Bundan əlavə, siyasi leksika sözlərindən də tez-tez istifadə olunur. İngilis qəzetinin mətnini passiv fellərdən istifadə etmədən təsəvvür etmək mümkün deyil. Aparılan təhlillər qrammatik qaydaların pozulması, yəni zamanların uzlaşması kimi bir hadisənin mövcudluğunu göstərdi. Qısa sözlər daha çox çoxhecalı sinonimləri əvəz etmişdir: “quldurluq” əvəzinə “basqın”. Metafora Britaniya qəzetlərinin dilindəki ən parlaq hadisələrdən biridir.

Beləliklə, aparılan tədqiqatlar qəzet və publisistik janrın leksik, üslub və qrammatik xüsusiyyətləri, janr rəngarəngliyi, jarqon və neologizmlərdən istifadə ilə səciyyələndiyini söyləməyə imkan verir. Bundan əlavə, klişələrin, üslub vasitələrinin, texnikasının, danışiq dilində tanışlığın, sitatların bolluğunun, birbaşa nitqin və başqasının nitqinin ötürülməsinin müxtəlif yollarının inkişaf etmiş sisteminin geniş yayılması onu digər üslublardan fərqləndirir.

Qəzet məqaləsinin başlığı və mətni onların semantikasını müəyyən edən ümumi kontekstə malik vahid strukturun elementləri kimi qəbul edilə bilər. Bu müşahidələr kontekstində bəzi alimlərin mətnin başlığını təhlil edirlər. A. Z. Kubanova hesab edir ki, başlıq mətnin məzmununu eyni zamanda sıxışdırır və qəbul edən, mətni deşifrə etməyə imkan verən müəyyən koddur [37]. A. A. Lyutaya sərlövhəni mətnin qarşısındakı mövqedə kommunikativ vahid hesab edir ki, bu da onun adıdır, mətnin məzmununu birbaşa və ya dolayısı ilə bildirən, bir nitq əsərini digərindən ayıran sintaktik tərtibata malikdir [42]. Başlıq əlavə semantik yük daşıyır, həm də təsir funksiyasının həyata keçirilməsinə yönəlmiş və başlıqda yerləşdirilən informasiya materialının seçilməsi, onun linqvistik və qrafik dizaynı ilə müəyyən edilir.

Başlıq qəzet mətnini təmsil edən kvintessensiyadır, çünki bu və ya digər funksional-janr tipli mətnin əsas xüsusiyyətlərini izləyir, burada aktiv rol mesaj funksiyasının və ya təsirin həyata keçirilməsinə kömək edən komponentlərə aiddir. Müasir qəzet mətninin başlığı çox nadir hallarda yalnız məlumat funksiyasını yerinə yetirir. Çox vaxt başlıq təsir funksiyasını yerinə yetirir. O, ünvan sahibinin diqqətini cəlb etmək üçün nəzərdə tutulub.

Müasir çap nəşrlərinin mətnlərinin janr təşkilində başlığın mətnlə bağlılığı mühüm rol oynayır. Məhz mətn janrı bütün növ qəzet nəşrlərində dilin spesifik istifadəsini əks etdirir. M. M. Baxtin nitq janrını xüsusiyyətləri fəaliyyət göstərdiyi standartlaşdırılmış sosial-mədəni situasiyalarla müəyyən edilən, bütövün qurulmasının müəyyən və sabit formalarına malik olan mətnlərin müəyyən qrupu hesab edir. [23, s.159-206.] Janr bu xüsusiyyətlərin hər hansı biri ilə deyil, bütünlüklə müəyyən edilir. Bəzi janrların ümumi xüsusiyyətləri var. Bu baxımdan onlar adətən üç böyük qrupa bölünür: informasiya, analitik və bədii və publisistik janrlar.

“Xüsusiyyətlər” nəşri analitik janrlar qrupuna aiddir. İngilis dilində keyfiyyətli çap olunmuş mətbuatda bu janrın mətnlərinə müxtəlif ölçülü, davamlı maraq doğuran müxtəlif mövzuları əhatə edən məqalələr daxildir: mədəniyyət, incəsənət, səyahət, teatr, sağlamlıq, hobbi dünyası. ABŞ və İngiltərədə mətbuatın inkişaf xüsusiyyətləri nəşrlərin ən vacib hissələrindən biri olan qəzet məqalələrinin başlıqlarında parlaq üslubi iz buraxdı.

Psixoloqların araşdırması göstərdi ki, oxucuların təxminən 80%-i yalnız başlıqlara diqqət yetirir. Buna görə də bir jurnalistin nəşri üçün başlıq seçməsi çox vacibdir. Başlıq bütün qəzetin simasıdır, nəşrin populyarlığına və alışına təsir edir.

Onun əsas vəzifəsi oxucunun diqqətini cəlb etmək, onu maraqlandırmaq və hətta heyrləndirməkdir və yalnız ikincisi, başlığa məlumat və izahat funksiyası həvalə olunur. Bu diqqətin nəticəsi olaraq İngilis-Amerikan mətbuatı qəzet başlıqlarının xüsusi üslubunu inkişaf etdirdi ki, onun xarakterik xüsusiyyəti leksik və qrammatik vasitələrin ifrat ifadəliliyidir.

Qəzetin və ya jurnalın imici, eləcə də müəyyən bir nəşrin oxucuya təsiri əsasən başlıqların xarakterindən və dizaynından asılıdır, hətta ən sadə məqalə belə parlaq, ifadəli başlığına görə populyarlıq qazanır. Beləliklə, başlıq mətn yazısının üzvi ilk elementidir.

Bununla belə, qeyd etmək lazımdır ki, qəzet başlığı onu digər üslublu başlıqlardan fərqləndirən bir sıra xüsusiyyətlərə malikdir ki, bu da onun funksiyaları ilə bağlıdır. Müxtəlif növ başlıqlar var. Ancaq başlıq modelləri nə qədər müxtəlif olsa da, hələ də ortaq cəhətləri çoxdur. Həqiqətən də nəşrin uğur qazanması üçün onun başlığının müəyyən tələblərə cavab verməsi lazımdır. Qəzet başlıqları yığcam və lakonik dildə yazılır. Amma qəzetlər çox vaxt geniş oxucu kütləsi üçün nəzərdə tutulduğundan, istənilən qəzet başlığı asanlıqla qavranılmalı və çətinlik çəkmədən oxunmalıdır, yəni maksimum başa düşülənliyi təmin etmək üçün başlıqlar ümumi istifadə olunan lüğət və ən sadə qrammatik qaydalar əsasında qurulur. Eyni zamanda, qəzet başlığı oxucunun diqqətini cəlb edəcək qədər ifadəli olmalıdır.

Başlıq əsasən məqalənin açar sözlərindən ibarət olmalıdır. Açar sözlər elə seçilməlidir ki, onlarda olan anlayışların məzmununu birmənalı ifadə etsin. Eyni zamanda, başlıqda 5-6 sözdən çox olmamalı, mürəkkəb strukturlar olmamalıdır. Qısa bir başlıq daha yaxşı qavranılır və yadda saxlanılır. Başlığın oxucuya təsiri xeyli dərəcədə onun texniki dizaynından (rəngi, yeri, şrifti, ölçüsü və s.) asılıdır. İndi qəzet nitqində ədəbi dilin kitab və danışiq variantlarının qarşılıqlı əlaqəsi, eləcə də kütləvi informasiya vasitələrinin dilinə xalq dili və jarqonunun güclü təsiri müşahidə olunur.

Qəzet məqaləsinin kompozisiya strukturunun tərkib hissəsi kimi başlıq mesajın

əsas məqsədini ifadə etməli, oxucu ilə əlaqə yaratmalı, onun diqqətini cəlb etməlidir.

Qəzet başlıqlarının bəzi funksiyalarını nəzərdən keçirək. V.K Xarçenkonun təsnifatına görə, bir qəzet başlığı dörd pragmatik funksiyanı yerinə yetirə bilər:

- məlumatlandırıcı funksiya;
- ifadəli-qiyətləndirici funksiya;
- həvəsləndirici funksiya;
- reklam funksiya.

Rəhbərlik etdikləri mətnlərin məzmunu haqqında qısa formada məlumat verən başlıqlar informativ funksiyanı yerinə yetirir: “UK breakthrough as human embryo cloned” [70]; “Lords reject index link for expats' pensions” [65]. Həvəsləndirmə funksiyası hərəkətə çağırışın açıq şəkildə ifadə olunduğu başlıqlarla həyata keçirilir. Struktur olaraq belə başlıqlar əksər hallarda imperativ cümlələrdir: “Don't blame GM for inequality” [60].

Reklam funksiyası dedikdə, başlığın parlaq, cəlbədicə, oxucunun diqqətini cəlb etmək məqsədi başa düşülür. Stilistik vasitələri və ifadəli rəngli elementləri ehtiva edən bütün başlıqlar digər funksiyalarla birlikdə həmişə reklam funksiyasını yerinə yetirir. Bəzən başlığın reklamı “dramatizasiya”, yəni başlıq mətnindəki hansısa elementin mənasının süni şəkildə şişirdilməsi xarakterini ala bilər: “Blair on Brown: It's like a marriage” [59] .

Beləliklə, başlıqların funksiyası (nisbətən müstəqil alt mətnlər kimi) oxucunun diqqətini qarşıdakı mesajə yönəltmək üçün sonrakı mətnin əsas məzmununu yığcam formada əhatə etməkdir. Başlıq semantik funksiya ilə yanaşı praktiki funksiyanı da yerinə yetirir ki, bu da oxucunun şüuruna təsir etmək üçün nəzərdə tutulub.

Müəyyən bir başlıqda ya məlumatlandırıcı, ya da reklam funksiyası ön plana çıxır. Onlardan hansının üstünlük təşkil etməsindən asılı olaraq, reklam və ya məlumat xarakterli başlıq növündən danışmaq olar.

Başlığın cavab verməli olduğu əsas tələblər oxucunun diqqətini cəlb etməlidir, yığcam olmalı, mətnin mövzusu ilə bağlı fikri ehtiva etməlidir, mətni daha da oxumağa təşviq etməlidir.

Qəzet başlıqlarının tərtibatının təbiəti ilə bağlı müşahidələr göstərir ki, bir



tərəfdən mətnlə uzlaşan, onun məzmununu özündə sıxlaşdıran başlıqlardır, digər tərəfdən isə onlara jurnalistika kimi ekstralingvistik faktorlar təsir edir.

Kognitiv yanaşma metaforanın tədqiqində ən perspektivli yanaşma kimi tanınmalıdır, çünki onun tətbiqi alimə təkcə insan təfəkkürünün ümumi qanunauyğunluqlarını anlamağa deyil, həm də onların əsasında onların səciyyəvi modellərini müəyyən etməyə imkan verir. İstər lingvistik, istərsə də nitq metaforasının ən mühüm xüsusiyyəti onun antroposentrikliyi, insan fəaliyyətinin əsas növləri ilə qırılmaz əlaqəsi və onun şüurunda əks olunması hesab olunur.

