

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
BAKİ DÖVLƏT UNİVERSİTETİ

Əlyazması hüququnda

NAHİDƏ MƏQSƏD qızı HƏSƏNOVA

1990-2000-Cİ İLLƏR AZƏRBAYCAN PUBLİSİSTİKASI
DİLİNİN ÜSLUBİ XÜSUSİYYƏTLƏRİ

10.02.01-Azərbaycan dili

Filologiya elmləri namizədi alimlik dərəcəsi
almaq üçün təqdim olunmuş dissertasiyanın

A V T O R E F E R A T I

BAKİ – 2008



Dissertasiya Bakı Dövlət Universitetinin filologiya fakültəsinin
Azərbaycan dilçiliyi kafedrasında yerinə yetirilmişdir

Elmi rəhbər: Akademik Ağamusa Ağası oğlu Axundov
filologiya elmləri doktoru, professor

Rəsmi opponentlər: Nizami Qulu oğlu Cəfərov
*AMEA-nın müxbir üzvü,
filologiya elmləri doktoru, professor*

Qulu Məmmədqulu oğlu Məhərrəmli
filologiya elmləri doktoru, professor

Aparıcı müəssisə: Azərbaycan Dövlət Pedaqoji Universitetinin
Azərbaycan dilçiliyi kafedrası

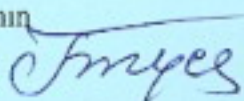
Müdafiə «30» *iyun* 2008-ci il saat «14»⁰⁰-də Bakı
Dövlət Universitetinin filologiya fakültəsinin nəzdində filologiya
elmləri doktoru və filologiya elmləri namizədi alimlik dərəcəsi
almaq üçün təqdim edilən dissertasiyaların müdafiəsini keçirən
Dissertasiya Şurasının (D.02.181) iclasında olacaqdır.

Ünvan: Az 1148, Bakı Z.Xəlilov küçəsi, 23, Bakı Dövlət
Universiteti, əsas bina, II mərtəbə, Videokonfrans otağı.

Dissertasiya ilə Bakı Dövlət Universitetinin Elmi
kitabxanasında tanış olmaq olar.

Avtoreferat «30» *may* 2008-ci ildə
göndərilmişdir.

D.02.181 Dissertasiya Şurasının
elmi katibi, filologiya elmləri
doktoru, professor:



T.H.Hüseynov

İŞİN ÜMUMİ SƏCİYYƏSİ

Mövzunun aktuallığı ilk növbədə publisistik üslubun bu dövr üçün dilçiliyimizdə ən funksional üslub olması ilə müəyyən olunur.

Publisistik üslub bir növ zamanın ehtiyacından doğan bir təfəkkür məhsuludur. Dilin yarusları üzrə dəyişmələr, yeniliklərin əsas obyektı publisistik üslubdur. Leksik səviyyədə daha çox müşahidə olunan dil hadisələri alınma sözlərin fəal şəkildə dilə daxil olması və kütləviləşməsidir. Milli əsaslarla sözyaratmada da eyni proses özünü göstərir. Qrammatik səviyyədə morfoloji və sintaktik vahidlərin ədəbi dildə xalqı əsaslarla çevikləşməsi yenə də publisistik üslubun kütləviləşdirmə imkanlarının genişliyi ilə izah olunur.

Bütün bunlar öz incəlikləri ilə dilçilikdə və onun üslubiyyatında bir sıra aktual mövzuların müzakirə obyektı olmasına əsas verir.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri. Publisistik üslubun üslubi norması ədəbi dilin normaları əsasında tədqiq olunur, öz yeni keyfiyyətləri ilə ön plana gətirilir. Burada əsas məqsəd publisistik üslubun həm bir üslub olaraq differensial xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirmək, həm də məhz bəhs edilən dövrdə bu əlamətlərin meydana çıxma səbəblərini araşdırmaqdır. Məqsəddən irəli gələn əsas vəzifələr bunlardır:

-ümum ədəbi dil çərçivəsində fərqli əlamətlərini göstərən publisistikanın üslubi xüsusiyyətləri digər funksional üslublarla müqayisə edilir;

-müqayisə zamanı onun konkret əlamətlər üzrə hansı üslubla (və yaxud üslublarla) yaxınlığının, oxşarlıq səbəblərinin araşdırılmasına cəhd edilir;

-publisistikanın əsas tribunası olan televiziya, radio və qəzet üslubu əsas etibarilə jurnalistikanın predmetidir. Odur ki, burada jurnalist üslubunun və publisistliyin (fərdilik və kütləvilik) qovuşuq şəkildə söz xidməti müqayisə olunur: üslubi xüsusiyyətlər fərqləndirilir; -leksik üslubi xüsusiyyətlərdən publisistikanın nitqində özünü göstərən hər hansı bir yeni söz və sözlər qrupu mənşəyi, işlənmə yeri, işlənmə tezliyi ilə nəzərdən keçirilir, üslubi mövqeyi müəyyənləşdirilir;

-grammatik üslubi xüsusiyyətlərdə də bir sıra əlamətlər müşahidə olunur ki, onlar da əsasən işlənmə tezliyi və üslubi mövqeyinə görə səciyyələndirilir;

-publisistikanın dövrün vacib üslubu olaraq mühüm kütləvi nitq sahələrini əhatə etməsini göstərmək üçün tədqiqat üç əsas mikroüslubun – televiziya, radio və qəzet üslubunun üzərində aparılmışdır. Yuxarıda qeyd olunan hər üç üslub sahəsinin bəzən bir-biri ilə müqayisəsi də işin mahiyyətini müəyyənləşdirən əsas vəzifələrdəndir;

-funksional-üslubi xüsusiyyətlərdə nitq mədəniyyəti məsələləri müəyyənləşdirilir. Sözlərin müxtəlif kateqoriyalar (qruplar) üzrə funksionallığı nəzərə götürülür. Üslubi xidmətlərində özünəməxsusluq incələnir, ədəbi dil qaydalarına uyğun və qeyri-uyğun əlamətlər, müsbət və mənfi cəhətlər təhlil edilir;

-göstərilən cəhətlərin ayanılaşdırılması üçün qəzet, televiziya və radio dilində publisistik üslubun nitq nümunələrinə müraciət olunmuş, bu üslubun lazımı dil-nitq keyfiyyətləri həmin vasitə ilə işıqlandırılmışdır.

Tədqiqatın elmi yeniliyi. İlk dəfə olaraq publisistik üslub belə bir geniş aspektdə öyrənilir. İndiyə qədərki tədqiqatlarda publisistik üslub ya mətbuat üslubu olaraq mətbuat orqanlarının dil vasitəsi kimi bilvasitə tədqiq olunmuş¹, ya da bir janr olaraq hər hansı bir publisistik məkan üzrə² və ya konkret bir müəllifin yaradıcılıq məhsulu kimi³ təhlil edilmişdir. Televiziya və radio dili ilə

¹Axundov A.A. Dil və mədəniyyət. B., Yazıçı, 1992; Axundov A.A. Dil və ədəbiyyat, II c., B., Gənclik, 2003; Adilov M.İ. Qəzet dili. B., ADU, 1973; Əliyev T. «Kəşkül» qəzetinin dili, (nam. diss.) B., 1973; Hacıyev T. "Molla Nəsrəddin" in dili və üslubu. B., Yazıçı, 1983; Həbibova S. Mətbuatda gedən dil prosesləri-leksika (1970-1990-cı illər), (nam. diss.) B., 1993; Məmmədov İ.O. "Kommunist" qəzetinin leksikası (nam. diss.), B., 1973; Miriyev A.F. Azərbaycan mətbuatında grammatik normalar, (nam. diss.) B., 1980; Nəzərli K. Dövrü mətbuatda ingilis mənşəli sözlər (nam. diss. avtoref.), B., 2003; Orucov Ə. "Əkinçi" qəzetinin dili, (nam. diss.), B., 1947.

² Dadaşov A. Ekran publisistikası. B., BDU, 1999; Mehdi Famil. Mətbuatda publisistika. B., ADU, 1981.

³ Məmmədov M.B. Nəriman Nərimanovun publisistik üslubu. B., Yazıçı, 1985

bağlı müxtəlif həcmli tədqiqat əsərlərində⁴ yəni də bu məkanın əsas dili publisistik üslub götürülsə də, konkret ondan bəhs edilməmişdir. Lakin bu dissertasiya işində televiziya, radio və qəzet dili ictimai-siyasi üslubun əsas ifadə olunma vasitələri kimi bir araya gətirilmişdir. Burada onların fərqli cəhətlərindən çox, publisistik düşüncənin əlamətlərini daşıyan ümumi xüsusiyyətləri maraqlandırmışdır. Eyni zamanda şifahi və yazılı nitqin ortaq məxrəcə gəlməsi, ikincinin birinci ilə unifikasiya olunması kimi cəhətlərin göstərilməsi də ilk təşəbbüslərdəndir.

