

AYNURƏ XANLAROVA

ADU

Rəşid Behbudov 134

e-mail:aynure.kh@gmail.com

FRAZEOLoji VAHİDLƏRƏ KREATİV YANAŞMA

XÜLASƏ

Semantika və strukturla bağlı bir çox problemlərin mərkəzində məhz frazeoloji vahidlər durur. Ən sıx rast gəlinən çətinliklər frazeoloji vahidlərin məna bütövlüyü ilə bağlıdır. Bildiyimiz kimi frazeoloji vahidlərin mənası onların komponentlərinin ayrı-ayrılıqda ifadə etdikləri mənadan asılılıq təşkil etmir və hər bir frazeoloji vahid özünəməxsus mənaya malikdir. Bu baxımdan onlar da sözlərlə eynilik təşkil edirlər, onları sadəcə olaraq ifadə etdikləri məna ilə yadda saxlamaq lazımdır.

Məlum olduğu kimi frazeoloji lüğətlərdə frazeoloji vahidlər öz orijinal formaları ilə əks olunurlar. Lakin diskursun müxtəlif tiplərində biz heç də hər zaman frazeoloji vahidlərin orijinal forması ilə rastlaşmırıq. Dəyişdirilmiş, modifikasiya edilmiş və transformasiya edilmiş frazeoloji vahidlərə xüsusilə də jurnalistika sahəsində çox geniş rast gəlinir. Belə ki, transformasiya edilmiş frazeologizmlər mətbuatın dilində, xüsusilə də siyasi diskursda çox effektiv şəkildə tətbiq olunur. Qəzet və jurnalların başlıqları, eləcə də reklam lövhələrində, ayrı-ayrı brend və markaların tanıtımında bu tip frazeoloji vahidlər çox uğurla istifadə olunur. Bunun da əsas səbəbi onların hər bir xalqın təfəkkürünün məhsulu olmasıdır. Qəzet və jurnal başlıqları sanki oxucunu məruzəni oxumağa dəvət edir. Məna etibarilə bütün mətn üçün önəm daşıyan frazeoloji vahid adətən başlıqlarda yerləşdirilir.

Məqalədə frazeoloji vahidlərin transformasiyasının müxtəlif tipləri qeyd edilmiş və təhlil olunmuşdur. Təhlil prosesində frazeoloji transformasiyanın hansı tiplərinin daha geniş istifadəyə cəlb olunması müəyyən edilmişdir. Frazeoloji vahidin ötürməli olduğu semantik mesaj dəyişdirilmiş frazeologizmlə daha da gücləndirilir. Yazıçı oxucuya frazeologizmi xatırlatmaq üçün onun bir hissəsinin olması kifayətdir ki, oxucu və ya dinləyici bütün frazeoloji vahidi xatırlaya bilsin.

Təbii bir haldır ki, frazeoloji vahidlərdən geniş şəkildə, doğru məqamlarda istifadə əlbəttə ki, məruzəni, yazılan yazını oxucu üçün daha düşündürücü və maraqlı edir. Frazeoloji vahidlərdən düzgün istifadə edə bilmək həm də yazıçı və sənətkarın novatorluq keyfiyyətlərindən xəbər verir və müəllif bu yolla öz duyğu və düşüncələrini individual bir tərzdə oxucuya çatdırmış olur və nəticə etibarı ilə yazıçı və oxucu arasında çox obrazlı, fərqli və birmənalı olmayan şəxsiyyətlərarası ünsiyyət yaranır. Belə qeyd edə bilərik ki, frazeoloji vahidlərdən düzgün istifadə həm yazıçının bədii təsir vasitələrindən effektiv istifadə edə bilmək

bacarığının, həm də müəllif və oxucu arasında maraqlı kommunikasiya kompetensiyasının yaranmasının ən bariz sübutudur.

