

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DİLLƏR UNİVERSİTETİ

Əlyazması hüququnda

KƏMALƏ FƏRMAN qızı ƏBDÜLOVA

HSM-060201 - Dilşünaslıq (İngilis dili)

MÜASİR İNGİLİS DİLİNDƏ İŞGÜZAR KOMMUNİKASİYADA
İDİOMLARIN SPESİFİK XÜSUSİYYƏTLƏRİ

Magistr elmi dərəcəsi almaq üçün təqdim edilmiş

D İ S S E R T A S İ Y A

Elmi rəhbər:

Tofiq Səfər oğlu Quliyev

filologiya üzrə fəlsəfə doktoru, dosent

BAKİ – 2022

MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ	3-7
I FƏSİL. İDİOMATİKLİK VƏ ONUN DİLÇİLİKDƏ	
ÖYRƏNİLMƏSİ	8-24
1.1. İdiom nədir?	8-18
1.2. İdiomlar linqvistik tədqiqatlarda	18-24
II FƏSİL. İNGİLİS DİLİ İDİOMLARININ SEMANTİK, SİNTAKTİK	
VƏ KOQNİTİV CƏHƏTDƏN ARAŞDIRILMASI	25-41
2.1. İngilis dili idiomlarının semantik təhlili	25-30
2.2. İngilis dili idiomlarının sintaktik təhlili	30-37
2.3. İdiomların anlaşılmasında koqnitiv amillər	37-41
III FƏSİL. İŞGÜZAR KOMMUNİKASİYADA İDİOMLARIN	
XÜSUSİYYƏTLƏRİ	42-57
3.1. İşgüzar diskursun xüsusiyyətləri	42-46
3.2. İşgüzar diskursda idiomların üslubi funksiyaları	46-52
3.3. İşgüzar diskursda sosial-mədəni aspekt	53-57
NƏTİCƏ	58-61
İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT	62-70

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı. Dil anlaşılmaqlar mənbəyidir (Antoine de Saint Exupery)¹. İnsan fikir və emosiyalarını, istəklərini dillə ifadə edir, düşüncələrini paylaşır. Dilin ən mühüm xüsusiyyətlərindən biri onun daim yenilənməsi, yeni sözlər və birləşmələrin dilin lüğət tərkibinə daxil olması, köhnə sözlərin yeni mənə kəsb edə bilməsidir. Qrammatikanı mükəmməl bilmək dilə tamamilə yiyələnmək demək deyildir. Sintaksis sözləri cümlə daxilində əlaqələndirir. Lakin dilin metaforik olması dilçiliyi daha maraqlı və eyni zamanda çətinləşdirən sahələrdəndir.

Müasir ingilis dili zəngin idiomatik sistemə malikdir. Bu dili öyrənən hər bir şəxs bu və ya digər şəkildə idiomatik ifadələrlə qarşılaşır. İdiomlar danışığa, mətnə xüsusi çalarlıq, rəngarənglik qatsa da, mənanın və qrammatikanın özünəməxsusluğu ilə onların tədqiqində çətinlik törədirlər. Bəzən dilin çox kiçik vahidləri kimi əhəmiyyətsiz hesab edilsələr də, aparılan tədqiqatlar göstərir ki, idiomlar dili zənginləşdirir, danışığı daha maraqlı edir, şifahi və yazılı nitqdə xüsusi əhəmiyyət kəsb edirlər.

Dissertasiya işində idiomların tədqiqinin aktuallığı ondan irəli gəlir ki, onların təhlilində elmi tədqiqata bir sıra nəzəri və praktik məsələlər, yeniliklər cəlb olunmuşdur. İdiomların digər frazeoloji birləşmələrdən fərqləndirilməsi, xarakterik xüsusiyyətlərinin təsnifi, tərkibində idiom olan mətnin anlaşılması, idiomlarda baş verə biləcək leksik və qrammatik dəyişikliklərin səbəbləri, sintaksis semantikanın qarşılıqlı əlaqəsi çərçivəsində dəyişikliklərin izahı, konseptual metaforalar, metonimiyalar, insanın dünyəvi bilikləri nəzdində bir çox idiomların yaranma səbəblərini, habelə onların mənasını əsaslandırmaq, başqa sözlə hərfi mənə ilə idiomatik mənə arasındakı əlaqəni ortaya çıxarmaq kimi məsələlər elmi tədqiqat işinin aktuallığını göstərir. Bu xüsusiyyətlərin hər birinin əsaslı tədqiqə ehtiyac vardır və onların bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqəsi idiomların öyrənilməsini daha səmərəli edə bilər. Dissertasiya işində sintaktik, semantik xüsusiyyətlər, eləcə də anlama prosesləri ayrı-ayrılıqda tədqiq edilir, idiomlar təkcə dilçilik nöqtəyi-nəzərindən deyil, eyni

¹ <http://www idioms.your dictionary.com/drop-a-dime>

zamanda psixoloji-koqnitiv baxımdan da tədqiqata cəlb olunmuşdur. Burada psixoloji kontekstdə idiomatik ifadələrin anlaşılmasında gedən idraki proseslərin tədqiqinə üstünlük verilməklə, koqnitiv aspektdə semantika və sintaksis əlaqələnilir. İngilis dili idiomlarının semantikasını sintaksisinin koqnitiv səpgidə araşdırılması baxımından elmi işin əhəmiyyəti qeyd olunmalıdır.

İstər nitqimizi, istərsə də bədii əsərlərin dilini canlandıran, onun ifadəliliyini artıran idiomatik ifadələrə müxtəlif dillərdə rast gəlmək mümkündür. O cümlədən, söz ehtiyatının zənginliyi ilə digər dillərdən fərqlənən ingilis dili də bu cür ifadələrlə zəngin bir dildir. Təxmini hesablamalara görə ingilis dilində 25000 idiomatik ifadə vardır. Müasir dövrdə dünyada eləcə də, ölkəmizdə ingilis dilinə olan maraq güclənmiş, ingilis dili təkcə xarici dil kimi deyil, diplomatiya dili, siyasət dili, işgüzar əlaqələr dili kimi öyrənilməkdədir. Hər hansı bir dilin dərinədən mənimsənilməsi üçün isə həmin dilin frazeologiyasını bilmək zəruridir. Bu səbəbdən idiomatik birləşmələrin yaranma üsulları, semantik xüsusiyyətləri, daxili və xarici strukturu, frazeoloji sistemdə öyrənilməsi, istifadə olunma sahələrinin təhlili həm nəzəri, həm də praktik cəhətdən aktualıq kəsb edir.

Tədqiqatın obyektini müasir ingilis dilində işgüzar diskursda işlənən idiomlardır.

Tədqiqatın predmetini isə ingilis dilində işgüzar kommunikasiyada işlənən idiomların struktur-semantik, üslubi, linqvokulturoloji, həmçinin diskursiv xüsusiyyətləri təşkil edir.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri. İstər yazıda, istərsə də şifahi nitqdə idiomların istifadəsi geniş vüsət aldığından onların əmələgəlmə yolları, forması, semantik xüsusiyyətləri, ekspressiv-emosionallıq imkanları, bir sözlə ümumi cəhətlərini aşkar etmək kimi problemlər bir çox tədqiqatların çoxplanlı məqsədi olmuşdur. Lakin idiomatik ifadələr dilin frazeologiya sahəsinin tədqiqi çərçivəsində öyrənilmiş, onların linqvistik xüsusiyyətləri, işlənmə imkanları bu sahənin tədqiqat işlərində müəyyənləşdirilmişdir. Bu məsələ ilə bağlı mövcud olan linqvistik baxışların müxtəlifliyi dilin idiomatikasını şərtləndirən amillərin müəyyənləşdirilməsini, bu ifadələrin əmələgəlmə üsullarını, inkişaf yollarının aydınlaşdırılmasını və zəngin dil nümunələri əsasında təhlil və tədqiq olunmasını tələb edir.

Tədqiqatın əsas məqsədi hələ də aktuallığını itirməyən bu problemləri ətraflı şəkildə öyrənmək, dilin idiomatikasının mahiyyətinə varmaq, idiomatik ifadələrin forma və məzmun zənginliyini, işlədilmə imkanını müəyyənləşdirmək, onları sistemləşdirib təhlil etmək, işgüzar diskursda istifadə olunan idiomların üslubi funksiyalarını tədqiq etmək, onların pragmatik mahiyyətini, koqnitiv, diskursiv və linqvokulturoloji xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirməkdən ibarətdir. Ortaya qoyulan bu məqsədlərə çatmaq üçün aşağıdakı vəzifələri yerinə yetirməyi lazım bilmişik:

- idiomların tədqiqi tarixini və öyrənilmə dərəcəsini araşdırmaq;
- idiomlarla əlaqədar olan dilçilik və psixoloji baxımdan mövcud olan nəzəri yanaşmaları gözdən keçirmək, mövcud fikir və mülahizələri ümumiləşdirərək tədqiqat işini formalaşdırmaq;
- idiomların danışıq prosesində rolunu və işlənmə xüsusiyyətlərini göstərmək;
- ingilis dilində idiomların əsas semantik, sintaktik və koqnitiv xüsusiyyətlərini qarşılıqlı əlaqədə araşdırmaq;
- idiomların semantik cəhətdən tədqiqini və öyrənilməsini daha səmərəli etmək üçün onları semantik cəhətdən yarımqruplara bölmək;
- idiomların semantik və sintaktik təhlilini həyata keçirmək, tərkib hissəyə daxil olan sözlərin, mümkün ola biləcək ixtisarların, sözlərin yerdəyişməsinin səbəblərini müəyyənləşdirmək;
- idiomların koqnitiv aspektdə təhlilini həyata keçirmək, onların anlaşılmasında mümkün ola biləcək koqnitiv amilləri ortaya çıxarmaq;
- forma və məzmun arasındakı əlaqəni aydınlaşdırmaq;
- idiomun hərfi mənasının ifadə olunan mənaya uyğunluğunu müəyyənləşdirmək, idiomatik mənənin necə ifadə olunduğunu müəyyən etmək, başqa sözlə, idiomun mənasını insanın konseptual sistemi ilə əlaqələndirmək;
- mövcud idiomatik mənənin əmələ gəlmə səbəblərini müəyyənləşdirmək;
- semantika və sintaksisin idiomların anlaşılması və onların təhlilində vəhdət təşkil etdiyini üzə çıxarmaq;
- bəzi idiomlarda dəyişikliklərin baş verməsinin səbəbləri, bəzi idiomların isə nə üçün heç bir dəyişikliyə məruz qala bilməməsini aydınlaşdırmaq;

- “*işgüzar diskurs*” anlayışını xarakterizə etmək;
- onun funksional xüsusiyyətlərini nəzərdən keçirmək və işgüzar diskursun əsas məqsədini müəyyənləşdirmək;
- işgüzar diskursda idiomların praqmatik, diskursiv xarakteristikasını və onların işgüzar kommunikasiya mətnlərində işlənmə xüsusiyyətlərini göstərmək;
- işgüzar diskursda idiomların şərhinə təsir edən linqvistik və ekstralingvistik faktorları müəyyənləşdirmək;
- işgüzar dilin idiomatiklik və metaforiklik dərəcəsini müəyyənləşdirmək.

Tədqiqat işinin fərziyyəsi.

- idiomların əsl (xalis) və leksik idiomlar şəklində qruplaşdırılması onların spesifik xüsusiyyətlərini aydınlaşdırmaq üçün əhəmiyyətli hesab oluna bilər;
- tərkib hissələri əsasında bir çox idiomların təhlilini vermək və onlarda baş verən bəzi qrammatik dəyişikliklərin səbəbini aydınlaşdırmaq tədqiqat işinin əsas istiqamətini təşkil edir.
- idiomlara psixoloji aspektdən yanaşıldıqda struktur cəhətdən bir-biri ilə əlaqəsi olmayan sözlər toplusu kimi deyil, daxili sintaktik və semantik struktura malik mənalı birləşmələr kimi əhəmiyyəti ortaya çıxır.

Müdafiəyə çıxarılan müddəalar:

- ingilis dili idiomlarında koqnitiv amillər vasitəsi ilə birləşmələrin semantik təhlili mümkündür;
- idiomlarda məzmun, forma və kontekst əsas şərtidir;
- idiomlar hər bir dilin daşıyıcıları olan xalqların milli-mədəni dünyagörüşünü əks etdirir;
- ingilis dilində idiomları yaradan feillərin əksəriyyəti hərəkət, anlayış, qavrayış və s. bildirir;
- idiomlar məcazlaşma prosesinə məruz qalan, semantik bütövlük qazanan və dildə hazır şəkildə işlənən sabit birləşmələrdir;
- idiomlar ən çox ümumxalq danışmaq dilində və bədii ədəbiyyatda işlənir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi. Tədqiqatın elmi yeniliyi problemin qoyuluşu və onun konkret həlli ilə bağlıdır. Dissertasiya işində ilk dəfə olaraq işgüzar diskursda

idiomların xüsusiyyətlərinin araşdırılaraq semantik cəhətdən qruplaşdırılması, sintaktik və koqnitiv baxımdan onların müəyyənləşdirilməsi, onlara xas spesifik funksional xüsusiyyətlərin ortaya çıxarılması, habelə idiomun forması və mənası arasındakı əlaqənin yaradılması geniş şəkildə tədqiqata cəld edilmişdir.

Tədqiqatın elmi-nəzəri əhəmiyyəti ondan ibarətdir ki, işgüzar diskursda idiomların semantik, sintaktik xüsusiyyətləri araşdırılaraq yaranan leksik və qrammatik dəyişikliklərin səbəbi tədqiq edilir. Bundan başqa məlumdur ki, idiomlarda məna əsaslandırılaraq, hərfi və məcazi məna arasında əlaqə qurmaq mümkündür. Bu xüsusiyyət idiomların öyrənilməsini və tədqiqini daha məqsədəuyğun edə bilər.

Tədqiqatın praktik əhəmiyyəti. Tədqiqat işinin elmi nəticələri onun həm ümumi, həm də xüsusi dilçilikdə, eləcə də, dilin idiomatikasının araşdırılmasında, idiomatik ifadələrin tərtib edilməsində, idiomatika ilə bağlı mühazirə və seminar məşğələlərində, eləcə də ingilis dili üzrə ixtisaslaşan tələbələr üçün xüsusi kurslarda istifadə edilə bilər.

Tədqiqat işinin metodu. Tədqiqat zamanı təsviri və koqnitiv təhlil metodundan istifadə edilmiş, idiom lüğətləri, bədii ədəbiyyatdan, eləcə də, elektron lüğət və saytlardan seçilmiş misallar əsasında ümumiləşdirmələr aparılmışdır.

Tədqiqat işinin aprobasiyası. Dissertasiya işi Azərbaycan Dillər Universitetinin Linqvokulturologiya kafedrasında yerinə yetirilmişdir. Tədqiqatın əsas nəticələri elmi jurnallarda çap olunmuş məqalələrdə öz əksini tapmışdır.

Dissertasiyanın strukturu. Tədqiqat işi giriş, üç fəsil, nəticə və istifadə edilmiş ədəbiyyat siyahısından ibarətdir.

I FƏSİL

İDİOMATİKLİK VƏ ONUN DİLÇİLİKDƏ ÖYRƏNİLMƏSİ

1.1. İdiom nədir?

İdiom yunan sözüdür. Dillə bağlılıqda bu, nitqin özünəməxsus ifadə vasitəsi anlamını verir. Yunan dilindən alınmış bu sözün “idiom” mənası əvvəllər onun idiotizm variantı ilə ifadə edilmişdir. Sonralar kobud mənasına görə bu söz idiom termini ilə əvəz olunmuşdur. Mənbə dildəki mənasından görünür ki, idiomlar özünəməxsus, ayrıca mənası olan sözlərdir.

İnsanın nitq fəaliyyəti dilin bütün digər vahidləri kimi, idiomatik vahidlərin də əmələgəlmə mənbəyidir. Xalqın təfəkkür tarixinin inkişaf pillələrini, onun milli mədəniyyətini, digər xalqlarla siyasi, iqtisadi, ictimai əlaqələrini dərinlən öyrənməyə imkan verən idiomatik birləşmələr çox qədim tarixə malikdir və istər sadaladığımız həmin sahələrin öyrənilməsi, istərsə də müxtəlif dillərdə idiomların yaranması, idiomatikanın formalaşması və inkişafının izlənməsi, müxtəlif xalqların təfəkkür tərzində, mədəniyyətində, məişətində olan və bu və ya digər şəkildə dildə təcəssüm edən oxşar və fərqli cəhətlərin müəyyənləşdirilməsi baxımından aktualdır. Çağdaş dövrdə ingilis dili xalqlar arasında ən çox istifadə edilən ünsiyyət vasitəsidir. İngilis dilindəki idiomatik ifadələrin işlənmə mexanizminin açılıb göstərilməsi müxtəlif millətlərin nümayəndələrinin kommunikasiyası prosesində idiomatika sahəsində ortaya çıxan bir sıra tipik çətinliklərin müəyyənləşdirilməsinə və onların aradan qaldırılması üçün mexanizmlərin işlənilib hazırlanmasına kömək edə bilər. Hər hansı milli dilin idiomatikasının dərinlən öyrənilməsi həmin dilin dərinlən mənimsənilməsində əsas halqalardan biridir və eləcə də bu dilin daşıyıcılarının zəngin, rəngarəng və bir qədər də sirli aləmlərinə açılan pəncərədir.

İdiomatik ifadələrin nitqdə daşdığı funksiyaların müxtəlif səciyyəliliyini, tərkib zənginliyini əsas xüsusiyyət kimi qəbul edən dilçilər onları müxtəlif, lakin yaxın və həmhüdüdü elmlərin tədqiq obyektini hesab edirlər [88, s.5]. Əslində isə idiomatik ifadələr heç də həmin dilçilərin söylədikləri kimi müxtəlif elm sahələrinin deyil, söz,

söz birləşməsi və cümlə kimi yalnız dilçiliyin obyektidir. İdiomatik ifadələr müxtəlif ədəbi priyomlarda, üslubi məqamlarda istifadə olunur, çünki onlar nitqə, adətən, emosionallıq, ekspressivlik, ifadəlilik vermək üçün daxil edilir. Bu, idiomların çoxunun təbiətindən doğur və onların səciyyəvi cəhətidir. Deməli, idiomlar dilin və nitqin obyektinə olub dilçilikdə öyrənilməli və tədqiq olunmalıdır.

İdiomatika haqqında yeni fikirlərin əmələ gəlməsinə, sanballı elmi əsərlərin yazılmasına baxmayaraq, bir çox məsələlər hələ də mübahisəli olaraq qalmış və bu günə kimi öz həllini tapa bilməmişdir. Dilçilikdə öz xüsusi yeri olmadığından idiomatika ya leksikologiyanın bir qolu kimi frazeologiyanın tərkibində, ya da ən yaxşı halda, frazeologiya ilə yanaşı öyrənilmişdir. Bu, fikrimizcə, ilk növbədə idiomatikanın sərhədlərinin dəqiqləşdirilməməsi, onun dil qanunauyğunluqları və işlənmə imkanlarının üzə çıxarılmaması, ona məxsus kateqoriyaların müəyyənləşdirilməməsindən irəli gəlir. Həmin məsələlərin tam həlli üçün, əlbəttə, daha dəqiq və daha aydın və dərin elmi araşdırmalar tələb olunur.

Dilçilikdə söz və idiomlar, söz birləşmələri və mürəkkəb sözlər, söz birləşmələri və frazeoloji vahidlər, eləcə də cümlə və frazeologizmlər məsələsi, bu məsələnin doğurduğu mübahisələr həmişə diqqət mərkəzində olmuşdur.

İdiomların spesifik xüsusiyyətlərinin və səciyyəvi əlamətlərinin müəyyənləşdirilməsi onların həm söz birləşmələrindən, həm də sözlərdən fərqlənən cəhətlərinin öyrənilməsi ilə bağlıdır. İdiomlar vahid bir məna ifadə etməklə sözə bərabərdirsə, strukturuna görə söz və söz birləşmələri və cümlə ilə üst-üstə düşür. M.M.Mirzəliyevanın "... Bir tərəfdən obrazlılıq, digər tərəfdən isə yenidən canlandırma frazeoloji vahidləri müvafiq olaraq söz və sərbəst söz birləşmələrindən fərqləndirən əsas əlamətlərdir. Buna görə də hökm xarakterli sabit söz birləşmələrini (yəni, atalar sözlərini, eləcə də bəzi qanadlı sözləri) frazeologiyadan uzaqlaşdırmaq, frazeologiyadan kənar etmək olmaz" [15, s.33] fikrini, fikrimizcə, idiomlara da aid etmək olar. Bu baxımdan dilçilikdə xüsusi "idiomatika" şöbəsinin mövcud olduğunu demək olar. Görünür, dil haqqında elmin inkişafında elə bir səviyyənin olması zəruri idi ki, dilin idiomatik vahidləri idiomatika kimi müstəqil tədqiqat obyektinə çevrilib mövcud olma haqqı qazansın.

İdiomatik birləşmələr həm söz, həm söz birləşmələri, həm də cümlə səviyyəsində məcazlaşma prosesinə məruz qalıb semantik bütövlük qazanan və dildə hazır vəziyyətdə mövcud olan sabit dil vahidləridir.

Müstəqil mənada işlənib-işlənmeməsindən asılı olmayaraq sözlər dilin morfoloji qatında dil vahidi kimi öyrənilirsə, daşdığı mənanın dar və genişliyindən asılı olmayaraq, məcazlaşma prosesini keçmiş hər hansı söz, birləşmə və cümlə də idiomlar sırasına daxil edilib, dilin idiomatik qatında araşdırılmalıdır.

İdiomlar frazeoloji sistemin tərkib hissəsi kimi öyrənilir. Beləliklə, frazeoloji vahidlərin tədqiqi prosesində idiomların öyrənilməsi qaçılmazdır.