Media diskursunda metaforaların formalaşması və istifadəsinin özəlliyi onların əsaslandırma və inandırma mexanizmlərinə, eləcə də qiymətləndirmə mexanizmlərinə yaxınlığı ilə müəyyən edilir. Bu, bir çox metaforaların standart və gözlənilən xarakterini və onların üslub yaratmaq təcrübəsi ilə ayrılmaz əlaqəsini əvvəlcədən müəyyənləşdirir. Metaforik vahidlər ya arqumentasiyadan nəticənin formalaşmasına keçidi təsvir etmək, ya da ünvana nitq mövzusunun daha az tez-tez əlaqəli və ya onunla əlaqəli bir qiymətləndirməsini çatdırmaq üçün istifadə olunur.

İstənilən lingvistik və mədəni birlikdə presedent hadisələr var. Bu lingvistik fenomenin aşağıdakı növləri fərqləndirilir: müəyyən bir dil və mədəni birliyin hər bir nümayəndəsinə tanış olan milli presedent hadisələri və hər bir insan üçün başa düşülən universal presedent hadisələridir. Britaniya qəzetlərinin mətnlərində milli presedent hadisələri nəzərdən keçirin. Qəzetlərdə istifadə olunan presedent adlar, bəyanatlar, situasiyalar, mətnlər kimi presedent hadisələrə müraciət edəcəyik. Presedent adlar, müəyyən bir cəmiyyətin əksər nümayəndələrinə məlum olan məşhur mətnlər və ya vəziyyətlərlə əlaqəli şəxsi adlar və ya bir növ simvolik addır, qeyd olunduqda müəyyən hadisələrlə assosiasiya yaranır.

Qəzet məqalələrində presedent mətnlər və birbaşa sitat oxucuya təsirin artırılmasına xidmət edir, qəzet nəşrinin əsas məqsədinə - konkret məlumatı maksimum dəqiqliklə çatdırmağa kömək edir. Həmçinin presedent mətnlərdən məqalə müəllifinin nöqteyi-nəzərini aydınlaşdırmaq, müəyyən faktiki məlumatların qeyd olunması yolu ilə onun fikrini sübut etmək üçün istifadə olunur. Presedent ifadələri mövcudluğun xüsusi effekti yaradaraq təəssüratı artırır. Birbaşa sitat

gətirmək, heç bir məlumatı olmayan oxucular üçün anlayışı asanlaşdırır, müəllifi və ya mənbəni qeyd etmədən sitat gətirmək isə qəzet mətninin başa düşülməsini xeyli çətinləşdirə bilər.

Qəzet məqalələrini dil haqqında ən mühüm bilik mənbələrindən biri adlandırmaq olar. Onları oxuduqca biz dilin ab-havasına qərq olur və onu daha ətraflı öyrənmək imkanı əldə edirik. Qəzetin dilində ən aydın şəkildə Böyük Britaniyanın milli-mədəni özəlliyi lüğət və frazeologiya vasitəsilə ifadə olunur, çünki onlar başqa səviyyələrin vahidlərinə nisbətən daha çox dərəcədə ekstralinqvistik reallıqla bağlıdırlar. Beləliklə, Britaniya qəzetlərinin mətnlərində istifadə olunan frazeoloji vahidlər milli-mədəni xüsusiyyətləri əks etdirir. Frazeologiyada milli-mədəni komponent frazeoloji vahidlərin obrazlı məzmunu tərəfdən, ifadə formasında (bir milli variantda varlıq, digərində isə yoxluq) təzahür edir. Qəzet mətnlərində milli-mədəni informasiyalar mədəni-tarixi komponentləri ehtiva edən frazeoloji vahidlərdə xüsusilə aydın şəkildə özünü göstərir.

Böyük Britaniyada qəzet mətnlərində istifadə olunan metaforalar əsasən ümumi xarakter daşıyır və bütün dünyada analoqları var, ona görə də xarici dilli oxucular üçün bu tropanı bütün mətndən ayırmaq və mənasını anlamaq çətin olmayacaq. Müəllifin dünyanın milli mənzərəsini müəllifin öz dünyagörüşünə uyğun dəyişdirərək yaratdığı metaforalarda vəziyyət daha mürəkkəbdir. Tədqiq etdiyimiz Britaniya mətbuat materiallarının təhlili göstərdi ki, qəzet məqalələrində metafora fundamental mədəni dəyərləri əks etdirən dünyanı düşünmək və dərk etmək üçün alətə çevrilir, çünki dünyanın milli-mədəni baxışına əsaslanır.

Qəzetin dilində ünsiyyətin intervariant milli özəlliyi nitq etiketi situasiyalarında, məsələn, müraciət formalarından istifadədə çox aydın şəkildə özünü göstərir. Britaniyada müəyyən bir sahədə xüsusi xidmətlərə görə titul almaq ənənəsi var: ser, qraf, baron, cəngavər. Titulun qeyd edilməsi onun daşıyıcısına, xüsusən də kral ailəsinin üzvlərinə münasibətdə məcburidir; ona görə də qəzet mətnlərində başlıqlar mütləq qeyd olunur. Britaniya qəzetlərinin xarakterik xüsusiyyəti məşhur insanlar üçün ləqəblərdən istifadə edilməsidir və əksər hallarda müəllif hüquqları qorunur.

Metafora istənilən dil üçün universal bir hadisədir. Onun yaranması ana dili

danışanların konseptual sistemi, onların dünya nizamı haqqında köklü təsəvvürləri və müəyyən reyting sistemindən istifadə ilə bağlıdır. Metaforik yaradıcılıq prosesi bir çox semantik proseslərin əsasını təşkil edir. Qəzet-publisistik üsluba aid mətnlərdə ingilis dilinin milli-mədəni xüsusiyyətləri aspektində metaforanın rolu mədəni, pragmatik və koqnitiv yanaşmalarla nəzərdən keçirilməlidir. Bu nöqtəyi-nəzərdən metafora təkcə nominasiyanın həyata keçirilməsi yolu kimi deyil, həm də bütün bəşəriyyətin və ayrıca mədəni-etnik icmanın birləşdirən mədəni paradigma kimi öyrənilir. Koqnitiv və mədəni məlumatların toplanması sayəsində metafora sosial transformasiyaların mahiyyətini aydın şəkildə əks etdirə bilir. O, danışanların dünyagörüşünə əhəmiyyətli dərəcədə təsir edir və yaradılmasında iştirak edir, bununla da qəzet-jurnalist üslubunun təhrif funksiyasını yerinə yetirir. N. D. Arutyunova araşdırmalarında metaforaların üç növünü nəzərdən keçirir: nominativ, obrazlı və konseptual [19, s.333-343]. Öyrəndiyimiz qəzet məqalələrinin materialında ən çox rast gəlinən konseptual metaforadır. Onun əsas rolu ideyalar aləminə aid hadisələri, hadisələri və anlayışları dərk etmək və təyin etməkdir. Onun köməyi ilə artıq mövcud olan anlayışların yeniləri yaradılır.

Britaniya qəzetlərinin mətnlərindəki konseptual metafora nümunəsinə nəzər yetirək:

*“West Ham are facing the prospect of severe sanctions after the most serious outbreak of trouble yet inside the London stadium as David Moyes’s side crashed to a 3-0 defeat against Burnley”. [73]*

Böyük Britaniyada qəzet məqalələrində nominativ, obrazlı metaforalardan da istifadə olunur. Qəzet məqalələrini dil haqqında ən mühüm bilik mənbələrindən biri adlandırmaq olar. Onları oxuduqca biz dilin ab-havasına qərq olur və onu daha ətraflı öyrənmək imkanı əldə edirik. Qəzetin dilində ən aydın şəkildə Böyük Britaniyanın milli-mədəni özəlliyi lüğət və frazeologiya vasitəsilə ifadə olunur, çünki onlar başqa səviyyələrin vahidlərinə nisbətən daha çox dərəcədə ekstralingvistik reallıqla bağlıdırlar. Beləliklə, Britaniya qəzetlərinin mətnlərində istifadə olunan frazeoloji vahidlər milli-mədəni xüsusiyyətləri əks etdirir. Frazelogiyada milli-mədəni komponent frazeoloji vahidlərin obrazlı məzmunu tərəfdən, ifadə formasında (bir

milli variantda varlıq, digərində isə yoxluq) təzahür edir. Qəzet mətnlərində milli-mədəni informasiyalar mədəni-tarixi komponentləri ehtiva edən frazeoloji vahidlərdə xüsusilə aydın şəkildə özünü göstərir.

Qəzet mətnlərində ayrı-ayrı müəllif metaforalarından istifadəyə xüsusi diqqət yetirilməlidir. Məcəzi mənə yaradan sözlərin semantikasi oxucunun şüurunda şəxsi xüsusiyyətlərindən və psixi quruluşundan asılı olaraq subyektiv assosiasiyalar doğurur. Ayrı-ayrı müəllif metaforası dünyanın milli mənzərəsini müəllifin öz dünyagörüşünə uyğun dəyişdirərək yaranır. İngilis mətbuatında metaforalaşdırılmış terminlər daha çox siyasi və sosial-mədəni mövzulu məqalələrdə, ən az isə iqtisadi mövzulu məqalələrdə istifadə olunur. Müəlliflər ən mühüm və aktual mövzuları müzakirə edərkən təsvir olunan problemin əhəmiyyətini üzə çıxarmaq üçün istifadə olunan metaforik ifadələrin sayını artırırırlar. Vurğulamaq lazımdır ki, metafora təkcə dünya haqqında milli-xüsusi baxışın deyil, həm də onun ümumbəşəri obrazının əsaslarını dərk etmək üçün açarı ehtiva edir [19, s. 371]. Bir çox metaforik modellər bütün dünyaya yayılmış və beynəlxalq xarakter almışdır. Bu, dünya mətbuatının böyük təsiri ilə yanaşı, ictimai-siyasi mətnlərdə metaforanın əhəmiyyəti ilə bağlıdır.

Qəzet dilinin əsas hissəsi söz oyunudur. İngilis dilində iki fərqli mənə daşıyan sözlər əyləncəli şəkildə istifadə edilə bilər. Buna söz oyunu deyilir. Başlıqda bir sıra isimlərin olması da adi haldır. Alliterasiya səsin təkrarlanmasıdır. Tez-tez qəzetlərdə olduğu kimi şeirdə də istifadə olunur. Qəzetlər ondan diqqəti cəlb etmək və daha yaddaqalan etmək üçün istifadə edirlər. Başlıqlar çox vaxt qeyri-müəyyən olur, oxucunu məqaləyə baxmağa vadar edir. Başlıqlarda fellər tez-tez dəyişdirilir. Təkrarlanmamaq üçün qəzetlər çoxlu istinadlardan istifadə edirlər.

