

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ

AZƏRBAYCAN DİLLƏR UNİVERSİTETİ

Əlyazması hüququnda

AYNUR MUXTAR QIZI BUDAQOVA

İNGİLİSDİLLİ MEDIA MƏTNLƏRİNİN
FUNKSIONAL TƏDQIQI

5708.01 – German dilləri

Filologiya üzrə fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi
almaq üçün təqdim edilmiş dissertasiyanın

AVTOREFERATI

Bakı – 2017

İş Azərbaycan Dillər Universitetinin Linqvokulturologiya kafedrasında yerinə yetirilmişdir.

Elmi rəhbər: filologiya üzrə elmlər doktoru, professor
Məsməxanım Yusif qızı Qazıyeva

Rəsmi opponetlər: filologiya üzrə elmlər doktoru, professor
Nigar Çingiz qızı Vəliyeva

filologiya üzrə fəlsəfə doktoru, dosent
Ramilə Fərman qızı Hüseynova

Aparıcı təşkilat: Bakı Slavyan Universitetinin İngilis filologiyası
kafedrası

Müdafiə 28/04 2017-ci ildə saat _____ Azərbaycan Dillər Universiteti nəzdində elmlər doktoru və fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi almaq üçün təqdim olunan dissertasiyaların müdafiəsini keçirən D.02.081 Dissertasiya Şurasının iclasında keçiriləcəkdir.

Ünvan: AZ 1014, Bakı şəhəri, R.Behbudov küçəsi, 134.

Dissertasiya ilə Azərbaycan Dillər Universitetinin kitabxanasında tanış olmaq olar.

Avtoreferat _____ 2017-ci ildə göndərilmişdir.

D.02.081 Dissertasiya Şurasının elmi katibi,
filologiya üzrə fəlsəfə doktoru,
dosent

Həmidə Əhməd qızı Əliyeva

TƏDQIQATIN ÜMUMİ SƏCİYYƏSİ

Mövzunun aktuallığı. Mətn dilçiliyinin müasir dövrdə daim diqqət mərkəzində olmasına baxmayaraq, onun bir çox məsələləri hələ də hərtərəfli həllini tapmamışdır. Mətnə çoxsaylı təriflərin verilməsi, mətn kateqoriyalarına münasibətdə fikir ayrılıqları, mətnin ilkin vahidinin sərhədlərinin müəyyənləşdirilməsi, mətnin koqnitiv, kommunikativ və praqmatik aspektləri ətrafında mübahisələrin davam etməsi deyilənləri bir daha təsdiq edir.¹

İnformasiya mübadiləsinin sürətlənməsi və genişlənməsi, yeni kütləvi informasiya vasitəsinin (internet) fəaliyyəti ilə mətnin tipologiyasını və mətnin funksionallıq aspektlərini öyrənməyə ehtiyac kəskin artmışdır. Mediamətn mətnin xüsusi bir növü olaraq intertekstuallığı, koqnitiv və praqmatik xüsusiyyətləri ilə seçilir. Qeyd edilən cəhət mətnin funksionallıq aspektlərinin araşdırılmasını aktuallaşdırmışdır. Əgər XX əsrin ortalarında qəzet əsas kütləvi informasiya vasitəsi olmuşdursa, hazırda bu sahədə internet irəli çıxmışdır. Nəticədə, əvvəlki kütləvi informasiya vasitələri özlərinin internet versiyalarını hazırlayaraq internetdə yayımlayır.

Mətn, onun qavranması, funksionallığı, insan həyatındakı rolu, müxtəlif həcmlilik və məzmunluq, janr fərqliliyi müasir dövrdə intertekstuallıq nəzəriyyəsinin yaranmasına səbəb olmuşdur. İnternetdə yerləşdirilən kütləvi informasiya səciyyəli materiallar mürəkkəb internet mətnləridir. Bu mətnlər daim yenilənir, dəyişir, artırılır. Əmələ gələn mətn