Məlumdur ki, frazeoloji vahidlər və ələlxüsus idiomlar, ümumiyyətlə, hansısa bir hadisə və əhvalatla bağlı yaranıb yayılır. Onlar sərbəst birləşmələrin komponentlərinin ya bir qisminin, ya da hamısının yeni mənə kəsb etməsi ilə əlaqədar formalaşır. Sərbəst sintaktik vahidlərin bütövlükdə (bütün komponentlərinin) yeni mənə qazanması ilə idiomatik səciyyəli frazeologizimlər meydana gəlir. Bu, həm də frazeologizimlərin ayrı-ayrı komponentlərinin öz mənalarından uzaqlaşaraq bütöv vahidin tərkibinə bir ümumi mənə bildirmək üçün bir-birinə qovuşmasıdır. Məsələn, ing. *to wash one's dirty linen in public* – “evin sirrini yaymaq”, *to vanish into thin air* “yağlı əppək olub göyə çıxmaq”, azərb. yumurtadan yun qırmaq, kürkünü sudan çıxarmaq.

It's true that she's been dead for ages and it seems a pity to take up old scandals and wash a lot of dirty linen in public but the fact remains that all Driffield's greatest books were written he was living with her [124].

Bu həqiqətdir ki, o, uzun müddətdir ölüb, köhnə qalmaqalları yada salmaq və evin sirrini yaymaq isə təəssüf doğurur. Lakin onun ən böyük əsərlərinin Driffildin onunla yaşadığı dövrdə yazılması bir faktır.

Mənaca tamamilə qovuşmuş olan bu vahidlərin ayrı-ayrı komponentləri yalnız bütövün tərkibində ümumi mənanın ifadəsinə xidmət edir.

He pulled himself together quickly. They were at their wit's end. The soldiers will keep their eyes open in the country where the blacks are known to be hostile cümlələrindəki *pull together*, *at wit's end* və *keep eyes open* söz birləşmələrinin

komponentləri öz müstəqil mənalarından uzaqlaşmış, frazeoloji qovuşmada tamamilə başqa bir mənanın meydana çıxmasına səbəb olmuşdur. Həmin sözlər birləşmələrin tərkibində müvafiq olaraq “özünü ələ almaq”, “çaş-baş qalmaq” və “ayıq-sayıq olmaq” mənalarının yaranmasına gətirib çıxarmışdır.

Dilin müasir vəziyyətində mənaca motivlənməyən frazeologizmlər frazeoloji qovuşma adlanır. Frazeoloji qovuşma sərbəst söz birləşmələrindən kəskin şəkildə fərqlənir. Frazeoloji qovuşmaların ən mühüm əlaməti odur ki, müasir dildə işlənməyən bu və ya digər söz, ifadə, birləşmə onların tərkibində işlənə bilər. Məsələn, ing. *Once upon a time...there...* “biri var idi, biri yox idi...”, azərb. *Çənəmin çüyü çıxdı; valay vura-vura gəzirdi; vəssalam, şüdtamam; dara-bara salmaq; dodu vermək; sayır-bayır danışmaq.*

Belə frazeoloji qovuşmaların etimoloji izahı da çox çətindir. Frazeoloji qovuşmanın əsas əlaməti onun semantik cəhətdən bütövlüyüdür. Dilçilikdə bu növ frazeoloji vahidlər idiomlar adlanır.

Frazeoloji qovuşmaları idiom hesab edən Ə.Hacıyeva, E.Nəcəfov və A.Cəfərov qeyd edirlər ki, onlar digər dil vahidlərindən fərqli olaraq, tamamilə dəyişmiş mənaya malik olan söz qruplarıdır. Onlar motivlənməyəndilər, yəni onların mənası tərkib hissələrinin mənalarından ibarət deyildir, məcazlaşma prosesinə uğrayıblar. Daha sonra müəlliflər deyilənləri sübuta yetirmək üçün nümunə kimi aşağıdakı misalları çəkirlər: *to come a cropper* – “fəlakətə uğramaq”, *neck and crop* – “tamamilə, bütün”, *at sixes and sevens* – “çaş-baş halda”, *to set one's cap at smb.* – “bir kəsin diqqətini cəlb etmək” [36, s.61].

Qeyd etmək lazımdır ki, frazeologiya bəhsi ilk dövrlərdə məhz frazeoloji qovuşmaları (idiomları) öyrənməyi qarşısına məqsəd qoymuşdu. Sonralar bu sahədə elmi axtarışların genişləndirilməsi frazeologiya anlayışının hüdudlarının genişləndirilməsinə gətirib çıxardı.

V.V.Vinoqradov idiomları frazeoloji ifadələrdən fərqləndirirdi: “İdiomlar ifadələrdən tərkibindəki komponentlərin semantik və leksik fərdiliyinin olmaması ilə fərqlənir. İfadələr isə sözün tamamilə müstəqil birləşmiş formalarıdır” [63, s.24]. Rus

dilçisi N.N.Amosova da dilin frazeoloji sisteminin frazeoloji ifadə və idiomlardan ibarət olması fikrini təsdiqləyirdi [51, s.92].

Tanınmış dilçi A.İ.Alyoxina frazeologiyanın frazeomatika və idiomatika aspektlərində tədqiq etməyi təklif edir. O, “Frazeoloji vahid və söz” adlı monoqrafiyasında dilin frazeoloji sisteminin əşya məzmunlu substantiv idiomlar, keyfiyyət idiomlarından ibarət funksional-semantik təsnifi vermişdir [50, s.90].

Ənənəyə görə, başqa dilə dəqiq tərcümə oluna bilməyən dil vahidləri idiomlara aid edilir. İdiomun bu cür başa düşülməsi də onun həcmnin genişləndirilməsinə şərait yaratmışdır. Beləliklə, *idiom* termini ayrıca sözlərlə [6, s.169] yanaşı, bütöv ifadələrə də [82, s.95] şamil edilmişdir. Maraqlı burasıdır ki, *idiom* terminini yalnız sabit söz birləşmələrinə aid edən alimlər arasında da fikir birliyi yoxdur. Məsələn, L.A.Bulaxovski bu terminlə V.V.Vinoqrqadovun frazeoloji bölgüsünə daxil olan *frazeoloji birikmə* (фразеологическое сращение), *frazeoloji vəhdət* (фразеологическое единство) və *frazeoloji birləşməni* (фразеологическое сочетание) nəzərdə tutur [61, s.32]. İ.İ.Çernışova isə idiomu *frazeoloji vəhdət* (фразеологическое единство) adlandırır [92, s.39]. V.V.Vinoqrqadov “idiom” termini altında yalnız *frazeoloji birikmələri* (фразеологические сращения) nəzərdə tutur [63, s.121].

Frazeoloji birikmələri frazeoloji bitişmə ilə eyniləşdirən M.D.Qorodnikova onları *idiom* adlandırır [67, s.19].

C.Seydl və V.Makmordi ümumi mənası birləşməni əmələ gətirən sözlərin ayrılıqda mənələrindən tam fərqli olan söz birləşməsini “idiom” adlandırırlar [45, s.4].

İdiomatikanın frazeologiyaya münasibətindən bəhs edərkən bəzi müəlliflər məcazi mənada işlədilən sadə sözləri, bəziləri isə hətta mürəkkəb sözləri də idiom hesab etmişlər. Məsələn, A.A.Reformatski frazeologiyadan danışarkən frazeologiyanın leksikləşmiş söz birləşmələrindən və idiomlardan ibarət olduğunu yazır [82, s.96]. Onun fikrincə, idiom yalnız leksikləşmiş söz birləşmələrindən deyil, həm də məcazi mənada işlədilən sözlərdən ibarət ola bilər. Müəllif buna misal olaraq *заяц* sözünü göstərir və yazır ki, bu söz *biletsiz sərnişin* mənasında işlədildikdə idiom olur [82, s.93].

Bir qisim dilçilər (L.Mişiq, J.Temertseren, T.Paqba, Ç.Luvsanjav və başqaları) əsas əlamət kimi frazeoloji vahidlərin müəyyən bir formada möhkəmləndiyini, həddindən artıq yüksək sabitliyə malik olduğunu, onların qrammatik quruluşunda – söz sırasında dəyişikliklərin qeyri-mümkünlüyünü, ümumi mənanın ayrı-ayrı komponentlərin mənalardan irəli gəlmədiyini, sözə semantik ekvivalent olduğunu və idiomatik birləşmələrin sözbəsöz tərcümə oluna bilməmələrini qeyd edirlər [79, s.25].

Buna Azərbaycan dilçiliyində də rast gəlirik. Ə.Dəmirçizadə idiomların quruluşca növlərindən biri kimi bəzi sözləri “idiomatik sözlər” adlandırır və belə sözlərin çox məhdud sayda olduğunu qeyd edir. Tədqiqatçı onları məcazi mənalı sözlərin üslubi məqsədlə işlədilməsi kimi təqdim edir [6, s.198].

Azərbaycan dilçiliyində müəlliflərin bir qismi bəzi sözləri idiom hesab etsələr də, onları həm də frazeoloji vahid kimi nəzərdə tuturlar. Məsələn, S.Murtuzayev *karxana, dəftərxana* sözlərini termin səciyyəli frazeoloji vahid hesab etmişdir [16, s.12].

S.Cəfərov *qılıncyarpaq, atbasar, atlıqarışqa, dəvəquşu* kimi bir sıra sözləri frazeoloji vahidin növlərindən biri kimi gah “sabit idiomlar” [5, s.74], gah da “qovuşma idiomlar” adlandırır [5, s.99].

M.Hüseynzadə də *dargöz, qaraqabaq, əliaçıq, gözütöx, qocafəndi* kimi sözləri əslində frazeoloji vahid olan *əldən düşmək, qoltuğunun altına vermək* kimi dil vahidləri ilə bir sırada tutmuşdur [12, s.32].

M.Mirzəliyeva frazeoloji vahidlərin kateqorial əlamətlərindən bəhs edərək yazır: “Frazeoloji vahidlərin ən əsas kateqorial əlamətlərindən biri də idiomatiklikdir. Bu bütün dilçilər, eləcə də türkoloqlar tərəfindən qəbul edilmiş ənənəvi əlamətdir” [15, s.20]. Daha sonra müəllif əlavə edir: “İdiomatiklik zamanı birləşmə və cümlənin mənası onu əmələ gətirən sözlərin mənalardan ayrılır. İdiomatikliyin müəyyənedici xüsusiyyəti kimi bəziləri komponentlərdən birinin məcazlaşmasını, bəziləri isə birləşmənin semantik bütövlüyünü, sözə ekvivalentliyini əsas götürür. Görünür, idiomatiklik frazeoloji vahidlərin əsas aparıcı xüsusiyyəti, onların mövcudluğunu şərtləndirən həlledici amil olduğundan “frazeologizmlər” ifadəsi ilə “idiomlar”

ifadəsi arasında dilçilikdə çox zaman bərabərlik işarəsi qoyulur və onlar haradasa, sinonim sözlər kimi çıxış edirlər” [yənə orada]. Bu fikrə Y.A.İvannikovanın məqaləsində də rast gəlmək olar: “Doğrudan da, idiomatiklik meyarı frazeoloji vahidlərin təsnifatında mövcud olan qeyri-müəyyənlikdən, yaygınlıqdan yaxa qurtarmağa imkan verir” [73, s.73].

Sözdəki semantik dəyişmə ilə bağlı N.M.Şanski yazır: “Dilin semantik səciyyəli mənə vahidlərinin inteqrasiya qaydalarından uzaqlaşması çox zaman sözün səviyyəsi ilə bağlı olur. Bu özünü onda göstərir ki, birləşən komponentlər semantik müstəqilliyini itirir, onlara məxsus mənələrdən məhrum olur. Bu isə dilçilikdə idiomatiklik adlanan hadisəyə səbəb olur” [95, s.11-12]. Bu fikir öz təsdiqini M.Mirzəliyevanın monoqrafiyasında da tapır: “İdiomatikliyin əsl mahiyyəti budur ki, bütöv dil vahidinin (söz, birləşmə və cümlənin) ümumi mənası onu əmələ gətirən hissələrin mənalarına parçalana bilmir” [15, s.101].

Apardığımız qısa təhlildən sonra məlum əlamətləri nəzərə alaraq idioma aşağıdakı tərifini vermək olar:

Tərkibindəki sözlərin hər hansı birinin ayrılıqda daşdığı mənə arasında heç bir yaxınlıq, hətta daxili potensial mənə əlaqəsi olmayan, komponentləri məcazi mənə daşıyan, daşlaşmış, üzvlərinə ayrılmayan, vahid şəkildə birikmiş, bütöv və komponentləri variasiyaya uğramayan, bir dildən başqa bir dilə dəqiq tərcümə edilməyən sabit söz birləşmələrinə idiomlar deyilir.

Beləliklə, deyilənləri ümumiləşdirərək demək olar ki, idiomlar onları təşkil edən ayrı-ayrı komponentlərin öz mənələrindən uzaqlaşaraq bütöv vahidin tərkibində bir ümumi mənə bildirmək üçün bir-birinə qovuşmuş ifadələrdir. Belə ifadələr semantik və sintaktik cəhətdən bölünməzdir. Məsələn, *to bark to the moon* ifadəsi “aya it kimi hüzmək” mənasını vermir. Bu ifadə “boş-boşuna danışmaq” mənasında işlənmişdir.

İdiomların tarixi aspektdə elmi araşdırılmasının olmaması, mükəmməl diaxron tədqiqata cəlb edilməməsi sinxron idiomların inkişafına mənfi təsir göstərir. Sözsüz ki, tarixi əlaqə və münasibətlərin aşkarlanmaması idiomların frazeologiyanın bir sıra nəzəri problemlərinin həllində çətinliklərin meydana gəlməsinə şərait yaradır. Dilçilərin yekdil rəyinə görə, dilin idiomatik sistemi mövcuddur və o daima

inkişafdadır. Bəlkə elə buna görə də, hər bir idiomda müasirliklə keçmişin, diaxroniya ilə sinxroniyanın vəhdətini aydın görürük. Belə ki, idiomların müstəqim mənası bədii və canlı danışmaq dilində daha qabarıq üzə çıxır. Çünki idiomları təşkil edən sözlər, daha dəqiq desək, onun söz səciyyəsi idiomların bütöv mənasına təsirini göstərir.

İdiomların tarixi-müqayisəli araşdırılması zamanı, sözsüz ki, yalnız ayrı-ayrı şair və yazıçıların yaradıcılığına müraciət etməklə kifayətlənmək olmaz. İdiomların başvermə şəraiti, təşəkkülü və inkişafı prosesinin elmi səciyyəsini, elmi izahını vermək üçün mütləq ayrı-ayrı dövrlərin idiom sistemi tədqiq edilməlidir. Təəssüf ki, bu gün biz idiomların əmələgəlmə şəraiti, inkişaf tarixi, eləcə də onların varlığını şərtləndirən amillər haqqında söz açanda, idiomların müxtəlif inkişaf mərhələlərində uğradıqları semantik və leksik-qrammatik dəyişikliklər barədə fikir və mülahizələrimizi yürüdəndə yalnız ayrı-ayrı lüğətlərə, bəzən də bəzi yazıçı və şairlərimizin əsərlərinin dili ilə bağlı dilçilik araşdırmalarına müraciət etməli oluruq. Şübhəsiz ki, bu o qədər də kifayət etmir və istənilən nəticəni almağa imkan vermir.

İngilis dili minillik tarixə malikdir və bu dildə çoxlu sayda idiomların olması və diskursda geniş şəkildə istifadəsi onların öyrənilməsinin əhəmiyyətindən xəbər verir. İdiomların semantik, morfoloji, sintaktik xüsusiyyətləri ilə əlaqədar olaraq bir sıra tədqiqatlar aparılsa da, deyilən fikirlər bir-birindən fərqlənir. Məsələn, Ç.Hokket hesab edirdi ki, “İdiom mənanın mövcud strukturu əsasında müəyyən edilməsi mümkün olmayan tək morfem və ya mürəkkəb formadan ibarət qrammatik formadır” [37, s.172].

A.Makkey isə Ç.Hokketin təsnifatından fərqli olaraq tək morfemli sözləri idiom kimi qəbul etmir. O, iki və ya daha artıq morfemdən ibarət vahidləri idiom hesab edir. A.Makkey idiomatik ifadələri qruplaşdıraraq, idiomları “frazeoloji idiomlar” (*“phraseological idioms”*) adlandırır [40, s.24].

O göstərirdi ki, bu tip birləşmələrdə tərkib hissələrin mənası ilə bütöv konstruksiya arasında az əlaqə vardır və mənanın qeyri-aydınlığı onun idiomatikliyinə yüksək göstəricisidir. Ona görə də frazeoloji birləşmələrdən fərqli

olaraq onların öyrənilməsi daha mürəkkəbdir. Belə birləşmələr həm hərfi, həm də idiomatik şəkildə anlaşıla bilər.

İdiomlarda mənə bütövlüyü, semantik, leksik və sintaktik sabitlik əsas şərtlərdəndir. Leksik sabitlik komponentlərin daimiliyinə, sintaktik sabitlik isə tərkib üzvlərin sıracı dəyişilməz qalmasına əsaslanır. Struktur sabitliyi idiomların tərkibcə dəyişməməsi ilə bağlıdır, əgər o dəyişdirilərsə, söz idiom ifadə etmə xüsusiyyətindən çıxır. İdiomlarda mənə bütövlüyü isə tərkib üzvlərin leksik mənasının zəifləməsi nəticəsində əmələ gəlir. Bu halda söz öz nominativ funksiyasını itirərək digər sözlərlə məcaziləşmiş mürəkkəb vahid kimi çıxış edir.

İdiomlar mənənin qüvvətlənməsi üçün müəllifin ifadə etdiyi ən təsirli vasitələrdəndir. İdiomlar mətnə ifadəlilik verir. Onlar dilin leksik vahidlərindən fərqli olaraq daha mürəkkəb kommunikativ vahidlərdir. Semantik cəhətdən idiomlar öz bütövlüyü ilə xarakterizə edilirlər, sintaktik cəhətdən isə bir-birinə uyğun olmayan müxtəlif sözlərin birləşməsi ilə fərqlənilirlər.

Hər bir idiomun özünəməxsus yaranma tarixi vardır. Onlar xalqın həyat və yaşayış tərzini, dini təsəvvürləri, dünyagörüşləri, sənət və peşələri ilə əlaqəli yaranmışlar və müasir dövrümüzdə belə yaranmaqdadırlar. Hər hansı bir idiomun tarixinə nəzər saldıqda həmin idiomun ilkin olaraq hərfi mənada istifadə üçün yarandığını, zaman keçdikcə məcazi və ya idiomatik mənə kəsb etdiyini görmək olar. Məsələn:

Dressed to a tea – idiom kimi “geyiminə xüsusi diqqət yetirən şəxs” mənasını ifadə edir. Qədim dövrlərdə (Victorian era) rəsmi çay mərasimləri təşkil edildiyi zamanlarda dəvət olunanlar öz geyimlərinə xüsusi diqqət yetirərdilər və bu idiom ilkin zamanlarda *dressed for a tea* və ya *dressed to go to a tea* kimi hərfi mənada işlənirdi.

*Beware any salesman that is dressed to a tea, smiles too much, and talks fast.*²

İdiomları mənşəyinə görə iki qrupa ayırmaq olar: xalis (əsl) idiomlar və alınma idiomlar.

² <http://www.pride-unlimited.com/probono/idioms 1.html>

Xalis (əsl) idiomlar milli səciyyəli olub, tərkib hissələri həmin dilin sözlərindən ibarətdir. Belə idiomlar xalqın qədim və zəngin söz xəzinəsinə əsaslanır. Buraya xalqın yaratdığı, hər kəs tərəfindən işlədilən və anlaşılan idiomlar, eləcə də müxtəlif şair və yazıçılar tərəfindən dilin imkanlarından istifadə edilən idiomları aid etmək olar. Rəvayətlər və əfsanələr, nağıllar (*English fairy tales, Hans Christian Andersen* və s.), xristianların müqəddəs kitabı olan “İncil”, bədii ədəbiyyat nümunələri və s. dilin idiomatik ifadələrlə zənginləşməsində əsas mənbələrdəndir.

Alınma idiomlarda tərkib hissələrdən biri və ya bütöv hissəsi başqa dillərdən götürülə bilər. Bir çox hallarda xalqların bir-biri ilə əlaqəsi və sıx əməkdaşlığı sayəsində istifadə edilərək dilin lüğət tərkibinə daxil olur. Məsələn: *feel like a million dollars* (özünü xoşbəxt hiss etmək), *run amok* (özündə olmamaq, qəzəbdən aqlını itirmək, nə etdiyini bilməmək) və s.

Mənşə baxımından digər frazeoloji birləşmələr kimi ingilis dilindəki idiomların da böyük bir qismi “İncil” kitabı və V.Şekspirin əsərləri nəticəsində ortaya çıxmışdır. Bundan başqa bir çox şair və yazıçılar da öz əsərləri ilə bir sıra idiomlar və digər frazeoloji birləşmələrin ortaya çıxmasına şərait yaratmışlar. Ç.Dikkenz, C.Milton, C.Svift, C.Çoser, C.Q.Bayron, S.Conson və bir sıra digər yazıçıların əsərləri buna barız nümunələrdəndir.

Nəzərə almaq lazımdır ki, qrammatik cəhətdən özünəməxsusluğu ilə fərqlənən idiom daxilindəki sözlər həm morfoloji, həm də sintaktik baxımdan öz qeyri-adiliyi ilə maraq doğururlar. Məsələn, bəzi hallarda forma baxımından sifət, feil, sözləri isim kimi işlənə bilirlər: *at large* – “azadlıqda olmaq”, *on the cheap* – “ucuz, dəyəridən aşağı qiymətə”, *make merry* – “şənlənmək”, *on the loose* – “həbsxanadan qaçan, azadlıqda olan”, *through thick and thin* – “çətinliklərə baxmayaraq”, *in the know* – “xəbəri olmaq, bilmək”, *on the mend* – “sağalmaq, yaxşılaşmaq”, *the haves and have-nots* – “varlılar və yoxsullar”, *the do's and dont's* – “qaydalar” (feil isim kimi), *the back of beyond* – “uzaq və tənha yer”, *the ins and outs* – “detalları ilə, xırdalıklar” (sözləri isim kimi). Belə idiomlar omonim konstruksiyası olmayan idiomlardır. Onlar dilin qayda-qanunlarına tabe olmayan birləşmələrdir və dildə qrammatik cəhətdən bir nizamsızlıq yaradırlar.