Ümumiyyətlə, tədqiqat dilçilik baxımından kompleks şəkildədir. Burada publisistikanın (mikroüslublارının) ədəbi dildə apardığı seçmə üsulu araşdırılır.

Tədqiqatın nəzəri və praktiki əhəmiyyəti. Ədəbi dilin funksional üslubu haqqında, publisistikanın bu üslublar içərisində yerini dərk etməkdə, mətbuat, televiziya və radio üslubunun nitq xüsusiyyətləri ilə ümumi tanışlıqda, alınma sözlər, söz yaradıcılığı və çoxmənalılığın lingvistik və üslubi izahlarında, qrammatikaya aid bir çox əlamətlərin təhlilində nəzəri ümumiləşdirmələr aparılmış, bəzən müdaxilələr edilmiş, yeni fikirlər söylənilmiş və ümumi (bəzən də şəxsi) nəticələrə gəlinmişdir.

Həm ümumilikdə publisistik üslubu, həm də KİV-in ayrı-ayrı qollar üzrə inkişaf xüsusiyyətlərini öyrənməkdə bu işin praktik əhəmiyyəti böyükdür. Bu, həm də ictimai-kütləvi dilin düzgün istiqamətini müəyyənləşdirə bilməkdə gənc jurnalistlər və qələm sahiblərinə, müasir ədəbi dilə, nitq mədəniyyətinə mükəmməl yiyələnmək üçün maraqlandıranlara kömək edə bilər.

Tədqiqatın metodoloji əsası. Tədqiqat işində təsviri metoddan istifadə olunmuşdur.

Tədqiqata cəlb edilən mənbələr. Mövzu ilə bağlı olaraq ümumi dilçilik məsələləri, dilin leksikası və qrammatikasına aid nəzəri fikirlər, üslubiyyətə aid ümumi və konkret üslubi sahələr üzrə nəzəri və praktik məlumatlar, nitq mədəniyyəti baxımından aparılan çoxsaylı araşdırmalar əsas elmi mənbələrdir.

Praktik mənbə isə tədqiqatın birbaşa obyektinə bağlıdır. Televiziya, radio və qəzet üslubu üzrə həmin dövrü əhatə edən ma-

⁴ Xudiyev N. Azərbaycan televiziyası, radiosu və ədəbi dil. B., Azərnaşr, 2002; Məhərrəmli Q. Televiziya dili. B., Elm, 2002; Məmmədov İ.O. Ekran, efir və dilimiz. B., 1989; Mustafayev F. Azərbaycan televiziyası elm və təhsil verilişlərinin dili. B., Təhsil, 2003.

teriallar əsas götürülmüşdür. 1990-2000-ci illər publisistik üslubunun dil materialları bu mənbələrdə yaşayır.

Tədqiqatın aprobasiyası. Dissertasiya işi BDU-nun filologiya fakültəsinin Azərbaycan dilçiliyi kafedrasında yerinə yetirilmişdir. Mövzu ilə bağlı müəllifin müxtəlif elmi jurnallarda 6 məqaləsi dərc edilmişdir.

Dissertasiyanın quruluşu. «1990-2000-ci illər Azərbaycan publisistikası dilinin üslubi xüsusiyyətləri» adlı dissertasiya işi giriş, iki fəsil, sözlük, nəticə və istifadə edilmiş ədəbiyyat siyahısından ibarətdir.

İŞİN ƏSAS MƏZMUNU

Dissertasiya işinin giriş hissəsində işin ümumi vəziyyəti haqqında məlumat verilmişdir.

Dissertasiyanın I fəslı «1990-2000-ci illər Azərbaycan publisistikası dilinin leksik üslubi xüsusiyyətləri» adlanır. Leksik normada nəzəri cəhətdən söz yaradıcılığı, yeni sözlərin dilə daxil olması, alınması kimi məsələlər başlıca yer tutur. Bunların normaya bu mənada daxil olur ki, qayda-qanunlar sistemində bu şəkildə dəyişmələr yeni dil hadisələrinin, lüğət ehtiyatının zənginləşməsinin əsasında yaranır. Bununla belə, çoxvariantlıq (dil paraleli!), dil-nitq istisnaları kimi hallar meydana gəlir. Deyilənləri əsas tutaraq I fəsil **alınma sözlər, sözyaratma, çoxmənalı sözlər** olmaqla üç yarımfəslə bölünür. İkinci yarımfəslin özü də söz yaradıcılığının müxtəlif yaranma üsulları üzrə yarımbaşlıqlara ayrılır. Bundan əlavə yarımfəsillərdə bəhs edilən məsələlərə uyğun olaraq varvarizmlər, ekzotik sözlər, ictimai-siyasi leksika, terminlər, idiomlar, ibarələr, loru sözlər, jarqon və vulqar sözlərə, həm də paralel şəkildə işlənən sözlərin seçilib araşdırılmasına nümunələr əsasında diqqət yetirilir.

Bu fəsildə əvvəlcə 1990-2000-ci illərin publisistik üslubunda rast gəlinən bir sıra leksik üslubi xüsusiyyətlərdən danışılaraq ümumi qeydlər aparılır. Hər bir yarımfəsildəki mövzu ilə bağlı bəzi əsas məqamlara nəzər salınır.

Bu dövrün kütləvi informasiya vasitələrinin dilində ümumişlək sözlər əsas olmaqla, nitqə müxtəlif istiqamətlərdə yeni leksik vahidlər də daxil olur. Həmin sözlər içərisində alınma və milli və ya özlaşmış sözlərin rəqabəti vardır: -alınma sözlərə milli dildə qarşılığı

olduğu və yaxud tapmaq mümkün olduğu halda üstünlük verilir: *koordinator (əlaqələndirici), intelligent (ziyalı), post (məvqe), aktiv (fəal), faktor (amil), element (ünsür), stil (üslub), məcmua (toplu), iclas (yığılacaq), vəsait (yardım), blokada (mühasirə), rezonans (əks-səda), kompromis (razılaşma), absurd (cəfəngiyyət)*; -bəzən isə alınma sözlərə üslubi dəqiqlik, konkretlik, yığcamlıq kimi şərtlərlə müraciət olunur. Belə ki, hər hansı bir konkret nəzərdə tutulmuş fikri söz birləşmələri şəklində ifadə etməyə qarşılıq olaraq onun daha dəqiq ifadəsini verən bir sözlə əvəz edilir: *ünyaaxar səs-verməsi > referendum, dünyaya səpələnmiş > diaspora, siyasi tədbir > aksiya, gizli kəşfiyyət rəisi > rezident, ümumi razılığa gəlmək > konsensus və s.* -alınma sözlərin işlədilməsinə ehtiyac duyulduğu, işlənməsinin münasib olduğu hallara da rast gəlinir. Belə nümunələr mətn daxilində daha aydın hiss olunur ki, bu da tədqiqat işində öz əksini tapmışdır.

Söz yaradıcılığının əsas üsullarının hər biri üzrə yeni yaranmış sözlərə rast gəlmək mümkündür: *yön, özünüdərk, dönmə, sürətçixarma, seminar-müşavirə, iş adamı və s.* KİV-in dilində görünən yeni sözlər sırasında əvvəllər ədəbi dilimizdə işlənən milli və ya özleşmiş sözlərdən yenidən dilə qayıdanları da nümunə göstərmək olar: *suç, alay, gizir, sənə, fərari, firqə, sərmayədar, müflis, hüriyyət, agitator, propaqanda, birja və s.*

Yeni sözlərin böyük bir hissəsini də terminlər təşkil edir. Mənşəyinə görə neoterminlər daha çox alınma sözlərdən ibarətdir. Lakin terminlərin milli mənşəli sözlərlə əvəzlənməsi də bir təşəbbüs olaraq inkişaf edir. Beləliklə, «termin yaradıcılığı yalnız neologizm səciyyəli terminlərlə məhdudlaşmır. Ümumən bu sahədə yeniləşmə prosesi gedir»⁵: *konseptiya>anlam, polk>alay, konversiya>çevrilmə, separat>ayırıcı, genosid>soyqırım, nömrə>say və s.* Terminlərin təmətikasında da zənginlik özünü göstərir. «Kütləvi kommunikasiya vasitələri gündəlik zəruri hadisələri əks etdirdiyindən burada sosial-siyasi həyatın bütün sahələri, ictimai, mədəni inkişaf, elmi-texniki tərəqqi ilə bağlı mühüm yeniliklər işıqlandırılır»⁶. Bu

⁵ Axundov A. A. Mətbuat dilinin qayğıları. - "Xalq qəzeti" qəzeti, 22-23 iyul 1992.