Açar sözlər: frazeoloji vahidlər, frazeoloji transformasiya, okkazional dəyişikliklər, kreativ yanaşma

Kompozisionallıq prinsipinə zidd olan frazeoloji vahidlər bir çox hallarda donmuş, dondurulmuş ifadələr (fossilized, petrified or frozen lexical items) adlandırılırlar. Təəccüb, maraq, istehza, kinayə, yumor kimi effektlərə nail olmaq üçün frazeoloji vahidlər, xüsusilə də atalar sözləri, məsəllər, qanadlı sözlər, şüarlar manipulyasiya edilə bilirlər (Gläser, 1986: 46–47; Naciscione, 2010: 26; Omazie, 2008: 74). Həmçinin ya kontekstual boşluqların (contextual slots) doldurulması və ya sadəcə zövq üçün dil oyununun təşkilində istifadə oluna bilirlər.

Omazienin fikrincə frazeologiya ilə bağlı bir sıra tədqiqatlarda sadəcə bir faktor mühüm amil kimi dəyərləndirilir. Belə ki, bəzən kontekst məsələsi, bəzən isə frazeoloji vahidlərin komponentlərinin ayrı-ayrılıqda ifadə etdikləri mənə tədqiqatın istiqamətini müəyyən edir. Lakin bir çox hallarda ayrı-ayrı dil istifadəçilərinin individual cəhətləri (yaş, cins, təhsil, dil biliyi məsələləri) arxa planda qalır. Aydın məsələdir ki, bu və ya digər frazeoloji vahid oxucu və ya dinləyiciyə tanış deyilsə, bu zaman fərqli formalarda anlaşılib dərk edilmə halları mümkündür. Xarici dildə mövcud olan frazeoloji vahidlərin dərk edilməsində həm doğma dil, həm də xarici dil bilikləri (background knowledge) əhəmiyyətli rola malikdir. Hər hansı frazeoloji vahidlə ilk rastlaşma zamanı birdilli və ikidilli frazeoloji lüğətlər çox lazımlı ola bilər. Əlbəttə həmin frazeoloji vahidlə növbəti qarşılaşma və eyni zamanda onun modifikasiya edilmiş (dəyişdirilmiş) forması ilə iş zamanı qazanılmış fon bilikləri ön plana çıxır (Omazie, 2008: 74).

Gleyzerin qeyd etdiyi kimi frazeoloji vahidlər jurnalistika sahəsində də çox geniş yayılmışdır. Oxucunun diqqətini cəlb etmək, qəzet və jurnallarda olan yazıya maraq oyatmaq üçün onlara xüsusilə də qəzet başlıqlarında daha sıx təsadüf olunur. Kommersiya ilə bağlı elanlarda isə şüarların yadda saxlanması qabiliyyətinin yüksəldilməsi üçün frazeologizmlər bir çox hallarda dəyişikliklərə məruz qalırlar. Dəyişdirilmiş, modifikasiya edilmiş və ya başqa sözlə desək transformasiya edilmiş frazeoloji vahidlərə yalnız reklam elanlarında, qəzet məqalələrində deyil, həm də bədii əsərlərdə, siyasi çıxışlarda tez-tez rast gəlmək mümkündür. Göründüyü kimi müəllif tərəfindən xüsusi məqsədə nail olmaq niyyəti ilə dəyişdirilmiş frazeoloji vahidlər hətta gündəlik istifadə olunan mətnlərdə belə tətbiq olunursa, yəni düşünülüyü kimi nadir hallarda tətbiq olunmursa, bəs onlar xüsusi ixtisaslaşdırılmış frazeoloji lüğətlərə və ya dərsliklərə daxil ediləblərmi. Bu dil vahidləri onlarla tanış olmayan oxucuda, xüsusilə də xarici dil öyrəncilərində müəyyən çaşqınlığa səbəb ola bilər. Transformasiya edilmiş frazeoloji vahidlər təkcə xarici dil öyrənciləri üçün deyil, həmçinin doğma dil daşıyıcıları üçün də problemli situasiyaların yaranmasına səbəb ola bilər. Belə ki, bu zaman modifikasiya edilmiş frazeoloji vahidlə orijinal frazeoloji vahid arasında oxucu və ya dinləyicinin mental leksikonunda birbaşa əlaqə