¹ Солганик Г.Я. К определению понятий “текст” и “медiateкст” // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2005, № 2, с. 7-15; Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. М.: Наука, 1980; Брандес М.П. Предпереводческий анализ текста. М.: НВИ-ТЕЗАУРУС, 2001; Halliday M.A. Language as code and Language as behaviour. A systemic-functional interpretation of the nature and ontogenesis of dialogue // R.P.Fawcett, M.Halliday eds. The semiotics of culture and language: Od.: Language as social semiotic. London.: Dover, (N.H.): Pinter, 1984, pp. 3-35; Валгина Н.С. Теория текста. М.: Логос, 2004; Кухаренко В.А. Интерпретация текста. М.: Просвещение, 1988; Гаибова М.Т. Лингвистическое исследование единицы художественного текста Баку: АГУ, 2006, с. 3-17; Abdullayev K.M. Mürəkkəb sintaktik bütövün quruluşu // Azərbaycan dilində mürəkkəb sintaktik bütövlər. Bakı: Mütərcim, 2012, s. 88-111; Məmmədov A. Xarici dilçilikdə mürəkkəb sintaktik bütöv // Azərbaycan dilində mürəkkəb sintaktik bütövlər. Bakı: Mütərcim 2012, s. 44-61; Гусейнова Л. Синтаксическая организация художественного текста. Баку: АУЯ, 2011, с. 7-33; Abdullayev Ə. Aktual üzvlənmə, mətn və diskurs. Bakı: “Zərdabi LTD” MMC, 2011, s. 176-180

intertekstə çevrilir. İntertekstə mətn daxilində mətn kimi baxmaq olar. Hər bir mətn intertekstdir. Başqa mətnlər onda müxtəlif səviyyələrdə, az və ya çox dərəcədə məlum şəkildə iştirak edir. Qədim, müasir və ətraf mədəniyyətə aid mətnlər hipermətnin daxilində yerləşir. Köhnə sitatlar, formullar, ritmik strukturlar, fraqmentlər və s. mətnə daxil edilir. İstənilən mətn üçün ilkin zəruri şərt olan intertekstuallıq mənbə və təsirlə izahını tapmır, çünki bu mətnlərdə mənbəyə istinad qeydə alınmır.

Mətn dilçiliyinin nəticələri əsasında mətnin tədqiqi prinsipləri, onun özünəməxsus kateqoriyaları müəyyənləşdirilmişdir. Kommunikativlik funksional mətnlərin əsas kateqoriyası hesab edilir. Bu kateqoriya mətnin işarə vasitələrinin bütün məcmusu ilə reallaşır və nisbətən xüsusi kateqoriyalara əsaslanır. Mətnin kommunikativliyi elə şəkildə özünü göstərir ki, o, mətnin təşkilində kommunikantların fəaliyyəti ilə deyil, kommunikativ aktın xüsusiyyətlərindən irəli gələn fəaliyyət və aspektlər formasında meydana çıxır. Mətnin funksionallığını özündə daha aydın əks etdirən formalarından biri kütləvi informasiya vasitələridir. Mətnin bu formalarının kommunikativ-funksional tədqiqi müasir dilçiliyin qarşısında duran əsas məsələlərdən biridir. Bu problemin tədqiqi həm ümumi dilçiliyin bir sıra məsələlərinin həlli, həm də praktik baxımdan zəruri sayılır. Mövzunun aktuallığı da məhz bu zərurətdən irəli gəlir.

Tədqiqatın obyektini kütləvi informasiya vasitələrində istifadə olunan mətnlər təşkil edir.

Tədqiqatın predmeti ingilisdilli informasiya vasitələri mətnlərinin funksionallığının tədqiqidir. Mətnin funksionallıq məsələləri müxtəlif kütləvi informasiya vasitələrində istifadə olunan mətn tipləri, janrları və mətnin kateqoriyaları üzrə araşdırılır. Tədqiqatın predmeti sahəsinə mətn, hipermətn, intramətn daxil olur.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri. Dissertasiya işinin əsas məqsədi ingilisdilli kütləvi informasiya vasitələri mətnlərinin funksionallığının öyrənilməsidir. Bu məqsədlə aşağıdakı vəzifələr yerinə yetirilmişdir:

- mətnin kommunikativ vahid kimi təyin olunması;
- mətnin kateqoriyalarının müəyyənləşdirilməsi;
- kütləvi informasiya vasitələrinin müxtəlif növlərində (qəzet, jurnal, internet, televiziya, radio, reklam və s.) istifadə olunan mətn növlərinin oxşar və fərqli cəhətlərinin aydınlaşdırılması;
- mətnin informativlik xüsusiyyətlərinin araşdırılması;
- mətnin tamlıq və bitkinlik xüsusiyyətlərinin tədqiq olunması;

- hipermətn və intramətnin təyin olunması;
- mətnin hissələri və müxtəlif mətnlər arasında əlaqələrin forma və xüsusiyyətlərinin öyrənilməsi;
- ingilisdilli mediamətnin spesifik xüsusiyyətlərinin aydınlaşdırılması.

Tədqiqatın metodoloji əsasını mətn dilçiliyi sahəsində Azərbaycan və xarici dilçilərin apardığı fundamental tədqiqat işləri təşkil edir.