⁶ Xudiyev N. Azərbaycan ədəbi dilinin lüğət tərkibinin inkişafı (Sovet dövrü). B., APİ, 1986, səh.8.

sıradan iqtisadi terminlərin tematikasında həm leksik, həm də semantik baxımdan yeniliklər özünü daha fəal göstərir: *kapital, investisiya, vəsait, büdcə, faiz, gəlir, vergi, aktsiz, kəsir, kvota, sərmaya, əmanət, valyuta, məzənnə, kredit, güzəşt, resurs, tarif..və s.*

Qeyd olunan yeni sözlərin, xüsusən alınma sözlərin işığında sözügedən dövrün publisistik üslubunun dilinə bir daha nəzər saldıqda eyni anlayışların çeşidli adlandırılmasına-sinonim və ya **dubletlərin** işlənməsinə rast gəlinir. Eyni mənadan çıxış edən sözlər bəzən bir cümlə, mətn daxilində də sinonimik xətt açır: «*Lakin bu özbaşınalıqlar ciddi protest, əks-səda doğurur» [13.11.93. Azərbaycan]. «*Şimal zonasında dövlət dilimiz künə qısıılır... şimal bölgəsində yalnız istirahət obyektini tikilir*» [08-15.09.01. Üç nöqtə]. Müəyyən nümunələrdə isə eyni leksik mənada sadalanan sözlərdə səhv seçim aparılır: «*Jurnalın, toplumumuzun saylarını birinci növbədə abunəçilərimizə göndərəcəyik*» vədinə əməl edilmir» [08.03.91. Azərbaycan].*

Bu dövrdə də **ictimai-siyasi leksika** publisistik üslubun nüvəsini təşkil edir. Sözlərin semantik inkişafında müxtəlif söz qruplarının publisistik kökdə çıxış etmələrinin şahidi oluruq; on adı sözlər ictimai-siyasi məzmun daşıyır, ümumişləklərdən yeni publisistik terminə çevrilir: "*müxalif fiqurlar*", "*müxalifət düşərgəsi*", "*ictimai maraqlar*", "*təmsilçilər*" və s.

İnformativ funksiya daşıyan sözlərlə bərabər, həmçinin **obrazlı ifadələr** müəyyən yer alır. Xüsusən, «Molla Nəsrəddin» radio və telejurnalının (AZTV; DR), «Qulp» verilişinin (ANS) bir çox mətn nümunələrini və yaxud müxtəlif qəzet başlıqları altında gedən yazıları ictimai-siyasi üslubun bədii boyalı söz meydanı saymaq olar: «*Biz coşğun zamanədə yaşayırıq*» [29-03.04.92. Ayna]. «*Bu xalqın yuxuları niyə çin olmadı?*» [12.08.00. Ədalət]. Bundan əlavə **idiomlara** və **ibarələrə**- «*ağ ölüm*», «*qara siyahı*» və s., **jarqonlara**-«*şapka*», «*qapazaltı*», *iyirmi* «*Şirvan*» və s. (bela sözlər, əsasən, müstəqil qəzetlərin dilində işlənir), **vulqarizmlərə**-«*banla*»maq, «*hərlə*»mək, «*bezpridel*» və s., **epitetli standartlara**-*canlı əfsanə, isti iz* kimi nümunələri də göstərmək olar.

I fəslin ilk yarım fəslində, qeyd etdiyimiz kimi, **alınma sözlərdən** bəhs edilmişdir. 1990-2000-ci illərin publisistikasında alınma sözlərin aktivliyi ardıcıl xarakter alır. Alınma sözlərin bu qədər artımı, lüzumlu-lüzumsuz işlənmələri, işlənmələrdə heç bir meyarın gözlənilməməsi (orfoepik, orfoqrafik və morfoloji səviyyə

yədə), hətta leksik mənimsəmənin də bəzi hallarda qeyri-dəqiqliyi (məhz publisistik üslubda) və ən əcəsi alınma sözlər – ədəbi dilin tələyi məsələsi kimi problemlər onların publisistik üslubda işlənməsinə diqqəti artırır. Odur ki, alınma sözlərin nəzərdə tutulan dövrdə işlənməsində üslubi xüsusiyyətlərini araşdırmaq mövzunun əsasında durur. Burada alınma sözlərin mövzu ilə bağlı üslubi mövqeyindən danışmadan əvvəl bir sıra terminlərlə ifadə olunan **əcəbi sözlərin terminoloji funksiyasına** müxtəlif elmi mənbələrə əsasən aydınlıq gətirməyə səy edilmişdir. Nəticədə belə qənaətə gəlinmişdir ki, heç də bütün qeyri-milli mənşəli sözlər **alınma** termininə aid deyil. Belə ki, burada alınma söz dedikdə dilin leksik, qrammatik və fonetik sistemində uyğunlaşan, leksikanın zənginləşməsində rol oynayan sözlərdən bəhs edilmişdir. Bu sırada həmin əlamətlərə qarşı duran, **өзүнәхас** xüsusiyyətləri ilə seçilən **varvarizmlər** və **ekzotik** sözlər də publisistik üslubun dil qatı kimi araşdırılmışdır.

Alınma sözlərin mənşəyi məsələsində Avropa mənşəli sözlərin sürətli axını olduğu aydın görünür. Bu, tədqiqat boyu (müxtəlif bəhslərdə belə!) verilən çoxsaylı nümunələrdə də təsdiqini tapır. Onların istifadəsində **zərurət** məsələsi də əsas şərtlərdəndir. Qeyri-zəruri leksik alınmaların müəyyən amillərlə bağlı olaraq fəallaşması və zərurilik statusu alması, bəzən hətta dubleti olan milli sözlərimizi sıxışdırıb çıxarması hallarına rast gəlinir. Ümumiyyətlə, tədqiqatda işlənilmə səviyyələri ilə bağlı bölünən zəruri və qeyri-zəruri alınmalar haqqında belə nəticəyə gəlinmişdir: -zəruri alınmaların çox hissəsi lüğət tərkibinə daxil olur, onu zənginləşdirən sözlər sırasında durur. Az bir hissəsi isə konkret ekstralingvistik hadisələrlə bağlı fəaliyyətini itirir; -qeyri-zəruri leksik alınmalarda isə onların dildə dəyişkənliyi, fəal işlənmə bilməməsinin əsas səbəbi dildaxili amillərdir. Dilin müqaviməti nəticəsində belə sözlər davamlı işlənmə bilmir.

Alınma sözlərin publisistikada üslubi xüsusiyyətlərindən biri də **xalq danışığı dilində yeri** məsələsidir. Müşahidələr göstərir ki, KİV-in dilində (xüsusən, televiziya və radio nitqində) yeni alınma sözlər, əsasən, münasib formalarda, lazımi məqamlarda istifadə edildiyi üçün həmin tip sözlərin xalq dilinə keçməsi prosesi öz-özlüyündə gedir. Lakin alınmaların içərisində onların assimilyasiyası problemi ilə qarşılaşdığımız hallar da olur. İstər şifahi, istərsə də yazılı formasında müəyyən naqisliyi, qeyri-dəqiqliyi görmək müm-

kündür: «*Baku - Kastell*», «*Taymeks*», «*MiniPark*», «*Azəronline*» kimi 20 şirkət «*İlin şirkəti*» elan edildilər» [18.12.02. Azərbaycan].

Üslubi variantlaşma leksik-morfoloji səviyyədə də - bəzi milli şəkilçilərlə alınma şəkilçilər eyni mənənin müxtəlif variantları kimi işlənir - özünü göstərir. Bu baxımdan -çr⁴ şəkilçisi məhsuldardır: *terrorizm-terrorçu, separatizm-separatçı, abonent-abunəçi* və s. Alınma sözlərin milli şəkilçilər vasitəsilə söz yaradıcılığında iştirakında - çr⁴, - lıq⁴, - lı⁴, - sız⁴, - casına², - laş² şəkilçilərini xüsusilə qeyd etmək olar. Rekkurentlərin fəallaşması kimi isə *sub, de, eks, mikro, makro* və s. hissəcikləri göstərmək olar: *de-yure, de-fakto* və s.

Əcnəbi sözlər sırasında mənfi hal kimi müşahidə olunan *varvarizmlər* publisistikanın şifahi dilində canlı danışq dilinin təsiri ilə işlənir. Yazılı qolunda isə iki halda -ya qəzetlərin sətirə səhifələrində, ya da informativ yazılarda tərcümə əziyyətindən irəli gələrək istifadə edilir: *mejduproçim, sekundat, pretenziya* və s.

Kütləvi informasiya vasitələrinin dilində, xüsusən, televiziya və radioda "xarici xəbərlər", qəzetlərdə "dünya xəbərləri" başlığı altında gedən yazılarda *ekzotik sözlərin* işlənməsi də əcnəbi sözlərin balansını çoxaldan amillərdəndir: *serb, forvard, bodibeldinq* və s.