Bundan başqa idiom daxilində sayılmayan isimlər sayılan (*the shifting sands* – “dəyişkən vəziyyət”, *split hairs* “lazımsız, əhəmiyyətsiz şeylərə diqqət yetirən”, *in deep waters* – “çətinlikdə”, *in all weathers* – “hər havada, pis və yaxşı havada”, *beat/scare the daylights out of somebody* – “kimi isə əzişdirmək, kimi isə bərk vurmaq və ya qorxutmaq” və s.) və ya əksinə sayılan isimlər sayılmayan isimlər kimi (*play ball with somebody* – “başqalarına yardım etmək”, *be no good to man or beast* – “yararsız olmaq”, *man to man* – “dürüst və ciddi şəkildə, kişi kimi”, *put pen to paper* – “yazmaq və ya nəyi isə yazmağa başlamaq”, *the light of day* – “ortaya çıxmaq” və s.) işləyə bilər. Ümumiyyətlə, idiomlar semantik cəhətdən bütöv kimi, sintaktik cəhətdən isə müxtəlif sayda sözlərin birləşməsi kimi götürülərək təhlil olunurlar.

1.2. İdiomlar linqvistik tədqiqatlarda

Təkcə idiomlar deyil, ümumilikdə dilin frazeoloji vahidlərinin öyrənilməsi bir çox dilçilərin tədqiqat işlərində geniş şəkildə işıqlandırılmışdır. Bunlardan xüsusilə Ş.Balli, V.Vinoqradov, N.Amosova, A.Kunun frazeologiya, eləcə də sırf idiomlar barədə təsnifatları, söylədikləri fikirlər frazeologiya sahəsinin ilkin tədqiqində böyük rol oynamışdır.

V.Vinoqradovun məna növləri haqqında təlimi isə, xüsusilə də sözlərin sərbəst və asılı mənalarını fərqləndirməsi frazeologiya nəzəriyyəsinə böyük təsir göstərmişdir. O, rus dilinin materialı əsasında frazeoloji vahidləri üç qrupa bölmüşdür: frazeoloji qovuşmalar, frazeoloji bitişmələr və frazeoloji birləşmələr [63, s.140-161].

Frazeologiyanın transdilçilik təbiətindən bəhs edən K.Abdullayev və İ.Həmidov yazırlar: “Frazeoloji vahidlərin sabitliyi həmin vahidlərin nitqdə əsrlər boyu dəyişməz şəkildə işlədilməsi ilə yaranır. Bu prosesdə böyük həcmli mətnlər (atalar sözləri və s.) ixtisar olunaraq, frazeoloji vahid şəklinə düşür (*Он бьет баклуши, а ты развесил уши; Собаку съел, а хвостом подавился*)” [49, s.150].

Elmi ədəbiyyatdan məlumdur ki, ingilis dilinin frazeologiyası bu dilin daşıyıcıları olan alimlər tərəfindən indiyə qədər kifayət qədər sistemli şəkildə öyrənilməmişdir. Təsadüfi deyildir ki, bu münasibətlə N.N.Amosova yazır: “İngilis və amerikan dilçiliyində bu dilçilik təlimi ümumiyyətlə yoxdur... İngilis və amerikan dilçiliyində idiomatika probleminin elmi cəhətdən işlənməsi bəzi “ifadələr” lüğətində, yaxud dil üzrə praktik vəsaitlərdə giriş xarakterli qeydlərlə məhdudlaşır” [51, s.11]. İngilis dilinin frazeologiyasının tədqiqi daha çox N.N.Amosova, A.V.Kunin, İ.V.Arnold, A.İ.Alyoxina, N.D.Şmelyov kimi rus alimlərinin adı ilə bağlıdır.

N.N.Amosova özünün məşhur “İngilis frazeologiyasının əsasları” kitabında frazeologiyaya aid tədqiqatların prinsiplərini belə müəyyənləşdirmişdir:

- 1) frazeoloji materialın öyrənilməsinin ilk mərhələsi sinxron xarakterli olmalıdır;
- 2) frazeoloji materialın araşdırılması metodu mümkün qədər obyektiv olmalıdır;
- 3) bu metod seçilərkən həmin dilin konkret özünəməxsusluğuna üstünlük verilməlidir;
- 4) ingilis dili analitik struktura malik olduğuna görə bu dildə söz birləşmələrinin komponentləri arasında əlaqənin özünəməxsusluğu nəzərə alınaraq sözlərin konseptual əlaqəsi ön plana çəkilməlidir;
- 5) araşdırmaların hər bir mərhələsində kontekstual metod nəzərə alınmalıdır [51, s.20].

A.Kuninin fikirləri də frazeologiya elminin formalaşmasında öz töhfəsini vermiş və bu sahədə ən çox istinad edilən mənbələrdən olmuşdur. Kunin frazeologiyanın üç bölmədən ibarət olduğunu söyləmişdir: idiomatika, idiofrazeomatika (semi-idioms) və frazeomatika [76, s.122-123]. Həmçinin, A.Kunun tərcümə nöqtəyi-nəzərdən ingilis dilində bütün mövcud frazeoloji vahidləri iki qrupa: rus dilində ekvivalenti (qarşılığı) olan və ekvivalenti olmayan frazeoloji vahidlərə bölürdü.

Qeyd edək ki, bir çox birləşmələr həm hərfi, həm də idiomatik mənada istifadə olunur. Lakin onlar, Kuninin də fikirlərinə müvafiq olaraq, yalnız idiomatik mənada götürüldüyü zaman frazeologiyanın tədqiqat obyektinə cevrilməlidirlər. Əgər biz *be careful or you'll break your leg* cümləsində *break a leg* birləşməsini hərfi mənada

götürsək, burada frazeoloji vahid kimi deyil, cümlə yaratmaq məqsədilə müvafiq sözlərin birləşdiyini, tərkib sözlərin hər birinin mənasının aydın şəkildə anlaşıldığını görmüş olarıq. Məcəzi mənada isə *Break a leg in your game today* cümləsi³ daxilində “uğurlar, uğur qazanmaq” mənası ifadə olunduğu zaman birləşmə idioma çevrilir, çünki cümlənin ümumi mənası tərlibindəki sözlərin ayrı-ayrılıqda mənasına əsaslanmır. Bu yöndə yanaşıldıqda V.Vinoqradovun frazeoloji birikmə və frazeoloji bitişmə adlandırdığı qrupları həm hərfi, həm də məcazi mənə ifadə etmə xüsusiyyətlərinə görə eyni bir qrupda təsnif etmək olar. Bu xüsusiyyətə əsaslanaraq idiomlarda aşağıdakı bölgünü apara bilərik:

1. Tərkibindəki sözlər cümlədən asılı olaraq hərfi və ya məcazi mənada ifadə olunan idiomlar (*to have a bee in one's bonnet* – “fikrində daim nəyinsə olması, nəyinsə daim kimi isə narahat etməsi”, *be walking on thin ice* – “riskli və ya təhlükəli vəziyyətdə olmaq”).

2. Tərkibindəki sözlər yalnız idiom şəklində anlaşılan, hərfi mənaya malik olmayan, semantik, sintaktik cəhətdən uyğunluq təşkil etməyən sözlərin birləşməsindən ibarət idiomlar (*foot the bill* – “hesabı ödəmək”, *take something at face value* – “nəyi isə olduğu kimi qəbul etmək”).

R.Qibbs və bəzi digər alimlər idiomların “ölmüş metaforalar”dan əmələ gəldiyini söyləyirlər – yeni idiomların zaman boyunca öz metaforikliyi itirərək, hazırda daşlaşmış semantik vahidlər kimi işləndiklərini göstərirlər [33, s.141-154]. Digər tərəfdən isə Q.Nanberq müxtəlif səpgili tədqiqatları ilə idiomların daxili sytruktura malik olduğunu və daxili strukturun idiomatik mənə ilə idiomu təşkil edən tərkib hissələr arasındakı əlaqəni əks etdirdiyini sübut etməyə çalışmışdır [42, s.182].

Ümumiyyətlə, idiom tədqiqatında üç dövrü ayıra bilərik. I dövr, yəni XX əsrin əvvəllərində xüsusilə strukturalizm cərəyanının nümayəndələri idiomları dilin qrammatik qaydalarına uyğun gəlməyən qeyri-adi, istisna fonemlər kimi adlandırırdılar və idiomların tədqiqi çox geniş vüsət almamışdı.

³ www.pride-unlimited.com/probono/idioms.1.html

L.Blumfild, N.Xomski və digər alimlər idiomlarla əlaqəli fikirlər irəli sürsələr də, məsələyə dərinlən yanaşılmamışdı. Buna baxmayaraq, onların tədqiqatında idiomların gələcək tədqiqi ilə bağlı mühüm fikirlər ortaya atılmışdır.

İdiomlarla bağlı tədqiqatın II dövrü 50-ci ildən 90-cı ilə qədər olan dövr hesab edilir. Bu dövrdə idiom nəzəriyyəsinin, eləcə də frazeologiyanın əsasları ilə əlaqəli mühüm xüsusiyyətlər ortaya çıxmışdır. Bu dövrdə V.Kunin, N.Amosova, C.Hokkit, U.Vaynrayx, B.Freyzer, F.Nyumeyer, U.Çeyf və digərləri öz tədqiqatları, idiomla əlaqəli fikirləri ilə idiom tədqiqinin əsasını qoymuşlar. Bu dövrdə idiomlarda mümkün ola biləcək hər hansı bir dəyişiklik, onların sintaktik xüsusiyyətlərinin araşdırılması, idiomlarda baş verə biləcək dəyişikliyin hansı prinsiplərə əsaslandığını müəyyən etmək xüsusilə göz önündə tutulurdu.

Lakin idiom tədqiqində çətinlik törədən yalnız onların məruz qaldığı dəyişikliklər, sintaktik xüsusiyyətlər olmamışdır. Müasir dövrdə idiomlarla əlaqəli aparılan bir çox tədqiqatlar idiomlarda forma və məna arasındakı əlaqə probleminin, onların anlanmasını daha səmərəli edən vasitələrin, amillərin ortaya çıxarılması səpgisində olmuşdur. Bu baxımdan idiom tədqiqatının III dövrü xüsusilə pragmatik psixolinqvistik tədqiqatların aparılması ilə böyük maraq doğurur. Aparılan psixoloji tədqiqatlar idiomların mənasını dərk etmək, onların öyrənilməsini daha səmərəli etmək istiqamətindədir. Buradakı tədqiqatlar eksperimentlər şəklində öz əksini tapmışdır.

Psixolinqvistlər öz nümunə və təcrübələrini dilçilərin idiomlar barədə olan fakt və təhlilləri əsasında yaradaraq, öz növbəsində dilçilik nümunələrini də psixoloji araşdırmalarla təmin edirlər. D.Dobrovolski, R.Qibbs, C.O'Brayen, Q.Nanberq, İ.Saq, T.Vasov və digərləri idiomların psixoloji baxımdan tədqiqində öz yanaşma tərzləri ilə fərqlənirlər.

İdiom leksikonda necə ifadə edilir? İdiomun leksikonda digər sözlərlə əlaqəsi necə olur? Psixolinqvistlər üçün idiomların leksikondan necə və hansı məqamda üzə çıxması kimi xüsusiyyətlərini bilmək çox vacibdir.

Ənənəvi dilçilik daxilində bu suallara cavab tapmağın qeyri-mümkünlüyü, eləcə də əldə edilməyən nailiyyətlərin ortaya çıxarılması məqsədi ilə irəli sürülən koqnitiv

metod dilçilik sahəsində yeni bir istiqamətin – “koqnitiv dilçilik” sahəsinin inkişafına təkan vermişdir. İdiom və bir sıra digər frazeoloji vahidlərin tədqiqinə koqnitiv yanaşma dilin inkişafına yeni bir baxış kimi qiymətləndirilə bilər.

İdiomun müəyyən semantik xüsusiyyətləri, sintaktik təbiəti ənənəvi təhlil daxilində izahedilməz qalır, bu isə onları daşlaşmış elementlər kimi götürməyə bizi meyilli edir. Lakin koqnitiv dilçiliyə müraciət etməklə biz linqvistik strukturların izahını konseptual strukturlar çərçivəsində araşdıraraq qeyri-adi istifadənin səbəbini müəyyən etməyə cəhd göstəririk. Koqnitiv yanaşmanı dilçilik tədqiqatlarından fərqləndirən əsas xüsusiyyət də ondan ibarətdir ki, burada konseptual strukturların mövcudluğu ideyası irəli sürülür. Koqnitiv dilçiliyə görə hər bir linqvistik struktur müvafiq konseptual struktura əsaslanır və təhlil zamanı müvafiq olaraq onlara müraciət edilməlidir.

İdiomların təhlil edilə bilən mənalı vahidlər olması onun tərkib hissələrinin mənasının ifadə olunan məna ilə əlaqəsini göstərir. C.Lakoffun fikirləri bu baxımdan çox mühüm əfəmiyyət kəsb edir. O, tədqiqatlarında təsəvvürün dildə, xüsusilə də idiomlarda mühüm rol oynadığını sübut etməyə çalışmışdır. C.Lakoff insan təsəvvürü, onun şüurunda formalaşan obrazın təkcə yeni idiomların yaranmasında deyil, eləcə də köhnə idiomların anlaşılmasında da mühüm rolunu əsas tutaraq, bu istiqamətdə irəliləmişdir [38, s.46].

R.Qibbs və C.O’Brayen də konseptual metaforalar vasitəsilə idiomların semantik şərhinin mümkünlüyünü, habelə sintaktik cəhətdən parafraza uyğunluğunu müəyyən etməyə çalışmışlar. C.Lakoffun fikirlərini sınaqdan keçirmək üçün R.Qibbs və C.O’Brayen oxşar eksperimentlər keçirmişlər və yenidən təsəvvürün rolu ortaya çıxmışdır [34, s.38].

İdiomlar özünəməxsus stereotiplər kimi də dərk edilir. Məsələn, “*plain sailing*” (dəniz. “loksodromiya üzrə üzmək”; loksodromiya – eyni bucaq altında bütün meridianlardan keçən xətt. Hər zaman eyni istiqamətdə üzən gəmi loksodromiya üzrə gedir. Bu səyahət böyük çətinlik törətmir.), idiomun mənası – “sadə, asan iş”; *take the wind out off smb’s sails*” (dəniz. “küləyi almaq” (hər hansı gəminin külək əsən

tərəfində olmaq), idiomun mənası – “kimisə çıxılmaz vəziyyətdə qoymaq; kiminsə planlarını pozmaq”.

“Yes”, said Kemp, “that is *plain sailing*. Any schoolboy nowadays knows all that” [124, s.39].

The answer was so cool, so rich in bravado, that somehow it *took the wind out of his sails* [117].

Metaforik əsasda yaradılan obraz sabitdir, digər sözlə idiomatika üçün obrazlı metafora xarakterikdir.

Metonimiya nitq adresatına obyekt müəyyənləşdirməyə, onu müşahidə olunan sahədə ayırmaq, onunla yanaşı olan predmetlərdən fərqləndirmək imkanı verərək, fərqi xüsusiyyətə diqqət yetirir.

Məsələn, “*in dry dock*” (dəniz. “quru bərədə”), idiomun mənası – “işsiz”; “*a flag of distress*” (dəniz. “fəlakət bayrağı”), idiomun mənası – “həyacan signalı”.

June found herself *in dry dock*, and likely to remain there [108].

He has got consumption, poor fellow, though he doesn't know it... That flush of his cheeks is a very significant *flag of distress*.

Ümumiyyətlə, bu və ya digər oxşar eksperimentlərin keçirilməsi nəticəsində metafora, metonimiya, insanın gerçək aləmdə baş verən hadisələri təsvir etmə qabiliyyəti kimi koqnitiv amillər vasitəsilə idiomla onun mənası arasında əlaqə yarandığı müəyyən edilmişdir. Əlbəttə bütün idiomları metaforalar/metonimiyalar əsasında dərk etmək mümkün deyildir. İdiomun mənasının nəyəsə əsaslandığını demək tamamilə onun mənasını açmaq da deyildir. Biz mənanı təxmin edə bilərik, lakin bu mənanın tamamilə düzgün olacağı anlamına gəlmir. Bəzən bizim idiomun verdiyi məna bərədə heç bir təsəvvürümüz olmaya da bilər (*chew the fat, kick the bucket*). Bu tip idiomlar (əsl idiomlar) ingilis dilində ən mühüm misallardandır.

Aparılan müxtəlif səpgili eksperimentlərə də əsaslanaraq söyləyə bilərik ki, idiomlar psixoloji aspektdən yanaşıldıqda leksik, struktur cəhətdən bir-biri ilə əlaqəsi olmayan uzun sözlər kimi deyil, daxili sintaktik və semantik struktura malik mənalı birləşmələr kimi nəzərdən keçirilməlidirlər.

İdiomlar barədə müxtəlif səpgili yanaşmaları da göz önündə tutaraq tədqiqat işinin ikinci fəslində bununla əlaqəli məsələyə aydınlıq gətirilmiş, idiomlar semantik, sintaktik cəhətdən təhlil edilmiş və hansı koqnitiv amillərin idiomların anlaşılmasına zəmin yaratdığı mümkün dərəcədə müəyyən edilmişdir.

II FƏSİL

İNGİLİS DİLİ İDİOMLARININ SEMANTİK, SİNTAKTİK VƏ KOQNİTİV CƏHƏTDƏN ARAŞDIRILMASI

2.1. İngilis dili idiomlarının semantik təhlili

İdiomların semantik xüsusiyyətləri diqqəti cəlb edən mürəkkəb dilçilik məsələlərindən biridir. Mürəkkəbliyin idiomun mənasının onun komponentlərinin leksik mənalardan fərqlənməsi və fərqlənmə səbəblərindən doğur. İdiomu təşkil edən komponentlər bir-biri ilə müxtəlif semantik münasibətlərdə olur. Komponentlərin sayı artdıqca semantik münasibətlərin dairəsi genişlənir. “Frazologizmləşmə prosesinin nəticəsində sərbəst söz birləşmələrinin komponentləri öz mənalərini itirir və birləşərək bütöv bir mənanın meydana çıxmasına xidmət edir. Bununla da, yeni keyfiyyətli bir dil vahidi yaranmış olur” [15, s.92].

Frazologizmlərin, o cümlədən də idiomların komponentlərinin öz mənalərini itirməsi, yaranmış dil vahidinin bütün komponentlərinin semantik əlaqə və münasibətlər zəminində tam təşkil edərək yeni məna kəsb etməsi mürəkkəb səciyyə daşıyır. Burada komponentlərin ayrı-ayrılıqdakı mənaları, onların bir-biri ilə semantik bağlılığı da, şübhəsiz, yeni mənanın yaranmasında müəyyən rol oynayır. Əks təqdirdə, dilin hər bir leksik vahidi əsasında idiomlar yaratmaq mümkün olardı. İdiomlar əsasında aparılmış tədqiqatlar isə göstərir ki, idiomatik birləşmələrdə işlənən leksik vahidlər müəyyən qruplar şəklində birləşə bilər. Müxtəlif sistemli dillərdə həmin xüsusiyyət özünü, demək olar ki, eyni şəkildə göstərir və ondan irəli gəlir ki, idiomatik vahidin yaranması müxtəlif dil kollektivlərində eyni prosesə məruz qalır. Bu, dil vahidinin hazır şəkildə nitqdə sabitləşməsi və möhkəmlənməsi prosesidir [84, s.14].

İdiomatik vahidlərin semantikasi komponentlərin semantikasi ilə müəyyən şəkildə bağlı olur. Lakin bu semantik bağlılıq üzəməz, dərinədə gizləyir. Bütövün hissələri, yəni komponentləri öz aralarında müəyyən şəkildə bağlanır və bu bağlılıq o dərəcədə möhkəm olur ki, hətta komponentlərin sabit mövqedə durmasına imkan

yaradır. Komponentlərin sayının artması bütövün mənasına çox az hallarda təsir göstərir. Əslində, idiomun ifadə etdiyi məna onun komponentlərinin sayından asılı olmur. Lakin eyni vahidin genişləndirilməsi, ona yeni komponentin əlavə edilməsi mənanın əlavə çalarının yaranmasına səbəb olur. Məsələn, ingilis dilində tərkibində *dog* (“it”) sözü olan idiomlar çoxluq təşkil edir. Bu idiomlar arasında semantikasına görə Azərbaycan dilindəki *it kimi tutmaq*, *it kimi qapmaq* birləşmələrinin semantikasi ilə eyni olanları vardır. Məsələn, *a dog in the manger* (“başqasına imkan verməyən”, “hamını qapan”, “hamını acılayan”). *We have got to celebrate. This is a big night for us. Don't be a dog in the manger.*

We'll have fun together [114]. “Bu hadisəni bayram etməliyik. Bu gün bizim üçün böyük gündür. Quduz itə dönmə. Bir yerdə şən-lənək”; *Sick as a dog when I realized what I had missed.* “Mən nəyi əldən buraxdığımı başa düşəndən sonra çox qəzəbləndim”; *dog smb's steps* “it kimi kimi isə izləmək”; *a surely dog* “kobud, hirsli, qəzəbli, hamını təhqir edən adam”. Sonuncu ingilis idiomu Azərbaycan dilindəki *it kimi dalamaq* vahidinin *it kimi dalayan* mənasına müvafiq gəlir. Verilmiş nümunə və misallar göstərir ki, istər ingilis, istərsə də Azərbaycan dilində idiomlarda komponentlərin həm sayı, həm semantikasi, həm də aralarındakı semantik əlaqələr birləşmənin mənasının formalaşmasına təsir göstərir. Bu baxımdan idiomun mənasının onun komponentlərinin leksik mənası ilə qarşılaşdırılması məsələsinin araşdırılması idiomların semantik xüsusiyyətlərini öyrənməkdə özünəməxsus əhəmiyyət daşıyır.