yanarmaya bilər. Burada əlbəttə ki, oxucu və ya dinləyicinin şüurunda müəyyən əlaqələndirmə və leksik əməl proseslərinin həyata keçirilməsi mütləqdir. Qleyzerin fikrincə, bir çox hallarda kommunikativ mühitdə doğma dil daşıyıcılarının lingvistik bacarıqları və stilistik təcrübələri dəyişdirilmiş frazeologizmlərin üslubi potensialının dərkində sanki bir açar rolunu oynaya bilər (Gläser, 2001: 132). Bu zaman oxucu və ya dinləyici məhsuldar ünsiyyət prosesində transformasiya edilmiş frazeoloji vahidlə onun orijinal forması arasında birbaşa əlaqə qura bilər.

Dilçi alimlərin böyük əksəriyyəti frazeoloji vahidlərdə baş verən bütün kontekstual dəyişiklikləri iki yerə ayırırlar- semantik və struktur-semantik. Semantik modifikasiyalar frazeoloji vahidin quruluşunda və formasında heç bir dəyişikliyi ehtiva etmir. Lakin ikinci qrupa aid olan modifikasiyalar nəzərdə tutulduqda frazeoloji vahidin həm strukturunda, həm də mənasında baş verən dəyişikliklər nəzərdə tutulur.

Diskursda transformasiya edilmiş frazeoloji vahidlərlə bağlı çoxlu sayda təsnifatlar mövcuddur. Frazeoloji vahidlərin transformasiyası ilə bağlı bir çox təsnifatlarda aşağıdakı aspektlər mütləq şəkildə araşdırılır.

I. Frazeoloji vahidin komponentlərinin əvəzedilməsi (*substitution*)

1.1 Feillərin əvəzedilməsi (*Verb substitution*)

1.2 Sifətlərin əvəzedilməsi (*Adjective substitution*)

1.3 Əvəzlilərin əvəzedilməsi (*Pronoun substitution*)

II. Frazeoloji vahidin tərkibinə əlavələrin edilməsi (*Expansion*)

2.1. *Premodifikatorlar* (*Premodifier*)

Frazeoloji vahidin tərkibinin özündən əvvə gələn əlavələrin hesabına genişləndirilməsi. Bu yolla müəllif frazeoloji vahidin mənasını daha da zənginləşdirə bilər.

2.2 *Postmodifikatorlar* (*Postmodifier*)

Bu dəyişikliklər əksər hallarda frazeoloji vahidin tərkibinə zərflərin, sözlüklü birləşmələrin əlavə edilməsi hesabına baş verir.

2.3. Premodifikator və postmodifikatorların birgə iştirakı ilə baş verən frazeoloji transformasiyalar

III. Frazeoloji vahidin komponentlərinin ixtisar edilməsi (*Shortening*)

Bu tip transformasiya prosesində adətən frazeologizmin feil hissəsi buraxıla bilər. Xüsusən də sadəcə qrammatik funksiyaya malik olan və ümumi mənanın anlaşılmasında bir o qədər də əhəmiyyət kəsb etməyən *to be* və *to have* feilləri buraxıla bilər. Yazıçılar oxucu biliklərindən istifadə edirlər, çünki əksər hallarda deyimlərin bir hissəsi oxucunun bütün quruluşu xatırlaması üçün kifayətdir. Frazeoloji vahidlərin transformasiyasının bu növündən xüsusilə də media nümayəndələrinin dilində geniş tətbiq olunur. Aydın məsələdir ki, qəzet və jurnal başlıqlarda bu elliptik formaların istifadəsi jurnalist dilinə xas olan xüsusiyyətlərdən biri kimi qeyd edilir.