İngilis qəzet başlıqlarının unikal strukturu müxtəlif məqsədlərə xidmət edir: onlar oxucunu məqalə ilə maraqlandırmalı və məlumatın yığcamlığını təmin etməlidir. İngilis və Amerika qəzet materialları üçün ən ciddi mətnlərdə danışiq ifadələrindən istifadə etmək adi haldır. Bəzi metaforalarda isə ziddiyət qabarıq şəkildə öz əksini tapır. “We’re just between the ice of recession and the fire of inflation” [72, s. 19].

Fikrimizcə, Britaniya və Amerika mətbuatının yerli və xarici dövlət xadimlərinə münasibəti qeyri-adidir. Qəzet başlıqlarında dövlət başçılarının və nazirlərin adları (Bob Kennedy - Robert Kennedy) və soyadları qısaldılır (Mac - Macmillan). Bütün bu formalar ingilis oxucusuna çoxdan tanışdır. Əgər onlar tərcümədə qorunub saxlanılsa, qeyri-adiliyinə görə daha güclü təəssürat yaradar. İngilis və Amerika qəzetlərindəki istənilən məqalə və ya hadisə hesabatı kiçik başlıqlarla paylaşıla bilər. İngilis mətnindən metaforanı tərcümə edərkən hər iki mənanı qorumaq həmişə mümkün olmur. Tərcüməçi orijinal təsvirin transformasiyasına əl atmalı və bu halda onun hansı mənalарının qorunub saxlanacağını seçməlidir. “Sharapova earns stripes with “zebra philosophy” [66, s. 2]. (to earn stripes: 1) yüksəlmək, 2) (burada həyatda “ağ zolaqlar” əldə etmək).

İngilis dilində iqtisadi mətnlərdə oxşar Azərbaycan dili mətnlərinə nisbətən daha yüksək dərəcədə obrazlılığa yol verilir. Bu da tərcümədə transformasiyalara ehtiyac yaradır. Məsələn, “The bankruptcy of Lehman Brothers and AIG’s federal takeover have triggered a wholesale flight to safety that could turn illiquid institutions insolvent [67, s. 22].

## **2.2. Metaforik ifadələrin linqvokulturoloji baxımından strukturu və semantikasi**

Metafora qədim zamanlardan alimlərin tədqiqat obyektі olmuşdur. Məcəzin yığcamlıq və obrazlılıq kimi xüsusiyyətlərini ilk dəfə qeyd edən, eyni zamanda metaforanın idrak potensialına diqqət çəkən də məhz o idi. Məntiqi quruluşunun digər əməliyyatlarla müqayisədə nisbi mürəkkəbliyinə görə, məsələn, şəxsiyyət, baş vermə, birləşmə və ya ayrılıq əlaqələrinin qurulması, həmçinin bəzi metaforaların yüksək emotivliyi, ifadəliliyi səbəbindən bu bir çoxlarının tədqiqat obyektinə çevrilir.

Müasir idrak elmi nöqteyi-nəzərindən metafora ən mühüm zehni əməliyyatlardan biri, dünyanı tanımaq, izah etmək və qiymətləndirmək üsulu ilə yanaşı, mənanı təsnif etmək və dünyanın mənzərəsini qurmaqdır. İnsan öz estetik potensialından istifadə edərək təkcə metaforaların köməyi ilə öz fikrini ifadə etmir,

həm də metaforalarda düşünür, onların köməyi ilə yaşadığı dünyanı dərk edir. Metaforalar bizə ünvanlananın zehmində mövcud olan dünyanın linqvistik mənzərəsini dəyişdirməyə kömək edir, məlum görünən hadisələrin təqdimatına yeni bir təsnifat təqdim edir və onlara yeni emosional qiymət verir.

Dillərdə metaforik proqnozların spesifikliyi insanın xarici təcrübəsinin linqvistik konseptuallaşdırılması və təsnifatının xüsusiyyətlərini təmsil edir. Uzun müddətdir ki, mətbuat ən kütləvi informasiya vasitəsi idi, buna görə də bütün dünyada qəzet satışında artım müşahidə olunur. Mətbuat öz sadəliyi və qısalığı ilə oxucunu cəlb edir. Deməli, qəzet məlumatını elə təşkil etmək zərurəti yaranır ki, məqalənin özü oxunub qurtarmasa belə, məzmununu yığcam çatdırsın və oxucuya emosional təsir göstərsin.

Metafora bir sözün və ya ifadənin məcazi mənada oxşarlığa, müqayisəyə, analogiyaya əsaslanaraq işlədilməsidir. Metafora sayəsində qəzet məqaləsi daha ifadəli olur. Yeni ifadələr, yeni texnikalar meydana çıxır, oxucu dünya haqqında daha dolğun təsəvvür əldə edir. Metafora bir sıra funksiyaları yerinə yetirir, məsələn, mətnə obrazlı, ifadəli rəng verir. Metaforanın başqa bir funksiyası nominativdir. Dili leksik və frazeoloji konstruksiyalarla doldurmağa xidmət edir. Növbəti funksiya elmi və ictimai-siyasi nitqdə qeyri-obyektiv mənaları ifadə etmək üçün sözlərin məcazi mənalarından istifadə etməkdir. Əsas funksiyalardan əlavə, metafora vizual, təmsil, proqnozlaşdırıcı, ornamental və s. kimi bir çox başqa funksiyaları yerinə yetirir.

Metafora yaratmaq bacarığı insan şüurunun əsas xüsusiyyətidir. Bir çox əməliyyatlar təsvir etmək üçün metafora ilə əlaqələndirilir. Metafora nitqdə ornament kimi istifadə oluna bilər. Amma publisist metaforanı qəzet üslubu üçün çox məcazi hesab edirsə, o, bir qayda olaraq, dırnaq işarələrindən istifadə edir. Metaforalardan istifadə stilistik cəhətdən əsaslandırılmalıdır. Qəzet və publisistik mətnlərin həddən artıq metaforalaşdırılması mənfi nəticəyə gətirib çıxarır. Metafora o halda özünü doğruldur ki, o, müəllifə fikri düzgün və inandırıcı çatdırmağa kömək etsin. Beləliklə, müasir qəzet mətni metaforalarla doludur. Metafora oxucuya təsir etməyin universal üsuludur. Metafora təkcə məlumat deyil, həm də pragmatik funksiyanı yerinə yetirir: fikirlərə və inanclara təsir edir, oxucunun müəyyən reaksiyasına səbəb olur. Metafora

həm də mətnin mühüm semantik amilidir. Mətnə ekspressivlik, emosionallıq, qiymətləndirmə verməklə müəllifin əsl niyyətini anlamağa kömək edir.

Müasir dillərin lüğətinin təhlili zamanı alimlər belə qənaətə gəlirlər ki, hər hansı bir dildə xeyli sayda sözlərin mənşəyi metaforik köçürmə əsasında yenidən düşünmə ilə bağlıdır. Metafora bir çox məntiqi əməliyyatlara əsaslanır, bu məntiqi əməliyyat təkcə müqayisə deyil, həm də qarşıdurmadır. Müqayisə ziddiyyətin sintaktik konstruksiyalarını ifadə etmək qabiliyyəti kimi metaforanın belə bir xüsusiyyətini də qeyd etmək olar. Daha mürəkkəbi poetik metaforadır ki, bir çox hallarda tamamilə fərqli anlayışları bir araya gətirməklə yanaşı, oxucuda çoxsaylı assosiasiyalar yarada bilir.

Adi haldan fərqli olaraq tez-tez ikili xarakter daşıyan metafora, poetik metafora çox vaxt çoxsaylı istinadlara malikdir. Müasir semiotika metaforanı müəyyən təfəkkür tərzinə hesab edir ki, burada yeni kateqoriyaları ifadə etmək üçün hazır işarədən istifadə olunur. İdrak nəzəriyyəsi nöqteyi-nəzərindən metafora yeni biliklər əldə etmək üçün əvvəllər əldə edilmiş biliklərə əsaslanan düşüncə tərzidir. Tanınmış italyan alimi və mədəniyyətin semiotikası sahəsində mütəxəssis Umberto Eko özünün "Semiotika və dilin fəlsəfəsi" monoqrafiyasının bir fəslini metaforaya həsr etmişdir [61]. Burada o, obyektə dəyişkən və qeyri-sabit əlamət kimi müəyyən etmişdir. Eyni fəsildə Umberto Eko metaforanın öyrənilməsi və təsviri prinsiplərini formalaşdırır, onların çoxu dil və nitqin bu fenomeninin müasir koqnitiv tədqiqatlarında həyata keçirilir. Tədrisən, metafora ideyası müəyyən bir nəticə çıxarma üsulu, bir növ model kimi formalaşır. Məcəzi dərkətmənin əsas növləri olan metaforizasiyalar təkcə idrak deyil, həm də obyektiv fəaliyyət təcrübəsindən irəli gələn assosiasiyalara əsaslandığı üçün metaforanın öyrənilməsində psixoloqların, psixolinqvistlərin, antropoloqların mühüm rol oynaması təəccüblü deyil. Metaforanın koqnitiv nəzəriyyəsinin məşhur inkişaf etdiriciləri, konseptual metafora nəzəriyyəsinin yaradıcıları, amerikalı tədqiqatçılar C.Lakoff və M.Conson qeyd edirlər ki, hər hansı bir milli mədəniyyətin ən fundamental dəyərləri mütləq şəkildə milli mədəniyyətin metaforik bazasında təmsil olunur [64, s. 4].

Metaforik nominasiyaların konnotativ potensialı adlanan bu növ assosiativ sahə tərcümədə çətinliklər mənbəyidir ki, bu da sözdə mədəni uyğunlaşma tələb edir. Tərcümədə konnotasiyanın kulturoloji uyğunlaşması orijinal dilə ekvivalent olan konkret sözün, ifadənin seçilməsindən ibarətdir ki, bu da tərcümədə bu mənanın assosiativ-məcəzi komponentinin təkrar istehsalını nəzərdə tutur, həm də müəyyən kommunikativ effektin yaranmasına kömək edir. Təcrübədə konnotasiyanın tərcüməsi bütün növ leksiko-semantik çevrilmələrlə həyata keçirilir. Metaforik modelləşdirmə nümunələrinin müəyyən edilməsi milli şüurda mövcud olan metaforik köçürmələr sisteminin reallığın dərk edilməsi, əks etdirilməsi və qiymətləndirilməsi, milli-mədəni xüsusiyyətləri əks etdirən mühüm vasitə olması fikri ilə uzlaşır. Koqnitiv dilçilik çərçivəsində yaradılmış metod və üsullardan (dominant konseptual metaforaların müəyyən edilməsi və onların hədəf sahəsi və mənbə sahələrinin ayrılması ilə təsviri) istifadəsi ingilis ədəbiyyatı əsərlərinin materialı əsasında antroposentrik metaforaların öyrənilməsinin effektiv üsuludur.