I fəslin *Sözyaratma* adlanan ikinci yarımfəslində yeni sözlərdən, onların linqvistik və ekstralingvistik cəhətlərindən, növlərindən, üsullarından və xüsusiyyətlərindən yığcam şəkildə danışılır. Burada müstəqil üslubi neologizmlərlə, kontekst daxilində məhdudlaşıb qalan üslubi neologizmlər nümunələr əsasında fərqləndirilir. Dilçilikdə *okkazional sözlər* kimi tanınan ikinci qrup sözlər, təbii ki, uğursuz ifadələr kimi mətbuat dilinin özündə də fəallaşma bilmir: *küçədaş, tutarqa, qızısqan, geyərgə* və s. Müstəqillik dövrünü əhatə edən 1990-2000-ci illərin ədəbi dilinin leksik normasında mühüm hadisələrdən olan *özləşmə* prosesi KİV-in dilinin əsas üslubi xüsusiyyətlərindən biri kimi nəzərdən keçirilir. *Өвэзлэнмэ-лэр* şəklində aparılan bu iş sırf Azərbaycan dilinin imkanları sayəsində deyil, əsasən, Türkiyə türkcəsinin publisistik bazası əsasında yaradılmışdır. Bunların ədəbi dilimizdə nə dərəcədə yer tutmasını aşağıdakı şəkildə təsnif etmək olar: -ədəbi dildə dəyişməyə ehtiyac duyulan sözlərdə: *alay-polk, tabur-batalyon, işçi-fəhlə*; -ədəbi dildə işlənən sözlərimizlə paralel işlənənlər: *əcəpü-hərbi, qurum-müəssisə, örnək-nümunə, iş adamı-biznesmen*; -dilimizdə az işlənənlər: *illik-salnamə, yatırım-investisiya, daşıma-nəqliyyat, uçaq-*

təyyarə; -xüsusi işləklilik qazanaraq özünü möhkəmlədən sözlər: *öncə-qabaq*, *çevirən-tərcümə edən*, *çəbədaı-müasir*, *dərgi-jurnal*, *durum-vəziyyət*, *özəl-xüsusi*, *araşdırma-tədqiqat*, *yayımlayan-çap edən*; -əsasən özəl qəzetlərdə işlədilər: *başqan-başçı*, *yurdsevər-vətənpərvər*, *uzman-mütəxəssis*, *uluslararası-beynəlxalq*, *uyqar-mülki*, *kültür-mədəniyyət*, *gəlişmə-inkışaf*, *andlaşma-müqavilə*, *sürə-vaxt*, *zaman*, *kutsal-müqəddəs*, *ixtilafçı-üşyançı*, *sınırlı-məhdudlaşdırılmış*, *sorumlu-məsuliyyətli* və s..

I fəslin bu bölümündə tədqiqatın mahiyyətini müəyyənləşdirən bəhlərdən biri də sözyaratmanın yaranma üsullarıdır.

Leksik üsulla söz yaradıcılığı. 1990-2000-ci illərin publisistik üslubunda leksik yolla söz yaradıcılığının ən məhsuldar forması **abbreviaturlardır**.

Publisistikanın şifahi və yazılı (əsasən!) qolunda abbreviaturlar cümlədə işlənmə formalarına görə iki əsas məqsəd daşıyırlar: 1. İzahatsız şəkildə, yəni söz olaraq qəbul edilənlər: «GÜÖAM arası münasibətlər dövlət başçılarının əlaqələri ilə məhdudlaşmamalıdır» [25.03.01.Space]. «Hazırda BMT, YUNESKO, Avropa Şurası, AİB, ATƏT kimi təşkilatlar bəzən sivilizasiyasında önəmli yerlər tutaraq...» [24.08.02. Respublika]. 2. Sadəcə qısaltmalar şəklində işlənənlər: «Xəbərdə deyilir ki, nazirlik ləğv edildikdən sonra Mətbuat Şurası (MS) yaradılacaq» [20-21.01. Üç nöqtə]. «Xəzər Dəniz Gəmiçiliyi idarəsində daxili idarəetmə dəyişikliyinə başlanılmayıb...XDGI müstəqil idarəetmə siyasət yürüdə bilirik» [26-27.06.03. Olaylar].

Semantik üsulla söz yaradıcılığı. **Умумишляк** leksik vahidlər sırasında olan bəzi sözlər publisistik üslubda ictimai-siyasi leksik vahidlər kimi aktuallaşır. Məs., *namus*, *vicdan*, *bəy* və s. Müasir ədəbi dildə semantik üsulla sözyaratma publisistik üslubun imkanları ilə səsləşir, öz enerjisini bu üslubdan alır: -bəzi terminlərin funksiyalarındakı dəyişikliklərlə bağlı: *partiya*, *katib*... -fəal nitq etiketlərinin müəyyən parametrlərə uyğun olaraq nüfuzu ilə: *bəy*, *xanım*, *cənab* və s.

Morfoloji üsulla söz yaradıcılığı. Publisistik üslubda bu proyektlə yaradılmış sözlərə üstünlük verilir. Bu sıradan **-fellərdən ad düzəldən**: -ım⁴, -am², -aq², -qı(-ğı)⁴, -qın(-ğın)⁴, -ğa(-gə), -tı⁴, -ma⁴, -ıq⁴ və s. şəkilçilər öz məhsuldarlığı ilə seçilir: *qurum*, *durum*, *yayım*, *toplum*, *əndirim*, *anlam*, *dönəm*, *önəm*, *uçaq*, *seçki*, *sorğu*, *vergi*, *qaçqın*, *köçkün*, *bölgə*, *toplantı*, *andlaşma*, *çevrilis*, *qurtuluş*, *dirçəlis*

və s. -adlardan ad düzəldən şəkilçilərdən bəzilərini də bu bölgüyə aid etmək olar: -daş, -lıq⁴, -lıq⁴, -çı⁴ və s. Məsələn, *çağdaş, soydaş, canlı, sayılı, önəmli, durğunluq, carçı, təmsilçi* və s. -lıq⁴ şəkilçisi Avropa mənşəli sözlərə qoşulmasında xüsusi fəallığı ilə seçilir: *agentlik, stabillik, suverenlik, rentabellik, konsulluq, legitimizlik* və s.

Sintaktik üsulla söz yaradıcılığı. Bu üsulla söz yaradıcılığı özü də iki struktura əsaslanır: sözlərin birləşərək bir tam mənanı ifadə etməsi – mürəkkəb sözlər: *atəşkəs, yüzillik, seçkiqabağı, soyad* və s.; sözlərin müəyyən sintaktik əlaqələrlə birləşməsi nəticəsində hər hansı predmetin konkret ifadə olunması yolu ilə, yəni söz birləşməsi şəklində: *iş adamları, vahid namizəd, keçid dövrü, söz azadlığı, bazar iqtisadiyyatı, cəbhə xətti* və s. Mürəkkəb sözlərin bir tipi olan əlavəli mürəkkəb sözlər də müəyyən mövqeyə malikdir: *əməliyyat-istintaq, hüquq-mühafizə, xəbər-servis, plan-iqtisad, yancaq-energetika, hesabat-seçki* və s.

Kalka yolu ilə yeni sözyaratma. Belə sözlərin yaranmasının bilavasitə və yaxud bilvasitə publisistik üsluba bağlılığını demək mümkün olmadığı üçün və ümumiyyətlə, bu üsulla sözyaratma Azərbaycan ədəbi dilində fəal olmadığından tədqiqata da geniş material verməmişdir. Buraya sadəcə 90-cı illərdən başlayaraq özünü fəal göstərən *yenidənqurma, özünüdərk* kimi sözləri nümunə göstərmək olar.

I fəslin üçüncü bölümündə sözlərin yeniləşməsi formalarından biri kimi semantik mənasında gedən proseslərdən-**çoxmənalı sözlərdən** bəhs edilir. İctimai-siyasi üslubda sözün zamana və məkana uyğunlaşdırılmasını bu cür vermək olar: --*үмы-мишляк* sözlərin siyasi məna daşması ilə: *rejim, güzəşt, yürüş* və s.; -əşyavi məzmun daşıyan bəzi sözlərin ictimai-siyasi məna kəsb etməsi ilə: *körpü, çərçivə, düşərgə* və s.; --məcazi məna daşıyaraq mətnəli ifadənin bir üsuluna çevrilməsi ilə: «*Müxalifət düşərgəsində sət Şimal küləkləri əsərək, hər şeyi bir-birinə qatmışdır*» [21.09.00. Səs]; «*Ermənistan adəti üzrə iki meydançada uğurla oynayaraq NATO-ya daha sürətlə yaxınlaşır*» [26.06.03. Ayna]. --konkret müəyyən bir orqanın adını ifadə edən sözlərin geniş anlamlardan çıxış etməsi ilə: «*Azərbaycanda sağ əl sol əldən güclüdür...*» [18.04.96. Azadlıq]; «*Dəmiryol ölkənin qan-damar sistemidir*» [16.09.00. Ədalət].

Tədqiqat zamanı belə aydın olur ki, çoxmənalı sözlərin hər hansı bir mənə çaları publisistik üslubun dilində davamlı işlənməklə, semantik əşyavi-məntiqi mənə qazanır və semantik üsulla sözyaratmaya - yeni sözə çevrilə bilər.