IV. Qrammatik modifikasiyalar (*Grammatical modification*)

Frazeoloji vahidi təşkil edən komponentlərin qrammatik cəhətdən dəyişdirilməsi hallarına aşağıdakıları şamil edə bilərik:

4.1 Feili frazeoloji vahidləin ismi birləşmələrlə ifadə edilməsi

4.2 Feili frazeoloji vahidlərin məchul növdə ifadə edilməsi

4.3 Frazeoloji vahidin tərkibində olan sifətlərin adi dərəcədə deyil müqayisə dərəcəsində verilməsi

4.4 Frazeoloji vahidin tərkibində olan isimlərin sayında dəyişiklik edilməsi

V. Birləşdirmə (*Coordination*)

Frazeoloji transformasiyanın bu tipi eyni kompoentə malik olan qismən eyni olan frazeoloji vahidlər vasitəsilə gerçəkləşir. Belə olan halda frazeologizmlərin tərkibində eynilik təşkil edən komponentlərdən biri frazeoloji vahidlərdən birinin tərkibində saxlanılır (**base form**), digərində isə ixtisar edilir (**elliptical form**).

VI. Müxtəlif növ frazeoloji transformasiyaların iştirakı ilə (*Combination of different types of modification*) Transformasiyanın bu tipi nisbətən daha mürəkkəb hesab olunur.

6.1 Frazeoloji vahidin genişləndirilməsi və qrammatik transformasiyası (*Expansion and grammatical modification*)

6.2 Frazeoloji vahidin genişləndirməsi və ixtisarı (*Expansion and shortening*)

6.3. Frazeoloji vahidin sözlərinin əvəz edilməsi və qrammatik modifikasiya (*Word substitution and grammatical modification*)

6.4. Frazeoloji vahidin sözlərinin əvəzedilməsi və tərkibinin genişləndirilməsi (*Word substitution and expansion*) [1]

Transformasiya edilmiş frazeoloji vahidlərin seçilməsində və analiz edilməsində Piter Bengelsdorfun “Idioms in the news” adlı kitabından, çoxsaylı qəzetlərdən istifadə olunmuşdur. Onların lüğətlərdə əksini tapmış formalarını (base form) araşdırmaq üçün Oxford idioms Dictionary for learners of English, Collins Cobuild Dictionary of idioms kimi lüğətlərdən, Azərbaycan dilində olan ekvivalentlərinin axtarılmasında isə Nigar Vəliyevanın üçdillli idiomatik lüğətindən istifadə edilmişdir. İndi isə frazeoloji vahidlərin transformasiyalarının müxtəlif növlərinin istifadə olunduğu cümlələrə nəzər salaq:

1) **waste one's breath, save one's breath**

But don't waste your breath telling that to the leaders of my party today. In their warped way of thinking America is the problem, not the solution. - CBS News. Text of Zell Miller's RNC speech (1/9/2004) – *one's* əvəzliyinin yerinə *your* əvəzliyi işlənmişdir. Burada frazeoloji transformasiyanın əvəzetmə və genişləndirilməsi kimi növləri işlənib.

But don't waste your breath telling that to the governor. —Las Vegas Sun (5/8/2011) He knew one thing: he would not waste his breath on unhelpful bitterness. —The New York Times (3/28/2011) – burada əvəzlik (his) yerdəyişməsi və postmodifikator (on helpful bitterness) hesabına genişlənmə baş vermişdir.

If you're an older job hunter who complains that people are deciding you're "too old" in the first 7 seconds they see you, save your breath. They're probably doing it without realizing it. —USA

Today (11/5/2011)- əvəzlik yerdəyişməsi (your) baş vermişdir.

sözü havaya buraxmaq – to throw words away / to waste one's words (breath) / to speak at random / to whistle down the wind [5;708]

ağzına yiyəlik et! – watch your tongue! / hold your tongue! / save (spare) your breath!