Konseptual metafora nəzəriyyəsi psixolinqvistik istiqamətin tədqiqatçıları arasında böyük maraq doğurmuşdur. Dövrümüzün aparıcı linqvistik anlayışlarında dilin antroposentrikliyi ideyası əsas kimi çıxış edir. Müasir tərcüməşünaslıq tərcümə fəaliyyətinin öyrənilməsinin müxtəlif aspektlərini integrasiya etmək üçün koqnitiv platformadan istifadə edir: kommunikativ, mədəni, psixolinqvistik, pragmatik və sosial. Müasir tərcüməşünaslıqda yeni koqnitiv paradigmanın formalaşması ilə əlaqədar olaraq tətbiqi dilçiliyin bu sahəsi üçün ənənəvi olan tərcüməçi, orijinalın və tərcümənin əsas mətnləri, ekvivalentlik kimi anlayışlara yenidən baxılır. Tərcümənin linqvoqnitiv nəzəriyyəsinin inkişafı təkcə konseptual məzmunun verballaşdırılmasının universal prosesləri baxımından deyil, həm də hər bir tərcümə üçün linqvistik konseptuallaşdırmanın və təsnifatın həyata keçirilməsinin xüsusiyyətləri baxımından linqvistik konseptuallaşdırmanın və təsnifatın xüsusiyyətlərinin nəzərə alınmasını tələb edir. Bu kimi xüsusiyyətlərin nəzərə alınması metaforik ifadələrin tərcüməsi ilə bağlı məlum tərcümə çətinliklərinin həlli üçün xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Koqnitiv proyeksiya nitq fəaliyyətinin pragmatik aspektlərini nəzərə almağa imkan verir: linqvistik konseptuallaşdırma pragmatik və



mədəni cəhətdən şərtlənməməyə bilməz, bu da dil nominasiyalarının konnotativ və obrazlı komponentlərinin orijinallığının mənbəyidir. Konkret linqvokulturaya xas olan metaforik konseptuallaşdırmaların müqayisəli tədqiqi dünyagörüşünün milli-mədəni xüsusiyyətlərini müəyyən etməyə imkan verir. Konnotasiya linqvokoqnitiv hadisə kimi müxtəlif dil səviyyələrində özünü göstərir və istər fərdi, istərsə də ictimai şüurda fəaliyyət göstərir.

Metafora dərin və mürəkkəb bir hadisə olmaqla, fənlərarası idrak elminin bir hissəsi kimi dilçilik, pragmatika, fəlsəfə, psixologiya, məntiq, nevrologiya, antropologiya, informasiya nəzəriyyəsi, informatika və s. fənlərin obyektinə çevrilmişdir. Metaforaya marağın mənşəyi Aristotələ gedib çıxır, o, metaforanı əsasən troplar sisteminə daxil olan və böyük estetik dəyərə malik, fərdiləşdirici funksiyaya malik nitq fiqur kimi təsvir etmişdir.

Dilçilik nəzəriyyəsinin tərəfdarları linqvistik metaforanı semantik ikiliyin və obrazlı elementin məcburi şəkildə qorunması ilə ikinci dərəcəli dolayı nominasiya kimi başa düşürlər. Bu metafora nəzəriyyəsi çərçivəsində biz tədqiq olunan leksik vahidlərin etimoloji təhlilini apardıq, çünki hesab edirik ki, leksemin nəzərdən keçirilməsinin diaxronik aspekti metaforanı müəyyən etmək üçün mühümdür. Ümumiyyətlə, ən xarakterik üslub vahidi metaforadır. Qədim dövrlərdən bəri insan müxtəlif vasitələrdən istifadə edərək dünyanın təsvirini sözlə onun obrazlı təsvirində canlandırmışdır.

Metaforanın psixolinqvistik mahiyyəti bir çox alimlər tərəfindən tədqiq edilmişdir. Beləliklə, əsas əsərində metaforanın təsvirinə bir neçə fəsil həsr edən alman dilçisi və psixoloqu Karl Büler “Dil nəzəriyyəsi” əsərində qeyd etmişdir ki, insan nitqi məcazlardan ibarətdir və dil tarixi metaforalarla hopmuşdur. Alim digər alman klassik filoloqu Herman Paulun əsərindən aşağıdakı sitatı gətirir: “Məcaza hələ adekvat adları olmayan təsvirlər komplekslərini təyin etmək üçün ən mühüm vasitələrdən biridir. Bununla belə, bu alətin istifadəsi xarici zərurətdən irəli gələn hallarla məhdudlaşmır. Daxili impuls çox vaxt insanı məcazi ifadəyə üstünlük verməyə məcbur edir, hətta hazır ad danışanlar üçün artıq mövcuddur. Metafora istər-istəməz insan təbiətindən irəli gələn və təkcə şeir dilində deyil, həm də – hətta hər

şeydən əvvəl – xalqın gündəlik nitqində obrazlı ifadələrə, rəngarəngliyə həvəslə müraciət edən bir şeydir. epitetlər” [25, s. 317]. K.Büler, onun sitat gətirdiyi səlafi kimi, ilk növbədə, metaforanın psixolinqvistik təbiəti ilə maraqlanırdı. O, nominasiyada səslənən birliklərin mahiyyətini və birliyin səbəblərini izah etməyə çalışdı. Tədqiqat nəticəsində alim belə bir nəticəyə gəlir ki, metaforanın formalaşması üçün ən çox yayılmış variant qavrayışla əlaqəli oxşarlığa görə assosiasiyalardır - vizual, eşıtmə, toxunma, dad. Alim metaforanı "yüngül tapmaca" ilə müqayisə edir, çünki onlar semantik və məntiqi quruluşa görə oxşardırlar. K. Büler bu nəzəriyyəni başqa bir nəzəriyyə ilə - psixoloq, antropoloq və dilçi Hersoq Vernerin metaforanın mənşəyi haqqında maraqlı fərziyyəsi ilə ziddiyyət təşkil edir.

Məcaz gizli müqayisə adlanır, çünki mətnə müqayisə operatorları yoxdur: müqayisəli bağlayıcılar, oxşarlıq və ya müqayisə mənasını ifadə edən lüğət, yaradıcı müqayisələr, müqayisəli və başqalarıdır. Bu, mətn müəllifinə əsasları göstərməməyə imkan verir (oxşarlıq əlamətləri). Beləliklə, metafora daha yığcamdır ki, onun yaratdığı obrazı xüsusilə tutumlu edir, gözlənilməz, cəsarətli assosiasiyalar doğurur.

Müasir elmi paradigma çərçivəsində reallığın şərhə və dərk edilməsinin ən məhsuldar yollarından biri hesab edilən metafora tədqiqatçıların xüsusi diqqətini cəlb edir, ona görə də onun tam təsviri müxtəlif sahələrin (semasioloji, koqnitiv və linqvokulturoloji) qarşılıqlı əlaqəsini tələb edir. Hal-hazırda metaforanın dilin ayrılmaz hissəsi olduğu, danışanların kommunikativ, nominativ və deməli, idrak məqsədləri üçün zəruri olduğu ümumiyyətlə qəbul edilir. 20-ci əsrdə işlənmiş metaforaya belə bir baxış qədim dövrlər elmində formalaşmışdır.

Aristotelə görə metafora “gerçəkdən danışmağa, onunla qeyri-mümkün olanı bağlamağa” imkan verir [17, s. 179]. Metaforanın bu təfsirində metaforaya müasir yanaşmaları səciyyələndirən cəhətlərə rast gəlmək olar ki, bu da metaforoloji problemlərin inkişafı üçün Aristotel konsepsiyasının əhəmiyyətindən xəbər verir. Beləliklə, metaforaya struktur-semantik yanaşmanın açarı olan məcazi mənanın orijinala münasibətdə ikinci dərəcəli olması ideyasını ilk dəfə Aristotel irəli sürmüşdür.

Müasir elmdə metafora kimi çoxşaxəli və mürəkkəb hadisə onun mürəkkəb təbiətini göstərən humanitar biliyin bir sıra sahələrinin tədqiqat obyektidir: fəlsəfə, məntiq, koqnitiv elm (reallığı təfəkkür və dərk etmək üsulu kimi), psixologiya (assosiativ mexanizm və təfsir və qavrayış obyektı kimi). Hal-hazırda elmdə gedən integrasiya prosesi sayəsində bu sahələr bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqədə olmağa başladı və buna koqnitiv yanaşma daha çox kömək etdi.

Müasir koqnitiv semantikanın ideyalarına uyğun olaraq metaforik modelləşdirmə milli mənlilik şüurunu əks etdirən reallığı dərk etmək, təsnif etmək, milli mentalitetdə əks etdirmək və qiymətləndirmək vasitəsidir. Metafora dünyanın linqvistik mənzərəsini yaratmaqda ikinci dərəcəli adların formalaşdırılmasının ən məhsuldar vasitələrindən biri rolunu oynayır.

Metaforalar həm azərbaycan, həm də ingilis dillərində geniş istifadə olunur. İngilis dili üçün xarakterik olan metaforik təsvirlər azərbaycan dilində çox vaxt yoxdur və əksinədir. Onların dildən dilə tərcüməsi ilkin emosional və estetik məlumatın qorunmasına və ya dəyişdirilməsinə kömək edən xüsusi növ transformasiyaları tələb edir. Metafora müəyyən bir mədəniyyətdə hansı şeylərin ekvivalent və ya sadəcə müqayisə oluna biləcəyini göstərir: məsələn, azərbaycan və ingilis dillərində yaxşı, xeyirxah, rəğbətli insan qızılla müqayisə edilir - qızıl kimi yaxşı, qızıl ürək və s.

Dil metaforaları müəyyən qanunauyğunluqlara görə qurulur: konseptual metaforalar və ya şüursuz səviyyədə fəaliyyət göstərən metaforik modellər. Konseptual metaforaların mahiyyəti sözdə deyil, obyektlərin özünü dərk etməkdədir.

Metaforik lüğətin tədqiqi insanın özünə və ətraf aləmə, söz yaradıcılığına münasibətini müəyyən etməyə, o cümlədən insan təfəkkürünün gedişatını, sözün mənasının təsvirinin yaradılması prosesini izləməyə imkan verir. Dil metaforası dilin leksik-semantik sistemində bədii metafora və çirkin törəmə məna ilə yanaşı müəyyən yer tutur. Dinamik və statikada dialekt dili səviyyəsində öyrənilən dil metaforasının sistemli hadisə kimi başa düşülməsi obrazlılığın yaradılması prosesini və onun nəticəsini daha dərinləndirən nəzərdən keçirməyə, hazır metaforanın strukturunu təhlil etməyə imkan verdi. Metaforaların fərqləndirici xüsusiyyəti “qeyri-semantik işarə”

adlandırmağı təklif etdiyimiz şeyin olmasıdır ki, bu da həm oxucunun diqqətini obyektlərə cəlb etmək, həm də yaxınlığa nail olmaq üçün metaforik qarşılıqlı əlaqəyə dəvət kimi şərh edilə bilər.