Tədqiqatın işçi fərziyyələri: 1) Mediamətnə intramətnlər istifadə olunur. Intramətn mətn daxilində mətn kimi aşkara çıxır. Intramətnlə onun daxil olduğu mətn arasında birbaşa və dolayı əlaqələr mümkündür; 2) Mediamətnin hissələri qarşılıqlı əlaqələr şəklində birləşir; 3) Mediamətn informativliyə, bitkinliyə, əlaqəliliyə, praqmatikliyə malik olur.

Müəlifə çıxarılan əsas müddəalar:

1. Kütləvi informasiya vasitələrindəki mətnlər öz xüsusiyyətlərinə görə digər mətn formalarından (bədi mətn, elmi mətn, epistoluar mətn və s.) fərqlənir və mediamətn olaraq təyin edilir.

2. Mediamətn yüksək informativliyə malikdir. Mediamətnlərin eyni hadisəyə həsr olunmuş, zaman və məkan baxımından, eləcə də müəllifə görə fərqlənən növləri vardır. Mediamətnlər müxtəlif vaxtlarda yazılmış və bir-birinin davamı olan formaları vardır. Bu halda mediamətnə əvvəl verilmiş informasiyanın sonrakı mətnə müəyyən dərəcədə təkrar olunması və dəyişməsi mümkündür.

3. Mediamətn hipermətn təşkil edə bilir. Hipermətn kütləvi informasiya vasitəsində çap olunmuş müxtəlif mətnləri və bu mətnlərə dair əlavə informasiya materiallarını (şəkil, qrafik, kursiv, rəng, şrift və s.) özündə birləşdirir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi. Azərbaycan germanistikasında ingilisdilli mediamətnin funksionallığı ilk dəfə kompleks şəkildə tədqiqat obyektinə olmuşdur. Mətnin funksionallığı tədqiqat işində mətnin tipləri, növ və janrları prizmasından araşdırılmışdır. Mediamətnin kateqoriyaları təyin olunmuş və hər bir kateqoriya üzrə mətnin spesifik xüsusiyyətləri öyrənilmişdir. İlk dəfə olaraq mətnin yaradılma üsulu (fərdi müəllif, kollektiv müəllif), forması (yazılı, şifahi), funksional janr tipi (müsahibə, yenilik, oçerk, reklam, publisistik yazı, şərh, xəbər, məlumat, elan və s.), mövzu dominantlığı, yayılma kanalı kimi məsələlər linqvistik aspektdən tədqiq edilmişdir.

Tədqiqatın nəzəri əhəmiyyəti. Dissertasiyada mediamətnin təyin olunması, mediamətnin vahidləri, kateqoriyaları ilə bağlı yeni nəzəri

məsələlər irəli sürülmüş, kütləvi informasiya vasitələrində baş verən dəyişmələr nəzərə alınmaqla onlardakı mətnlər linqvistik təhlilə cəlb edilmişdir.

Tədqiqatın praktik əhəmiyyəti. Dissertasiyanın elmi qənaətləri mətn dilçiliyi üzrə müxtəlif seminar və mühazirələrin aparılmasında, xüsusi kursların keçirilməsində tətbiq oluna bilər. Əldə olunmuş nəticələrdən jurnalistika ixtisası üzrə təhsil alanlar üçün dərs vəsaitlərinin yazılmasında istifadə oluna bilər.

Tədqiqatın mənbələri. Tədqiqat prosesində, əsasən, “Financial Times”, “The Globalist”, “International Herald Tribune”, “The Daily Telegraph”, “The Times”, “Washington Post” və s. kimi ingilisdilli kütləvi informasiya vasitələrinin materiallarından istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın metodları. Tədqiqat işində təsviri, situativ-kontekstual və diskursiv təhlil metodlarından istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın aprobasiyası. İş ADU-nun Linqvokulturologiya kafedrasında yerinə yetirilmişdir. Dissertasiyanın əsas müddəaları elmi konfranslarda məruzə edilmiş, müxtəlif nəşrlərdə çap olunmuşdur.

İşin quruluşu. Dissertasiya giriş, üç fəsil, nəticə və istifadə edilmiş ədəbiyyat siyahısından ibarətdir.

İŞİN ƏSAS MƏZMUNU

Girişdə mövzunun aktuallığı əsaslandırılır, tədqiqatın obyekt və predmeti, məqsəd və vəzifələri, onun işçi fərziyyələri, müdafiəyə çıxarılan əsas müddəalar müəyyənləşdirilir, dissertasiyanın elmi yeniliyi, nəzəri və praktik əhəmiyyəti göstərilir, tədqiqatın metodları, mənbələri, aprobasiyası və işin quruluşu haqqında məlumat verilir.