İdiomların özünəməxsus mənalarını təyin edərkən, ilk növbədə, dilin birləşmənin semantikasını üzə çıxaran, formalaşdıran struktur vahidlərinə diqqət yetirmək lazımdır. Bu baxımdan idiomların komponentləri əhəmiyyətli funksiya daşıyır. Ümumiyyətlə, idiomların bəzilərinin ümumi semantikasının onların komponentlərinin zəifləmiş mənalarından doğması fikrini irəli sürmək olar.

Məlumdur ki, idiomların mənasından fərqli olaraq sözlərin mənası morfemlər əsasında müəyyənləşdirilir. İdiomun tərkibindəki hər bir komponent müəyyən morfem əsaslıdır və onun mənası bu morfemə görə aydınlaşır. Həmin məna sözlərin lüğəvi mənasıdır. Sözdə isə bir ümumi və müxtəlif sayda xüsusi mənalar olur.

Ümumi mənə dilə, xüsusi mənə isə nitqə şamil edilir. “Mürəkkəb frazeoloji bütöv xüsusi semantik kateqoriyadır. O, nitqdə də belə bir funksiya daşıyır. Bu bütövün elementlərini bir-birindən ayırmaq, onların arasındakı bağlılığı yox etmək mümkün deyildir” [15, s.93]. Digər tərəfdən, “idiomatiklik dil vahidlərinin (söz, söz birləşməsi, cümlə) bütövlükdə mənası ilə onları təşkil edən ayrı-ayrı komponentlərin mənasının müvafiq gəlməməsidir. Dil vahidlərinin komponentləri arasında formal və semantik əlaqə yaranmış olur. Komponentlərin ilkin forma, vəzifə və məzmunun itməsi ilə bütöv tərkib tamamilə fərqli mənə və vəzifə kəsb etmiş olur” [3, s.7].

Komponentlərə münasibət göstərilən bu iki elmi fikirdə həm üst-üstə düşmə, həm də fərqli mövqe vardır. Zənnimizcə, “bütövün elementlərini bir-birindən ayırmaq, onların arasındakı bağlılığı yox etmək mümkün deyildir” fikrini irəli sürən M.Mirzəliyeva komponentlərin semantik yükünün müəyyən dərəcədə bütövün semantikasında açıq və ya gizli şəkildə yer almasını qəbul etməklə haqlıdır. “Dil vahidləri arasındakı formal və semantik cəhətdən əlaqənin itməsi nəticəsində idiomatiklik yaranmış olur” müddəasında isə bütövün əmələ gəlməsi üçün komponentlərin mövcudluğunun əsas şərt olması fikri ilə ziddiyyət vardır. Komponentlər ilkin forma, vəzifə və məzmununu eyni zamanda, eyni anda itirə bilməz. Məsələn, ingilis dilində *out of heart*, *Purple Heart*, *Achilles’s heel*, *in the seventh heaven*, *be a low into*, *Draconian laws*, *till the last*; Azərbaycan dilində *qarğa məndə qoz var*, *zəhər tuluğu*, *bir oğlandır ki*, *çayda balıq yan gedər*, *qana qan eləmək*, *ilanı Seyid Əhməd əli ilə tutmaq* kimi idiomlarda komponentlərin semantik yükü və semantik əlaqələri vardır. Komponentlərdən heç biri ilkin formasını itirməmişdir. Onların ilkin vəzifələrinin itirildiyini demək də doğru olmazdı. Ayrılıqda işlənərkən bu birləşmələrin komponentlərinin semantik yükündə dəyişmə baş verir və nəticədə həmin komponentlərdə yeni xüsusiyyət, məzmun yaranır.

“İdiomun ayrı-ayrı komponentlərinin mənası ilə bütövün mənası müasir dövrlə əsla əlaqədar olmur. Başqa sözlə, idiomun mənə motivliyi itmiş olur. Deməli, idiomun tərkibindəki sözlər yalnız birlikdə ümumi mənə kəsb edir, bütövün daxilində öz əvvəlki leksik-semantik və qrammatik əlamətlərindən məhrum olur. Odur ki, çox

zaman sözün mənası deyil, özü, funksiyası (məhz idiomun tərkibində işlənməsi) kifayət edir” [3, s.8-9].

İngilis idiomlarında komponentlərin semantik əlaqələrinin bütövün məzmunu ilə müşahidə etmək mümkündür. Məsələn, *the jungle law* (“qanunsuzluq, özbaşnalıq”) idiomunun hərfi mənası belədir: “cəngəllik qanunu”. Göründüyü kimi, ikinci komponent olan *qanun* sözü bütövün mənasının ifadəsində istifadə olunur. Bundan başqa, *cəngəllik* sözünün ümumi mənasında xaos, hərcmərclik, özbaşnalıq yeri, müxtəlif, gözlənilməz təhlükələrin hər an meydana çıxdığı yer, növlərin daim yaşayış uğrunda mübarizə apardığı yer məzmunu vardır. Belə bir yerdə hər növün özünü qorumaq üçün istifadə etdiyi yol, vasitə onun üçün düzgün qayda, qanundur [22, s.107].

The jungle law – Eat or be eaten, which governs the competition of individual in a given country, is extended to entire nations in the epoch of imperialism (V.Petro). “Ayrı-ayrı kapitalistlər arasında rəqabətin əsasında duran “başqalarını ye, yoxsa sənin özünü yeyəcəklər” cəngəllik qanunu imperalizm dövründə bütün millətlər arasında yayılır”.

The law of the Medes and Persians idiomunu “Midiyalı və farsların qanunu” kimi tərcümə etmək olar. Bu idiom “əbədi qanun” mənasında işlədilir.

Laws catch flies, but let hornets go free idiomu “hörümçək torunu eşşək arısının yan keçməsi, milçəyin isə ona ilişməsi qanunu” kimi tərcümə olunur. Bu idiom məsəl kimi işlənir və daha kiçiyin tələyə düşməsi, daha böyüyün tələni yan keçməsi kimi anlaşılır. Burada komponentlərin semantikasını özünü onların bir-biri ilə müqayisədə böyük və kiçikliyinə, qorxulu-qorxusuz olmasında göstərir.

Misallara müraciət edək. *Fred is a real cool cat. He never blows his stack and hardly ever flies off the handle* cümlələrinin tərkibində mənalı olan *cat* (“pişik”), *cool* (“sərin”), *blow* (“əsmək”), *stack* (“topa”), *fly* (“uçmaq”), *handle* (“dəstək”) sözləri vardır. *Cool cat* (“soyuq pişik, sərin pişik”), *to blow one’s stack* (“topanı üfürüb dağıtmaq”), *to fly off the handle* (“dəstəyi uçurmaq”) kimi hərfi tərcümə qeyd olunan idiomların bütöv mənasını ifadə etmir. Lakin “soyuq, sərin pişik” mənası “pişik kimi sakit olmaq, sakit adam olmaq” mənasını tapmağa

müəyyən zəmin verir. Aydın olur ki, *to be a cool cat* birləşməsi “sakit adam olmaq”, *to blow one's stack* “özündən çıxmaq”, *to fly off the handle* isə “qəzəblənmək” mənasını verir. Bu mənalardan çıxış etsək, yuxarıda verilmiş cümlələri belə tərcümə etmək olar: “Fred çox sakit adamdır. O, heç vaxt özündən çıxmaz, təsadüfən qəzəblənərdi (hirsənərdi)”.

İdiomları ifadə etdikləri semantik xüsusiyyətlərə görə aşağıdakı yarımqruplarda təsnif etmək olar:

1. Əsl (xalis) və ya frazeoloji idiomlar (*pure idioms*). Hərfi mənada ifadə olunmayan, dilin ifadə normalarına uyğun gəlməyən, anlaşılması çətin və ya qeyri-mümkün olan sözlərin birləşməsindən ibarət idiomlar. Belə birləşmələr bütövlükdə idiomatik mənaya malik olurlar və yalnız kontekst daxilində ifadə olunan mənə müəyyən edilir.

Əslində belə idiomların təsadüfən yarandığını söyləmək də doğru olmazdı. Məsələn: *Let your hair down* – “sərbəst olmaq, rahatlanmaq” idiomuna nəzər salsaq görürük ki, qədimdə qadınlar ictimai yerlərdə saçlarını yığardılar, evdə və ya dostlar arasında isə rahat olmaq üçün açıq şəkildə saxlayırdılar. *Let your hair down* birləşməsi həmin xüsusiyyət əsasında sonradan idiom kimi işlənərək, “sərbəst olmaq, rahatlanmaq” şəklini almışdır. Eləcə də, *bury/hide your head in the sand* – “çətinlikdən qaçmaq, çətinlikdən qorxmaq” idiomunun mənşəyini araşdırsaq, dəvəquşu təhlükədə olduğu zaman başını torpaqda gizlətməsi fikrinə əsaslanaraq birləşmənin tədricən öz hərfi mənasını itirərək “çətinlikdən qaçmaq” mənasını ifadə etmək üçün istifadə edilməyə başlandığını görürük.

2. Leksik idiomlar (*semi-idioms*). Komponentlərdən biri müəyyən dərəcədə və ya tamamilə öz həqiqi mənasını saxlayan idiomlar. Bəzi idiomlarda bir və ya iki hərfi mənaya malik söz və bir və ya bir neçə məcazi mənəli (*non-literal*) söz olur. Məcəzi mənə ifadə edən söz yalnız həmin birləşmə daxilində istifadə edilərək məcazi mənə xüsusiyyəti qazanır, digər sözlərlə və ya təklikdə istifadə edildiyi zaman isə yalnız hərfi mənə ifadə edir. Belə sözlərin birləşməsi nəticəsində xüsusi mənə (məcazi mənə) formalaşaraq idiom ifadə olunur.

Əgər birinci qrup idiomlarda (əsl idiomlar) tamamilə məcazi mənə, hərfi mənənin qeyri-mümkünlüyü nəzərdə tutulurdusa, bu qrup idiomlarda qismən hərfi mənə nəzərə çarpır. Bu qrup idiomları leksik idiomlar adlandırmağımızda səbəb bəzi tərkib komponentlərin leksik mənəsini saxlaması, digərlərinin isə yalnız həmin ifadə daxilində işlənərkən qazandığı yeni mənədən irəli gəlir. *Fat chance you have got* cümləsində *fat* sözünün “*bad*” mənəsini ifadə etməsi yalnız *Fat chance you have got* birləşməsi daxilində artıq yeni bir leksik mənə kimi yadda saxlanılmalıdır;

3. Hərfi idiomlar (*literal idioms*). Daha az semantik mürəkkəbliyə malik olurlar. Burada hər iki komponent və ya komponentlər müəyyən dərəcədə öz hərfi mənələrini saxlayırlar, lakin bütöv birləşmə məcaziliyə malik olur. Belə idiomları anlamaq ingilis dilini öyrənənlər tərəfindən digər yuxarıda verilən qrup idiomlarla müqayisədə daha asan olur, çünki burada mənə müəyyən qədər tərkib elementlər vasitəsilə anlaşılır. Belə idiomlara misal olaraq, *on foot; on the contrary; a (very) happy birthday; a merry/happy Christmas; happy New Year; happy Anniversary; for example/instance; arm in arm; in order* və s. göstərmək olar. Əslində belə birləşmələr sırf idiom deyildirlər, lakin birləşmə bütövlükdə məcazilik ifadə etdiyi üçün onları hərfi idiomlar qrupunda təsnif etmək olar. Belə idiomların başqa variantları olmur və dar mənəyə malik olurlar.

2.2. İngilis dili idiomlarının sintaktik təhlili

İngilis dilində idiomlar diqqəti təkcə obrazlılığına, ekspressivliyinə görə deyil, həm də bu ifadələrin strukturunda olan ümumi və fərqli xüsusiyyətlərə görə cəlb edir. Bu ümumilik idiomatik ifadələrin tərkibindəki leksik vahidlərin transformasiyasının universallığına, tərkib daxilində onların funksional-semantik dinamikasını göstərən yaxın ifadələrin yaranmasına səbəb olan qanunauyğunluqlarla izah olunur.

Idiomlar mənəca bütöv, sintaktik struktur cəhətdən sabit və dəyişməz leksik tərkibli konstruksiyalar kimi başa düşülsə də, onların məcazlaşması və obrazlılığı üçün kontekst, başqa sözlə desək, müəyyən dil mühiti tələb olunur. İki və daha artıq sözün birləşməsindən yaranan idiomlar komponentlərinin sintaktik əlaqəsinin

səciyyəsi və leksik tərkibinin kəmiyyətinə görə həm söz birləşməsi, həm də qrammatik cəhətdən formalaşmış, məzmunca, intonasiya, modallıq və predikativlik baxımdan bitmiş fikri ifadə edən cümlə kimi çıxış edə bilər. Belə ifadələr dil strukturunda həmişə digər dil vahidləri ilə müəyyən münasibətdə olduğundan bir sıra hallarda müxtəlif formalara düşə bilər. Buna görə də onların bəziləri dildə dəyişiklik edilmədən fəaliyyət göstərir, bəziləri isə müəyyən struktur dəyişiklikləri ilə işlədilir.

İdiomların əsas əlaməti kimi onların sintaktik dəyişikliyə müqaviməti mühüm rol oynayır. Əgər idiomda müəyyən bir sintaktik dəyişikliyi etmək mümkündürsə, o zaman digər dəyişikliklərin mümkünlüyü də ortaya çıxmağa bilər.

Qeyd edək ki, idiomlar təhlil olunmaz vahidlər kimi istifadədədirlər və onlarda yalnız müəyyən sintaktik dəyişiklik aparıla bilər. Daha çox sintaktik dəyişikliyə məruz qala bilən idiomlar daha rahatlıqla istifadə edilirlər. İdiom daxilində müxtəlif zamanların istifadəsi, şəkilləri (məlum-məçhul növ), cümlə daxilində idiomu təşkil edən sözlərin yerdəyişməsi, əlavə sözlərin daxili və ya tərkib sözlərin ixtisarı idiomların tədqiqində çətinlik törədən meyarlardandır.

İngilis dilində ismi idiomatik ifadələrin komponentləri adlardan təşkil olunur, onların struktur-qrammatik mərkəzində isim durur. İngilis dilində ismi idiomatik ifadələr aşağıdakı modellər üzrə formalaşmışdır:

a) “sifət + isim” (“adjective + noun”) modeli üzrə. Dilçilik ədəbiyyatında bu modellər əsasında yaranmış idiomatik ifadələr “sabit epitetlər” adlandırılır və qeyd olunur ki, belə ifadələrin mənası onların yalnız komponentlərinin biri – epitetləri ilə yox, bütün ifadə ilə birlikdə meydana çıxır: ing. *a clear head* (“aydın təfəkkürlü”), *a cool head* (“soyuqqanlı”), *wise head* (“ağıllı baş”), *hot head* (“beyni qan”), *a long face* (“məyus üz”), *pudding face* (“küt sifət”), *pretty face* (“bəzədilmiş sifət // üz”), *hidden hand* (“gizli təsir”), *fishy eyes* (“donuq baxış”), *a private eye* (“şəxsi detektiv”), *grey hair* (“qocalıq”), *evil eye* (“bəd nəzər”), *wet behind the ears* (“ağzından süd iyi gələn”), *a blind hand* (“cızma-qara yazı”), *a wooden head* (“kütbeyin”), *a fresh hand* (“təcrübəsiz”); azərb. *əyri baxış*, *qızıl qan*, *qızıl əl*, *yüngül əxlaq*, *yumşaq ürək*, *dumanlı beyin*, *ala göz*, *boş baş* və s.

b) “isim + isim” (“noun + noun”) modeli üzrə. İngilis dilində bu model əsasında formalaşmış ifadələr komponentlərinin bir-birinə bağlanma vasitələrinə görə iki formada işlənir:

1) tərəflər arasında heç bir qrammatik vasitə iştirak etmir, məsələn, *dog's nose* (“pivə”), *parson's (pope's) nose* (“qızardılmış quş”), *pudding face* (“mənasız üz”);

2) komponentlər arasında bağlayıcı, yaxud sözünü iştirak edir, məsələn, *neck and crop* (“tələsik”), *head and front* (“hər şeydən əvvəl”), *head and shoulders above smb* (“kimdənsə bir barmaq yuxarı”), *arm in arm* (“qol-qola”), *a finger in the pie* (“bir işdə əli olmaq”), *cheek by jowl* (“yanbayan”), *eyes and no eyes* (“çəp gözlər”), *foot to foot* (“yanbayan”) və s.

The puppy made another rush at the stick and tumbled head over heels in its hurry to get hold of it [113]. “Küçük yenidən çubuğun üstünə atıldı, onu tutmağa tələsdiyindən yıxıldı və ayaqları başından aşdı”.

Ümumiyyətlə, qeyd etmək lazımdır ki, yazılı dil daim adi danışıqda yaşayan ifadələrlə cana gəlir.

c) “isim + zərf” (“noun + adverb”) modeli üzrə. “Zərf + isim” modeli üzrə formalaşmış ifadələrə də təsadüf edilir. Hər iki struktur elmi ədəbiyyatda “adverbial idiomatik ifadələr” də adlanır. Belə idiomatik ifadələr zərf funksiyasında çıxış etməklə hərəkətin əlamətini bildirir: ing. *never batted an eyelash* (“gözünü də yummadan”), *hands down* (“asanlıqla”), *up to the eyes (in debt)* (“borc içində”), *over heads and ears, over smb's head* (“başından yekə”), *out of smb's hair* (“heç kəsin qəlbinə toxunmadan”); azərb. *üzü irəli, keyfi yuxarı, başı aşağı, əli aşağı* və s.

ç) komponenti say ilə ifadə olunmuş idiomatik ifadələr: ing. *have two left hands* (“ağır” – ləng adam haqqında), *first hand* (“birinci əl”), *two heads are better than one, four eyes see more than two* (“ağıl ağıldan üstündür”), *bear (carry or have) two faces under one hood* (“ikiüzlü olmaq”) və s.; azərb. *birdə alacağı yox, beşdə verəcəyi; yeddi arxa dönəni; bir deyənin olunca, min yeyənin olsun; qırx quldur* və s. [22, s.89-92].

İdiomalar feil+ismi fraza (V+NP), başqa sözlə feil+tamamlayıcıdan (verb+complement) ibarət ola bilərlər. Mübtəda bu kompleksə daxil deyildir. Belə

idiomlar feili idiomlar (verbal idioms) da adlandırılırlar. Bildiyimiz kimi, köməkçi feil əsas feildən əvvəl gəlir. Bu tip feili idiomlarda ifadə feil+isim tərkibli olduğundan köməkçi feil birləşmənin tərkibinə sözsüz ki daxil ola bilmir. Belə VNP tipli idiomlara aşağıdakı misalları göstərmək olar: *foot the bill* (hesabı ödəmək), *see red* (qəfil əsəbiləşmək), *keep tabs on someone* (gözü üstündə olmaq, kimisə diqqət yetirmək), *green with envy* (paxıllığından yanmaq, paxıllıq etmək), *bury the hatchet* (barışmaq), *break face with somebody* (əhdi pozmaq), *hit the road* (səyahətə başlamaq) və s. İfadələr feil və vasitəsiz tamamlığın kombinasiyasından ibarətdir.

İsmi fraza+feil+tamamlayıcı strukturlu idiomlarda isə tərkib hissələr sabit ayrılmaz olsalar da, müxtəlif köməkçi feillərin tərkibə daxili mümkündür. Məsələn: *heads will roll* (insanlar cəzalandırılacaqlar), *the cat is out of the bag* (sirrini üstü açılıb), *cat got your tongue!* (Dilini pişik yeyib! Danışa bilmirsən?), *all hell broke loose* (hər şey qəfil qarışdı), *the jig is up* (yalan sona çatdı). Bu ifadələr müstəqil şəkildə, yəni cümlə formasında çıxış edə bilirlər.

Bəzi idiomların məchul növ kimi sintaktik dəyişikliyə məruz qala bilməsi, digərlərində isə belə dəyişikliyin mümkün olmaması xüsusiyyəti hər zaman idiomların tədqiqində çətinlik törədən məsələlərdən olmuşdur. U.Çeyf, U.Vaynrayx, F.Nyumeyer, A.Katler və başqaları idiomların məruz qala biləcəyi dəyişiklik, xüsusilə də məchul növün istifadəsi ilə bağlı bir sıra maraqlı fikirlər irəli sürmüşlər.

İstər sırf sintaktik, istərsə də psixoloji yönümlü aparılan tədqiqatlar idiomların sintaksisi barədə dilçilik elminə dəyərli məlumatlar bəxş etmişdir. Biz parafrazın roluna əhəmiyyət verməklə, ingilis dilində mövcud bir sıra idiomları öz yaradıcılıq məqsədimizdən asılı olaraq müxtəlif modifikasiyalarla işlədə bilərik. Baş verən transformasiyalar, sabstusiyalar, permutasiyaların səbəbini dərk etmək və onları tətbiq edə bilmək bacarığı isə idiomlara yaradıcı yanaşmaqla mümkündür. Bizcə, idiomun sintaktik təhlilini sırf qrammatik aspektdə deyil, onun daxilində axtarmaq, idiomun oyatdığı domenlərə əsasən müəyyən etmək qeyri-adi görünsə də, məhz belə koqnitiv yanaşma bizə modifikasiyaların mümkünlüyünü daha aydın şəkildə ortaya çıxarmağa və lazım olan hallarda düzgün şəkildə istifadə etməyə əsas verə bilər. Aşağıdakı cümlələrə nəzər salaq:

Oh, yes, Charlie Townsend will get to the top of the tree all right [124, s.100];

He strutted like a peacock through the auditorium while Hornet and Mosca woke the others [115, s.34];

After all there was no reason for her to put on airs [124, s.18].