Metaforanın tədqiqi etnolinqvomədəni şüurda baş verən dəyişiklikləri müşahidə etmək üçün yeganə, lakin çox əhəmiyyətli üsuldur. Linqvokulturologiya üçün xüsusi maraq kəsb edən məcazlaşma prosesinin qanunauyğunluqlarının təsviridir. Metaforizasiya prosesinin tədqiqi antroposentrizmin əsas prinsipinin hərəkətini - qeyri-obyektiv reallığın hisslərdə verilən reallıqla analogiya yolu ilə təşkilini əks etdirməyə imkan verir.

Metaforizasiya proseslərinin tədqiqinə linqvokulturoloji yanaşma yüksək izahedici potensiala malikdir. Metaforizasiya prosesləri sistemli xarakter daşıyır ki, bu da başqa şeylərlə yanaşı, metaforizasiyanın “mənbələrinin” denotativ-tematik istinadında özünü göstərir ki, bu da əsasən onların linqvokulturoloji əhəmiyyətinin xarakterini müəyyən edir. Metaforizasiya modellərinin sistemləşdirilməsi və təsviri reallığın konseptuallaşdırılmasının antroposentrik mexanizminin xüsusiyyətlərini açır. Metaforaların qiymətləndirici məzmununun aşkara çıxarılması metaforik köçürmələrin meliorativ və peyorativ yönümlülük nisbətini aydınlaşdırır, metaforizasiyanın “mənbələrinə” xas olan diferensiaslaşdırıcı aksioloji qüvvəni müəyyən etməyə kömək edir. Dil metaforik modellərinin onlarda struktur əmələ gətirən komponentlərin - metaforik motivasiya xüsusiyyətlərinin və xüsusilə dominant əlamətlərin yerləşdirilməsi ilə strukturlaşdırılması və onların bu və ya digər semantik tipə aid edilməsi metaforizasiyanın xüsusiyyətlərini daha dəqiq müəyyən etməyə imkan verir.

Metafora nəzəriyyəsinin gələcək inkişafına müəyyən töhfələr verilmiş, xüsusən də metaforanın rematematik formada nəzərdən keçirilmiş və əsaslandırılmışdır. Metaforizasiya modellərinin təsvirində parametrlərin dəqiqləşdirilməsi təklif olunur. Tədqiqatın linqvokulturoloji aspekti metaforizasiya proseslərinin linqvokoqnitiv spesifikasiyinin nəzərə alınmasına əsaslanaraq, tədqiqatın nəticələrinin mentalitetin öyrənilməsi obyektinə olan fənlərarası xarakterli elmlərdə istifadəsinə kömək edə bilər.

Semantik sferaların metaforizasiya mənbələri kimi məhsuldarlığının, metaforik

köçürmələrin istiqamətinin, qanunauyğunluq dərəcəsinin öyrənilməsi linqvistik metaforaların həm müvafiq linqvistik, həm də linqvokulturoloji xarakteristikaya malik olan metafora sisteminin komponentləri kimi qəbul edilməsinin doğruluğunu sübut edir.

Metafora idrakın universal vasitəsi, dil şüurunda integrasiya kimi təfəkkürün, dil və mədəniyyətin tədqiqi linqvokulturoloji tədqiqatlar üçün şübhəsiz maraq doğurur. Ənənəvi linqvomədəni kodlar bir növ arxetipik əhəmiyyətə malikdir, daha çox milli mentalitetin xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirir və eyni zamanda təsirli, aktual və müasir nitq təfəkkürünün vasitəsi kimi çıxış edir. Metaforanın yeni anlayışlar formalaşdırmaq bizə metaforanı mədəni məlumatların toplanması və saxlanması ən mühüm vasitələrindən birinə, metaforizasiya proseslərinə aid etməyə imkan verir. Fiziki və sosial-mədəni təcrübənin sistemləşdirilməsi və təsnifləşdirilməsi üsulu kimi metaforaya linqvo-koqnitiv yanaşma, onu təsnifat prosesi kimi nəzərdən keçirərək, təhlil obyektini kimi obrazlı paradigmalardan, metaforik silsilənin seçilməsini əvvəlcədən müəyyən etmişdir ki, bu da göstərdi ki, hər bir metafora öz xüsusiyyətlərinə malikdir.

Tədqiqatda metaforanı rematematik vəhdət kimi nəzərdən keçirmək üçün təklif olunan yanaşma metaforanı onun linqvistik mahiyyətinin, diskursiv funksiyasının və mətn həyata keçirilməsinin vəhdətinə əsaslanaraq öyrənməyə imkan verir. Metafora bu cür yanaşma ənənəvi müqayisəli yanaşmadan əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənir, mahiyyət etibarilə metaforanın öyrənilməsində başqa bir istiqamətin - xüsusən də onun predikativ varlıq kimi tədqiqinin inkişafıdır. Metaforanı idrak, nitq-təfəkkür prosesi kimi nəzərdən keçirmək bizə onda linqvokulturoloji integratoru, çürüməkdə olan mədəni məkanın konseptual daralma vasitəsini görməyə imkan verir. Semantik sferaların məhsuldarlığının metaforizasiya mənbələri kimi öyrənilməsi özlüyündə linqvokulturoloji əhəmiyyət kəsb edir. Belə bir araşdırmaya metaforizasiyanın istiqamətlərinin, habelə metaforik köçürmələrin aksioloji yönünün müəyyənləşdirilməsi və təhlili daha böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Metaforizasiyanın dəyər yönümlü mahiyyətinin tədqiqi metaforik pejorativliyin üstünlük təşkil etməsi ilə bağlı ümumi qəbul edilmiş nöqteyi-nəzəri aydınlaşdırmağa

imkan verdi. O, hərtərəfli deyil, metaforizasiyanın “mənbələrində” insanın işlətdiyi fərqliləşdirici aksioloji qüvvə var ki, bu da metaforalaşdıran subyektə metaforik mənaya hər hansı dəyər verməyə kömək edir.

Milli-lingvistik şüurun səciyyəvi cəhətləri ayrıca metaforada da özünü göstərə bilər, lakin ən xarakterik, “arxetipik” xüsusiyyətlər məcazi mənada ifadə olunan istiqamətin izahı ilə metafora modelləri olan obrazlı vasitələr toplusu ilə müəyyən edilir.

Metaforik modellər idrak fəaliyyətini strukturlaşdırır, idrak yollarını qeyd edir, onlara lingvistik forma - strukturlaşdırılmış metaforik paradigma verir. Metaforadan istifadə nitqimizi fərdiləşdirir, ona müəllifin özünəməxsusluğunun xüsusiyyətlərini verir. Amma bu unikallığın xüsusi növ qanunauyğunluğu var ki, bunsuz heç bir ünsiyyət, o cümlədən mədəniyyətlərarası ünsiyyət mümkün deyil. İstənilən fərdi məcazi dil ancaq başa düşülən olduğu üçün məcazidir. Belə bir anlayış olmadan vahid mədəniyyət məkanını qorumaq mümkün deyil. “Yeni” obraz, “yeni” metafora bu məkanı genişləndirir, onun daxili dərinliyini açır. Eyni zamanda, yadda saxlamaq lazımdır ki, obrazlı qavrayışın məqsədi oxşarlıq yaratmaq deyil, bu oxşarlığın kəşfi vasitəsilə dünyanın bu qavranılan hissəsini artıq belə olanla əlaqələndirmək, “özününkü” etməkdir. Dil metaforasının və onun arxasında gedən metaforalaşma proseslərinin tədqiqi “ümumi dil” metaforasiyası nəticəsində “mənimsənilən” lingvomədəni məkanı əhəmiyyətli dərəcədə genişləndirən təsadüfi və bədii metaforaların tədqiqi üçün əsas ola bilər.

Kognitiv elm nöqtəyi-nəzərindən metaforanı nəzərə alaraq, nisbətən yeni bir tədqiqat sahəsini - metaforik modelləşdirməni qeyd etmək lazımdır. Bu tendensiya dinamik şəkildə genişlənir və bir çox əsərlərdə öz əksini tapır.

İstənilən dil vahidi kimi metafora da nitqdə işləndiyi kimi müəyyən semantik yük daşıyır. Buna əsasən, mətndə metaforanın rolunu işıqlandırmaq üçün onun əsas funksiyalarını müəyyən etmək məqsədəuyğundur. V.K. Xarçenko aşağıdakı funksiyaları müəyyən edir:

1) Nominativ funksiya. Sözdə məcazi mənalar yaratmaq qabiliyyəti saysız-hesabsız yeni sözlərin əmələ gəlməsinə təsir edir. “Metafora söz əmələ gəlməsinə

kömək edir: onsuz söz yaradıcılığı getdikcə daha çox yeni sözlərin sonsuz istehsalına məhkum olardı və insan yaddaşını dözülməz bir yüklə yükləyərdi” [56, s. 23].

2) İnformasiya funksiyası. Metaforalar informasiya birliyi, obrazlılıq verir. Bir metaforanı başa düşmək üçün insanın geniş lüğət ehtiyatı olmalıdır, çünki metafora bizə sonradan metaforanın qurulması üçün əsas olacaq müəyyən leksik vahidlərin mahiyyətinə tamamilə yeni prizmadan baxmaq imkanı verir [19, s.15].

3) Mnemonik funksiya. Metafora məlumatı daha asan yadda saxlamağa kömək edir. Bu fenomen hər hansı bir metaforanın emosional aspektə müraciət etməsi ilə əlaqədardır. Bu funksiyaya nadir hallarda tamamilə təmiz formada rast gəlmək olar, çünki o, çox vaxt ədəbiyyatın müxtəlif janrlarında izahedici, janr əmələ gətirən və evristik funksiya ilə birləşir.

4) Mətn yaratma funksiyası. Metaforanın genişlənmək, yəni motivasiya etmək, tətbiq etmək qabiliyyəti onun mətn əmələ gətirən xüsusiyyətləridir. Mətnin formalaşması fenomeni müxtəlif obrazlı qavrayış, informasiya panoramasının yaradılmasıdır.

5) Janr əmələ gətirən funksiya. Müəyyən bir janrın formalaşmasında iştirak edən metaforanın janr əmələ gətirən xüsusiyyətləri adlandırmaq adətdir [34, s. 81].

6) İzahedici funksiya. Tədris və populyar elmi ədəbiyyatda metaforalar böyük əhəmiyyət kəsb edir, çünki onlar çətin elmi dilin qavranılmasına kömək edir. Metaforalar müxtəlif fəaliyyətləri mənimsəməyə kömək edir: fizika, musiqi, biologiya, astronomiya, rəsm və s. [28, s. 45].

7) Emosional-qiymətləndirici funksiya. Metafora alıcıya təsir göstərən ən güclü mənbələrdən biri kimi görünür. Mətndəki hər hansı metafora artıq nitqin ünvanlayıcısının emosional və qiymətləndirmə reaksiyasını doğurur. Yeni, gözlənilməz kontekstdə sözə nəinki emosional komponent verilir, hətta bəzən öz qiymətini əksinə dəyişir.

8) Konspirator funksiya. Metaforanın bu funksiyası məna gizlətmək üçün istifadə edilir. Hər metaforik kod məna konspirasiyası haqqında danışmağa əsas vermir.