Dissertasiyanın birinci fəslə *“Mətnin funksional aspektləri”* adlanır. Burada mətn kommunikativ vahid aspektindən təhlil edilir, mətnin kateqoriyaları araşdırılır, mətnin informativliyi əsas kateqoriyalardan biri kimi tədqiq edilir. Məlumdur ki, cümlənin məzmunu onun ayrılmaz hissəsi olan predikativliklə aktuallaşır. Predikativlik cümləni formalaşdıran sintaktik kateqoriyadır. Bu kateqoriya hadisəni ifadə edən vasitələri gerçəkliklə bağlayıb ötürülən məlumat vahidinə çevirir. Lakin ayrıca götürülmüş hər hansı cümlədə gerçəkliklə bağlı nisbi səciyyə daşıyır. Cümlə ötürülən məlumat vahidinə çevrilir, lakin ayrılıqda qaldıqda, təcrid olunduqda kommunikativ vahid olmur, çünki bir cümlə tərkibində kommunikasiyanın özü mövcud deyildir.

Son tədqiqatlar bir daha təsdiq edir ki, bir cümlə çərçivəsində, hüdudunda təhlil və tədqiqat məhdud nəticələrə aparır. Məhz bu baxımdan linqvistik müşahidələrin istiqaməti daha çox mətnin tədqiqinə yönəlməkdədir. Kommunikasiya prosesi təcrid olunmuş cümlələrdə deyil, müəyyən məqsədlə formalaşmış mətndə reallaşır. İstənilən mətninin kommunikativ strukturu həm də dil xarici faktorlardan əhəmiyyətli dərəcədə asılıdır: a) kommunikasiya aktının növü, həyata keçirilməsi üsulu, məlumatın məzmunu və məqsədi, b) müəllif şəxsiyyəti və gerçəkliyi fərdi şəkildə dərk etməsi.¹ Mətn oxucuya ünvanladırıcı məlumatdır: bu, müəllif oxucu kommunikasiya formasıdır. Mətn estetik ünsiyyəti nəzərə almaqla formalaşır, bu prosədə adresat //oxucu müəllif intensiyasını dərk etməli və yaradıcı fəallıq göstərməlidir.²

Mətnin kommunikativliyi onun oxucu tərəfindən qavranma dərəcəsi ilə ölçülür. Mətndə onu yaradan şəxsin nitq fəaliyyəti öz ifadəsini tapır. Bu fəaliyyət, eyni zamanda, mətni oxuyan, dinləyən şəxsin qavrama qabiliyyətini nəzərə alır. Mətnin quruluş nöqtəyi-nəzərindən tədqiqi məsələləri onun kommunikativ hadisə olmasından çox zaman yan keçir. Şübhəsiz, mətn öz quruluşuna görə, bir-biri ilə əlaqədar olan fraza, cümlə və konseptlərdən ibarətdir. Bu vahidlər mətndə aktivləşmiş olub bir tam təşkil edir. Mətnin tamlığı və əlaqəliyi, eyni zamanda, mətni yaradan və qavrayan kommunikanın münasibətindən də asılıdır. Kommunikantlar mətnin tamlığı və əlaqəliyi ilə bağlı xətalara kommunikasiya şəraiti onların nəzarəti altında olduqda kəskin hiss etmirlər. Mətnlə mətn olmayan arasında fərq bu baxımdan formal təriflə müəyyənləşmişdir. Onu yalnız insan münasibətlərinin fəaliyyəti və reaksiyanın dərəcələnməsi səviyyəsində tədqiq etmək mümkündür. Mətnin mətnliyi yalnız tamlıq və əlaqəliliklə deyil, həm də, intensionallığın şəraitlə əsaslanması, başqa mətnlərlə rəhbərliyi və informativliyi ilə təyin edilir.³ Ona görə də, mətn ünsiyyət vahididir. Fikrimizi belə ümumiləşdirə bilərik ki, mətn müxtəlif tipli ifadələrdən ibarət kommunikativ-məlumatverici vahiddir.

Mətn dilçiliyi sahəsində aparılan tədqiqatlar, artıq bir sistem halını almış, mətnin tədqiqi prinsipləri, onun özünəməxsus kateqoriyaları

¹Гаибова М.Т. Прагмалингвистический анализ художественного текста. Баку: АГУ, 1986, с. 7.

²Гусейнова Л. Синтаксическая организация художественного текста. Баку: АУЯ, , 2011, с. 4.

³Кривенко Б.В. Язык массовой коммуникации: лексико-семиотический аспект. Воронеж: ВГУ, 1993, с. 24.

müəyyənləşdirilmişdir. Mətn üçün kateqoriya anlayışını təyin etmək bəzi mübahisələr də doğurur. Doğrudanmı mətnin kateqoriyaları vardır? Təbii ki, məsələyə morfoloji kateqoriyalar müstəvisindən yanaşsaq, mübahisəli cəhətlər ortaya çıxır. Dilin sistem təbiəti mətnin də sistem təbiətini təsdiqləyir.

