

Kommunikantlar arasında qarşılıqlı anlaşma mədəniyyətlərarası ünsiyyətin ciddi problemlərindən biridir. Qarşılıqlı anlaşmanı əngəlləyən səbəblərdən biri ünsiyyət iştirakçılarının mənsub olduqları mədəniyyətlərdə olan fərqlərdir. Dünya mədəniyyətinə inteqrasiya mədəniyyətlərarası dialoq kimi vacib bir məsələni linqvistik müstəviyə gətirir. Xarici dillərin leksik-qrammatik strukturuna yiyələnmək mədəniyyətlərarası ünsiyyət üçün yetərli deyil. Çünki istənilən şəxs təkcə öz dilinin daşıyıcısı deyil, həm də müəyyən ənənələrə söykənən mədəniyyətinin daşıyıcısıdır.

Dünya mənzərəsinin tərkibi anlayış və obrazlardan təşkil olunmuşdur. Obrazlar psixoloji baxımdan yaddaşda formalaşdırılmış mənzərədir. Dünya mənzərəsinə perseptiv komponentlər də daxildir. Perseptiv komponentlər dedikdə, əşya və hadisələrin müxtəlif tipləri haqqında formalaşdırılmış məntiqi düşüncələri nəzərdə tuturuq.

Dünyanın dil mənzərəsi anlayışı, bir tərəfdən, V. fon Humboldtun və yenihumboldtçuların dilin daxili forması ideyasına, digər tərəfdən isə Sepir-Uorf linqvistik nisbilik nəzəriyyəsi ilə əlaqəli olaraq qaynaqlanır. V.fon Humboldt gerçəklik və təfəkkür arasında “aralıq dünya” kimi nəzərdən keçirir və bu zaman dili xüsusi milli dünyagörüşü kimi qeydə alır. V.fon Humboldtun fikirlərinə istinad edən L.Vaysgerber “dünyanın dil mənzərəsini ruhi, xalqın mentalitetini və mədəni özəlliklərini və dilin varlığını və fəaliyyətini şərtləndirən mümkün məzmunlar sistemi kimi” müəyyən edir.

Dünyanın dil mənzərəsi adət-ənənələrin, dini görüşlərin, inancların inikas olduğu dil vahidlərinin toplusudur. Hər bir dil dünyanı özünə-məxsus tərzdə konseptləşdirir. Gerçəkliyin dərkində əsas yer dünyanın etnik mənzərəsini təşkil edən xalqın adət-ənənəsinə məxsusdur.

*Khanlarova A.Ş.
AUL*

Translation of Nationally Coloured Idioms of English and Azerbaijani Languages

Key words: *English, nationally coloured, idioms, figurative meaning*

All languages have phrases or sentences that cannot be understood literally. Even if we know all the words in a phrase and understand all the

grammar of the phrase completely, the meaning may still not be apparent. A phrase or a sentence of this kind is said to be idiomatic. They are the pedigree of nations, that is, they are never out of season. According to V. Komissarov, Ideas expressed by idioms produce a strong emotion on the reader". For him there are five aspects of they are meaning. They are: a) the idiom's figurative meaning; b) its literal sense; c) its emotive character; d) stylistic register; e) national colouring.

An idiom can be nationally coloured and include some words which mark it as the product of a certain nation. Geographical names e.g. "to set the Thames on fire" means "qeyri-adi bir hərəkət etmək" and "to carry coal to Newcastle" means "məşəyə odun aparmaq" which state the English origin. Proper names e.g. "Achilles'heel" means "axilles dabanı (bir adamın ən zəif cəhəti)" states the Greek origin. "Araz aşığındandır Kür topuğundan" (what means that "one can wade through any sea, someone is a devil-may-care fellow, someone is a mad-brain"), "Araza susuz aparıb susuz gətirər" (which means "to be cunning, sly, a crafty man") are naturally the Azerbaijani phraseological units. As seen from the examples, the name in a phraseological unit states its origin.

Mammadova A.Q.
ATMU

Foreignization and Domestication Strategies in Tourism Related Translations

Key words: *foreignization, domestication, strategy, translation, tourism*

The translation of tourism related names, cultural heritage, places, menus requires the application of basic translation strategies of domestication and foreignization, originally coined by Lawrence Venutti [1995] in his *The Translator's Invisibility*. He noted that it should be clearly visible that a translation is a translation, not an original text. Being an advocate of foreignization he considered this strategy the only ethical choice for translators. Foreignization refers to a method of translation whereby some significant traces of the 'foreign' text is retained in order