9) Oyun funksiyası. Metafora bəzən komik dil situasiyası, oyun dili forması yaratmaq üçün istifadə olunur. Oyun davranışında hər hansı bir şəxs ən dərin, bəlkə də, bilinçaltı ehtiyacını dərk edir [48, s. 18].

10) Ritual funksiya. Metafora tez-tez təbriklərdə, salamlarda, bayram sağlıqlarında, eləcə də başsağlığı və rəğbət bildirərkən istifadə olunur. Bu funksiyanı ritual adlandırmaq olar. Metaforaların ritual funksiyasının inkişafı həm də milli adət-ənənələrdən asılıdır [75, s. 94].

Metaforanın tarixini tədqiq etdikdən sonra qeyd etmək lazımdır ki, stilistika çərçivəsində metafora bir obyektin adını digərinə tətbiq etməklə həyata keçirilən və bununla da ikincinin hansısa mühüm xüsusiyyətini üzə çıxarmaqla həyata keçirilən gizli müqayisədir.

Linqvokulturologiyanın indiki inkişaf mərhələsində onun tədqiqat sahəsi maksimum genişlənir, dildə mədəniyyətin istər sinxron, istərsə də diaxroniya baxımından istənilən təzahürləri tədqiqat obyektinə kimi tanınır. Metaforanın linqvistik və mədəni xüsusiyyətləri ilə bağlı əsas məsələlərdən biri universal metaforik modellər məsələsidir. Koqnitiv mexanizm və dünyanı konseptuallaşdırmağın bir yolu kimi metafora dərk edilə bilən obyektlərin insan qavrayışı üçün başa düşülən simvollarla xarakterizə olunur. Buna baxmayaraq, müxtəlif dillərdə universal modellərlə yanaşı, spesifik modellər də mövcuddur, çünki hər bir xalqın həyatında idrak proseslərinin ümumiliyinə baxmayaraq, həyatın, tarixin, mədəniyyətin, dinin, mənzərənin, iqlimin özünəməxsus şərtləri və xüsusiyyətləri vardır. Universal metaforik modellərin konkret linqvokultura daxilində konkret həyata keçirilməsi halları qeydə alınmışdır. Məcəzi modellərin özünəməxsusluğuna eyni linqvokulturanın mövcudluğunun müxtəlif mərhələlərində də rast gəlinir. Metaforik modellərin inventarında və strukturunda belə dəyişikliklər həm cəmiyyətin həyatında baş verən dəyişikliklərlə, həm də xarici mədəni təsirlə əlaqələndirilə bilər. Müvafiq olaraq, metaforanın tədqiqi linqvomədəni şüurda baş verən dəyişiklikləri təsbit etməyin yeganə, lakin kifayət qədər məhsuldar üsulundan uzaqdır. Metaforaların daha da linqvokulturoloji tədqiqi metaforik modellərin ümumbəşəri və milli səciyyəvi xüsusiyyətlərini daha aydın şəkildə ayırmağa imkan verəcəkdir. Metafora



formalaşmasının spesifikliyi konkret nitqin semantik dominantlarını müəyyən etməyə, eyni zamanda müxtəlif növ nitqlərdə metaforik modellərdən istifadənin xarakterini təhlil etməyə imkan verir. Metaforanın modelləşdirmə potensialı onun birbaşa nominativ mənasının orijinallığı ilə müəyyən edilir.

Metafora nitq vahidi kimi linqvistik kontekstdən təcrid olunmuş şəkildə öyrənilə bilməz. Metaforanın tədqiqinin pragmatik nəzəriyyəsində əsas mövqe ondan ibarətdir ki, bu nitq fiqurunun dilin semantik sahəsində deyil, müəyyən mənada formalaşması aspektində zəruri olduğu nitq prosesində yaranır. Metafora, bir tərəfdən, müəyyən zaman kəsiyində dil-mədəni mühitə təsir göstərir, digər tərəfdən isə onu ictimai şüurun müəyyən inkişaf səviyyəsi kimi əks etdirir. Dünyanın real mövcud mənzərəsini insanın və cəmiyyətin şüurunda sınıması ilə birləşdirən metaforadır. Linqvistik metafora müəyyən semantik əlaqələrə girən və öz funksional özəyinə malik olan müstəqil leksik vahiddir. Bədii metafora heç bir leksik müstəqilliyə malik deyil, yalnız istifadə olunduğu kontekstdən asılıdır. Dil və bədii metafora arasındakı fərqlərə metaforik mənanın semantik quruluşu səviyyəsində də rast gəlinir - linqvistik metaforanın leksik mənası mürəkkəbliyinə baxmayaraq, strukturlaşdırıla və dil quruluşunun müəyyən standartları altına gətirilə bilər.

Müasir cəmiyyətdə metaforanın öyrənilməsinin yeni aspektlərinin yaranmasının səbəblərindən biri də müasir elmin integrativliyi və ekspansionizmidir. Müasir antroposentrik elmi paradigma insanı ucaldır, burada o, "hər şeyin ölçüsünə" çevrilir. Bir növ antroposentrizm, antropomorfizm, cisim və hadisələrə insani keyfiyyətlər bəxş edən, cəmiyyətin çevrilməsinin ilkin mərhələlərində dünya haqqında yeganə bilik mənbəyi idi. Hər bir dil unikaldır və öz xüsusiyyətlərinə malikdir. İstənilən xarici dildə danışan şəxs müxtəlif leksik vahidlərdən istifadə edir, dilin müxtəlif qrammatik və fonetik qanunlarından istifadə edir. Bununla belə, spesifik kommunikativ strategiyaya uyğun linqvistik davranış tələb edən ən sadə nitq situasiyaları qarşısında nətiqlər çox vaxt aciz qalırlar. Nitq ünsiyyətinin paradoksları var: bir insan zaman-zaman eyni dil cəmiyyətinin digər üzvləri ilə şifahi qarşılıqlı əlaqədə tam acizliyini hiss edir. Məsələn dildən düzgün istifadə edə bilməməkdir, yəni özünü müəyyən bir nitq vəziyyətində "yerləşdirə" bilməməkdir.

Metaforalara dil hadisəsi kimi təkcə şifahi nitqdə deyil, yazıda da rast gəlmək mümkündür. Metaforanın böyük əhəmiyyəti onun bədii əsərlərdə istifadə olunmasındadır. Personajları, müxtəlif hadisələri və hərəkətləri parlaq rənglərlə təsvir etmək üçün metaforik köçürmədən istifadə etməyən müəllif yoxdur. Metaforaların öyrənilməsində əsas dəyər sözün əsas leksik mənasına verilir. Ancaq burada da bəzi problemlər var, çünki bu vəziyyətdə başqa bir ismin halı ilə predikatın mövqeyi üçün metafora rolunda bir isimdən danışırıq. Lakin metaforanın səciyyələndirici funksiyası onun predikat şəklində ifadəsini tələb edir.

Metaforaların nominativ xüsusiyyətləri təkcə müəyyən bir dil daxilində deyil, həm də dillərarası səviyyədə parlayır. Alınmış sözün hərfi tərcüməsində və əksinə, ana dildəki sözlərin başqa dillərə tərcüməsində obraz yarana bilər. Metaforanın mətn əmələ gətirmə xüsusiyyətləri onun motivasiya, genişləndirmə, yəni izah etmə qabiliyyətidir. Mətn formalaşmasının təsiri obrazın panoraması, onun strukturunda şüursuzluğun böyük bir hissəsi və obrazlı əks etdirmələri metaforanın xüsusiyyətlərinin nəticəsidir.

İngilis dilində müxtəlif sahələrlə bağlı çoxlu metaforik söz və ifadələr var. Belə ifadələrin mənasını, məqsədini, mənşəyini bilmək lazımdır, bilmədən tərcümə etmək olmaz. Məsələn, "sahə" sözünü götürsək, fizika termini ilə bu sahə kimi tərcümə olunur. Məsələn: "elektrik sahəsi", radiasiya sahəsi. İqtisadiyyat sahəsində isə sahə yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi sahə deyil, sahə kimi tərcümə olunur. Məsələn: "elm sahəsi".

Ümumiyyətlə, ingilis dilində metaforaların təsnifatı aşağıdakı kimidir:

- Bədən hissələri metaforaları: "sınıq ürək" - qırıq bir ürək. Məsələn: Onlar ayrıldıqdan sonra onun ürəyi qırıldı.

- Rəng metaforaları: "qara" qaradəriliyə aiddir, məsələn, bu nümunəyə nəzər salaq: 2008-ci ildə Barak Obama ilk qaradərili prezident oldu. Barak Obamadan əvvəlki bütün ABŞ prezidentləri ağdərili kişilər idi. "Ağ zibil" dedikdə evinə baxmayan, qapısının önündə çoxlu zibil olan kasıb insanlar nəzərdə tutulur. Məsələn: Yerli siyasətçilər "ağ zibil" məhəllələrini təmizləməyə çalışır və insanları evlərinə və həyətlərinə daha yaxşı baxmağa məcbur etməyə çalışırlar.

- Heyvan metaforaları: "Otaqda fil" və ya "Qonaq otağında fil" heç kimin bilərəkdən müzakirə etmək istəmədiyi çox böyük bir məsələdir. *Bu ölkədə valideyn məsuliyyəti otaqdakı fildir, lakin Vaşinqtonda heç kim buna toxunmaq istəmir. "Ağ fil" istənməyən, lazımsız hədiyyədir. Məsələn: Mən bu küçənin o tayındakı hinduşkadan aldım. Mən bununla nə edə bilərdim? Bilirəm, bu il Milad şənliyində Ağ Fil ola bilər!*

- Sağlamlıq və xəstəliklə əlaqəli metaforalar: *"Xəstəlik azaldı və sağlamlıq artdı".* Və ya *"Xəstəlik düşmənin hücumçusudur"* – xəstəlik onun hücum etdiyi düşməndir. Bu cümlədəki xəstəlik düşmən, düşmən kimi yozulur. "Mübarizəyə uyğun olmaq" - sağlam olmaq. Məsələn: Məryəm müalicəyə cavab verdi və mübarizə aparmağa uyğun görünürdü.

- Pulla əlaqəli metaforalar: *"Pul sudur".* Az miqdarda pul insanın həyatını xilas edə bilər, böyük məbləğ isə insanın həyatını məhv edə bilər. *"Qırılmaq, sınmaq"* - pulun olmaması. İş tapıb pul xərcləməyi dayandırmasan, tezliklə sınacaqsan. *"Pulunu ağzın olduğu yerə qoy"* - inandığınız bir şeyə pul verməklə dəstək olun. Evsizlərə kömək etməkdə həqiqətən maraqlısınızsa, pulunuzu ağzınızın olduğu yerə qoymalısınız.

- Emosiyalarla əlaqəli metaforalar: *"Ölümcül qorxmaq"* - şiddətli qorxu. David qəfildən qapının ağzında ruh kimi peyda oldu və məni ölümcül qorxutdu. *"Kədər çökdü"* - insan narahat olanda özünü pis hiss edir. *"Happy is up"* - xoşbəxtlik əhval-ruhiyyənin yüksək olması fikrini bildirir.