2) worth one's salt

"I don't regret taking on a New York Times reporter who was out of line," Santorum said on the court steps. "You know, if you're a conservative and you haven't taken on a New York Times reporter, you're not worth your salt as far as I'm concerned. So we're going to stand up and fight." For good measure he accused the Romney campaign of "feeding ... lies to the reporters."- —Rick Santorum, two weeks before he withdrew from the race for the Republican nomination for President (3/26/2012) CBS News.com – əvəzlik yerdəyişməsi (one's- your)

hədər yerə yaşamaq – not be worth one's salt

3) you bet, you betcha

Was the medicine painful and politically unpopular? You bet. Ford's opposition to spending and

his pardon of Richard Nixon cost him re-election in 1976. —Sun Sentinel (8/6/2011)

Las Vegas regularly finds itself atop various Top Ten lists, and for good reason. Hottest New

Year's Eve spots? Absolutely. Top airport approaches? But of course. Greatest late night bars?

You betcha. —Las Vegas Weekly (8/3/2011)

You bet and **you betcha** are an emphatic way of saying, "Yes, that is correct" or "it is certain."

Both are short versions of **you can bet on it** and its colloquial variations such as, **you (can) bet**

your life, you (can) bet your bottom dollar and **you (can) bet your bippy**. All the phrases

express certainty about something. They may answer a question, as in the Las Vegas Weekly

example. – frazeoloji vahidin ixtisarı (shortening)

söz yox (təbii, şübhəsiz, əlbəttə) – there's no doubt about it / to be sure / it goes without saying / as a matter of course / as something quite natural / it is self evident / it stands to reason / naturally enough / to be sure / there's no denying it / it's self-evident / can you ask! / you bet! / rather! (surely, of course, certainly)

narahat olmayın – 1. don't you worry! / be dead sure! / Cf. don't fret! / Amer. you betcha! / never

mind); 2. it doesn't matter / what does it matter! / never mind! / Cf. I don't care a fig Betcha is a spelling based on informal pronunciation, like wanna (want to) and gonna (going to).

4) Achilles' heel

For the first time in 14 months, the Washington area lost more jobs than it gained...largely because of job losses in the federal government..."What gave us early growth last year and made us the fastest-growing metro area looks like our Achilles' heel this year." —The Washington Post

(8/3/2011)- frazeoloji vahidin genişləndirilməsi (**expansion, premodifier**)

Washington Post-dan verilən nümunədə deyilir ki, iş yerlərinin itirilməsi yerli iqtisadiyyata mənfi təsir göstərir, lakin onu çökdürmür.

axilles dabanı (bir adamın ən zəif cəhəti) – a heel of Achilles / the Achilles' heel of someone / the joint in someone's armour (a single weak, vulnerable point)

5)all that glitters is not gold

The gold rush is on and South Floridians are shedding all that glitters. They're holding gold parties and heading to jewelers, estate dealers and strip-mall gold buyers with trinkets, coins and broken chains for cash on the spot. -(South Florida) Sun-Sentinel (8/29/2011) Frazeoloji vahidin ixtisarı (**Shortening**)

All that glitters is not gold means, "Some things that appear to have high value actually do not."

To glitter is to shine, gleam or sparkle. Sometimes "all that glitters" appears by itself in attempts at clever writing, as in the Sun-Sentinel example.

Hər parlayan qızıl olmaz. – All that glitters is not gold. / All is not gold that glitters. / Cf. Many a

fine dish has nothing on it. / All are not hunters that blow the horn. / All are not saints that go to church.

6)dribs and drabs

Rather than spill the beans [tell the secrets] all at once, the Times on Wednesday again released

the "news" of its payment-model game plan in dribs and drabs. —Marketwatch (3/2/2011)

"With respect to the latest article that in part I gather is prompted by Mr. Snowden's leaks, we're

still evaluating the article because the problem is that these things come out in dribs and drabs." — President Barack Obama, talking about a report that the U.S. spied on communications of European countries (7/1/2013)

Dribs and drabs müəyyən zaman çərçivəsində az miqdarda olanı ifadə edir

Drib sözünün köhnə mənası *kiçik miqdar* olmuşdur və onun köhnə mənası hal-hazırda *dribble* (fall or come out in small amounts) sözü ilə ifadə olunur. *Drab* sözü hal-hazırda *darıxdırıcı* və *rəngsiz* mənalarında işlənir. Lakin *dribs and drabs* frazeologizmi *xırda* mənasında işlənir.