I fəslin sonunda tədqiqatın məqsədinə uyğun olaraq "1990-2000-ci illərdə Azərbaycan publisistik dilində paralel şəkildə işlədilən sözlər", "1990-2000-ci illərdə Kütləvi İnformasiya Vasitələrinin dilində işlədilən leksik abreviaturlar" başlığı altında sözlük tərtib edilmişdir.

Dissertasiyanın "1990-2000-ci illər Azərbaycan publisistikası dilinin qrammatik üslubi xüsusiyyətləri" adlanan II fəslə uyğun olaraq iki yarım fəslə bölünür: morfoloji üslubi xüsusiyyətlər, sintaktik üslubi xüsusiyyətlər. Ədəbi dilin tarixi inkişaf mərhələlərinin yeni bir dövrü olan 1990-2000-ci illərdə publisistik üslubun leksikasına nisbətən qrammatik xüsusiyyətləri həm əvvəlki dövrlərlə müqayisədə, həm də ümumiyyətlə, daha xəlqidir.

Danışq dilinin təsiri ilə nitqdə xəlqi yol tutan publisistik üslubda morfoloji səviyyədə qanunlaşan əlamətlər kimi bunları qeyd etmək olar: **-ma²** inkarlıq kateqoriyasının indiki zaman şəkildələri ilə birləşərək fonetik tərkibini dəyişərək **-m** şəklində işlənməsi, **-mı⁴** nəqli keçmiş zaman şəkildəsinin II şəxsin təkində və cəmində **ş** fonetik ünsürünü itirməsi, **-sı^z** şəxs şəkildəsinin **-sı^z** şəklində işlənməsi, qəti gələcək zamanın **-dı^r** xəbərlilik şəkildəsi ilə işlənmə münasibətləri, yəni də **-dı^r** xəbərlilik şəkildəsində **r** samitinin ixtisara düşməsi və s.

Grammatik xüsusiyyətlərdə bədii üslubun dil əlamətləri də müşahidə olunur ki, bunların hər birində publisistik üslubun özünəməxsus prinsipləri izlənilir. Buraya inversiya, metonimik hadisə, təkrarlar kimi əlamətləri aid etmək olar. Bu dövrün mətbuat üslubunda rast gəlinən **inversiyaları** bütün hallarda ekspressivlik yaradan bir əlamət kimi deyil, sadəcə danışq dilinin nitq sərbəstliyi kimi qəbul etmək olar. Radio, televiziya və qəzet üslubunun müəyyən məqamlarda seçdiyi **metonimik hadisə** xüsusi bir rəngarənglik yaradılmasını güdmür, əksinə bir az da ciddi və siyasi bir metodu əks etdirir: «*Dünyanı artıq ölmənən, qanənən heyratlandırmək mümkün deyil*» [26.07.92. Qayğı-R]. «*Qurultay Dnestyanı zonada vəziyyət haqqında vitse-prezidentin məlumatını dinləyərək onun təklifi ilə razılaşmamışdır*» [27.04.92. Xəlf Qəzeti].

Təkrarlar da müəyyən üslubi mövqeyə, məntiqi əsasla söykənərək işlədilir.

Publisistik üslubun dilində xarakterik cəhətlərdən biri də elmi üslubun təsiri ilə gələn **stamp** sözlərin yer almasıdır. Onlardan daha çox işlənən tabeli mürəkkəb cümlənin baş cümləsini formalaşdıran xəbər sözlərdir: *məlumdur ki, aydındır ki, bildirildi, qərara alındı, qeyd edildi, qərara gəldi* və s.

Rəsmi üsluba xas olan **erqativ** quruluşlu cümlələr rəsmi-publisistik materialların dilində yenə də müşahidə olunur. Mətbuat üslubunda sözlərin sintaktik cəhətdən əlaqələnməsi, cümlənin formalaşması zamanı müəyyən nöqsanlara da yol verilir: bəzən KİV-in dilində bir cümlə daxilində əsas diqqət informasiyanın ətraflı çatdırılmasına yönəlir və sintaktik bağlıq itir. Qüsurlu nitq formalarından biri kimi **omonim** səciyyəli sintaktik vahidləri⁷ də göstərmək olar.

İctimai-siyasi hadisələrin iştirakçısı olan varlıqların fəaliyyətini qrammatik cəhətdən əks etdirən məlum altı şəxs anlayışının (mənsubiyyət və şəxs (xəbərlik) kateqoriyaları və onların uzlaşdığı sözlərin) hər birinin özünəməxsus üslubi xüsusiyyətini ayırmaq olur. **I şəxsin** təkinin formal əlamətləri bu üslub üçün xarakterik deyil. **II şəxsin** təkinin morfoloji göstəriciləri bu üslubda «**sən**»in müraciət mədəniyyətinə⁸ əsaslanaraq öz qrammatik vəzifə imkanını itirir. **I şəxsin** cəminin qrammatik vəzifə və funksiyaları bu üslubda məhsuldardır: –təsvir olunan qrammatik *biz* kiçik bir toplumu deyil, ümumi xalqı, milləti ifadə edən geniş bir anlayışı əhatə edə bilər. Burada istər şəxs əvəzliyinin özü, istərsə də onun qrammatik göstəriciləri daha çox cəm isimlərin deyil, toplu isimlərin əvəzləyicisinə çevrilir: «*Yaşadığımız mürəkkəb ictimai-siyasi dövr bizi sanki çarmıxa çəkir. İndi anlası, yada salması ayları, günləri müəyyən mərasimləri ürəyimizcə keçirə bilmirik. Ürəkdən gülmək istəyəndə belə, özümüz-özümüzdən utanırıq*» [17.12.93. *Əlm xadimlərimiz - R*]; –ümumilik sadəcə hər hansı bir predmetin mənsubluğunun və ya obyektin icrasının konkret bir subyektə deyil, bütün şəxslərə paylandığını bildirdikdə yaradır: «*Nazirliyimiz bütün qüvvəsini sərf edəcək ki, yaxın illərdə*

⁷ Hacıyev T. Omonim səciyyəli sintaktik vahidlərin üslubi xüsusiyyətləri. Üslubiyyət məsələləri. B., BDU, 1990, s. 80-82.

⁸ Cəfərov N.Q. Danışiq dili: "Mən" in müraciət mədəniyyəti. Ədəbiyyat" qəzeti, 8 dekabr 2000-ci il.

*bu problemimiz də səmərəli həllini tapsın» [07.04.92. Xalq Qəzeti]; -müəyyən bir dövrün adamlarının bir şəxs tərəfindən xatırlanması, onlarla bağlı hadisələrin söylənməsi zamanı da işlənir: «*Amma nə həməən o xəyallar dünyasına gəlib yetişməyi bilirdik, nə də bir durub dincəldik.*» [19.07.91. Gün yarı olunca-R]; --elmi təfəkkürün üslubi normasından gələn bir təsirlə İşəxsin təkinin yerində işlənir, onun mənə və vəzifəsini daşıyır: «*Elə buradaca Ağdamla bağlı iki məsələni də xatırlatmaq istəyirik» [28.08.93. Xalq Qəzeti]. II şəxsin cəmi ilkin rəsmilikdən ən ali rəsmiyyətə - hörmətə, nəzakətədək ifadəlilik qazanaraq dinləyəne müraciətin ən yüksək forması sayıldığı üçün müxtəlif ictimai-siyasi arenalarda, o cümlədən bir sıra üslubi situasiyalarda xüsusi işləklik nümayiş etdirir. «*Mitinqlərdə özünüzi «intellektual səviyyəyə malik siyasətçi» kimi aparırsınız.* - Konkret bir siyasətçiyə ünvanlanmış yazıdan [11.06.00. Səs]. Yalnız verilişdəxili ünsiyyət zamanı deyil, aparıcıdan məhz dinləyiciyə istiqamətlənmiş müraciətlərdə də siz anlayışı kompleks şəkildə ifadə olunur. «*Görürsünüz, bu saat məndən bunları eşidirsiniz və o saat da ürəyinizdə ümidəbənzər nəşə yaranır: «Danışqları, bəlkə, bir az da aparaq, bəlkə, bir şey çıxdı» - deyə düşünürsünüz» [20.12.03. ANS].* İnformativ-analitik üslub üçün ən işlək olan nəqletmə forması **III şəxsə** məxsusdur. Bu, xüsusi üslubi çalarlıq yaratmasa da, işlənmə tezliyi ilə publisistik üslubun da əsas ifadə formasıdır.**

Kəmiyyət kateqoriyasının işlənmə üsulu kimi –lar morfeminin bir sıra üslubi əlamətləri vardır: --qeyri-müəyyən çoxluq məzmunu yaradır: «*TQDK balları ləğv olunmuş abituriyentlərin valideynlərinin ittihamlarına cavab verdi» [25.09.04. 525-ci Qəzet]; --qeyri-müəyyən zaman anlayışı yaratmaq məqsədilə işlədilir: «*Məsələnin nizamlanması ətrafında nəzərəçarpacaq fəallıq hiss olunsa da, hər şey növbəti ilə, bəlkə də illərə qaldı» [27.12. 03. ANS]; --bir sıra birləşmələrin, xüsusən II növ təyini söz birləşmələrinin əsas tərəfinə artırılaraq növ müxtəlifliyini ifadə edir: *neft yataqları, beynəlxalq əlaqələr, informasiya agentlikləri, işçi qrupları və s.*; --ictimai-siyasi hadisələrin gedişində lazımı məqamlarda eyhamlı ümumiləşdirmələr aparılır: *çoxları, bəziləri və s.*; --xüsusi isimlərə və ya adlara artırılaraq fərqli anlamları, siyasi qütbləri əks etdirir: *YAP-çılar, Müsavatçılar*; --şəxs əvəzləklərinə qoşularaq ümumiliyi**

nisbətən müəyyənləşdirir: «*Hər halda inanıram ki, az sonra onlar da sizləri tərk edəcəklər*» [11.06.00. Səs].