Mətn, əslində dil vasitələri əsasında yaradılan linqvistik tamdır. Bu tamın təşkilədiciləri bir-biri ilə müəyyən münasibətlərdə olur. Həmin münasibətlər mətn təşkilədiciləri sisteminin hansı məsələsinə baxılmasından asılı olaraq dəyişir. Hər şeydən əvvəl, mətn kateqoriyası ilə ümumfəlsəfi, eləcə də, dil kateqoriyaları arasındakı oxşar və fərqli xüsusiyyətləri açmaq lazım gəlir. A.Bondarko “funksional-semantik kateqoriyalar” anlayışını irəli sürmüşdür. Bu anlayış müxtəlif cinsli dil vasitələri sistemini birləşdirir. Həmin vasitələr müəyyən semantik funksiyaları yerinə yetirmək üçün qarşılıqlı əlaqə və təsirdə olur. Funksional-semantik kateqoriyanın nüvəsini morfoloji kateqoriya təşkil edir. Mənanı yaradan digər vasitələr isə kənar elementlər qrupu kimi formalaşır. Məsələn, temporallıq kateqoriyasının nüvəsi zaman kateqoriyasıdır. Kənar elementlər qrupu isə bu halda növ kateqoriyası olur.¹ Mətnin funksional kateqoriyaları elə keyfiyyətlər şəklində özünü göstərir ki, onlar mətnin təşkilində ayrı-ayrı kommunikantların fəaliyyəti ilə deyil, kommunikativ aktın xüsusiyyətlərindən irəli gələn fəaliyyət və aspektlər formasında meydana çıxır. Bu zaman sistem kateqoriyaları kimi funksional kateqoriyalar da mətnin kommunikasiya prosesində istifadə olunması nəticəsində üzə çıxır. Bu baxımdan, bədiilik – qeyri-bədiilik, obrazlılıq – qeyri-obrazlılıq, analitiklik-sintetiklik, ümumilik-konkretlik xüsusiyyətləri funksional kateqoriyalar kimi qiymətləndirilir. Sistem – dil kateqoriyaları mətnin elə keyfiyyətlərini özündə əks etdirir ki, onlar mətnin kommunikativ fəaliyyətini dilin sistemi ilə əlaqələndirir. Predikativlik, nominativlik, dil modallığı, kəuzativlik, temporallıq, müəyyənlik – qeyri-müəyyənlik, işarəlilik xüsusiyyətləri mətnin sistem-dil kateqoriyalarındandır. Əlbəttə, mətnin kateqoriyaları ayrılıqda fəaliyyət göstərmir, biri digərinin mövcudluğunu tələb edir.

Bəliklə, kommunikativ nitq forması kimi, mətnin sintaktik vahidlərin integrativ münasibətləri səviyyəsində təhlili müxtəlif mətn kateqoriyalarının ifadəsində iştirak edən leksik-qrammatik və üslubi

¹ Бондарко А.В. О структуре грамматических категорий (отношения оппозиции и неопозитивные различия) // Вопросы языкознания. 1981, № 6, с. 21.

strukturlardan istifadə xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirməyə imkan verir. Mətnin kateqoriyaları, bir tərəfdən, mətnyaratmaya, digər tərəfdən isə, fərdi üslubun funksionallaşmasına xidmət edir; bu kateqoriyalar kommunikativliyin əsas şərti kimi çıxış edən müxtəlif növlü assosiasiyaların yaranmasına şərait yaradır. Bütün bu məsələlər dissertasiyada nümunələr əsasında ətraflı şərh edilmişdir.

İnformativlik kateqoriyasını adresata təsir baxımından araşdırdıqda integrativlik mütləq nəzərə alınır. Öz təbiətinə görə, integrativlik psixoloji tərtibli hadisə olub adresatın mətni dərk etmə prosesində reallaşır. İntegrasiya mətn hissələrinin əsas mövzuya həsr olunması kimi başa düşülür. Bu halda mətn bir tam kimi dərk olunur.¹ Bu xüsusiyyət yalnız bədi əsərdə deyil, kütləvi informasiya vasitələri mətnlərində də özünü göstərir. İnternetdə verilmiş bir mətni nəzərdən keçirək:

“Blame Fergie - not David Moyes.

Everyone is jumping on the bandwagon and blaming David Moyes for Manchester United's current woes. Sure, the team aren't doing that well, but David Moyes didn't buy Cleverly, Smalling, Jones, Rafael, Young, Evans etc. They were all down to Fergie, and apart from Van Persie and Rooney, Fergie walked out leaving a very mediocre team behind.