- Yeməklə əlaqəli məcazlar: *"Nitqi şirin şəkərdir"* - Sözləri gözəl və qulağa xoş gəlir. *"Qəhvəmdəki şəkərsən"* o deməkdir ki, sən mənim şirinimsən, səni çox sevirəm. *"Bu mənim çayım deyil"* - mənim xoşuma gələn bir şey deyil, məsələn: Siz üçünüz muzeyi mənsiz ziyarət edirsiniz. Təlaşlı köhnə rəsmlərə baxmaq mənim stəkan çayım deyil. Məryəmin sözlərinə görə, kilsəyə getmək onun çayı deyil.

- Ölkələr və yerlərlə əlaqəli metaforalar: *"Kömürləri Nyukasla aparmaq"* - kömürü istehsal edildiyi yerə aparmağa ehtiyac yoxdur.

- Cinayətlə əlaqəli metaforalar: "*pulların yuyulması*" - qanunsuz yolla əldə edilmiş pulların bank hesabları; "Sərvət dəniz suyudur" - sərvət dəniz suyu kimidir; nə qədər çox içsək, bir o qədər susuz oluruq.

- Hərəkət və səyahətlə əlaqəli metaforalar: «*baş barmağı qaldırın*» - yolda istənilən avtomobili dayandırın. "Gözləriniz bağlı həyatdan sadəcə keçə bilməzsiniz" – heç nəyə fikir vermədən bütün ömrünüzün sonuna qədər yeriye bilməzsiniz. "Universitetdən sonra yol ayrıcında idim və hansı yolu gedəcəyimi bilmirdim" – universitetdən sonra hansı yolu seçəcəyimi bilmirdim. "Təpənin üstündə" nəse etmiş qocadır. Məsələn: Valideynləri onu heç başa düşmürlər. Onlar təpənin üstündədirlər!

Metaforalar məna, üslub funksiyası və quruluşuna görə fərqlənir. Metaforaların mahiyyətini nəzərdən keçirərkən onların oxşar və fərqli cəhətlərini nəzərə almaq lazımdır.

## NƏTİCƏ

Bu araşdırmada Britaniya qəzetlərinin dil və üslub xüsusiyyətləri vasitəsilə Britaniya milli mədəniyyətinin xüsusiyyətlərini öyrənməyə cəhd edilmişdir. Bildiyiniz kimi, qəzet-publisistik üslubun xarakterik xüsusiyyəti oxucunun hisslərinə təsir etmək funksiyasıdır. Bu məqsədə çatmaq üçün qəzet məqalələrinin mətnlərində yüksək ifadəli leksik və qrammatik vasitələrdən istifadə olunur. Milli və mədəni xüsusiyyətləri özündə əks etdirən qəzet və publisistik mətnlər ilk növbədə konkret cəmiyyətin nümayəndələri üçün nəzərdə tutulub. O, milli mentalitet modelidir və özünəməxsus ideologiyaya malik olan müəyyən mədəni cəmiyyətdə yeni anlayışlar toplusunun yaradılması aləti kimi istifadə olunur. Qəzetin və publisistik mətnin özəlliyi ondan ibarətdir ki, orada bütün mövcud dil vasitələrindən istifadə etmək mümkün deyil. İngilis dilində dilin ərazi variantı fenomeni var, yəni İngiltərənin müxtəlif yerlərində istifadə olunan bir neçə növ ingilis dili mövcuddur. Vahid ingilis dili daxilində variasiya onda müxtəlif qeyri-lingvistik, mədəni, tarixi və sosial xüsusiyyətlərin olması səbəbindən mümkün olur.

Britaniya qəzetlərində müxtəlif mövzularda məqalələr milli və mədəni xüsusiyyətlərə malik qeyri-bərabər sayda leksik vahidlərdən istifadə edir. Araşdırmalarımız göstərdi ki, onların ən çox sayı siyasi və mədəni mövzulara həsr olunmuş mətnlərdə, ən az hissəsi isə iqtisadi mövzularda olur. Praktiki və nəzəri materialın təhlili belə bir nəticəyə gəlməyə imkan verir ki, müəyyən bir ölkənin qəzet və publisistik mətnlərini öyrənmək prosesində onun milli xüsusiyyətləri, tarixi, mentaliteti, mədəniyyəti və adət-ənənələri haqqında təsəvvür əldə etmək olar. Milli-mədəni informasiya qəzet mətnlərinin qeyri-ekvivalent lüğət, metafora, frazeologiya, nitq etiketi düsturları, alınma və presedent hadisələri vasitəsilə aşkarlanan leksik və qrammatik xüsusiyyətlərində əks olunur.

İngilis dilinin materialı üzərində qəzet və publisistik üslub barədə hazırlanmış nəzəriyyələrə əsasən, bu üslubun aşağıdakı xarakterik xüsusiyyətlərini ayırd etmək olar:

1. Qəzet və publisistik mətnlər yüksək informativ xarakter daşıyır və bununla da öz əsas funksiyasını - təsir funksiyasını yerinə yetirir. İnformasiyanın təqdimatı

mümkün qədər səmərəli həyata keçirilməlidir - bu məqsədlə publisistik mətnlərdə müxtəlif dil vasitələrindən istifadə olunur. Qəzetlərdə tez-tez rast gəlinən frazeoloji ifadələr və ifadələr terminoloji xüsusiyyətlər qazanmışdır. İndi onlar ümumi ədəbi lüğət fondundan ayrı hesab edilərək qəzet üslubunun mülkiyyətinə çevrilirlər [27, s. 296].

2. İctimai-siyasi mövzularda yazılan publisistik mətnlərdə təsir funksiyası digərlərindən daha qabarıq şəkildə özünü göstərir.

3. İnformasiyanın tez və aydın formalaşdırılması üçün jurnalist mətnlərinin müəllifləri bəyanat standartlarından fərqləndirilməlidir. Standartlar fikri qısa, lakin aydın şəkildə ifadə edir. Klişlər, əksinə, bəyanatın mahiyyətini silir və məlumatın qavranılmasına mane olur.

4. Qəzet və publisistik mətnlərdə linqvistik xüsusiyyətlərdən istifadə müxtəlif ola bilər və qəzetin məqsədindən, tezliyindən, məqalələrin həcmindən və oxucu dairəsindən asılıdır [27, s. 300). Sosial ideyaların orijinallığı və milli-mədəni məlumatlara sahib olması oxucular arasında onun anlaşılmasında fərqə səbəb ola biləcəyi üçün eyni xəbər müxtəlif formalarda təqdim oluna bilər.

5. Publisistik üslub təsvir olunan mövzuya subyektiv-qiymətləndirici münasibətlə xarakterizə olunur.

6. Müəllif oxucunu qaldırılan problemə biganə qalmamağa inandırmalıdır. Bu məqsədlə məqalələrin mətnləri bədii ədəbiyyat dilindən götürülmüş üslubi vasitələrlə, eləcə də işgüzar lüğətlərlə [[steptos.com/the-science/what-is-the-journalistic-style](http://steptos.com/the-science/what-is-the-journalistic-style)] doldurulur.

7. Qəzet məqalələrinin dili müxtəlif ola bilər və müəyyən dərəcədə müxtəlif üslublara yaxınlaşa bilər: bədii, elmi. Estetik və təmas quran dil funksiyaları əsasən qrafik vasitələrlə (şrift, başlıqlar) açılır [21, s. 342].

8. Morfoloji cəhətdən publisistik üslub ümumi mənə kəsb edir. Qəzet mətnlərinin sintaktik quruluşu adətən sadə və aydın olur [24, s. 5-6]. Qəzet oxucuları üçün maarifləndirici və əyləncə mənbəyidir. Onlar bir çox məsələlərdə - siyasi, iqtisadi, sosial və s. haqqında fikirlərinin formalaşmasına təsir göstərilirlər. Televiziya, radio və interneti olmayanlar üçün qəzet əsas məlumat mənbəyi rolunu oynayır.

Ümumiyyətlə, publisistik mətndə metafora mühüm rol oynayır. Jurnalistikada sözlərin çoxmənalı olması müxbirlər tərəfindən oxucunu söz oyununa cəlb etmək üçün geniş istifadə olunur. Başlığın informasiya potensialı böyükdür. Başlıq mövzunu göstərə və təqdim olunan materialı qiymətləndirə bilər. Amma bugünkü mətbuatda başlığın əsas funksiyası oxucunun diqqətini cəlb etməkdir. Bunun üçün müxtəlif metaforalardan istifadə olunur.

## İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT

### Azərbaycan dilində

1. Abbasova N. K. Azərbaycan dilində aktual üzvlənmənin bəzi məsələləri- Azərbaycan dilində sintaktik konstruksiyalar. Bakı: ADU-nun nəşri, 1987.
2. Abdullayev S. Ə. Metafora şəkilləri -obrazlı-assosiativ çoxluqlar kimi // Dil və ədəbiyyat. Bakı: ADU nəşri, 2012, №1, c.27.
3. Abdurəhmanova K. E. Qəzet mətnində sintaktik rematizasiyanın rolu. Tətbiqi dilçiliyin müasir problemləri. III beynəlxalq elmi konfransın materialları, Bakı: ADU, 2018
4. Ağazadə A. M. Müasir dövrdəki ingilisdilli hüquqi mətnlərin diskursiv xüsusiyyətləri (məhkəmə sənədlərinin materialları əsasında). Filol. üzrə fəls. d-ru a. dər. al. üçün təq. ed. dis.: 10.02.04. A. M. Ağazadə ; Azərb. Respub. Təhsil Nazirliyi, Azərb. Dillər Un-ti.- Bakı: 2012.- 167 s.
5. Budaqova Z. İ., Hacıyev T. İ. Azərbaycan dili. Bakı: 1992, s.102
6. Cahangirov F. F. Koqnitivlik və diskurs probleminə müasir baxış. “Dil və Ədəbiyyat” jurnalı, №4, Bakı: ADU 2015-ci il, <https://adu.edu.az/az/adu-haqqinda/elmi-eserler/220.html>
7. Dilçilik ensiklopediyası. I c. Müəllif və redaktoru professor F.Y.Veysəlli. Bakı: Mütərcim, 2006, s.426.
8. Xudiyev N. M. Radio, televiziya və ədəbi dil. Bakı: Azərnəşr, 2002 , s.22.
9. Hüseynova R. F. Azərbaycandilli diskursun tipoloji xarakteristikası. Azərbaycanşünaslığın aktual problemləri. Ümummilli Lider Heydər Əliyevin anadan olmasının 87-ci ildönümünə həsr olunmuş I Beynəlxalq elmi konfrans. 3 – 8 may, Bakı-Naxçıvan-Gəncə 2010-cu il. Səh. 289-294
10. Qənbərov A. R. Müasir Azərbaycan dilində metafora. Bakı: Ozan, 2008, 207 s..
11. Qəzetin funksional üslubunun əsas xüsusiyyətləri. İngilis qəzetlərinin üslub xüsusiyyətləri. <https://parlini.ru/az/osnovnye-harakteristiki-gazetnogo-funktsionalnogo-stilya-yazykovye.html>



- 12.Məmmədov A. R. Mətnin yaranmasında formal əlaqə vasitələrinin sistemi, Bakı: Elm, 2001, 44 s.
- 13.Məmmədov A. R, Məmmədov M. T. Diskurs təhlilinin koqnitiv perspektivləri. Bakı:Çaşıoğlu, 2010, s.47.
- 14.Məmmədova S. C. Diskursun koherentliyində adversativlik və additivizm (ingilis və Azərbaycan dillərinin materialları əsasında). Avtoreferat. Bakı: 2013
- 15.Osmanova F.İ. Metaforikləşmə dilin lüğət tərkibini zənginləşdirən amil kimi (Azərbaycan dili materialı əsasında). Avtoreferat. Bakı: 2014
- 16.Vəliyev K.N., Azərbaycan dilinin poetik sintaksisi, Bakı:ADU nəşri 1981,76 s.