7)beat around the bush

The petite, 74-year-old shopkeeper was born in Puerto Rico, has a Tosado campaign sign in her

store window...and doesn't beat around the bush when asked why she wants him to win. —The

Boston Globe (11/6/2011)

These words of Paul still resonate with Christians today. Paul did not beat around the bush when

speaking to his beloved followers. He spoke to them from his heart. —Clanton (Alabama)

Advertiser (10/26/2011)

məsələnin ətrafında fırlanaraq, əsas mahiyyətindən danışmamaq – to argue round and round the

subject / Cf. to beat about the bush / Amer. to beat around the bush

8)add fuel to the fire, pour gasoline on the fire

The markets, the European crisis, and the political battles are wreaking havoc on our summer

vacation. Adding more fuel to the fire, the S&P just lowered their long-term sovereign credit rating on the United States of America... —Seeking Alpha (8/7/2011) Qrammatik transformasiya (add-adding), genişlənmə (more fuel)

"I think the ability to spread the word about it via the Internet is adding some fuel to the fire. If you watched the kids doing it on YouTube, you'd think it was the most fun thing people have ever done." —W. Hobart Davies, a psychologist at the University of Wisconsin in Milwaukee, referring to a dangerous choking game played by children

Qrammatik transformasiya (add-adding), genişlənmə (more fuel)

dəyirmanına su axıtmaq – to bring grist to someone's mill / to play into someone's hands / to play the game of someone / to add fuel to the fire / to play into the hands of someone

9)be in someone else's shoes, fill someone's shoes

"If I were in your shoes at this moment, I probably would have reacted in the same manner." —

Nigerian President Goodluck Johnson, talking to people who protested rising fuel prices

(1/7/2012) əvəzlilik əvəzetməsi (substitution)

"Your president and your first lady were in your shoes just a few years ago. We didn't come from

wealthy families. The only reason we were able to achieve what we achieved was because of

education." —President Barack Obama, speaking to students (1/27/2012) əvəzlilik əvəzetməsi (substitution)

"I would not want to be in Mr. Armstrong's shoes." —Paul Butler, law professor at Georgetown

University, after Lance Armstrong admitted that he cheated to win the Tour de France seven times (1/18/2013) özünü (bir kəsin) yerinə qoymaq – 1. to put oneself in someone's place / to place oneself in another's shoes / Cf. if I were you

10)between a rock and a hard place

President Obama's policy in 2011 has him stuck between a rock and a hard place politically,

criticized by both sides of the immigration debate. —U.S. News & World Report (12/29/2011)

If you are between a rock and a hard place, you have two choices, both of them bad.

In the U.S. News and Syracuse Post-Standard examples, politicians were in a difficult position

because they were forced to decide which people to make unhappy.

A phrase with a similar meaning, used less frequently, is **between the devil and the deep blue sea**.

yer ilə göy arasında – 1. to have no roof over one's head / to knock about between earth and sky ; 2. to be left hanging between the devil and the deep blue sea 820

iki od arasında – between two fires / Cf. between the devil and the deep (blue) sea 712

11)big fish in a small pond, big fish

Wes Moyer was the big man on campus when he was a senior on the Alameda High football team in 2007...Then he got to college. After a late recruiting process brought him to Yale, Moyer was no longer a big fish in a small pond. —Contra Costa Times (11/3/2011)

big fish in a small pond- the big man nümunəsində *the* artikli ilə frazeoloji vahidin premodifikator hesabına genişlənməsinin, *fish* sözünün *man* sözü ilə əvəz edilməsinin şahidi oluruq.