İctimai-siyasi proseslərin istiqamətləndiyi və baş verdiyi məkanlarla bağlı olaraq məkani-qrammatik hallara KİV-in dilində bolluca rast gəlinir. Bununla belə, həmin şəkilçilərin işlədilməsində qrammatik funksiyalarından irəli gələn bəzi üslubi xüsusiyyətlər də vardır. Yiyəlik və təsirlik hal şəkilçiləri televiziya və radio dilində şəkilçisiz-qeyri-müəyyən hal formasında çox işlənir.

Hər bir nitq hissəsinin morfoloji əlamətlərindən başqa, onların lüğəvi məna qrupları üzrə üslubi təhkimliyinin araşdırılması da publisistik dilin tədqiqatı üçün maraqlı cəhətlərdəndir.

İsmlərdə xüsusi isimlərin, mürəkkəb adların işlənməsi güclənir. Daha çox obrazlılığın, tərənnümün ifadəçisi olan mücərrəd anlayışlara az rast gəlinir. Əlamətə nisbətən, keyfiyyət bildirən sifətlərin işlənməsinə daha çox ehtiyac duyulduğu hiss olunur. Bunların içərisində substantivləşərək "qəliblənmiş" sifətlər də vardır: *kasıblar, varlılar, igidlərimiz vəs.* Tədqiqat zamanı sifətin dərəcələri özünəməxsus üslubi mövqeyi ilə dəyərləndirilmişdir. Saylar elmi üslubun qrammatik vahidi olsalar da, həmin vəzifəni publisistik üslubda da yerinə yetirirlər. Sayların üslubi keyfiyyətlərində bədii üslubun təsirləri də duyulur. Bu baxımdan qeyri-müəyyən miqdar saylarının imkanları daha genişdir. Əvəzlilərdə bütün məna növlərinin işlənməsi özünü göstərir. Hər bir məna növü üzrə də müxtəlif keyfiyyətlərə təsadüf olunur. Bu baxımdan işarə əvəzlilərini və öz təyini əvəzliyini xüsusi qeyd etmək olar. Fəlin dəyişən şəkilləri içərisində müvafiq tələblərə uyğun xəbər, əmr, vacib, şərt şəkilləri işləkdir. Zaman şəkilçilərinin formal əlamətləri ilə məna xüsusiyyətləri arasında fərqli zaman anlayışlarının əks olunduğu hallarla bu üslubda da qarşılaşırıq. Mətbuat üslubunda nəqli keçmiş zamanın əsas ifadə forması sayılan *-miş*⁴ şəkilçisinin üslubi ifadəlik imkanları azalır, *-ib*⁴ şəkilçisi isə istənilən informativ məzmunlu mətdə uyğun zaman üzrə fəal şəkildə işlənir. İndiki zaman bəzən konkret zaman anlayışından çıxır, ümumi zamanı bildirir, yalnız üslubi olaraq deyil, öz məna dolğunluğu ilə bütün zamanları əhatə etməyi, özündə ehtiva etməyi bacarır⁹. Publisistik üslubda belə bir zaman

⁹ Голуб И.Б. Грамматическая стилистика русского языка. М., Высшая школа, 1989, с.107.

anlayışı ilə fəallıq göstərən *-ır*⁴ zaman şəkilçisi elmi üslubdan gələn təsirdir. Felin məsdər forması hərəkətin adını bildirən söz kimi xüsusi bir yer alır. *Etmək, olmaq* köməkçi sözləri ilə işlənən fəllər uyğun şəkil seçərək düzəltmə fəllər kimi formalaşır: *bəyanlamaq, angəlləmək*. Fəllər mənşəcə milli sözlər olduğu kimi, onların qrammatik üslubi inkişafında da xəlqilik əsas istiqamət götürülür. *Zərflərdən - dünən, bu gün, sabah* zaman zərflərinin keçmişin, indinin və gələcəyin simvolları vəzifəsini qazanması, *-casına*¹⁰ şəkilçisinin morfoloji cəhətdən qüvvətləndirici ədatların sinonimi kimi çıxış etməsi də üslubi əlamətlər kimi araşdırılmışdır.

Köməkçi nitq hissələrindən bəziləri öz qrammatik-semantik funksiyalarına görə seçilir. *İlə* qoşması bəzi məqamda (xüsusən mənsubiyyət şəkilçili sözlərə vasitəçi olduqda) səbəb anlayışı yaradır: *«Qeyri-ciddi mətbuatın çoxalması ilə bizdə də ciddi mətbuatın auditoriyası katastrofik dərəcədə aşağı düşür»* [26.12.00. 525-ci. *Qəzet*]. *-öncə, -qabaq* zaman məzmunlu qoşmaların öz tabeliyində olan sözlərlə əlaqələnmə strukturu daha da möhkəmlənmişdir: *seçkiöncəsi, seçkiqabağı*. *ki* tabelilik bağlayıcısı bu üslubun sintaktik strukturunu təşkil edən ən fəal bağlayıcı kimi işlənir. *belə ki* bağlayıcısının da xüsusi işlənmə periodu vardır. Bu bağlayıcı yalnız bir sadə cümlənin deyil, bəzən bir neçə fikrin, mətnin izahına, açıqlanmasına təməl olur. *- həm, həm də* daha konkret bölgü aparır; sadalanan fikirlər «sonsuzluğu» deyil, konkret obyektləri və ya subyektləri ifadə etdikdə həmin bağlayıcı fikrin dəqiqliyini qoruyur. *və* bağlayıcısının sintaktik vəzifəsi publisistik dildə daha genişdir. «*və ... bitişdirmə bağlayıcıları müasir ekran(və mətbuat!-H.N.) dilində mətnin komponentlərini əlaqələndirən morfoloji vasitə kimi çıxış edir, mətnin semantik bağlılığını təmin edir, mürəkkəb və qarışıq tipli cümlələr, həmçinin abzaslar, söyləmlər, sintaktik bütövlər və s. arasında zəngin mənə əlaqələrini yaradır, habelə informatik mərkəzlər arasında münasibətləri qaydaya salır*»¹⁰.

Söz birləşmələrinin üslubi göstəricisi onun daha çox leksik xüsusiyyətlərində qorunur, *belə ki* bir sıra təyini birləşmələrdə standartlaşmış ifadələrə rast gəlinir: *ikili standartlar, şəxsi*

¹⁰ Məhərrəmli Q. Audiovizual nitq. B., Elm, 2000, s.179.

ambisiya, məcburi köçkün, vahid namizəd; hökumət dairələri, məmur özbaşnalığı, terror aktı, informasiya qıtlığı və s.

Belə ifadələr içərisində bədii təyinli - *mənəvi terror, uzaqqörən siyasət, qaynar nöqtə, sərt pul-kredit (siyasəti)* kimi söz birləşmələri ilə bərabər, bəzən formaca sərbəst söz birləşmələri olsalar da, üslubi mühitinə görə frazeoloji səciyyəli - *cib müxalifəti, «kommersiya» müharibəsi, mobil terrorçuluğu və s.* söz birləşmələrinə də rast gəlmək olur.

Fikrin ifadə olunmasında *sadə cümlələr* üstünlük təşkil edir. Burada həm tərkibcə yığcamlıqdan uzaq, geniş tərkibli sadə cümlələrdən, həm də danışq dilinin təsiri ilə formalaşan sadə cümlələrdən istifadə olunur. Cümlənin struktur-semantik əlaqələnməsi üzrə gedən diferensiallaşma üslubi funksionalıq baxımından fərqli kəmiyyətlərdə işləklilik qazanır. Subyekt olmayan cümlələr, şəxssiz və qeyri-müəyyən şəxslə cümlələr qrammatik formalarına və vəzifələrinə görə fərqli sintaktik konstruksiyalar olsa da, publisistikanın üslubi mühitində oxşar funksiyalardan çıxış edir, eyni üslubi məqsəd daşıyırlar. Bunların içərisində qeyri-müəyyən şəxslə cümlələrin daha fəal olmasını demək olar.