*David Moyes needs time to build his own team, and Mata is a great start. As I said - blame Fergie, not David Moyes.*²

Mətnin informativliyi oxucu üçün bu mətnin mahiyyət və məzmununa, mövzusuna və müəllif konsepsiyasına, düşüncə predmetinin müəllif qiymətlən-dirilməsinə daxil edilmiş yenilikdir. Bu fəsilə dair belə nəticəyə gəlmək olar ki, mətnin funksionallığı onun hansı sahələrdə fəaliyyət göstərməsini nəzərdə tutur. Bu, mətnin sosial funksiyası ilə bağlıdır. Kütləvi informasiya vasitələrindəki mətnlər sosial, siyasi, iqtisadi, mədəni, elmi, idman və s. sahələrə aid olur. Belə mətnlər kütləvi oxucu və dinləyici üçün nəzərdə tutulur. Mətnin funksional kateqoriyaları elə keyfiyyətləri özündə əks etdirir ki, onlar mətnin təşkilində ayrı-ayrı kommunikanthların tələbi ilə deyil, kommunikativ aktın xüsusiyyətlərindən irəli gələn fəaliyyət və aspektlər formasında meydana çıxır.

¹ Рязанцева Т.И. Гипертекст и электронная коммуникация. М.: Эдиториал УРСС, 2010, с. 9

² Blame Fergie - not David Moyes// www.theguardian.com/.../david-moyes-alex-ferguson-manchester-united

Dissertasiyanın “*İngilisdilli mətnlərin funksional-kommunikativ təsnifi*” adlanan ikinci fəslində mediamətn mətnin əsas funksional növlərindən biri kimi qiymətləndirilir, mətnlərin funksional-semantik tipologiyası araşdırılır, ingilisdilli media mətnlərinin praqmatik aspektləri müəyyənləşdirilir. Müasir dövrdə informasiyanın ötürülməsi kanallarının artması ünsiyyət prosesinə də əhəmiyyətli təsir göstərmişdir. İnformasiya vasitələrinin, xüsusən kütləvi informasiya vasitələrinin çoxluğu, rəngarəngliyi, informasiyanı ifadə etmək baxımından fərqliliyi onlarda tətbiqini tapan dilin xüsusiyyətlərində də fərqli cəhətlərin artımına səbəb olmuşdur.

Dil bütün hallarda mətnlə gerçəkləşir. Ona görə də, ayrı-ayrı informasiya vasitələrində istifadə olunan mətnlər də bir-birindən fərqlidir. Məsələn, qəzet diskursunun tematik müxtəlifliyi onun leksik zənginliyinə səbəb olur. İnformasiya qəzətdə birbaşa sözlə, onun mənası, emosionallığı ekspressivliyi vasitəsilə ifadə olunur. Radioda dinləyiciyə emosional və ekspressiv təsiretmanın müxtəlif verbal və qeyri-verbal üsulları mövcuddur.¹ Dissertasiya işində qəzet mətni, televi-ziya mətni, internet mətn və s. anlayışlar ümumiləşdirilərək mediamətn və ya KİV mətni terminlərindən istifadə olunmuşdur. KİV mətnləri adresata malik olub, eyni məzmunu müxtəlif kombinasiyalarda fərqli modallıqla ifadə edir. Bu mətnlər üçün bitkinlik zəruri deyildir. “Başqa mətnlərlə qarşılaşdırmada media mətnləri hipermətn və ya intramətn kimi mövcud olur”.² Mətndəki daxili informasiyanı artıq burada mövcud olan məlumatlar modelinə necə qoşmağı mətnqəbuledicisinə aydın şəkildə göstərən xüsusi dil vasitələri mövcuddur və həmin ektrapolyasiya prosedurlarının çətinliyi mətnin əsas mövzusunə istiqamətlənmiş kompüter yanaşmaları çərçivəsində təklif olunanlarla əhəmiyyətli dərəcədə həll olunur. Beləliklə, mətnin mənası onun mətnqəbuledicisinin fon bilikləri ilə qarşılıqlı əlaqəsi zamanı, yəni mətndəki eksplisit şəkildə ifadə olunmuş informasiya ilə mətnqəbuledicisinə məlum olduğu təqdirdə mətndə implikasiya olunan informasiya arasındakı qarşılıqlı əlaqə zamanı aktuallaşır.