Bu misallarda kontekstdən asılı olaraq ifadəni müəyyən dərəcədə anlama bilərik. Hər bir idiomun özünə ayrıca nəzər saldıqda isə onların VP struktura malik idiomlar olduğunu görürük. Əgər biz belə struktura malik idiomlarda işlənən NP üzərində diqqətimizi cəmləsək (*top of the tree, peacock, airs*), o zaman bir sıra idiomların məchul növ mümkünlüyü barədə də fikir əldə etmiş olarıq. Fikrimizi bu şəkildə izah edə bilərik: Konseptual metaforalara, metonimiyalara, insanın ensiklopedik biliyinə əsaslanaraq idiomların mənalari şərh edilə bilər. İdiomda NP-nin doğurduğu obraz, təsəvvür ifadə olunan mənanı əks etdirir. Oyanan domen tərkib hissələr ayrı-ayrılıqda götürüldüyü zaman onların mənasına uyğun gəldiyi təqdirdə idiom təhlil edilə bilən konstruksiya kimi transformasiya qəbul edir. Əgər idiomdakı NP-ni müəyyən etmək qeyri-mümkündürsə, belə konstruksiyalar məchul növ transformasiyasına məruz qala bilməyəcəklər. *Kick the bucket* idiomu “*death*” (“ölüm”) domenini oyatmır. *The bucket* NP kimi “*death*” təsəvvürü ilə heç bir əlaqəyə girmir. NP-ni müəyyən etmək üçün heç bir köməkçi işarə yoxdur. Belə olan təqdirdə bütöv konstruksiya məchul növə çevrilməyəcəkdir. Bu, idiomlara koqnitiv baxışdır. Eyni xüsusiyyətə malik *chew the fat* = “*chat*”, *shoot the breeze* = “*chat*” idiomları da bu siyahıya aid edilirlər. Onlar tərkib hissələr əsasında təhlil edilə bilmirlər, buna görə də məchul növə çevrilmə qeyri-mümkün olur. Burada, həmçinin, digər tərəfdən prafrazların da təsirsiz feildən ibarət olması diqqəti cəlb edir. Yuxarıda verilmiş cümlələrdəki idiomlarda NP-lərə nəzər saldıqda isə *airs, top of the tree, peacock* sözlərinin ayrıca məcazi mənasının olduğu görünür. Domenin oyatdığı obraz idiomun mənasına işarə edir. Belə idiomlar sintaktik variasiyaya məruz qala bilirlər.

Ümumiyyətlə, feili idiomları (*verbal idioms*) iki qrupa ayıra bilərik: tərkib hissələrə ayrılmayan (*kick the bucket* kimi idiomlar) və hissələrə ayrılabilən (*spill the beans, put on airs* və s.) idiomlar. İkinci qrup idiomlar isə daha çox sintaktik çevikliyə malikdirlər. Tərkib elementlər müəyyən dərəcədə fərdi mənaya malik

olurlar. Əlbəttə bu mənalar tərkib hissələrin hərfi mənaları deyildirlər. Belə idiomlarda tərkib hissədəki sözlərin ifadə etdiyi anlayış mücərrəd də olsa parafraza daxil edilir. İdiomun komponentləri ilə parafraz arasında əlaqə görünür. Bu əlaqə metaforik, metanomik və ya insanın ensiklopedik biliklərinə nəzərən ola bilər.

İngilis dilində feili idiomatik birləşmələrin yaranmasında *to be* və *to have* felləri mühüm rol oynayır. Bir neçə nümunə gətirək: *to be at the end of one's rope* (“çıxılmaz vəziyyətdə olmaq”) – *I'm at the end of my rope. I don't see any way out just at present. I've sent for my father and my lawyer...* [118]. “Mən çıxılmaz vəziyyətdəyəm. Mən hal-hazırda heç bir çıxış yolu görmürəm. Mən atamın və vəkilimin dalınca göndərmişəm”; *to be a chip of the old block* (“öz qohumlarından birinə çox oxşamaq”) – *I'm beginning to understand why your grandfather left you his money. You're a chip of the old block, Sophia* [114]. “Babanın öz pulunu nəyə görə sənin üçün qoyduğunu başa düşməyə başlayıram. Sofiya, sən onun qohumlarından birinə çox oxşayırsan”; *to have somebody in one's pocket* (“kimisə özündən asılı vəziyyətdə saxlamaq”) – *He put Vic Oliver in charge of the machine-shop, and old Sam Doubleday in the foundry; and both Oliver and Doubleday were in his pocket* [116]. “O, Vik Oliverə maşın sexini, qoca Səm Dabldeyə isə tökmə sexini idarə etməyi tapşırırdı. Həm Oliver, həm də Dabldey artıq ondan asılı vəziyyətdə idi”.

Feili idiomatik ifadələrin qrammatik quruluşu hər bir dilin daxili qanunauyğunluqlarına müvafiq şəkildə formalaşdığından onların tərkibindəki sözlərin sıralanması və feilin mövqeyi də müxtəlif olur. Məsələn, *to fall on one's feet* (“ayağına düşüb yalvarmaq”), *to twist smb. round one's little finger* (“barmağına dolamaq”), *to put one's finger into smb's pie* (“başqasının işinə qarışmaq”), *to find one's feet* (“həyatda özünə yer tapmaq”), *to give a leg up to smb.* (“kiməsə çətinlikdən çıxmaq üçün kömək etmək”), *to throw oneself into smb's arms* (“kimənsə ümid gözləmək”), *to keep hands in pocket* (“tənbəllik etmək”), *to think no small beer of* (“özü və ya başqası haqqında yüksək fikirdə olmaq”), *to be out of elbows* (“kasıblamaq”), *to thread on smb.'s neck* (“üstündə yük olmaq”) [22, s.93-94].

İngilis dilində feili idiomlar feilin təsdiq və inkarlıq kateqoriyasına uyğun olaraq təsdiq və inkar strukturlarda çıxış edə bilər. Dilçilik ədəbiyyatında qeyd olunduğu kimi, inkarlıq kateqoriyası feilin təsdiq və inkar formalarının üz-üzə dayanması fonunda müəyyənləşir [12, s.32]. Bu baxımdan ingilis dilində idiomları bir neçə növə ayırmaq olar:

a) yalnız feilin inkar formasında işlənən idiomatik strukturlar:

Not to be worth smb's little finger, not to lift a foot, to bear two faces under one hood, don't teach your grandmother to suck eggs və s. ingilis dilində; *heç bir şey çıxmıyacaq, özünü o yerə qoymamaq, iki qoçun başı bir qazanda qaynamaz, üçüncünü deməzlər, dil boğaza qoymamaq, ilan ulduz görməsə, ölməz* və s. Azərbaycan dilində.

Təsdiqdə işlənən idiomatik ifadələri pozitivlər, inkarda işlənən idiomları şərti olaraq neqativlər adlandırmaq olar. İdiomların inkarda işlənməsi, şübhəsiz, onların tərkibində leksik və qrammatik indikatorların mövcudluğu ilə bağlıdır. Daha geniş mənada isə inkarlığa kommunikativ kateqoriya olmaqla funksional-semantik sahə, inteqral-semantik yükün bölüşdürülməsində yaxından iştirak edən bütün dil yaruslarında müxtəlif səciyyəli və rəngarəng tipli ifadə vasitələrinin kontekstualsituativ indikatorları kimi baxılır. Bu sırada inkarlığın ifadəsində leksik indikatorlar əsas, başlıca rol oynayan vasitələrdəndir [60, s.36];

b) yalnız feilin təsdiq formasında işlənən idiomlar: ing. *to put an old head on young shoulders* (“başına ağıl qoymaq”), *to get one's foot on the ladder* (“ilk uğurlu addım atmaq”), *to make a hand (make a fair, good hand)* (“nail olmaq”), *to go about with one's head in the air* (“lovğalanmaq”) və s.; azərb. *cin atına minmək, dərisinə saman təpmək, əlindən yanmaq, tük salmaq, daş atıb başını tutmaq, əli çıraqlı axtarmaq* və s;

c) həm təsdiqdə, həm də inkarda işlənən idiomatik ifadələr: ing. *to put a good face on smth* (“özünü sakit aparmaq”) – *not to put a good face on smth* (“özünü sakit aparmamaq”), *to carry on its face* (“tam aşkar olmaq”) – *not to carry on its face* (“tam aşkar olmamaq”), *to put one's best foot* (“əlindən gələni etmək”) – *not to put one's best foot* (“əlindən gələni etməmək”) və s.; azərb. *baş əymək – baş əyməmək*,

əlini üzmək – əlini üzməmək, söz tapmaq – söz tapmamaq, dediyindən dönmək – dediyindən dönməmək, tüpürdüyünü yalamaq – tüpürdüyünü yalamamaq, boynuna almaq – boynuna almamaq, gözünə yuxu getmək – gözünə yuxu getməmək, boşa çıxmaq – boşa çıxmamaq, ayaq basmaq – ayaq basmamaq, xoşuna gəlmək – xoşuna gəlməmək, üz vurmaq – üz vurmamaq, yola getmək – yola getməmək və s.

İngilis dilində idiomların strukturunda olan ümumi cəhətlərdən biri də onların iki və daha çox leksik vahidlərdən ibarət olmasıdır.

İkikomponentli idiomlar: *the bottom line*: (“son nəticə”), *black foot* (“elçi”), *Honest to God!* (“Allah görür!”), *vicious circle* (“tilsim, çıxılmaz vəziyyət”), *apple of discord* (“nifaqa səbəb olan şey”) və s.

Üç və daha artıq komponentdən ibarət idiomlar: *to cock one's nose* (“burnunu yuxarı tutmaq”), *to see through somebody* (“iç üzünü görmək”), *to get down to earth* (“göydən yerə enmək”), *have something in one's blood* (“varis olmaq”), *to be or not to be* (“olum ya ölüm”), *to foam at the mouth* (“ağzı köpüklənə-köpüklənə sübut etmək”) və s.

2.3. İdiomların anlaşılmasında koqnitiv amillər

Koqnitiv nöqteyi-nəzərdən idiom fikrin ifadəsini obrazlı şəkildə həyata keçirən kiçik bir forma kimi müəyyən edilə bilər, fikrin ifadəsi isə insan şüurundakı biliyin və informasiyanın həcmi ilə müəyyənləşir. İdiom və ya hər hansı bir frazeoloji vahidin yaranmasının əsas səbəbi məhz şüurdakı obrazlardır. Bu obrazlar birləşmənin sözləri ilə əlaqələnərək həmin vəziyyət barədə biliyi özündə ehtiva edir və hansı təsvirin ortaya çıxacağını müəyyən edir.

Koqnitiv dilçilik nümayəndələri qeyd edirlər ki, dil insanın təsəvvür sistemini əks etdirir. İnsan bacarıqları və onun dünyagörüşünün eyni zamanda canlanması nəticəsində mövcud kontekstdəki informasiyaların dərkə baş verir. Burada dil və anlama arasında qarşılıqlı əlaqə tədqiq edilir. İnsan yaddaşı, diqqət, təsəvvür sistemi kimi koqnitiv mexanizmlərin danışıq prosesində istifadə edilməsi, eləcə də idiom və

digər frazeoloji birləşmələrdən ibarət məcazi dilin anlaşılması koqnitiv dilçiliyin qarşısında duran məqsədlərdəndir.

Koqnitiv dilçiliyin ən görkəmli nümayəndələrindən C.Lakoff, R.Lanqaker, Ç.Fillmor, L.Talminin adlarını çəkmək olar. Məna onların tədqiqatlarında əsas istiqamət olmuşdur.

Məntiqi təsəvvürün mövcudluğu insan şüurunda konseptual metaforalar vasitəsilə idiomların anlaşılmasına işarə edir. Biz müxtəlif idiomları konseptual metaforalara əsaslanaraq anlaya bilərik. R.Qibbs, digər alimlərlə birgə bu baxımdan bir sıra psixolinqvistik eksperimentlər aparmışdır. O, çoxsaylı tədqiqatları ilə sübut etməyə çalışırdı ki, insan şüurunda artıq mövcud olan konseptual metaforalar idiomun dərhal anlaşılmasına təsir göstərir [34, s.35-68].

Qeyd edək ki, konseptual metafora dedikdə şüurda bir anlayışın digər anlayış daxilində başa düşülməsi nəzərdə tutulur. Məsələn: *Love is magic, Anger is heat, Time is money, Life is a journey, Pride is inflation, Optimism is light, Anger is animal behaviour, Anger is heated fluid in a container, Marriage is a building.*

Burada birinci hissədə götürülənlər (*love, anger, time, life, pride, optimism, marriage*) özlüyündə mücərrəd anlayışları ifadə etsələr də, konkret anlayış kimi, onların bənzədildikləri isə konkret və ya mücərrəd olmasından asılı olmayaraq mücərrəd şəkildə götürülmüşlər. Məsələn: *Time is money* ifadəsində zamanın çox dəyərli olduğu göstərilir. Burada göründüyü kimi, iki qarşılaşdırma vardır: birinci tərəf, yəni əsas hissə məlum olan, digəri isə ona bənzədilən mücərrəd hissə.

İdiomların daxili quruluşuna, ifadə etdiyi mənaya diqqət yetirsək, onların həmin konseptual metaforaların insan beynində mövcudluğuna əsasən yarandığı qənaətinə gəlmiş olarıq. *Blow your top, blow your stack, flip your lid, make somebody's blood boil, hit the ceiling, jump down somebody's throat, bite somebody's head off, drive up the wall, spit fire, to blow a fuse, foam at the mouth* idiomları hərfi mənənin ifadə etdiyi məna barədə heç bir məlumat vermir, lakin əsəb hissi ilə əlaqəli olan bu idiomların tərkibindəki sözlərin hansı anlama gəldiyi belə məcazi düşüncə tərzii ilə, insan təsəvvürü şəklində, yəni konseptual metaforalarla (*anger is a hot fluid in a container, anger is animal behaviour, anger is fire*) izah etmək olar. Bir çox

idiomların yaranması da məhz insan şüurunda mövcud belə bənzətmələr nəticəsində olmuşdur. Bu qismən forma və məna arasındakı əlaqənin mümkünlüyündən xəbər verir.

Bütün bu təhlillərdə əsas məqsəd idiomu anlamaq, nə üçün idiomun hərfi mənasının ifadə olunan mənaya uyğunluğunu müəyyənləşdirərək məhz həmin mənayı necə ifadə edə bilməsini ortaya çıxarmaq və idiomda müəyyən sözlərin mövcudluğunu əsaslandırmaqdır. Bu təhlil metodu bütün idiomlara aid edilə bilməsə də, bir çox idiomların mənasının insanın konseptual sistemi ilə əlaqəli olduğunu göstərir.

Bəzən forma ilə məna arasındakı əlaqə insanın məcazi təsəvvürünə, məcazi uyğunlaşdırma qabiliyyətinə deyil, onu dünyəvi biliklərinin, həyat təcrübəsinin obrazların təsvirində tətbiqinə əsaslanır. Konseptual metaforaların rolu danılmaz olsa da, hər zaman idiomların anlaşılmasında koqnitiv amil kimi çıxış edə bilmirlər.

İnsan yaşa dolduqca onun həyat təcrübəsi də artır. Hər hansı bir əşya və ya insanın bədən üzvləri – onların funksiyası, ölçüsü, xüsusiyyəti ilə əlaqəli şəxsin artıq malik olduğu informasiya, başqa sözlə dünyəvi bilik məcazi dilin anlaşılmasında özünü göstərə bilər. Belə informasiyalar bəzi idiom və idiomatik ifadələrin yaranmasına təkan verdiyi kimi, onların anlanmasında da koqnitiv amil kimi çıxış edə bilirlər. Xalqın mənsub olduğu belə biliklər müxtəlif tədqiqatçılar tərəfindən elmi şəkildə fərqli adlarla göstərilmişlər (*“scheme”, “frame”, “scene”*).

Bədən üzvləri və ya real hadisələrlə bağlı malik olduğumuz, qazandığımız biliklər idiomların və idiomatik ifadələrin anlaşılmasında bizə kömək edə bilər. Aşağıdakı misallara diqqət yetirək:

Günəşin doğması və batması dünyada mövcud olan ən gözəl görüntülərdəndir. İnsanın malik olduğu bu bilik *think the sun rises and sets on someone* idiomunda “kimi isə dünyada ən mükəmməl şəxs bilmək, hər kəsdən, hər şeydən əsas hesab etmək” mənasının anlaşılması üçün zəmin yaradır; İnsan əsəbi olanda, kim isə onu narahat edərkən, əsəblərinə toxunarkən saçlarını yolmaq dərəcəsinə çatması *tear one’s hair out* – “əsəbiləşmək”, əks məna – “sakitləşmək” mənasında *keep your hair on* idiomlarının işlənməsi həyatda yaşanılan hisslərin müxtəlif təzahür formalarıdır;

İnsan çətin bir işə başlayarkən köynəyin qollarının qaldırılması əlaməti *roll up one's sleeves* (“çətin işə hazır olmaq”) idiomunda əks olunur; Bioloji xüsusiyyətlər nəzərdə tutulduğu zaman insan biliyinin idiomda oynadığı rol *be going soft (in the head)* – “ağlı qaçmaq, dəli olmaq, ağıldan kəm olmaq” (körpə doğulan uşağın başının ortasının yumaq olması xüsusiyyəti göz önündə canlandırılaraq, onunla yetkin şəxsin ağılının müqayisəsi nəzərdə tutulur), *send a shiver down one's spine* – “kimi işə qorxutmaq və ya həyəcanlandırmaq” (bədəndə onurğa sütunu boyunca keçən, bədənə yayılan əsməcə) və s. kimi idiomlarda özünü göstərə bilər. İnsanın hər hansı həyat təcrübəsi, dünyəvi bilikləri, hadisələri görmə, dəyərləndirmə qabiliyyətinin olması, başqa sözlə onun yaşadığı hadisələr hər bir idiomda müxtəlif şəkildə əks olunur.

Beləliklə, metaforik (məcazi) düşüncə tərzilə bir çox idiom və idiomatik ifadələrin mənasını təsvir etməyin mümkünlüyü ortaya çıxır. Metaforik düşüncə tərzilə şəxsə idiomun məcazi mənasını təsəvvür nəticəsində dərk etməyə kömək edir. Bütün bu xüsusiyyətlərin mövcudluğu isə bizə ingilis dilində mövcud olan idiomların mənalı, obrazlı, məntiqi cəhətdən əsaslandırılıla bilən vahidlər olduğu qənaətinə gəlməyimizə imkan verir. Bəzən idiomlarda (pure idioms) hərfi mənə əsasında heç bir koqnitiv amil mənanın nədən ibarət olduğunu müəyyən etməkdə yardımçı olmur. Lakin bu xüsusiyyət belə onların əks əlamətə, yəni məntiqsiz qeyri-adi ifadələr olduğuna dəlalət etmir. Belə olduğu təqdirdə idiomun etimoloji xüsusiyyətlərinə müraciət etmək, onu diaxronik planda tədqiq etmək, necə formalaşdığını, ilkin olaraq hansı şəkildə işləndiyini və ya hansı hekayəyə, əsatirə dayandığını müəyyən etmək ifadənin hazırkı vəziyyətdə idiom kimi nəyə əsaslandığını ortaya çıxaracaqdır. Müasir dövrdə öz anlamını itirərək məcazi şəkildə işlənən idiomların bir zamanlar hərfi mənada istifadə edilməsi, və ya onların nəyinsə əsasında yaranması onların genezisində açıq görünür. Məsələn, *have a bone to pick* idiomunun yaranma tarixinə nəzər salsaq, görərik ki, idiom metaforaya əsaslanır. Metafora iki itin sümük üstündə davasını ifadə edir. Kontekst daxilində idiom insanlara şamil edilərək, nəyi isə bölüşdürə bilməmək, nəyinsə üstündə narazılıq yaranmaq, nəyə isə əsəbiləşmək mənalı ifadə olunur. *See red* (əsəbiləşmək) – öküz döyüşündə qırmızı rəng öküzün diqqətini cəlb etmək və onu əsəbiləşdirmək üçün rəngdir. Bundan başqa, əgər

idiomların genezisinə nəzər salınsa, insanların dini inancları, mövhumatları, nağılları, əsatirləri, gündəlik tələbatları, həyat və yaşayış təzləri, sənət və peşələri, dünyagörüşləri əsasında bir sıra idiomların formalaşdığına şahidi oluruq.

Təhlilləri yekunlaşdıraraq qeyd edək ki, idiomların mənasının əsaslandırılaraq öyrənilməsi onların müəyyən sözlərin birləşməsindən ibarət vahidlər kimi öyrənilməsindən daha əsas götürülməlidir. İdiom və idiomatik ifadələrə belə koqnitiv baxış vasitəsilə biz onların hərfi və idiomatik mənası arasında əlaqə qurmuş oluruq. Bu fikir bütün idiomlara şamil edilməyə də, gələcəkdə idiomların öyrənilməsini daha səmərəli edə bilər.

III FƏSİL

İŞGÜZAR KOMMUNİKASİYADA İDİOMLARIN XÜSUSİYYƏTLƏRİ

3.1. İşgüzar diskursun xüsusiyyətləri

Hazırkı dövrdə sürətlə inkişaf edən fəaliyyət sahələrindən biri biznes sferasıdır.

Xarici ölkələrin şirkətlərinin və işgüzar təşkilatlarının nümayəndələri ilə kommersiya əlaqələrinin intensiv inkişafı dönməndə xarici dildən işgüzar ünsiyyət səviyyəsində öyrənilməsinə ehtiyac yaranır.

Üslub normalarına uyğun olmayan, səhv tərtib olunmuş məktub, sorğu, kommersiya təklifi antireklam kimi də qiymətləndirilə bilər. Bu da öz növbəsində, qeyd edilən informasiyanın qeyri-ciddiliyinə gətirib çıxarır. Rəsmi sənədlərdə mühüm görüşlər, danışıqlar, təkliflər, müqavilələrin bağlanması hazırlanır, yeni hüquqi şəxslərin yazılı dialoqundan ibarət olan bu sənədlərin köməyi ilə təşkilatların fəaliyyətinin mühüm iqtisadi, hüquqi məsələləri həll olunur.