Həmcins üzvlərin bu üslubda iki rolunu müəyyən etmək olur. Bunlardan biri informasiya üçün nəzərdə tutulan predmetlərin sadalanmasıdır: *«Biz bu proqrama politoloqlar, şərhçilər dəvət edəcəək, ayrı-ayrı sahələr üzrə mütəxəssislərlə söhbət aparacağıq» [15.08.99. Həftə - AzTv]*. *Həmcins üzvlərin* bir rolu da müəyyən nəzərdə tutulan emosiyaların (fonetik, leksik və sintaktik səviyyədə) kompleks halında ifadəçisinə çevrilməsidir: *«Bilməliyik ona görə ki, bunu bizdən min-min şəhidlərimizin müqəddəs ruhu, anabacıların göz yaşları, sönmüş çiraqlarımız, tüstüsüz qalmış ocaqlarımız, nisgilli dağlarımızın həsrət harayı, soydaşlarımızın didilmiş qüruru, qəlbi paralı həmvətənlərimizin naləsi tələb eləyir» [08.04.97.-DR]*.

Cümlənin məqsəd və intonasiasına görə növləri işlənmə məqamı və tezliyi baxımından təhlil olunmuşdur. Belə yəqin etmək olur ki, heç bir mərhələdən, dövrdən və bunlarla bağlı dil xarici amillərdən asılı olmayaraq, publisistik üslubun ifadə forması nəqli cümlələrdir. Burada sual cümlələrinin hər iki - qrammatik və ritorik formalarına müxtəlif məqamlarda rast gəlinir. Publisistikanın dilində də çoxlu sayda qrammatik suallardan istifadə olunur ki,

onlar mövzunun məntiqi əsasını önə gətirir, fikri tam olaraq vacib bir sualın (məsələnin) ətrafında cəmləşdirir və sonra da onun analitikasına keçir. Ritorik sualların qurulmasında da müxtəlif üslubi hallara rast gəlinir. Bunları ümumiləşdirən əsas cəhət isə odur ki, həmin sualların cavabı mətnin içərisində elə sual kimi də əriyir, yox olur. Bunlardan - *necə?* - *niyə?* sual əvəzliləri ilə qurulan, sual-cavab şəklində qurulan, dəqiqləşdirmək məqsədilə işlədilən, -*mı?* sual ədatlarının köməyi ilə modallaşan ritorik sual cümlələrini misal gətirmək olar.

Əmr, xəbərdarlıq, göstəriş ifadə edən əmr cümlələri rəsmi publisistik üslubun əsas cümlə forması hesab edilir. Çağırış, müraciət bildirən əmr cümlələri də bu dövrün publisistik üslubu üçün xarakterikdir. Struktur-semantik xüsusiyyətlərinə görə publisistik üslubun dilində ən fəal nida cümlələri əmr-nida cümlələridir. Əmr-nida cümlələrinin qurulmasında nidaların növlərindən bəziləri bu üslub üçün «modelləşir».

Danışığ üslubunun təsirilə təkmilləşən KİV-in dilində mürəkkəb cümlələr təbii nitq formalarından biri olmaqla geniş şəkildə işlənir. Analitik yolla yaranan tabeli mürəkkəb cümlələrdən geniş istifadə olunur. Sintetik vasitələrlə yaranan tabeli mürəkkəb cümlələrdən komponentləri -*sa?* şəkilçisi ilə bağlanan cümlələr işləkdir. Qarşılaşdırma budaq cümlələri publisistikanın sintaktik üslubi normasında böyük üslubi dəyərə malikdir. Tabeli mürəkkəb cümlələrin qurulması zamanı alınma sintaktik konstruksiyaların təsirinə məruz qalma hallarına hələ də rast gəlinir: «*Öz orqanizminizi dinləyin, necə ki, o, sizdən qisas almayıb*» [24.09.00. Səs].

1990-2000-ci illərin publisistik üslubunun qrammatik üslubi xüsusiyyətləri (morfoloji və sintaktik səviyyələrdə) öz inkişafında xəlqiliyə xüsusi meyil göstərir. Üslublararası inteqrasiya publisistik üslubu bu əlaqələrdə danışığ üslubuna daha çox bağlayır. Bütün bunlarla yanaşı, bu dövrün KİV-in dilində təkmilləşən publisistik üslub qrammatik üslubi normasını qurmağa çalışır.

1.Ədəbi dilin funksional üslubları içərisində publisistik üslub son dövrün – 1990–2000-ci illərin ən lazımlı üslubuna çevrilir. Belə ki, televiziya, radio və qəzet dili üzrə müşahidə olunan publisistik üslub zamanın ovqatına uyğun dil-üslub xüsusiyyətləri ilə çıxış edir. Yazılı və şifahi nitq formaları arasında fərq tədricən azalmağa başlayır, ikincinin birinciyə tam uyğunlaşması ilə inkişaf

edir. Bu inkişaf danışq üslubu, bəzən daha sadə danışq dili formasına qədər dəyişmələrlə özünü göstərir. Bununla belə, publisistik üslubun nitqində ədəbi dilin normaları kobud şəkildə pozulmur; seçmə əməliyyatı ədəbi dilin qayda-qanunlar sistemi çərçivəsində aparılır. Müəyyən nitq istisnaları olsa da, üslubi normalar nitq normalarından əsaslı şəkildə fərqlənir.

2. Publisistik üslubun leksik üslubi xüsusiyyətlərində sözün mənşə etibarilə istifadə üsulunda milli dilin mövqeyinə münasibət açıq şəkildə görünür. Müxtəlif sahələr üzrə axın şəklini alan alınma sözlər içərisində ictimai-siyasi, iqtisadi münasibətləri əks etdirən sözlər qrupu geniş yer tutur. Qərbə inteqrasiya etmə, buna istiqamətlenen bütün meyil və münasibətlərin nəticələrindən biri kimi dildə (xüsusən də publisistik!) Avropa mənşəli söz-terminlərin leksik bazası yaranır.

3. Bir tərəfdən 90-cı illərin əvvəllərindən cəmiyyətin ictimai-siyasi həyatında baş verən dəyişikliklərlə bağlı milli özünəqayıdış, digər tərəfdən həmin hissələrin altında belə, qarşısı alınma bilməyən bir proses -gəlmə sözlərin çoxalması leksikaya münasibəti həssaslaşdırır. Əsas etibarilə milli mənşəli sözlərə diqqət artırılır. Yeni söz yaratmanın bütün üsullarından dilin imkanları daxilində istifadə edilir. Türkiyə türkcəsinə olan milli- ruhi maraq bir sıra türk mənşəli sözlərin leksikamıza daxil olmasına şərait yaradır. Bunların əksəriyyəti həm də dilimizdə vaxtilə işlənmiş arxaik sözlərimizdəndir. İdarə və təşkilat, partiya və müxtəlifönlü qurumların çoxalması ilə bağlı yeni mürəkkəb adlar yaradılır. Bunlardan bəziləri də qısaltmalar şəklində işlənərək leksik üsulla sözyaratmanı zənginləşdirir. Morfoloji üsulla söz yaradıcılığı ən münasib və uğurlu sözyaratma üsulu kimi məhsuldarlığı ilə daha çox seçilir. Sintaktik üsulla sözyaratmada leksik və qrammatik cəhətdən əlaqələnməsi baxımından dilə dolğunluq gətirən söz birləşməsi şəklində yaradılan yeni ifadələr vardır. Bir sözlə, publisistik üslub milli söz yaradıcılığına biganə qalmır; yeni milli sözlərin yaradılması və yaxud yaradılanların fəallaşması üçün bu ədəbi dil mühiti də öz növbəsində fəallıq göstərir.

4. Yeni sözlərin iki istiqamətdə artması alınma və milli sözlərin bir-birinə münasibətini formalaşdırır. Müxtəlif əqidəli publisistik məkanlarda bunların fərqli şəkildə aktivləşməsi paralel sözlərin fəaliyyətinə gətirib çıxarır. Belə şəkildə işlənən alınma və milli mənşəli sözlərin rəqabətində dominantlıq publisistikanın

üslubi təkanı ilə qazanılır. Yəni televiziya, radio və qəzet dilində bunların hansı birinə daha üstünlük verilməsi, hansına daha doğmaliqla yanaşılması ilə variantlardan biri əsaslı normalılıq qazanır.

5. Bu mərhələdə publisistikanın dilin semantik inkişafına yol açan ən uğurlu üslublardan biri olduğu açıq şəkildə görünür. Söz ehtiyatının bolluğu, onun verdiyi məna çalarları ictimai-siyasi üslubun da köməyinə çatır. Daha dəqiq desək, analitik üslub özü belə sözləri arayıb tapır, ona yeni həyat vəsiqəsini qazandıra bilir. Hətta sözlər yeni məna çalarları ilə, bəzən törəmə mənası ilə məhz publisistik üslubun müstəqil leksik vahidinə çevrilə bilər.