Mediamətnlərin yayılmasının dörd əsas kanalı vardır: 1) mətbuat; 2) radio; 3) televiziya; 4) internet. İnternet bu bölgədə yer almış ən müasir KİV vasitəsidir. Bu vasitə sürətlə digərlərini sıxışdırır. Ən çox sıxışdırılan

¹ Allahverdiyeva A.M. İngilisdilli televiziya mətnlərinin koqnitiv xüsusiyyətləri: Filol.fəl.dok.avtoref. Bakı, 2014, c. 7

² Петренко В.Ф. Психосемантика ментальности: коммуникативный аспект // Журналистика в 2000 году: реалии и прогнозы развития. М.: МГУ, 2001, с. 87

KİV vasitəsi hazırda qəzet və jurnallardır. Nəşrlərin tipoloji xarakteristikaları format (tiraj, həcm, dövrlülük, yayımlanma vaxtı), iqtisadi (mülkiyyət forması – özəl, büdcə və s.), auditoriya, məqsəd, təşkil prinsipləri ilə ölçülür. Mediamətnin hansı tip nəşrdə gerçəkləşməsi onların məzmun, struktur-kompozisiya, janr-üslub və dil səviyyəsində fərqlənməsinə səbəb olur.

Mediadiskursun təhlili, bir tərəfdən, kütləvi kommunikasiya gedişində məzmunun yaradılması və yayımının əhəmiyyətli elementlərlə bölünməsinə istiqamətlənir, digər tərəfdən, mediamətnin, kontekstin məzmunyaratma rolunun təyin edilməsini əhatə edir.

Mətnin tipologiyası onun funksional tipologiyası sahəsində birləşdirilir. Bu da mətnin ümumiyyətlə nə üçün yaradılması prizmasından növlərə bölünməsinə nəzərdə tutur. Məsələyə bu baxımdan yanaşdıqda mətnin sosial funksiyaları və işlənmə sahələri əsas götürülür. Lakin mətn özü bir tamdır və onun müəyyən quruluşu vardır. Mətnin quruluş xüsusiyyətləri onun işlənmə sahələri və ya funksiyaları ilə bağlı olsa da, təşkil olunma prinsiplərinə görə, ümumi səciyyə kəsb edir. Bu isə mətnin struktur tipologiyasının onun funksional tipologiyasından fərqlənəcəyinə dəlalət edir. Deməli, mətnin tipologiyasına bir yöndən yanaşmaq doğru deyildir. Şübhəsiz ki, mətnin tipologiyasının birinci vacib istiqaməti onun funksional tipologiyasıdır. Mətn hansı funksiyaları yerinə yetirirsə, bu funksiyalara görə fərqlənir. Funksional tipologiyada mətnin sosial funksiyası və işlənmə sahələri əsas fərqləndirici əlamətlər olur. Deməli, mətnin sosial funksiyası və işlənmə dairəsi funksional tipologiyanın meyarıdır.

Müəyyən sahələr üzrə qruplaşdırılmış mətnlər funksional-kommunikativ mətn siniflərini təşkil edir. Mətnlərin funksional-kommunikativ siniflərinə məişət danışığı dili mətnləri, publisistika və mətbuat mətnləri, elmi mətnlər, rəsmi mətnlər və s. aid edilir. Belə siniflərdən hər biri üçün vahid konstruktiv parametrlər səciyyəvidir. Həmin parametrlər aşağıdakıları özündə birləşdirir: 1) müəyyən sosial ünsiyyət sahəsinə aid əsas ictimai-kommunikativ məqsəd; 2) sosial ünsiyyət sahəsinə aid kommunikasiya predmeti; 3) kommunikasiya aktının həyata keçirildiyi şəraitə uyğun əlamətlər; 4) kommunikatív şərait üçün səciyyəvi olan ünsiyyət kanalı. Mətnin funksional-kommunikativ təsnifinin ikinci mərhələsində mətn siniflərinin bu və ya digər ünsiyyət sahəsində yerinə yetirdiyi ümumi sosial vəzifənin dəqiqləşdirilməsi prosesi gedir. Məsələn, publisistika və mətbuat sinfində qəzetlərdəki informativ mətnlərin seçilib ayrılması, elmi mətn sinfindən elmi-populyar mətnlər qrupunun

ayrılması, məişət və danışiq dili mətnləri sinfindən adi məişət dialoqları, məktublar, qeydlər kimi yarımqrupların seçilməsi həyata keçirilir.