Rəsmi-işgüzar üslubu dəftərxana üslubu adlandırmaq səhv, ədalətsiz və qeyri-dəqiq olardı. Bu üslub öz ifadə vasitələri, əşya və hadisələri adlandırma üsulu və hətta özü-özlüyündə ifadəli olan məqsədyönlü üslubdur. Buna görə mütəxəssislər üçün rəsmi sənədlərin tərcüməsinin xüsusiyyətlərini başa düşmək çox vacibdir.

Rəsmi-işgüzar yazıları müxtəlif cür adlandırırlar:

- işgüzar üslub;
- elmi-texniki-üslub;
- intellektual nitq üslubu;
- elmi-peşəkar üslub;
- elmi ifadə üslubu;
- elmi işlər üslubu və s.

Elmi ədəbiyyatda rəsmi-işgüzar yazıların problemləri bu və ya digər aspektdə

A.L.Pumpyanskinin, V.Vinoqradovun, İ.Akselrodun, R.Budaqovun, Ş.Ballinin, C.Beykerin, R.Braunun və digər müəlliflərin elmi işlərində öz əksini tapmışdır.

İşgüzar mətnlərin təsnifatını vermək onların meyarlarının müəyyən edilməsi nöqteyi-nəzərdən çox çətindir. İşgüzar mətnləri sosial kommunikativ sfera əsasında sistemləşdirmək cəhdi aşağıdakı təsnifata gətirib çıxardı. A.O.Stebletsovanın fikrincə, bu təsnifat o qədər də uğurlu deyil, belə ki, seçilmiş sahələr çox genişdir və bir sıra mətnlər bir neçə sahədə işlənir:

- *inzibati mətnlər* – dövlət və yerli idarəçilik sahəsi (fərman, qərar, normativ akt, təlimat);

- *hüquqi mətnlər* – qanunvericilik və məhkəmə sahəsi (qanun və digər hüquqi sənədlər: iddia aktı, ittiham bağlaması və s.);

- *istehsalat mətnləri* – maddi məhsulların istehsalı sahəsi (əmr, nizamnamə, balans hesabatı);

- *kommersiya mətnləri* – müəssisələr arasında ticarət və münasibət sahəsi (müqavilələr/sazişlər, işgüzar məktublar, reklam);

- *diplomatik mətnlər* – dövlətlərarası münasibətlər (saziş, nota, deklarasiya) [85, s.30].

Ümumiyyətlə, qəbul olunmuşdur ki, elmi məlumatın məqsədi dəqiqlikdir, fikrin məntiqi ifadəsidir. Bir qayda olaraq, əsas diqqət mətndə məlumatın funksiyasının yerinə yetirilməsi probleminə verilir. Bu baxımdan işgüzar dilin aşağıdakı üslubi xüsusiyyətlərini ayırmaq olar:

- standartlaşdırılma;

- vasitələrin seçilməsində unifikasiyaya meyillilik;

- klişe olunmaq və s.

M.N.Kojina işgüzar üslubun birincidərəcəli xüsusiyyətləri arasında bu üslubun ekstralinqvistik xüsusiyyətləri ilə izah olunan “imperativlik” xüsusiyyətini ayırır [75, s.175].

Tədqiqatçılar işgüzar üslubun digər xarakterik xüsusiyyətini “standartlaşma” adlandırırlar. Bu xüsusiyyət vaxtın və yerin qənaət edilməsinə və onların dərk olunması və tərtib edilməsində gərginliyin minimallaşmasına xidmət edən dil şablonlarının yaranmasına kömək edir [62, s.7-9]. Bu xüsusiyyət, həmçinin “sənədlərin informativliyini” və “sənəd dövriyyəsinin operativliyini” artırır [81, s.14].

Rəsmi sənədlərin üslubunun, ədəbi dilin bütün funksional üslubları kimi, müəyyən kommunikativ məqsədi və müvafiq olaraq, özünün bir-biri ilə bağlı dil və üslub vasitələri sistemi vardır. Sənədlərin bu növündə kommunikasiyanın məqsədi “iki iştirak edən tərəf arasında razılığa nail olmaqdan” ibarətdir [65, s.312].

İ.V.Arnold, həmçinin funksional üslublar arasında işgüzar üslubu ayırır və qeyd edir ki, “onlardan hər biri leksika və frazeologiyada, sintaktik konstruksiyalarda, bəzən fonetikada özünün spesifik xüsusiyyətlərinə malikdir” [52, s.246].

İ.V.Arnolda görə, işgüzar və ya rəsmi-sənəd üslubu, elmi, publisistik və ya qəzet, natiqlik və yüksək-poetik üslubla bərabər, kitab üslubları qrupuna aiddir və danışmaq qrupu ilə müqayisədə, ərazi bölmələrinin, ümumxəlvəliyinin və əhəmiyyətinin olmaması ilə xarakterizə olunur. İşgüzar üslubun sintaksisi və leksikası üçün müxtəliflik və dəqiqlik, həmçinin düşünüb-daşınmaq və hazırlıqlı olmaq xarakterikdir, belə ki, adresat ilə əks əlaqə ya yoxdur, ya da kifayət qədər deyil [52, s.250].

E.M.Lazutkina işgüzar üsluba aşağıdakı tərifini verir: “İşgüzar üslub funksiyası rəsmi-işgüzar münasibətlərin, yəni istehsalat, təsərrüfat, hüquqi fəaliyyət prosesində dövlət orqanları arasında, təşkilatlar arasında və ya onların daxilində, təşkilatlar və özəl şəxslər arasında baş verən münasibətlərin sferasına xidmət etməkdən ibarət olan dil vasitələrinin məcmuyudur [77, s.216-237].

Verilmiş təyindən göründüyü kimi, işgüzar üslub kifayət qədər geniş sahəni əhatə edir və beş nəticəsi vardır:

1. İşgüzar üslub üç yarımüsluba bölünür:

- 1) sırf rəsmi-işgüzar (dəftərxana);
- 2) hüquqi (əmr və fərmanlar dili);
- 3) diplomatik.

2. Sənəd janrının müəyyən rəsmi-işgüzar situasiyaya uyğunluğu sənədin standartlaşmış xarakterə malik olduğunu bildirir, yəni onun forma və dili yeganə nümunəyə uyğun gəlir;

3. Sənəd hüquqi rəsmi gücə malikdir. O yazılı formanın realizasiyasını şərtləndirir və müəllifdən ifadənin açıqlanmasını və tamlığını tələb edir;

4. Mətnlərin informatif növlərində işgüzar nitqin ifadəsi onların üslubi xarakterinin xüsusiyyətlərini izah edir.

İşgüzar nitq üçün birmənalılıq xarakterikdir. Bu nitqdə terminlərdən və ya dilin terminləşmiş vasitələrindən, işlək idiomlardan istifadə edilməsi məqsədəuyğun hesab edilir. Sintaktik cəhətdən mürəkkəb konstruksiyaların (məntiqi münasibətlər bildirən bağlayıcılı tabeli mürəkkəb cümlələr; mətnə dəqiqləşmə xarakteri olan feili sifət, feili bağlama tərkibləri; mürəkkəb bağlayıcılar və sözləri) çox sayda işlənməsi sənədlərdə ifadələrin məntiqliyinin və arqumentləşməsinin tələbləri ilə izah edilir [77, s.216-218].

Biz İ.R.Qalperinin ingilis dilində rəsmi sənədlər üslubunun dörd yarımüslubunun təsnifatını qəbul edirik:

- 1) diplomatik sənədlərin dili;
- 2) işgüzar sənədlərin dili;
- 3) hüquqi sənədlərin dili;
- 4) hərbi sənədlərin dili [65, s.34].

Beləliklə, rəsmi-işgüzar üslub dilin elə sahəsidir ki, burada rəsmi işgüzar münasibətlər sferasına: dövlət ilə əhali arasında, ölkələr arasında, müəssisələr, təşkilatlar arasında, şəxslər ilə cəmiyyət arasında münasibətlərə xidmət edilir.

İşgüzar üslubun funksiyası ondan ibarətdir ki, o ifadəyə sənəd xarakteri verir və bununla bu sənəddə əks olunan insani münasibətlərin müxtəlif tərəflərini rəsmi-işgüzar yönümə istiqamətləndirir.

Təcrübə göstərir ki, rəsmi-işgüzar üslubun ümumi fərqləndirici xüsusiyyəti onun ciddi, şəxsiz-obyektiv çalarlıqdan ibarət olmasıdır. Rəsmi-işgüzar üslubda ünsiyyət səviyyəsi, eyni zamanda konkretləşmə yüksəkdir, belə ki, mətnlərdə konkret situasiyalar əks olunur, konkret şəxslərə, predmetlərə, tarixlərə müraciət olunur. Bu üslubun fərqli xüsusiyyəti, həmçinin ifadənin standart dil vasitələrindən geniş istifadə olunmasından ibarətdir. Bundan əlavə, rəsmi-işgüzar üslubda standartlaşma yalnız dil vasitələrinə, forma elementlərinə aid edilmir, o bütün sənədi və ya bütövlükdə məktubu əhatə edir.

Rəsmi-işgüzar üslubda yazılmış hər bir sənədin məqsədi siyasət, ticarət, xidmət təklifi və s. məsələlərdə müəyyən razılığa gəlmək istəyindən ibarətdir. İstənilən sənəd məsələnin məğzinin tam aydınlığını təmin etməli, razılığa gələn hər iki tərəfin riayət etməyi öhdəsinə götürmüş əsas şərtləri ifadə etməlidir.

Beləliklə, işgüzar ünsiyyətin əsas məqsədi eyni sosial instituta mənsub olan fərdin və ya fərdlər qrupunun situasiyanı onların müəyyən etdiyi tərəfə dəyişmək, həmçinin işgüzar ünsiyyətin iştirakçıları arasında keyfiyyətə yeni münasibətlərin qurulması söylərinin həyata keçirilməsi hesab edilir.

Biznes sferasında işgüzar diskursun iştirakçılarının mədəni, kommunikativ və pragmatik kompetensiyasının olması vacibdir.

3.2. İşgüzar diskursda idiomların üslubi funksiyaları

Adi nitqdən fərqli olaraq, obrazlı nitqdə metaforik vasitələrdən daha geniş istifadə edilir. Dilin obrazlılıq sistemində metaforaların ümumi-tipoloji, fəlsəfi-lingvistik əhəmiyyətini hələ antik müəlliflər qeyd etmişlər: “Bizi əhatə edən gerçəklikdə elə bir əşya yoxdur ki, onun adlandırılması üçün başqa bir sahənin istənilən anlayışından istifadə edə bilməyək” [10, s.277]. Aristotel yazır ki, metafora ya növdən formaya, ya formadan növə, yaxud da analogiyaya uyğun olaraq qeyri-adi köçürmələrdir [yenə orada]. Dilçilik ədəbiyyatında köçürmənin aşağıdakı ekstralingvistik tipləri göstərilir: insan-heyvan, heyvan-insan, bitki-heyvan, mücərrəd anlayış-insan, insan-mücərrəd anlayış, heyvan-mücərrəd anlayış, insan-əşya, əşya-insan və s.

Məcazlaşmanın iki növü vardır:

- 1) hərəkətin oxşarlığı üzrə məcazlaşma;
- 2) vəziyyətin oxşarlığı üzrə məcazlaşma.

Müasir metafora nəzəriyyələrindən birinin yaradıcısı olan C.Lakoff metaforanı və metaforik ifadələri biri-birindən ayırır. C.Lakoffa görə, metafora geniş mənada bir sahə haqqında digər sahə vasitəsilə düşünmək kimi başa düşülməlidir və onu konseptual metafora (conceptual metaphor) adlandırmaq olar. Məsələn, *life is*

travelling. Metaforik ifadələr isə metaforanın dildə əksi kimi nəzərdən keçirilməlidir [39, s.202]. İfadələrin metaforlaşması onlara xas olan bu və ya digər əlamət əsasında baş verir. İngilis dilində *a bitter tongue* və Azərbaycan dilində *iti dil* (yaxud *dili iti*) ifadələrini buna misal göstərmək olar. Məcazlaşmaya əsaslanan analogiya bu nümunələrdə aşkar hiss edilir.

Bir sıra hallarda adi hərəkəti əks etdirən sabit söz birləşməsi metaforik şəkildə işlədildikdə tamamilə başqa assosiasiya yarada bilər. Məsələn, *vicious circle* “çıxılmaz vəziyyət” (hərfən: “qüsurlu dairə”), *to take by the throat* “bıçağı sümüyə dirəmək” (hərfən: “boğazından yapışmaq”). Bəzi bədən üzvlərinin fizioloji, yaxud sosial-simvolik aspekti ilə müəyyənləşən semantikaya malik bir çox ifadələr uydurma obraza əsaslanır. İngilis dilində *break one's head*, *tie smb's tongue*, Azərbaycan dilində *baş sındırmaq*, *dilini bağlamaq* ifadələri buna misal ola bilər. Ekvivalent idiomatik ifadələrin metaforlaşması sabit söz birləşmələrinin məzmunundakı anlayışlarla real əlaqə vasitəsilə baş verə bilər. Bir sıra hadisələrə uyğun gələn hərəkətləri əks etdirən söz birləşmələri müvafiq hadisələrin obrazlı ifadəsinə çevrilir: ing. *close one's eyes* (“ölmək”), azərb. *gözünü yummaq*, ing. *open one's mouth* (“danışmaq”), azərb. *dil açmaq*, ing. *with one leg in grave*, azərb. *bir ayağı qəbirdə* və s.

C.Lakoff və M.Conson hesab edirlər ki, metafora linqvistik ifadə kimi mümkündür, çünki insanın bütün anlam sistemi metaforikdir.

Məsələn, biz vaxt haqqında belə deyirik: “*to spend time*” – vaxt sərf etmək, “*to lose time*” – vaxt itirmək, “*to use time*” – vaxtdan iftifaə etmək. Bizim şüurumuzda vaxt haqqında pul ilə müqayisə olunan dəyər kimi təsəvvür mövcuddur. “*Vaxt-puldur*” metaforu müasir qərb sənaye cəmiyyətində insanların fəaliyyətini kifayət qədər istiqamətləndirir. Amerikan tədqiqatçıları qeyd edirlər ki, bu metafora özünü sosial həyatda telefon məlumatlarının, saathesabı əmək haqqının, mehmanxana nömrəsinin, illik büdcə, istiqraz üzrə faizlərin ödənilməsinə, ictimai öhdəliklərin yerinə yetirilməsinə sərf olunan vaxtla ölçülən ödəniş vahidi kimi göstərir. Bu təcrübə bəşəriyyət tarixində nisbətən yenidir və bəzi mədəniyyətlərdə mövcuddur.

Belə ki, qərb cəmiyyətində adamlar öz fəaliyyətlərində vaxt haqqında pul ilə müqayisə olunan dəyər təsəvvürü kimi çıxış edirlər və onlar vaxtı belə dərk edirlər.

“*Vaxt – puldur*” metaforu struktur metafora sırasına aiddir. C.Lakoff və M.Conson struktur metaforaya aid digər misallar da gətirir: “*Argument is War* - “Mübahisə - müharibədir”, “*Ideas are Commodities*” – “İdeyalar - əmtəədir”, “*Ideas are Money*” – “İdeyalar puldur” və s. [39, s.252].

İşgüzar kommunikasiyanın dili emosional leksikanın olmasını güman etmir. Hesab edilir ki, işgüzar ünsiyyətin dili hərfidir, metaforik deyil və işgüzar adamlar öz aralarında ünsiyyət saxlayarkən, idiomatik ifadələrdən, frazeoloji birləşmələrdən və dilin digər ifadəli vasitələrindən istifadə etmirlər. Lakin buna baxmayaraq, qeyri-emosional ünsiyyət mövcud deyil, emosiyanın ifadəsi nitqin idiomatikleşməsi ilə həyata keçirilir. Nitqin idiomatikliyində bu xüsusda mənanın ifadə tərzində “mürəkkəbli” nəzərdə tutulur – mürəkkəbli dil formalarının maksimal çətinləşməsi mənasında deyil, ifadənin “konsentrasiya olunması” və dərk etmənin çətinliyi başa düşülür [55, s.51].

Öz hisslərini dolayı yolla ifadə etmək istəyən subyektin nitqinin obrazlılığı adresatı deyilənin mənasını başa düşmək üçün məntiqi düşünməyə, daha çox fikirləşməyə vadar edir. İşgüzar partnyorların nitqində adresantın metaforik ifadəsində tez-tez istifadə etdiyi implisit informasiya müəyyənləşir.

Metaforanın fərqli və əhəmiyyətli xüsusiyyəti obrazlılığın qurulması aparıcı olmayan dilin yarımsistemlərində, o cümlədən işgüzar diskursda onun yeni anlayışları formalaşdırmaq və verballaşdırmaq bacarığıdır. Bu xüsusda metaforanı konseptual, yəni konseptlər yaradan, verballaşmış anlayışlar adlandırmaq olar.

Koqnitiv dilçilik rəkursunda işgüzar nitqin metaforlaşması ilə bağlı tendensiyanın olmasını qeyd etmək vacibdir. İşgüzar kommunikasiyada bir sıra konseptual metaforanı qeyd etmək olar.

Məsələn, T.Aniansın redaktəsi ilə *The Oxford Dictionary of English Etymology* lüğətinin təhlili nəticəsində “pul” leksik-semantik sahəsini (LSS) təşkil edən 42 leksik vahid ayrılmışdır [107]. İnteqral əlaməti “money” sözü ilə ifadə oluna bilən

“pul” leksik-semantik sahəsinin təhlili göstərir ki, bu sahə iki mikrosahədən (LSMS) ibarətdir:

- “pul – pul işarəsi”;
- “pul – pulun cəmiyyətdə funksiyası”.

Leksik vahidlərin öyrənilməsi verilmiş mikrosahələr hüdudunda leksik-semantik qrupların (LSQ) və sıraların ayrılmasında inkişafını tapmışdır.

Birinci “pul – pul işarəsi” LSMS bizim tərəfimizdən “işarə forması”nın differensial əlaməti əsasında ayrılmış iki LSQ ilə verilmişdir. Pul işarələri “nağd” və “nağdsız” pul dövriyyəsində iştirak edir.

“Nağd dövriyyənin pul işarəsi”nin LSQ-nın leksik vahidləri “sikkələr” və “əskinaslar” LSS-ə bölünür.

“Sikkələr” LSS aşağıdakı leksik vahidlərlə verilir:

Sinker, jack, jit, rattles, NBT (no big thing), gold, silver, throw-money.

“Əskinaslar” LSS *scrip, rags, dots, reek, kale* kimi leksik vahidlərdən ibarətdir.

İkinci “pul – pulun cəmiyyətdə funksiyası” LSMS aşağıda nəzərdən keçirilən differensial əlamətləri ilə leksik-semantik qruplara bölünür.

“Dollar dəyər meyarı kimi” LSQ aşağıdakı leksik vahidlərdən ibarətdir:

“\$1” – *one-spot, single, bob*; “\$5” – *five, five-spot*; “\$10” – *tenner*; “\$20” – *double-saw*; “\$50” – *fifty*; “\$100” – *C-note, C-spot*; “5 cent” – *blip, sow, ten*; “10 cent” – *dime, dews, cuter*; “25 cent” – *squirt*; “50 cent” – *two-bit, four-bit*.

“Dollar dövriyə vasitəsi kimi” LSQ iki LSS ilə verilir:

- a) “pul almaq” – *to hash, to kick back*;
- b) “pul sərf etmək” – *to go, to shell out, to wash out*.

“Dollar ödəniş vasitəsi kimi” LSQ-na aşağıdakı leksik vahidlər daxildir: *stake* – şəxsi işin açılmasına sərf olunan pul, *reader* – lisenziya üçün pul, *slush* – xeyriyyəçilik məqsədləri üçün pul, *road stake* – səyahət üçün pul, *suede* – əyləncə üçün pul.

Müasir ingilis dilində “pul” anlayışı mücərrəd mənası olan *money, coin, dollar, currency* leksik vahidləri ilə açılır.

Ümumi amerikan slenqində öyrənilən leksik-semantik sahənin konfigurasiyasının təsviri cəmiyyətin müəyyən təbəqələrində qeyri-formal səviyyədə əmtəə-pul münasibətlərini əks etdirir və bazar münasibətləri çərçivəsində qarşılıqlı əlaqənin şərtlərini müəyyənləşdirir. Hər bir mikrosahə müxtəlif leksik-semantik qrup və sıralardan ibarət olan geniş leksik-semantik sistemi təşkil edir.

“Money” leksik-semantik sahəsi cəmiyyətdə pul münasibətlərini mücərrəd şəkildə açıqlayır. Əgər insan, insan faktoru nəzərə alınsa, “pul” leksik-semantik sahəsi ilə qismən kəsişən və hər bir insanın həyatında pulun rolunu əks etdirən “zənginlik-kasıbçılıq” qarışıq leksik-semantik sahəsini əldə edirik.

Metaforanı kontekstdə asan tanımaq olur, çünki onu hərfi qəbul etmək olmaz. Metafora mexanizminin köməyi ilə yeni dil mənaları yaradılır. Beləliklə, metafora nitq fiqurundan dil işarəsinə keçir, bu da sözün və ya söz birləşməsinin əvvəlki mənasını itirməsinə və yeni məna kəsb etməsinə gətirib çıxarır.

İşgüzar diskursun yazılı formasına (işgüzar məktublar, müqavilələr, hesabatlar və digər sənədlər) gəlinə, hesab edirik ki, onlarda leksik komponentlərin mənalarının qovuşması və bir bütöv mənanın ifadəsindən ibarət olan tam məcazlaşmamış motivlənmiş frazeoloji vahidlər işlənir. Bu vahidlər fraza ştampları, standartlaşmış üslubi klişedir.

Məsələn, *Your prompt (early) reply will be appreciated.*

- Sizin tez cavabınıza görə sizə minnətdar olacağıq.

We look forward to hearing from you soon.