6. Bu dövrün qrammatik üslubi xüsusiyyətlərində əsas maraqlı cəhət publisistikanın öz ifadəliliyində danışq dilinin üslubuna yaxınlaşması, ona uyğun formada nitq nümunələri yaratmasıdır. Üslubi morfolojiyada sinonim morfoloji variantlardan xəlqilik prinsiplərinə cavab verən dil vahidləri üstünlük təşkil edir. Leksik-qrammatik vahidlər məna qrupları üzrə nitq sistemində bu və ya digər dərəcədə fəallıqları ilə publisistik üslubun sözügedən mərhələ üzrə mahiyyətini açır. Köməkçi nitq hissələrinin funksiyalarının çoxaldığı müşahidə olunur: nitqin qurulmasında vacib amillərdən biri sayılır. Bağlayıcılar funksiya etibarilə modal sözlərə yaxınlaşır, fikrin aydınlaşdırılmasına kömək edən vasitə kimi də işlənir və hər iki qrammatik vahid işləkliyi ilə seçilir. Üslubi sintaksisdə ziddiyyətlər müşahidə olunur. Fikrin məzmun-ifadə planında mütənəsiblik pozulur. Sadə cümlələr komponentlərin əlaqələndirilməsində xeyli mürəkkəbləşdirilir. Bəzən isə mürəkkəb cümlələr vasitəsilə fikir daha aydın şəkildə ifadə olunur. Cümlənin məqsəd və intonasiyaya görə növləri sırasında sual cümlələri əsas informativ cümlələrdən sonra fikrin ifadə üsulunda böyük əhəmiyyət daşıyır. Publisistik üslubun sintaksisində, ümumiyyətlə, danışq dilinin rəvanlığı, səlisliyi eynilə müşahidə olunur.

7. 1990-2000-ci illərdə publisistik üslub təzahür etdiyi mikroüslubların dil nümunələri üzrə fərqli xüsusiyyətlər də nümayiş etdirir. Televiziya, radio və qəzet üslubunun özündə də konkret fəaliyyət göstərdiyi ünvanlar üzrə (tele və radio kanallarda, müxtəlif qəzetlərdə) ayırıcı üslubi çalarlıqlar yaranır. Eyni zamanda ictimai-siyasi təfəkkürün məqsədindən asılı olaraq onları birləşdirən, bir araya gətirən cəhətlər də vardır. AzTv telekanalı, Danışır Bakı

radiokanalı, «Azərbaycan», «Xalq Qəzeti», «Respublika» kimi dövlət əhəmiyyətli publisistik orqanlar ədəbi dilin üslubi normalarından çox, linqvistik normalarına əsaslanır. Belə ki, üslubi fəaliyyətində normalaşmış ədəbi dildən istifadə üsuluna üstünlük verir. İctimai-kütləvi dilin məsuliyyətini üzərində daşıyaraq dil-nitq yeniliklərinə daha ehtiyatla yanaşır. Müstəqil televiziya və radio kanallarının dilində isə xüsusən leksik cəhətdən daha çox yenilik duyulur. Bu qrup kütləvi informasiya vasitələrinin leksik və qrammatik üslubi xüsusiyyətlərində müəyyən nöqsanlar olsa da, üslubi normalar ədəbi dil səviyyəsində özünü tənzimləyir, həm də dilə yeni vahidlər, üsullar qazandırır. Müxalifətyönlü qəzetlərin dilində bəzən bayağı şəkildə türkçülük ideologiyası ilə formalaşan üslubi çalarlıqlar nümayiş olunur. Hətta morfoloji və sintaktik üslubi xüsusiyyətlərində də Azərbaycan dilinin qrammatik normasından uzaq dil nümunələrinə rast gəlinir. Lakin belə qəzetlərin nitq nümunələrində də maraqlı dil faktları vardır.

8.1990-2000-ci illərin publisistik üslubunun üzərində aparılan geniş müşahidələr belə bir nəticə yaradır: bugünkü Azərbaycan dilinin sabahkı taleyini demək olar ki, publisistik üslub, daha dəqiq desək, onun aparıcı qolları olan mətbuat, televiziya və radio üslubu müəyyənləşdirir. Məlum üç mühüm qolları üzrə inkişaf edən publisistik üslub eyni zamanda ədəbi danışq üslubunun aydınlığı, səlisliyini də özündə birləşdirərək məqsədyönlü istifadənin funksional variantlarını böyük bir məsuliyyətlə öz üzərinə götürür. «Dövlət dilinin tətbiqi işinin təkmilləşdirilməsi haqqında» fərmanda KİV işçiləri haqqında maddələrin xüsusi yer tutması da publisistik üslubun dövlət əhəmiyyətli məsuliyyətini təsdiqləyir.

Dissertasiyanın məzmununa aid aşağıdakı məqalələr çap olunmuşdur:

1. "Biz "Azərbaycan dili"ndən necə faydalanırıq?" Tədqiqlər-2 B., "Elm", 2004, səh.304-313.

2. "1990-2000-ci illər Azərbaycan publisistik dilindən ədəbi dilə gələn yeni sözlər və onların yaranma yolları" Dilçilik məsələləri(2) B., "Elm", 2005, səh.66-72.

3. "1990-2000-ci illər Azərbaycan publisistikası dilinin qrammatik üslubi xüsusiyyətləri" Xəbərlər (humanitar elmlər seriyası) №5 B., ADPU, 2005, səh.112-117.

4. "1990-2000-ci illər Azərbaycan publisistik dilində alınma sözlərin işlənməsi" Elmi araşdırmalar 1-4 B., "Elm", 2005, səh.365-368.

5. "1990-2000-ci illər Azərbaycan publisistik dilində sadə və mürəkkəb cümlələrin işlənmə potensialı" "Dil və ədəbiyyat" Beynəlxalq, elmi-nəzəri jurnal 3(57) B., BDU, 2007, səh.44-46.

6. "1990-2000-ci illər Azərbaycan publisistik dilində fellərin işlənmə xüsusiyyətləri" Tədqiqatlar-2 B., "Elm", 2007, səh.196-203.

Стилистические особенности языка азербайджанской публицистики 1990-2000 г.г.

В диссертации стилистические особенности азербайджанской публицистики 1990-2000 г.г. исследуются на основе примеров из языка телевидения, радио и газет.

Исследование состоит из введения, двух глав, словаря, заключения и списка использованной литературы.

В введении представлена информация об общем состоянии работы.

В I главе, названной «Лексические стилистические особенности азербайджанской публицистики 1990-2000 г.г.», говорится о заимствованных словах, словообразовании и многозначных словах. В названном «Словообразование» втором подразделе проведен анализ по различным способам словообразования, раскрыты ряд интересных фактов.

В конце I главы, в соответствии с целями исследования, составлен словарь с заголовками «Слова, параллельно использованные в языке азербайджанской публицистики 1990-2000 г.г.», «Лексические аббревиатуры, использованные в языке средств массовой информации в 1990-2000 г.г.».

Во II главе – «Грамматические стилистические особенности языка азербайджанской публицистики 1990-2000 г.г.» – говорится о морфологических и грамматических стилистических особенностях. Из этой главы следует вывод о том, что в отличие от лексики публицистического стиля, в котором проявляется воздействие и других стилей, его грамматические особенности под воздействием разговорной речи более просторечны, как по сравнению с предыдущими периодами, так и в целом.

Связанные с основным содержанием диссертации выводы отражены в 8 пунктах.

**Stylistic features of language of the Azerbaijan
publicism of 1990-2000 of**

Summary

In the dissertation stylistic features of the Azerbaijan publicism of 1990-2000 of are investigated on the basis of examples from TV language, radio and newspapers.

Research consists of the introduction, two heads, the dictionary, the conclusion and the list of the used literature.

In introduction the information on the general condition of work is presented.

In I head, named «Lexical stylistic features of the Azerbaijan publicism of 1990-2000 of», it is spoken about loan words, word-formation and multiple-valued words. In the second subsection named "Word-formation" the analysis on various ways of word-formation is carried out, are opened a number of the interesting facts.

In the end of I head, according to research objectives, the dictionary with headings «the Words in parallel used in language of the Azerbaijan publicism of 1990-2000 of», «the Lexical abbreviations used in language of mass media in 1990-2000 of» is made.

In II head - «Grammatical stylistic features of language of the Azerbaijan publicism of 1990-2000 of» - it is spoken about morphological and grammatical stylistic features. From this chapter the conclusion that in difference from lexicon of publicistic style in which influence and other styles, its grammatical features, under the influence of informal conversation is shown, has more popular speech as in comparison with the previous periods, and as a whole follows.

The dissertations connected with the basic maintenance conclusions are reflected in 8 points.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ
АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ
БАКИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

На правах рукописи

НАХИДА МАГСАД КЫЗЫ ГАСАНОВА

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА
АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ
ПУБЛИЦИСТИКИ 1990-2000 г.г.

10.02.01- Азербайджанский язык

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

БАКУ - 2008