The Washington-based Institute for Science and International Security, which tracks Iran's nuclear programs, describes Sairafi as a core member of the smuggling networks and the kind of big fish rarely caught in the U.S. net. —Associated Press (11/10/2011)

acizin qənimisi – brave before a lamb, but a lamb before the brave / brave as a lion with a lamb / a big fish in a little pond / a big frog in a little puddle / a triton among the minnows / hares may pull dead lions by the beard / a bully is always a coward

12) bitter pill to swallow

"We know it's a tough pill for people to swallow," said Mayor Fowler. "But we don't see it any

other way."...Bridgetown and Area Chamber of Commerce president Andy Kerr agreed with

Fowler that the new budget is a bitter pill. —The Annapolis County Spectator (9/23/2011)

Bitter pill to swallow- a tough pill for people to swallow.

Bitter sifəti *tough* sifəti ilə əvəz edilib (substitution), *a* artikli və *for people* sözləri frazeoloji vahidə əlavə olunub (expansion).

Koch's embrace of Christie, and his touting of Christie as a possible candidate for higher office,

must be a bitter pill for Lonegan to swallow. —The (Bergen) Record (9/18/2011)

Bitter pill to swallow- a bitter pill for Lonegan to swallow.

a artikli və *for people* sözləri frazeoloji vahidə əlavə olunub (expansion).

(bir kəsi) sarsıtmaq – 1. to strike someone dumb / to flabbergast someone (to dumbfound someone, usually of unpleasant news) 2. (incitmək, təhqir etmək) – to give someone a bitter pill to swallow (8/16/2012)

Nümunələrdən də göründüyü kimi xüsusilə də mətbuatın dilində, jurnalistika sahəsində frazeoloji transformasiyanın müxtəlif növlərinin geniş istifadəsi qəzet və jurnalların dilini daha da rəngarəng və canlı edir. Frazeoloji vahidlərdə transformasiyanın müxtəlif tiplərinə əsasən aparılan təhlillər bir daha göstərir ki, frazeoloji vahidlərin genişləndirilməsi (expansion), əvəzetmələr(substitution), ixtisarlar(shortening) daha geniş istifadə olunur və müəllif öz fikrini daha təsirli, lakonik, mükəmməl ifadə edir.

ƏDƏBİYYAT

1. Alenka Vrbinc; Marjeta Vrbinc. Creative use of idioms in satirical magazines. Jezikoslovlje 12.1 (2011): 75-91
2. Gläser, Rosemarie (1986). A plea for phrase-stylistics. Kastovsky, Dieter, Aleksander Szwedek, eds. *Linguistics across Historical and Geographical Boundaries: In Honour of Jacek Fisiak*. Vol. 1: Linguistic Theory and Historical Linguistics (Trends in Linguistics: Studies and Monographs 32). Berlin – New York – Amsterdam: Mouton, de Gruyter, 41–52.
3. Gläser, Rosemarie (2001). The stylistic potential of phraseological units in the light of genre analysis. Cowie, Anthony P., ed. *Phraseology*. Oxford: Oxford University Press, 125–144.
4. Naciscione, Anita (2001). *Phraseological Units in Discourse: Towards Applied Stylistics*. Riga: Latvian Academy of Culture.
5. Vəliyeva Nigar. Azərbaycanca-İngiliscə idiomatik lüğət. Bakı: Mütərcim, 2017. -764 s
6. Omazie, Marija (2008). Processing of idioms and idiom modifications: A view from cognitive linguistics. Granger, Sylviane, Fanny Meunier, eds. *Phraseology: An Interdisciplinary Perspective*. Amsterdam – Philadelphia: John Benjamins, 67–79.

7. Peter Bengelsdorf . Idioms in the news. Ebook First published: September, 2012 Updated: March, 2013; September, 2013. -410p.

Aynura Khanlarova

CREATIVE APPROACH TO PHRASEOLOGICAL UNITS

Summary

Phraseological units are in the centre of many problems related to semantics and structure. The most common difficulties are related to the semantic integrity of phraseological units. As we know the meaning of phraseological units does not depend on the meaning expressed by their components separately and each phraseological unit has its own meaning. In this sense they are the same with words they simply need to be remembered in the sense in which they are expressed.

As it is known, phraseological units are reflected in phraseological dictionaries in their original forms.