- Yaxın gələcəkdə sizdən səbirsizliklə cavab gözləyirik.

İşgüzar nitqdə terminləşmiş sabit birləşmələr də mövcuddur:

This principal reason for this *fast-food* development is to increase *cash-flow*.

Restoranın *tez ərzaq hazırlığı* ilə bağlı inkişafının əsas səbəbi nağd pul axınının artmasıdır.

Imported “*Bush legs*” are said to sell at \$5 less than the factory production.

Deyirlər ki, idxal olunan *toyuq ayaqları* (“*Buşun ayaqları*”) fabrikin məhsuluna nisbətən 5 dollar ucuzuna satılır.

İşgüzar diskursun şifahi formasında (danışıklarda, işgüzar telefon danışıklarında, satış sferası fəaliyyətində, şirkətlərin reklam fəaliyyətində və s.) aşağıdakıların kifayət qədər tez-tez işlənməsi müşahidə olunur:

- işarəsiz klişe olunmuş ifadələr;

Please feel free to contact us any time you need.

Buyurun, sizə lazım olan istənilən vaxt bizə müraciət edin.

Does that fit in with your objectives?

Bu sizin məqsədinizə uyğun gəlirmi?

- üslub cəhətdən işarə olunmuş leksik vahidlər, o cümlədən metaforik, idiomatik ifadələr.

- In answering the question ‘How do you *make globalisation work?*’, Percy Barnevik describes ‘*the global glue*’ that keeps the many different people in ABB together [43].

- Persi Barnevik “*Qloballaşmanın yaxşı nəticə verməsinə siz necə nail olursunuz?*” sualına cavab verərək, ABB şirkətində tamamilə müxtəlif adamları möhkəm birləşdirən “*qlobal yapışqanı*” təsvir edir.

- So what we tried to do was *flatten the organization, break down the vertical wall*, so that an organization can learn, and organization can be quick [43].

- Beləliklə, bizim çalışdığımız şey *təşkilatı düzləndirmək, mövcud olan şaquli (tabeli) münasibətlər divarını dağıtmaqdır* ki, təşkilatın işçiləri yeni şeyləri öyrənə bilsinlər, təşkilatın özü isə çevik olsun.

İşgüzar aləm, bu aləmə məxsus olan adamların həyat və fəaliyyəti haqqında məlumat verən jurnal və qəzet məqalələrində, işgüzar adamların real səslənən nitqində çox sayda idiomatik və metaforik ifadələrə rast gəlirik. Bu tədqiqat işində deyilənlərin təsdiqi üçün işgüzar sənədləşmədən, işgüzar adamlarla müsahibədən və *Time, Newsweek* jurnallarında çap olunan məqalələrdən götürülmüş bəzi nümunələr verilmiş və təhlil edilmişdir:

While admitting that business activity *was teetering on the edge*, he insisted it still had not reached “a cumulative unwinding” – Greenspan gobbledygook for a serious recession.

Qrinspen işgüzar fəaliyyətin *son həddə balanslaşdığı* faktını qəbul edərkən, təkid edirdi ki, o hələ ciddi enişə çatmayıb; Qrinspen eniş haqqında deyərkən, özünün sevimli “kumulyativ açılma” ifadəsini işlədirdi.

Biznes dünyası təsvir olunan bədii ədəbiyyatda oxucuya daha emosional təsir üçün, personajlara daha çox kolorit vermək üçün, onların düşüncələrinin və əməllərinin obrazlı xarakteristikası üçün frazeoloji vahidlərdən istifadə olunur.

T.Drayzerin “Arzu trilogiyası” və digər bədii əsərlərdən işgüzar dünyanı göstərən misalları müqayisə edək:

He was sure that when it came to the necessity of annexing his property the North and West Chicago Street Railways would be obliged to *pay through the nose* [119, s.274].

O, əmin idi ki, tunnel onun mülkiyyətinə yaxınlaşanda, şirkət ona *çox pul ödəməyə* məcbur olacaq.

The result was a wholesale cancellation of contracts, or maybe just to renew contracts that had expired. In some cases *the butter-and-egg men* were right; in others they were wrong [123].

Nəticə o oldu ki, yeni müqavilələrin bağlanması dayandırıldı, köhnə müqavilələrin vaxtı isə uzadılmadı. Bəzi hallarda *bu işi maliyyələşdirən şəxslər* haqlı idilər, digər hallarda isə yox [İRFL].

I've never known anyone to take his job so seriously as Arthur. *Keeps us all on our toes* [117].

Mən Artur kimi işinə belə ciddi yanaşan adam heç vaxt görməmişəm. *Bizə nə gün verir, nə işıq* [İRFL].

İşgüzar ünsiyyətin idiomatikləşməsi verilmiş fəaliyyət dairəsində təfəkkürün stereotipləşməsi nəticəsində baş verir. Öz hissələrini dolaylı yolla ifadə etmək istəyən subyektin nitqinin obrazlılığı, deyilənin mənasını başa düşmək üçün adresatı məntiqi düşünməyə, daha çox fikirləşməyə vadar edir. İşgüzar ortaqların nitqində adresantın ümumişlək metaforik ifadəsində tez-tez işlətdiyi implisit informasiya müəyyənləşir.

3.3. İşgüzar diskursda sosial-mədəni aspekt

Bu yarım-fəsildə bizi əhatə edən dünyanı əks etdirən məlum formaların, o cümlədən real, mədəni və dünyanın dil mənzərəsi sırasında frazeoloji mənzərənin yeri müəyyənləşib. Dünyanın frazeoloji mənzərəsi milli və ya fərdi dünyabaxışın və dünyadərketmənin əks olunmasıdır.

İşgüzar kommunikasiyanın daha aydın təsviri üçün milli xarakter probleminin işıqlandırılmasını vacib hesab edirik. Dilin idiomatikasında, yəni onun milli cəhətdən spesifik olan layında dəyərlər sistemi, ictimai mənəviyyat, dünyaya, insanlara, digər xalqlara münasibət saxlanılır. Frazeologizmlər, atalar sözləri, deyimlər bir mədəniyyət ilə birləşmiş bu və ya digər cəmiyyətin həm həyat tərzini, həm coğrafi mövqeyini, həm tarixini, həm ənənələrini əyani şəkildə göstərir. Bu mövzuda çoxlu elmi işlər yazılıb. Məhz özünün mədəniyyət daşıyıcısı olması, milli və üslubi çalarlığı ilə idiomatika həmişə həm dilçi alimlərin, həm də əcnəbi dilləri öyrənənlərin diqqətini cəlb etmişdir.

Bu maraq frazeologizmlərin nitq fəaliyyətində roluna görə heç də proporsional deyil. Bu maraq kifayət qədər məhduddur. İdiomları yeməyə ehtiyatla, çimdiklə, bıçağın ucunda əlavə edilən ədviyyatlara bənzətmək olar, yeməyin özü isə, yəni nitq tamamilə başqa, neytral komponentlərdən – qeyri-idiomatik xarakterli söz və söz birləşmələrindən ibarətdir.

Dil vahidi ilə mədəniyyət, həyat təzi, milli xüsusiyyət və s. arasında bilavasitə əlaqə (idiomun əsasında olan obraz, metafora vasitəsilə) aşkardır və dəfələrlə tədqiq olunub.

İngilis dilində “dəniz” idiomları ada təfəkküründən, Böyük Britaniya adasını və ətrafdakı adaları əhatə edən dənizlərdən bütünlüklə asılı olan keçmiş həyatdan, dənizçilər millətinin geniş yayılmış peşəsindən irəli gəlir. Məsələn, *to be in smooth water* – sakit suda olmaq, frazeoloji ifadənin mənası – çətinliklərə üstün gəlmək.

Deyilən ifadənin, həmçinin situasiyanın kontekstinin sosial fonunu tədqiq edərkən, maraqlı müşahidələr edilmişdir. Məlum olub ki, yeməyin dəyərləndirilməsi ifadəsi əsasən zəngin adamlar, cəmiyyətin orta və yuxarı təbəqələrinin nümayəndələri

üçün xarakterikdir. Kasıblar, cəmiyyətin aşağı təbəqələrinin nümayəndələri isə nadir hallarda yeməyə öz münasibətlərini bildirirlər. Bu iki hal asanlıqla izah edilir: cəmiyyətin zəngin nümayəndələri üçün yeməyin yeyilməsi həyatda qalmaq üçün mühüm olan sadəcə təbii funksiya deyil, eyni zamanda yeməyin keyfiyyəti mühüm mənə kəsb edən ictimai həyatın vacib hadisəsi, müəyyən sosial-mədəni ritualdır. Forsaytlar ailəsinin tənənəli iclaslarında məşhur “quzu yəhəri”ni xatırlamaq kifayətdir. Cəmiyyətin firavan yaşayan təbəqələrində yeməyin (və ya yeməyin yeyilməsinin) qiymətləndirilməsi leksik müxtəliflik və çalarlıqların zənqinliyi ilə fərqlənir:

The feature of the feast was red mullet. This delectable fish brought from a considerable distance in a state of almost perfect preservation was first fried, then boned, then served in ice according to a recipe known to a few men of the world [120].

Bayramda *proqramın əsas məqamı* qırmızı kefal oldu. Uzaqdan gətirilmiş, yaxşı qalmış ləzzətli balıq dünyada yalnız bir neçə adama məlum olan reseptə əsasən əvvəl qızardıldı, sonra sümüklərdən təmizləndi və buz içində təqdim olundu.

Bu halda *the feature of the feast* idiomu birbaşa *red mullet* ilə müşayiət olunur və üslubu funksiyayı yerinə yetirir. Bir çox müşayiət edilən ifadələr vaxt keçdikdən sonra idiomatik funksiyayı yerinə yetirərək dilə daxil olur.

Müasir ingilis dilində “çirkli” – “təmiz” anlayışlarını ifadə edən sözlər yalnız lüğəvi mənasında deyil, söhbət fiziki təmizlikdən, konkret əşyaların təmizliyindən yox, mənəvi təmizlikdən, qarşılıqlı münasibətlərin, niyyətlərin təmizliyindən gedəndə, məcazi mənada da işlənir.

Sit down and tell me about your sister and Jon. Is it a marriage of true minds? It certainly is. Young Jon *a pretty white man* [120].

Otur və mənə bacın və Con haqqında danış. Bu sadıq könüllərin nigahıdır? Əlbəttə. Gənc Con *çox ləyaqətli adamdır*.

Danışanın mədəniyyətini və ictimai şüurunu əks etdirən ingilis dili üçün ənənəvi olaraq, qara rəngin pis şeylərə, ağ rəngin isə yaxşı şeylərə aid edilməsi xarakterikdir. İngilis dilinin amerikan variantının təsiri altında bu, britaniya ingilis dilində əlavə

aktuallaşma əldə edib. Ona görə C.Qolsuorsinin əsərlərində *black* sifəti ilə işlənən tərkibi nominativ qruplar mənfi konnotasiyaya malikdir, *white* sifəti isə, bir qayda olaraq, müsbət mənə çalarlığı olan nominativ qrup tərkibinə daxil olur.

İdiomlar milli xarakterə malikdir:

Eat your cake and have it. – Nə şış yansın, nə kabab.

The Peace of the World, Hygiene, Trade, and the end of Unemployment, preoccupied all, irrespective of Party, and Fleur was in the fashion; but instinct, rather than Michael and Sir James Foggart, told her that the time-honoured motto: “*Eat your cake and have it*”, which underlay the platforms of all Parties, was not “too frightfully” sound [120, s.13].

Let them *stew in their juice* for a bit. – Qoy onlar bir az *naməlumluqda qalsınlar* [120, 163].

In so tight a place! – Belə vəziyyətdə.

How could one have helped sympathising with the “Pet of the Panjoys” in *so tight a place!* [120, 246].

To be in the swim – Adamlar arasında olmaq.

Since yesterday’s ordeal and its subsequent spring-running, he had kept his unacceptable misgivings to himself; he did not even know whether, at this rout, she was deliberately putting their position to the test, or merely, without forethought, indulging her liking *to be in the swim*. And what a swim! [120, s.274].

Hər bir adamın öz xalqının həyat fəlsəfəsinə əsaslanan sabit birləşmələr işlətməsi faktına baxmayaraq, işgüzar leksikada ifadə planında daha tez-tez universal frazeologizmlərdən istifadə olunur. Bu yerdə, haqlı olaraq, müasir biznes dünyasının, həmçinin bütün insan cəmiyyətinin indiki inkişaf dönəmində dillərin və mədəniyyətlərin interpenetrasiyasının beynəlmiləl xarakterini qeyd etmək olar.

İdiomlar bədii mətnin estetikasını gücləndirərək, diskursun emosional təsirini realizə edir. Nümunə kimi C.Qolsuorsinin “Qız gözləyir” romanından bir fraqment gətirək. Burada iddialı nitq aktı *like hell* idiomu ilə məyusluğun qəsdli vəziyyətini verballaşdırır.

“Understand me, I’m not going to be interfered with or messed about. I shall do what I like with myself”.

Dinny remained silent. Her heart was beating furiously, and she didn’t want her voice to betray it.

“Did you hear?”

“Yes. No one wants to interfere with you, or do anything you don’t like. We only want your good”.

“I know that good”, said Ferse. “No more of that for me”.

He went across to the window, tore a curtain aside, and looked out. “It’s raining like hell”, he said, then turned and stood looking at her. His face began to twitch, his hands to clench. He moved his head from side to side. Suddenly he shouted: “Get out of this room, quick! Get out, get out!” [121, s.209].

Bu misalda məyusluğun intensional vəziyyətinin eksplikasiyası *very* leksik intensivatoru ilə gücləndirilib, dəhşətin intensional vəziyyətini bildirən ifadənin intensivliyini *like hell* idiomu dəstəkləyir.

Romanın qəhrəmanları Ser Konvey və onun qızı Dinni Diananın (Dinninin bacısı) və kapitan Ronald Fersin boşanma prosesinə təkid edirlər. Bu söhbətdə kapitan Fersin niyyəti Dinnidən onu sakit buraxmaqları və onun həyatına qarışmamaqlarına nail olmaqdır. Niyyətini həyata keçirmək üçün danışan (Fers) müxtəlf illokytiv (qeyri-müəyyən) gücə malik olan bir neçə nitq aktı edir, bununla müxtəlif intensional vəziyyətlər ifadə edir.

Kapitan Fers söhbətin lap əvvəlində aşağıdakı nitq aktlarını edir: *“...I’m not going to be interfered with or messed about”* və *“I shall do what I like with myself”* və bununla niyyətini bildirmək istəyir ki, onun həyatına qarışmasınlar və o, istədiyini etmək niyyətindədir.

C.Serlin intensional vəziyyətlər şəbəkəsi fərziyəsinə görə niyyətin və arzusunun intensional vəziyyətləri bir şəbəkənin elementləridir, inam intensional vəziyyəti də bu şəbəkəyə daxildir [44, s.114].

Beləliklə, arzu və niyyət ifadə edərək, danışan, həmçinin inam intensional vəziyyətini verballaşdırır. Görünür, söhbətdə iştirak edən şəxs danışanın niyyətini və arzusunu başa düşüb.

“Yes. No one wants to interfere with you, or do anything you don't like” və *“We only want your good”*. Dinni inandırmaq istəyir ki, heç kim kapitan Fersinin həyatına qarışmaq istəmir, o, istədiyini edə bilər və ümumiyyətlə, hamı ona yalnız yaxşılıq arzulayır. Kapitan Fers deyilənə rişxəndlə münasibətini göstərir *“I know that good”*. Bu ifadə o inam implikasiyasından ibarətdir ki, onu yenə də rahat buraxmayacaqlar və onun işlərinə qarışmaqda davam edəcəklər.

Beləliklə, adresantın arzu və niyyəti həyata keçmir; o dərk edir ki, onun söhbət edən şəxsi inandırmaq cəhdi baş tutmadı. Bu da onu məyusluğun intensional vəziyyətinə gətirib çıxarır.

Yuxarıdakı misallarda təsvir olunmuş idiomlar müəyyən intensional vəziyyətin ifadəsini gücləndirmək və bununla söhbət edən şəxsə təsir göstərmək məqsədi ilə işlədilir.

NƏTİCƏ

Dilin sistemi həm qrammatik modellərin strukturu, həm də leksik material baxımından müəyyən qanunauyğunluqlar üzərində qurulmuşdur. Bu qanunauyğunluqlar müəyyən kateqoriyalar vasitəsilə təzahür edir. İdiomatik vahidlərin də dilin sistemində öz yeri vardır. Hər bir sabit söz birləşməsi dil sistemində paradigmatik cəhətlərdən kənarda mövcuddur, yəni idiomatik korpusun nominativ vahidləri kimi qiymətləndirilir. Hər bir idiomatik vahid fərdi şəkildə yaranır və bu şəkildə dilin idiomatik tərkibinə daxil olur. Lakin idiomatik tərkiblər dildə müəyyən ümumi cəhətlər qazanır və bu cəhətlər də onların həmin dilin sistemində yarısystem kimi qəbul edilməsini şərtləndirir. İdiomatik vahidlər dilin bir hissəsi kimi onun əsas cəhətlərini, xüsusiyyətlərini özündə ehtiva edir.

“Müasir ingilis dilində işgüzar kommunikasiyada idiomların spesifik xüsusiyyətləri” adlı tədqiqat işimizdə əldə olunan nəticələri ümumiləşdirərək aşağıdakı şəkildə qeyd edə bilərik:

1) idiomlar koqnitiv funksiyalı semantik birləşmələrdir.

2) idiomatiklik forma, məna və kontekstin qarşılıqlı təsirinin məhsuludur.

3) hər bir idiomun özünün daxili strukturu – özünün sintaksisi, semantikasi vardır. Onlar cümlə daxilində yerləşdirilən uzun sözlər deyil, əsaslı modifikasiyalara məruz qala bilən vahidlərdir, beləliklə də, idiomlar sabit frazeoloji ifadələrdir, lakin daşlaşmış frazalar deyillər.

4) idiomun daxili strukturunun mövcudluğuna dəlalət edən aşağıdakı faktorlar vardır:

a) qrammatik forma dəyişikliyi;

b) bəzi idiomlarda məchul növün mümkünlüyü, digərlərində isə məchul növdə idiomatikliyin itməsi;

c) idiomların bəzi leksik dəyişikliyə məruz qala bilməsi, başqa sözlə tərkib hissədəki sözün digər sözlə əvəzlənməsi;

d) idioma leksik əlavələrin daxil olması;

e) idiom daxilində sözlərin yerdəyişməsi;

f) leksik ixtisarlar;

g) eyni qrammatik formaya malik idiomlarda fərqli qrammatik struktur dəyişikliyinə baş verməsi.

5) metafora, metonimiya, təşbeh idiom deyillər, lakin metaforik, metanomik, komparativ idiomlar kimi qəbul edilərək ingilis dili lüğətlərinə daxil edilir və idiom kimi izah edilirlər.

6) metafora, metonimiya, təşbehdən ibarət idiomlar tamamilə məcazi formaya malik olurlar, onların hərfi mənaları olmur. Xalis idiomlar isə həm hərfi, həm də idiomatik mənada işləyə bilərlər.

7) semantik cəhətdən idiomlar xalis, leksik və hərfi idiomlar kimi təsnif edilə bilərlər.

8) həm hərfi, həm də məcazi mənə ifadə edən xalis idiomlar daha qədim tarixə malik olurlar.

9) idiomlar ölmüş metaforalar deyillər. Ölmüş metaforada sözlərin hərfi və metaforik mənaları arasındakı əlaqə sinonimik əvəzlənmə və ya parafraz əvəzlənməsi vasitəsilə canlandırıla bilər, idiomlarda isə mənənin ortaya çıxarılması naminə aparılan hır hansı əvəzlənmə idiom sabitliyini pozur.

10) kontekstdən asılı olaraq eyni bir ifadə həm metafora, həm də leksik idiom kimi xarakterizə edilə bilər.

11) idiom daxilindəki dəyişikliklər qeyri-idiomatik parafrazlarına uyğun aparılır. Sintaktik cəhətdən parafrazlarına bənzəyən idiomlar məchul növ dəyişikliyinə məruz qala bilərlər. Parafrazı təsirsiz feildən ibarət olan idiomlar məchul növə çevrildiyi təqdirdə idiomatiklik itir.

12) ingilis dilində feili idiomları (VP) iki qrupda təsnif etmək olar:

1. tərkib hissələrə ayrılmayan sintaktik cəhətdən daşlaşmış idiomlar;
2. tərkib hissələrə ayrıla bilən və beləliklə də, daha çox sintaktik çevikliyə malik idiomlar.

13) idiom daxilində aşağıdakı əlavələrin edilməsi mümkündür:

- a) ara sözlərin əlavəsi;
- b) təyinin (sifət, say) idioma əlavəsi;

c) yiyəlik hal və əvəzliyin əlavəsi.

14) idiomun semantik təhlili ilə sintaktik xüsusiyyətləri arasında əlaqə vardır, buna görə də, idiom təhlilinin sintaksis və semantika arasında qarşılıqlı əlaqə baxımından izahı daha səmərəli nəticə verə bilər.

15) tərkib hissədəki sözlərin hərfi mənalari vasitəsilə bəzi idiomların semantik təhlili mümkün olur. Koqnitiv baxımdan idiom anlaşılırsa, sintaktik baxımdan da tərkib hissəyə daxil ola biləcək sözləri müəyyən edə bilərik. Semantik təhlil konseptual metafora/metonimiyaya əsaslanaraq ortaya çıxar bilər.

16) koqnitiv cəhətdən VP struktura malik idiomlarda işlənən NP-yə əsaslanaraq baş verə biləcək transformasiyaları müəyyən edə bilərik. İdiom daxilindəki sözün hərfi mənasının insan şüurunda yaratdığı təsəvvür idiomatik mənanın anlaşılmasına təkan verə bilər.

18) konseptual metaforalar, konseptual metonimiyalar və insanın dünyəvi biliklərinin rolu kimi koqnitiv amillər nəzərə alınmaqla məcazi dili asanlıqla anlamaq mümkündür.