### **Rus dilində**

- 17.Аристотель. Риторика Текст. / Аристотель // Античные теории языка и стиля. СПб.: Алатай, 1996. - С. 190.
- 18.Аристотель. Поэтика. – М.: Гослитиздат, 1984. –183 с.
- 19.Арутюнова, Н.Д. Метафора и дискурс Текст. / Н.Д. Арутюнова // Теория метафоры / под ред. Н.Д. Арутюновой, М.А. Журиной. М., 1990.-С. 5-32.
- 20.Арутюнова Н. Д. Метафора в языке чувств // Язык и мир человека. М.,1999. – С.14-18.
- 21.Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык. – М.:Флинта,Наука, 2002. – 384 с.
- 22.Арнольд И. В. Стилистика современного английского языка. М., 2003. – 237с.
- 23.Бахтин М.М. Проблема речевых жанров. — М : Русские словари, 1996. — Т. 5, кн. Собрание Сочинений: Работы 1940-1960 гг. — С. 159—206.
- 24.Брандес М.П., Провоторов В.И. Предпереводческий анализ текста, М.: Нви-тезаурус, 2010. – 224 с.
- 25.Бюлер К. Л.Теория языка. М.: Прогресс, 1993. - 502 с.

26. Гак В. Г. Метафора: универсальное и специфическое // Метафора в языке и тексте. М., 1988. – С. 11-26
27. Гальперин И.Р. Стилистика английского языка. – М.: Либроком, 2010. – Изд. 5-е. – 336 с.
28. Глазунова О. И. Логика метафорических преобразований // Вестник СПбГУ. – СПб., 2000. – № 2. – С. 39-48.
29. Глухова Ю.В., Привалова Ю.В. Особенности перевода заголовков английской прессы // Успехи современного естествознания. – 2012. – № 5. – С. 149-152;
30. Грушевская Т.М. Политический газетный дискурс сквозь призму языковых средств / Т. М. Грушевская, Т. Б. Самарская // URL: [https://docviewer.yandex.ru/?url=http%3A%2F%2Fjournal.kfrgteu.ru%2Ffiles%2F1%2F2011\\_2\\_16.pdf&name=2011\\_2\\_16.pdf&lang=ru&c=5752d4006f07](https://docviewer.yandex.ru/?url=http%3A%2F%2Fjournal.kfrgteu.ru%2Ffiles%2F1%2F2011_2_16.pdf&name=2011_2_16.pdf&lang=ru&c=5752d4006f07) (дата обращения: 26.04.2016).
31. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь) / Т. Г. Добросклонская – М. : Наука, 2008. – С. 173.
32. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк : перевод с англ. С. Ромашко. – Благовещенск : Изд-во БГК им. Бодуэна де Куртенэ, 2000. – 308 с.
33. Дэвидсон Д. Что означают метафоры // Теория метафоры / Отв. ред. Н.Д.Арутюнова. – М.: Прогресс, 1990. – С.174.
34. Кассирер Э. А. Сила метафоры // Теория метафоры/ Отв. ред. Н.Д.Арутюнова. – М.: Прогресс, 1990. – С.71.
35. Качаев Д. А. Социо-культурный и интертекстуальный компоненты в газетных заголовках (на материале российской прессы 2000–2006 гг.) : дис. канд. филол. наук : 10.02.01 / Качаев Денис Александрович – Ростов-на-Дону, 2007. – 159 с.
36. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) / В. Н. Комиссаров – М. : Высш. шк., 1990. – 253 с.

37. Кубанова А. З. Газетный заголовок современной газетной прессы / А. З. Кубанова. - Русский язык и литература. - 2004. - № 6. - 42 с.
38. Кубрякова Е.С. Начальные этапы становления когнитивизма Текст. / Е.С. Кубрякова // Вопросы языкознания. 1994. № 4. - С. 34-47.
39. Лакофф Дж. Метафоры, которыми мы живем Текст. / Дж. Лакофф, М. Джонсон. Пер. с англ. / Под ред. и с предисл. А.Н. Баранова. М.: Едиториал УРСС, 2004. - 256 с.
40. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. М., 2008. 256 с.
41. Лазарева Э. А. Заголовок в газете : учеб. пособие по курсу "Стилистика рус. яз." / Э. А. Лазарева ; М-во образования Рос. Федерации, Ур. гос. ун-т им. А. М. Горького. - Изд. 2-е, доп. и перераб. - Екатеринбург : Изд-во Ур. ун-та, 2004. - 82, [1] с., [2] л. ил. : ил.; 21 см.; ISBN 5-7996-0200-5 : 600
42. Лютая А. А. Современный газетный заголовок: структура, семантика, прагматика. Волгоград—2008
43. Манькова, Л. А. Специфика заголовков в различных газетных текстах / Л. А. Манькова // Ученые записки ТНУ. Симф. : Издат. ТНУ. – 2005. – №4. – С. 1–4.
44. Макаров М. Л. Основы теории дискурса.— М.: ИТДГК «Гнозис», 2003.— 280 с.
45. Никитин М.Б. Метафорический потенциал слова и его реализация // Проблема теории европейских языков / Отв. ред. В.М. Аринштейн, Н.А. Абиева, Л.Б. Копчук. – СПб.: Тригон, 2001. – С. 43-44
46. Попова З.Д. Понятие «концепт» в лингвистических исследованиях Текст. / З.Д. Попова, И.А. Стернин. Воронеж, 2000. - 30 с.
47. Ревзина О.Г. Некоторые вопросы и некоторые ответы к экзамену по стилистике. [2006]. 100 с.
48. Рикер П. Метафорический процесс как познание, воображение и ощущение // Теория метафоры/ Отв. ред. Н.Д. Арутюнова. – М.: Прогресс, 1990. – С. 18-23.

- 49.Сильченко Е.В. Когнитивность как основа прогнозирования метафорического пространства Текст. / Е.В. Сильченко Барнаул: Изд-во Азбука, 2007.-107 с.
- 50.Скляревская Т.Н. Языковая метафора как объект лексикологии и лексикографии Текст.: диссертация на соискание степени доктора филол. наук.-Л., 1989.-С. 16-21.
- 51.Сметанина С. И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века). – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002. – 383 с.
- 52.Солганик Г. Я. Стилистика текста. – М.: Флинта: Наука, 1997. – 257 с.
- 53.Соломоник А. Семиотика и лингвистика Текст. / А. Соломоник -М.: Молодая гвардия, 1995. 352с .
- 54.Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования Текст. / Ю.С. Степанов М.: Школа «Языки русской культуры», 1997. - 824 с.
- 55.Супрун В.И. Концепт мата в русском языковом сознании Текст. / В.И. Супрун // Проблемы вербализации концептов в семантике языка и текста. Ч. 2. Волгоград, 2003. - С. 158-160.
- 56.Харченко В.К. Функции метафоры: учеб. пособие — Воронеж: Изд-во ВГУ, 2007. – 88 с.

### **İngilis dilində**

- 57.Craving peace in a lifetime of conflict | Second world war. “The Guardian”. 25 fev.2022
- 58.Civil Discourse in Decline: Where Does It End? “The Wall Street Journal”, By Gerald F. Seib. Updated May. 29, 2017.
- 59.Blair on Brown: It's like a marriage.  
<https://www.independent.co.uk/news/uk/politics/blair-on-brown-it-s-like-a-marriage-482282.html>
- 60.Don't blame GM for inequality.

<https://www.theguardian.com/business/2014/apr/22/rising-inequality-dont-blame-the-rich-poverty-jeffrey-frankel>

61. Eco U. *Semiotics and the Philosophy of language*/ Bloomington: Indiana U.p., 1984.
62. Enkvist N.E. *From Text to Interpretability: A Contribution to the Discussion of Basic terms in Text Linguistics. Connexity and Coherence: Analysis of Text and Discourse* Ed. by W. Heydrich. Berlin, New York: Mouton de Gruyter, 1989, p.p. 369-382.
63. Hardee and McMahan FIJI: A Framework for the Immersion-Journalism Intersection. July 2017 | Volume 4 | Article 21. [www.frontiersin.org](http://www.frontiersin.org) Edited
64. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live by*. Chicago, 1980.
65. Lords reject index link for expats' pensions.  
<https://www.theguardian.com/business/2005/may/27/money.politics>
66. Sharapova earns stripes with “zebra philosophy”. *The Daily Telegraph, Sport*, 18 June, 2005, p.2
67. The bankruptcy of Lehman Brothers and AIG’s federal takeover have triggered a wholesale flight to safety that could turn illiquid institutions insolvent. (*Washington Post*, August 23, 1999, p.22)
68. The Representation of Radical Islamists in the NYC and USA Today American Newspapers: A Critical Discourse Analysis Study. Duaa Mohammad Abed Zaid – Salih Mahdi Ad. Vol 9, No 3 (2018).  
<https://www.iiste.org/Journals/index.php/JEP/article/view/40825>
69. USA Today opinion board of contributors. “USA Today”. March 31, 2022
70. UK breakthrough as human embryo cloned.
71. Wachtel, T. (2005, November). The next step: developing restorative communities. Paper presented at the Seventh International Conference on Conferencing, Circles and other Restorative Practices, Manchester, UK
72. We’re just between the ice of recession and the fire of inflation. *Herald Tribune*, July 14, 2008, p.19

73. West Ham United shame as fans invade pitch at London Stadium. The Times, 03/10/2018. <https://www.thetimes.co.uk/article/west-ham-united-shame-as-fans-invade-pitch-at-london-stadium-ktj5nmpbp>
74. What Happened on Day 55 of the War in Ukraine. Published April 19, 2022 Up “New York Times”,
75. Wheelwright, Edward Lawrence, and Albert Moran. 1990. ‘Writing non fiction: an interview with E. L. Wheelwright [by Albert Moran]’, Continuum 4(1), pp. 109-17