However, in different types of discourse we do not always come across with the original form of phraseological units. Modified and transformed phraseological units are very common, especially in the field of journalism. Thus, transformed phraseologies are very effectively applied in the language of the press, especially in political discourse. This type of phraseological units are very successfully used in the headlines of newspapers and magazines, as well as on billboards, in the promotion of individual brands. The main reason for this is that they are the product of the thinking of every nation. Newspaper and magazine headlines seem to invite the reader to read the report. Phraseological units that are important for the whole text are usually placed in the headings.

The article notes and analyzes different types of transformation of phraseological units. In the process of analysis, it was determined which types of phraseological transformation are more widely used.

The semantic message that the phraseological unit must convey is reinforced by modified phraseology. To remind the reader of phraseology, it is enough for the writer to have a part of it so that the reader or listener can remember the whole phraseological unit.

It is natural that the extensive use of phraseological units at the right moments, of course, makes the report, the written article more thought-provoking and interesting for the reader. Proper use of phraseological units also reflects the innovative qualities of the writer and the artist and in this way the author conveys his feelings and thoughts to the reader in an individual way, resulting in a very figurative, different and ambiguous interpersonal communication between the writer and the reader. We can say that the correct use of phraseological units is the clearest evidence of both the writer's ability to effectively use the means of artistic influence,

as well as the emergence of interesting communication competence between the author and the reader.

Key words: phraseological units, phraseological transformation, occasional changes, creative approach

Айнура Ханларова

ТВОРЧЕСКИЙ ПОДХОД К ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИМ ЕДИНИЦАМ Резюме

Фразеологические единицы лежат в основе многих проблем, связанных с семантикой и структурой. Наиболее частые трудности связаны с семантической целостностью фразеологизмов. Как известно, значение фразеологизмов не зависит от значения, выражаемого их компонентами в отдельности, и каждый фразеологизм имеет свое значение. В этом смысле они такие же, как слова, их просто нужно запоминать в том смысле, в котором они выражены.

Как известно, фразеологизмы отражаются во фразеологических словарях в первозданном виде. Однако в разных типах дискурса не всегда встречаются оригинальные формы фразеологизмов. Модифицированные и преобразованные фразеологизмы очень распространены, особенно в области журналистики.

Таким образом, трансформированные фразеологии очень эффективно применяются в языке прессы, особенно в политическом дискурсе. Этот тип фразеологизмов очень успешно используется в заголовках газет и журналов, а также на рекламных щитах при продвижении отдельных брендов. Основная причина этого в том, что они являются продуктом мышления каждой нации. Заголовки газет и журналов, кажется, приглашают читателя прочитать отчет. В заголовках обычно помещают фразеологические единицы, важные для всего текста.

В статье отмечены и проанализированы различные типы трансформации фразеологизмов. В процессе анализа было определено, какие типы фразеологических преобразований используются более широко.

Семантическое сообщение, которое должен передать фразеологизм, усиливается модифицированной фразеологией. Чтобы напомнить читателю о фразеологии, писателю достаточно иметь ее часть, чтобы читатель или слушатель запомнил фразеологизм целиком.

Естественно, что широкое употребление фразеологизмов в нужные моменты, конечно, делает доклад, написанную статью более наводящей на размышления и интересной для читателя.

Умение правильно использовать фразеологизмы также отражает новаторские качества писателя и художника и таким образом автор индивидуально передает свои чувства и мысли читателю, в результате получается очень образное, разнообразное и двусмысленное выражение при межличностном общении между писателем и читателем и можно сказать, что правильное употребление фразеологизмов является ярчайшим свидетельством как умения писателя эффективно использовать средства художественного воздействия, так и возникновения интересной коммуникативной компетенции между автором и читателем.

Ключевые слова: фразеологизмы, фразеологические преобразования, окказиональные изменения, творческий подход

Redaksiyaya daxil olma tarixi: 18.04.2021.

Çapa qəbul olunma tarixi: 08.05.2021

**Rəyçi: prof. Nigar Vəliyeva
tərəfindən çapa tövsiyə olunmuşdur**