19) idiomları üç qrupda təsnif etmək olar:

1. tərkibinə nekrotizm adlanan sözlər daxil olan, ancaq birikmiş birləşmədə işlənən və müasir dil nöqtəyi-nəzərdən başa düşülməyən idiomlar;

Michael paused disconcerted then, *snatching at his bitt*, went on [52].

2. tərkibinə arxaizmlər daxil ola bilən idiomlar;

Put not your trust in Gath.

3. öz leksik mənasını itirən idiomlar, yəni frazeoloji birikmənin strukturuna daxil olan, mürəkkəb leksik vahidin komponentinə çevrilən, mənacə ayrıca sözə yaxınlaşan sözlər. Ona görə bir çox idiomlar sözlərə sinonim olur: *kick the bucket* – to die; *send smb. to Coventry* – to ignore və s.

İşgüzar kommunikasiyanın dilində emosional leksikanın işlənməsi guman edilmir. İşgüzar ünsiyyətin dilinin metaforik deyil, hərfi olması hesab edilir, yəni işgüzar adamlar öz aralarında ünsiyyət saxlayarkən, idiomatik ifadələrdən, frazeoloji birləşmələrdən və dilin digər ifadəli vasitələrindən istifadə etmirlər. İşgüzar ünsiyyətdə öz hisslərini dolaylı yolla ifadə etmək istəyən subyektin nitqinin obrazlılığı

deyilənin mənasını başa düşmək üçün adresatı məntiqi düşünməyə, daha çox fikirləşməyə vadar edir. İşgüzar partnyorların nitqində adresantın ümumişlək metaforik ifadələrdə tez-tez qeyd etdiyi implisit informasiya müəyyənləşir. Metaforanın fərqli və əhəmiyyətli xüsusiyyəti onun işgüzar diskursda yeni anlayışları formalaşdırmaq və verballaşdırmaq bacarığından ibarətdir. Bu xüsusda metaforanı konseptual adlandırmaq olar, yəni konseptlər yaradan – verballaşmış anlayışlar.

Tədqiqat prosesində biz idiomların işgüzar ünsiyyət sferasında geniş yayılmış ən üstün təsnifatının funksional təsnifatdan ibarət olması nəticəsinə gəlirik:

- idiomatizmlər;
- terminoloji frazeologizmlər;
- frazeomatizmlər;
- komparativ frazeologizmlər.

Hər bir adamın öz xalqının həyat fəlsəfəsinə əsaslanan sabit birləşmələr işlətməsinə rəğmən, işgüzar leksikada daha tez-tez universal frazeologizmlərdən istifadə olunur. Bu baxımdan müasir biznes dünyasının beynəlmiləl xarakterini, həmçinin bütün insan cəmiyyətinin hazırkı dönəmində dillərin və mədəniyyətlərin qarşılıqlı inteqrasiyasını qeyd etmək olar.

İşgüzar ünsiyyətin əsas məqsədi eyni sosial instituta mənsub olan fərdin və ya fərdlər qrupunun situasiyanı onların müəyyən etdiyi tərəfə dəyişmək, həmçinin işgüzar ünsiyyətin iştirakçıları arasında keyfiyyətə yeni münasibətlərin qurulması söylərinin həyata keçirilməsi hesab edilir.

Biznes sferasında işgüzar diskursun iştirakçılarının mədəni, kommunikativ və pragmatik kompetensiyasının olması vacibdir.

Yuxarıdakıları nəzərə alaraq, işgüzar ünsiyyətin idiomatikləşməsinin verilmiş fəaliyyət sferasında təfəkkürün əhəmiyyətli dərəcədə stereotipləşməsi nəticəsində baş verməsini qeyd etmək olar.

İngilis dilində işgüzar kommunikasiyada idiomların spesifik xüsusiyyətlərinin tədqiqi bu sahədə mövcud olan bir sıra mübahisəli məsələlərin həllinə də yol açır.

İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT

Azərbaycan dilində

1. Abdullayev Ə.Ə. Mətn, məna və anlama (kommunikativ-koqnitiv təhlil): Fil. elm. dok. ... dis. avtoref. Bakı, 2001, 56 s.
2. Abdullayev K.M. Azərbaycan dili sintaksisinin nəzəri problemləri. Bakı, 1998, 281 s.
3. Adilov M.İ., Yusifov G. Sabit söz birləşmələri. Bakı, 1992, 151 s.
4. Bayramov H.A. Azərbaycan dili frazeologiyasının əsasları. Bakı, Maarif, 1978, 176 s.
5. Cəfərov S. Müasir Azərbaycan dili. Leksika. Bakı, Maarif, 1970, 236 s.
6. Dəmirçizadə Ə. Azərbaycan dilinin üslubiyyəti. Bakı, Azərtədrisnəşr, 1962, 272 s.
7. Əhmədova F. İngilis və Azərbaycan dillərinə məxsus frazeoloji vahidlərdə struktur-semantik xüsusiyyətlərin müqayisəli tədqiqinə dair // ADU-nun Elmi xəbərləri, № 4, 2007, s.199-203.
8. Əhmədova Ü. İngilis və Azərbaycan dillərində metaforik frazeoloji vahidlərin struktur xüsusiyyətləri // Filologiya məsələləri, № 2, 2003, s.302-304.
9. Əliyeva S. İngilis və Azərbaycan dillərində frazeoloji birləşmələrin leksik-semantik xüsusiyyətləri // Tədqiqlər. AMEA Nəsimi ad.Dilçilik İnstitutu, № 1, 1999, s.100-104.
10. Hacıyeva Ə.H. Müxtəlif sistemli dillərdə somatik frazeoloji birləşmələr. Bakı, Nurlan, 2007, 348 s.
11. Hüseynova L. Azərbaycan dilindəki metaforaların ingilis dilində ekvivalentlərinin müəyyənləşdirilməsi haqqında // ADU-nun Elmi xəbərləri, № 4, 2006, s.110-113.
12. Hüseynzadə M. Müasir Azərbaycan dili. Bakı, 1954, s.32.
13. Xomski N. Dil və təfəkkür. İngilis dilindən tərcümə edən və giriş məqalənin müəllifi prof. A.Y.Məmmədov. Bakı, Kitab aləmi nəşriyyat-poliqafiya mərkəzi, 2006, 152 s.
14. Məmmədov A.Y. Mətn qrammatikasında formal əlaqə vasitələrinin sistemi. Bakı, 2001, 143 s.
15. Mirzəliyeva M.M. Türk dilləri frazeologiyasının nəzəri problemləri. Bakı, Azərbaycan Ensiklopediyası, 1995, 146 s.

16. Murtuzayev S. M.F. Axundovun komediyalarının dil və üslub xüsusiyyətləri. Bakı, 1962, s.62-105.
17. Mustafayeva S.B. İngilis dilində işlək idiomlar və onların Azərbaycan dilində qarşılığı. Bakı, Letterpress, 2008, 344 s.
18. Mürsəlova M. Kommunikativ frazeoloji vahidlərin struktur-semantik təhlili // Filologiya məsələləri, № 2, 2006, s.73-76.
19. Qəmbərova İ. Müasir ingilis dilində frazeoloji birləşmələr və idiomlar // ADU-nun Elmi xəbərləri, № 4, 2002, s.113-117.
20. Quliyev T.S. İngilis və Azərbaycan dillərində idiomatik ifadələrin struktur-semantik xüsusiyyətləri // ADU-nun Elmi xəbərləri, № 3, 2007, s.127-133.
21. Quliyev T.S. İngilis və Azərbaycan dillərində idiomatik ifadələrin metaforik səviyyədə işlədilməsi haqqında // Dil və ədəbiyyat, BDU, № 1(61), 2008, s.54-56.
22. Quliyev T.S. Müxtəlif sistemli dillərdə idiomatik birləşmələr. Bakı, Mütərcim, 2016, 168 s.
23. Rəhimzadə N.R. Azərbaycan dilində idiomatik ifadələr. Fil. elm. nam. ... diss. avtoref. Bakı, 1967, 28 s.
24. Rəhimzadə N.R. Frazeologiya // Müasir Azərbaycan dili. Bakı, Elm, 1978, 291 s.
25. Seyidov Y. Azərbaycan dilinin qrammatikası. Morfologiya. Bakı, 2002, s.303.
26. Sultanov V.S. Fizulinin dilində idiomlar // Tarixi və tətbiqi dilçilik. Bakı, 1993, s.11-14.
27. Şirinova A. İdioms: From one culture to another // Tərcümə məsələləri: Elmi praktik konfransın materialları. Bakı, 2002, s. 38-41.
28. Fətullayeva S. Müasir ingilis dilində idiomlardan istifadə // ADU-nun Elmi xəbərləri, № 1, 2007, s.122-124.
29. Vəliyeva N.Ç. Frazeoloji birləşmələrin müqayisəli linqvistik təhlili (ingilis, Azərbaycan, rus dillərinin materialları əsasında). Fil. elm. dokt. ... diss. avtoref. Bakı, 2004, 37 s.
30. Yusifov G. Dildə idiomatiklik hadisəsi: Azərbaycan, rus, ingilis dilləri materialları əsasında müqayisəli tədqiqat // Tədqiqatlar. AMEA Nəsimi ad.Dilçilik İnstitutu, № 2, 2003, s.254-257.

31. Yusifov G. Azərbaycan və ingilis dillərində sabit söz birləşmələrinin linqvistik üslubi xüsusiyyətləri (tipoloji təhlil). Bakı, 2004, 210 s.

İngilis dilində

32. Abdullayev A.A. Text, Meaning and Understanding: Communicative-cognitive Approach. Minneapolis, 1998, 189 p.
33. Gibbs R., Josephine Jr., Bogdanovich M., Jeffrey R. Sykes, and Dale J. Barr. Metaphor in İdiom Comprehension. Journal of memory and language. 37, 1977, pp.141-154.
34. Gibbs R., O'Brien J. İdioms and Mental İmagery: The Metaphorical Motivation for İdiomatic Meaning. Cognition, 36, 1990, pp.35-68.
35. Guliyev T.S. On the Importance of Usage of Idioms in Communication // Глобальный научный потенциал. Научно-практический журнал, №5 (14), Санкт-Петербург, 2012, p. 9-12.
36. Hacıyeva A., Nəcəfov E., Jafarov A. English Phraseology. Baku, 2009, 228 p.
37. Hockett C.F. A Course in Modern Linguistics. New York: Prentice Hall College Div, 1958, p.172.
38. Lakoff G.J. The Contemporary Theory of Metaphor. Ortony A. (ed.) Metaphor and Thought. Cambridge University Press. Second edition, 1994, 252 p.
39. Lakoff G. and Johnson M. Metaphors We Live By. Chicago: University of Chicago Press, 1980, 256 p.
40. Makkai A. Idioms Structure in English. The Hague, 1987, 365 p.
41. Murphy M.L. Semantic Relations and the Lexicon: Antonymy, Synonymy and Other Paradigms. Cambridge: Cambridge University Press, 2003, 302 p.
42. Nunberg G. The Pragmatics of Reference. The University of California: Indiana University Linguistics Club, 1978, p.182.
43. Pickford P. and Crowe R. Market Leader Business Briefings. Pearson Education, 2008.
44. Searle J.R. Indirect Speech Acts // Syntax and Semantics 3. Speech Acts. New

York: Academic Press, 1975, p.59-82.

45. Seidle J., Mc.Mordie W. English Idioms and How to Use Them. Moscow, 1983, 289 p.
46. Seyidova S. Comparative Analysis of Phrases in English, Azerbaijani and Russian // Tədqiqələr, №3, 2006, s.366-368.
47. Smith L.P. Words and Idioms. London, 1948, 310 p.
48. Weinreich U. Problems in the Analysis of Idioms: Substance and Structure of Language. University of California Press, Berkley and Los Angeles, 1984.

Rus dilində

49. Абдуллаев К.М., Гамидов И.Г. О трансязыковой природе фразеологии // В пространстве языка и культуры. Сборник статей в честь 70-летия В.В.Виноградова. М., 2010, с.149-157.
50. Алехина А.И. Фразеологическая единица и слово. К исследованию фразеологической системы. Минск, БГУ, 1979, 152 с.
51. Амосова Н.Н. Основы английской фразеологии. Л., ЛГУ, 1963, 326 с.
52. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. М., Просвещение, 1990, 263 с.
53. Арсентьева Е.Ф. Сопоставительный анализ фразеологических единиц. Казань, Изд-во Казанского Университета, 1989, 125 с.
54. Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка. М., 1961, 394 с.
55. Баранов А.Н., Добровольский Д.О. Идиоматичность и идиомы. Сущность проблемы. Вопросы языкознания. №5, 1996.
56. Беляев Б.В. Психологические основы усвоения лексики иностранного языка. М., Просвещение, 1954, с.34.
57. Бинович Л.Э. О многозначности идиом // Иностранные языки в школе. 1952, № 5, с. 30.
58. Блох М.Я., Семенова Т.Н. Имена личные в парадигматике, синтагматике и прагматике. М., Готика, 2001, 198 с.

59. Бодуэн де Куртене И.А. Избранные труды по общему языкознанию. М., 1963, с. 56.
60. Бондаренко В.Н. Отрицание как логикограмматическая категория. М., Наука, 1983, 211 с.
61. Булаховский Л.А. Введение в языкознание. Ч. II, М., Учпедгиз, 1954, 173 с.
62. Веселов П.В. Современное деловое письмо в промышленности. Изд-во стандартов. М., 1990, 160 с.
63. Виноградов В.В. Об основных типах фразеологических единиц в русском языке / Виноградов В.В. Избранные труды по русской лексикологии и лексикографии. М., 1977, с.140-161.
64. Гаджиева А.Г. Междометные соматические фразеологизмы в английском языке // Объединенный научный журнал (Scientific Journal), № 5 (165), М., 2006.
65. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. М., Наука, 1981, 139 с.
66. Гамидов И.Г., М.И.Михельсон как фразеолог и фразеограф (заметки по истории фразеологической теории и практики) // Учен. зап. Бакинского славянского университета. 2006, №1, с. 321-329.
67. Городникова М.Д. К вопросу об устойчивых словосочетаниях в современном немецком языке. Дисс. ... канд. фил. наук. М., 1952, с.19.
68. Гулиев Т.С. К вопросу о разработке структурных сходств и различий между английскими и азербайджанскими идиоматическими выражениями // АМЕА-nın Folklor İnstitutu, Elmi Axtarışlar, № 23. Bakı, Səda, 2006, s.15-19.
69. Гулиев Т.С. Об идиомах в американском варианте английского языка // Вопросы гуманитарных наук, № 1(34), М., Компания Спутник +, 2008, с.123-126.
70. Гумбольдт В. Язык и философия культуры. М., 1985, 451 с.
71. Долгополов Ю.А. Сопоставительный анализ соматической фразеологии. АКД, Казань, 1973, с. 25.
72. Жуков В.П. К вопросу о многозначности фразеологизмов // Вопросы

- фразеологии. Ташкент, 1965, с. 46.
73. Иванникова Е.А. Об основном признаке фразеологических единиц // Проблемы фразеологии. Л., 1964, с. 73.
74. Иванов В.В. Лингвистические взгляды Е.Д.Поливанова // Вопросы языкознания, № 3, 1957, с. 63.
75. Кожина М.Н. Стилистика русского языка. ВУЗ: МАБиУ, М., 1983, с. 49.
76. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка. Учебник для институтов и факультетов иностранных языков. М.: «Высшая школа», 1986, 336 с.
77. Лазуткина Е.М. Этикет речевого общения и этикетные формулы речи. Ростов-на-Дону, 2000.
78. Мамедов А.Я. Система формальных средств связи в построении текста. Автореф. дисс. ... док. филол. наук. Баку, 2003, 54 с.
79. Пюрбеев Г.Ц. Глагольные фразеологические единицы в монгольских языках. АКД, М., 1969, 208 с.
80. Райхштейн А.Д. Сопоставительный анализ немецкой и русской фразеологии. М., Высшая школа, 1980, 143 с.
81. Рахманин Л.В. Стилистика деловой речи и редактирование служебных документов. Высшая школа, 1982, 240 с.
82. Реформатский А.А. Введение в языкознание. М., Просвещение, 1962, 422 с.
83. Ройзензон Л.И., Авалиани Ю.Ю. Современные аспекты изучения фразеологии // Проблемы фразеологии и задачи ее изучения в высшей и средней школе. Вологда, 1967, с. 27-36.
84. Ройзензон Л.И., Шугурова З.А. Теоретические проблемы компаративной фразеологии и лексикографии // Вопросы фразеологии и составления фразеологических словарей. Баку, Изд-во АН Азерб. ССР, 1964, с.12-21.
85. Стеблецова А.О. Национально-культурная специфика делового текста: На материале английского и русского языков: автореферат дис. ... кандидата филологических наук: 10.02.19 / Воронеж. гос. ун-т. Воронеж, 2001, 23 с.
86. Сейдл Дж., Макморди У. Идиомы английского языка и их употребление. М.,

Высшая школа, 1983, 266 с.

87. Середина К.Г. Идиоматика в английской речи. Пособие для студентов пединститутов. Изд. 2-е, Л., Просвещение, 1971, 272 с.
88. Тагиев М.Т. Глагольная фразеология современного русского языка (опыт изучения фразеологических единиц по окружению). Баку, Маариф, 1966, 250 с.
89. Уоллес Л.Ч. Значение и структура языка. М., Прогресс, 1975, 430 с.
90. Ухтомский А.В. Английские фразеологизмы в устной речи. М., 2005, 198 с.
91. Фердинанд де Соссюр. Труды по языкознанию (перевод с французского языка под редакцией А.А.Холодовича). М., Прогресс, 1977, 668 с.
92. Чернышева И.И. Фразеология современного немецкого языка. М., 1970, 106 с.
93. Чиненева Л.А. Процессы развития английской идиоматики // Вопросы языкознания, № 2, М., 1983, с. 81-85.
94. Шанский Н.М. Современный русский язык. Введение, лексика, фразеология, фонетика, графика, и орфография, 2-е изд., М., 1987, 220 с.
95. Шанский Н.М. Фразеология современного русского языка. М., Просвещение, 1969, 231 с.

Lügətlər

96. Nəcəvə Ə.N. İngiliscə-azərbaycanca frazeoloji lüğət. Bakı: "Nurlan", 2006, 370 s.
97. İngiliscə-Azərbaycanca lüğət. *O.İ.Musayevin redaktəsi ilə*. Bakı: "Qismət", 2003, 1674 s.
98. Seyidəliyev N. Frazeologiya lüğəti. Bakı: "Çıraq", 2004, 272 s.
99. Vəliyeva N.Ç. Azərbaycanca-İngiliscə-rusca frazeoloji lüğət. Bakı: "Nurlan", 2006, 460 s.
100. Кунин А.В. Англо-русский фразеологический словарь. – 4-е изд., переработанное и дополненное. – М., 1984.
101. Литвинов П.П. Англо-русский фразеологический словарь с тематической классификацией. – М: Яхонт, 2000.

102. Freeman William. A Concise Dictionary of English Idioms. 3-rd edition. London, Hodder and Stoughton, 1985, 214 p.
103. Heaton J.B., Noble T.V. Using Idioms. A Learner's Guide. New York, London, Toronto, Sydney, Tokyo, 1987, 162 p.
104. Longman Dictionary of Contemporary English (LDCE). London, 1997.
105. Longman Dictionary of English Idioms (LDEI). Longman, 1980.
106. Oxford Advanced Learner's Dictionary. Oxford University Press, 2005, 1539 p.
107. The Oxford Dictionary of English Etymology (ODEE) / Ed. By C.T.Onions. Oxford, 1966.
108. The Oxford English Dictionary (OED). A Corrected Reissue of the New English Dictionary on Historical Principles (NED): In thirteen vols. / Ed. By J.F.H.Bradley, W.A.Craigie, C.T.Onions. 3rd ed., revised, with corrections. Oxford, 1977.
109. Richard A. Spears. American Idioms Dictionary. Lincolnwood, Illinois, USA, 1991.
110. Webster's New Collegiate Dictionary. 2-nd edition, USA, G. and C.Merriam Co publishers, 2000, 1214 p.
111. Каун А.П., Мэкин Р. Оксфордский словарь современной английской идиоматики. М., 1990, 368 с.
112. Кунин А.В. Англо-русский фразеологический словарь. Изд. 2-е, стереотип. М., Русский язык, 2000, 512 с.

Badii adabiyyat

113. Carrol L. Alice's Adventures in Wonderland. 1865.
114. Christie A. Murder on the Orient Express. Collins Crime Club. 1934.
115. Cornelia F. The Thief Lord. Great Britain: Chicken House, 2005, p. 34.
116. Cronin A.J. The Citadel. Капо, 2005, 480 p.
117. Cusack D. Southern Steel: ch. XVII. Penguin, Edinburgh, 2000.
118. Dreiser Th. Sister Carrie / Предисл. И.Дубашинского. М., Higher

School Publishing House, 1968.

119. Dreiser Th. The Titan. Oxford: Oxford University Press, 1998, 347 p.
120. Galsworthy J. The Silver Spoon. B.II. // A Modern Comedy. M., Manager, 2003, 104 p.
121. Galsworthy J. Maid in Waiting / J. Galsworthy // End of the Chapter. Moscow, Foreign Languages Publishing House, 1960.
122. Galsworthy J. The White Monkey // A Modern Comedy. Moscow, Progress Publishers, 1976.
123. Lardner K. Shut Up, He Explained: The Memoir of a Blacklisted Kid. Ballantine Books, 2004, 272 p.
124. Maugham S. The Painted Veil. Международные отношения, 1998, с. 100.
125. Wells H.G. The Invisible Man. T8 RUGRAM, 2017, ch. 19.

Internet resurslari

126. <http://www idioms.your dictionary.com/drop-a-dime>
127. <http://www. pride-unlimited.com/probono/idioms1.html>
128. <https://en.wikipedia.org/wiki/Idiom>
129. <http://www idioms.the free dictionary.com/Samaritan>
130. <http://www idioms.the free dictionary.com/salad+days>