Jurnalist mətnlərində adresantın xüsusi rolu vardır. Eyni zamanda, KİV üçün adresatlar da vacib qütbdür. Adresat düzgün seçilmədikdə mediatekst mahiyyətini itirir. Çünki mediamətn oxucu, dinləyici, tamaşaçı və s. üçün yaradılır. KİV vasitələrinin, onların yayılma kanallarının çoxluğu adresatların adresantı seçmək imkanlarını artırmışdır. Adresat televiziyanın müəyyən kanalında gedən verilişi bəyənmirsə, kanalı dəyişir, radiodakı reportaj xoşuna gəlmirsə, radionu söndürür. Qəzətdəki yazılar onda maraqlı deyilsə qəzeti almır, internet saytı ona lazım gələn informasiyalarla zəngin deyilsə, başqa sayt axtarır və s. Ona görə də müasir KİV vasitələri öz oxucularına, dinləyicilərinə, tamaşaçılarına köklənir. Oxucuya köklənmə baxımından müasir nəşrlərin tipoloji (keyfiyyətli, kütləvi, bulvar), ideoloji (neytral, sağçı, solçu, partiyalı, iqtidaryönümlü, müxalif), üslubi (ənənəvi, bulvar) bölgüləri vardır.

Mediamətnlər publisistik üsluba aiddir. Bu üslub kütləvi populyar siyasi mətnləri əhatə edir. Media ictimai-siyasi, ictimai-iqtisadi, sosial-mədəni proseslərə operativ nüfuz edir. Bu sahələrə aid məlumatları, həmin məlumatlara aid şərhləri geniş oxucu kütləsinə çatdırır.

Publisistik mətnlərin şərti olaraq üç tipini ayırmaq olar: 1) informativ; 2) analitik; 3) bədii-publisistik. Bu tiplərin hər birinin özünün daxili tipləri vardır. Həmin tipləri ayrı-ayrılıqda nəzərdən keçirək.

1. Informativ publisistik tipli mətnlərin əsas funksiyası informasiyanın yayılmasıdır. Burada ötürülən informasiyadan asılı olaraq rəsmi-informativ, qeyri-rəsmi informativ, informativ işgüzar, informativ ekspressiv tiplər fərqləndirilir. Rəsmi informativ mediamətnlərdə məlumat yığcam, obyektiv, dəqiq və qəbul edilmiş rəsmi etiketə uyğun şəkildə verilir. Ötürülən məlumat emosionallıqdan, obrazlılıqdan təcrid olunur. Qeyd edilən mətn tiplərinin məqalə, məlumat, xəbər, hesabat, müsahibə, proqram janrları vardır.

2. Qeyri-rəsmi informativ mediamətnlərin əsas xüsusiyyətini onların emosionallığı və ekspressivliyi təşkil edir. Burada əsas janr məqalədir. Məqalə müəllifin fərdi üslubundan asılı olur. İşgüzar informativ mediamətn tipi kommunike, sənədin icmalı, hesabat, qəzetlərin xülasəsi janrları əhatə edir. Bu mətn tiplərindəki informasiyanın obyektivliyi, konkretliyi gözlənilir. Janrlar daxilində emosionallığa və ekspressivliyə yol verilmir. Forma və ifadə planının görə rəsmi informativ və informativ işgüzar mətn tipləri bir-birinə yaxındır.

3. İnformativ ekspressiv mediamətn tipi ictimai-iqtisadi, sosial həyatın müxtəlif məsələlərinə həsr olunur. Belə mətnlərin əsas məqsədi kütləvi oxucunun diqqətini müəyyən məsələyə yönəltmək, onu maraqlandırmadır. İnformativ məqalədə ictimai-siyasi, iqtisadi, mədəni həyatın, insan məişətinə aid məlumatlar verilir.

Onu da qeyd etmək lazımdır ki, KİV qlobal hadisələrə geniş reaksiya verir. Digər hadisələr haqqında qəzetlərdə qısa xəbərlər gedir. Ayrı-ayrı qəzetlərdə bu cür xəbərlər müxtəlif rubrikalar altında təqdim olunur. Məsələn, “News”, “Flash News” və s. Radio və televiziya qəzet və jurnallardan fərqli olaraq fasiləsiz fəaliyyətdə olan KİV vasitəsidir. Əgər yarım intervala yazılmış A4 formatlı mətnin oxunuşunun təqribən 3 dəqiqə vaxt tələb etdiyini nəzərə alsaq, bir saat ərzində 20 səhifə, gün ərzində 500 səhifə materialın radioda səsləndirilməsi mümkündür. Bu isə radionun istənilən təhsil, təlim, tədris proqramını, ədəbi verilişləri təşkil etmək imkanlarının çoxluğunu təsdiq edir. Televiziyada “Discovery channel” və ya “Open University” kimi kanallar tədrisə və ümumi dünyagörüşün artırılmasına xidmət edir.

Dil vasitələrindən istifadə bir sıra amillərlə (o cümlədən, yalnız dilin özündə cərəyan edən dərinlikli proseslər deyil, həmçinin sosial-lingvistik mahiyyətli) şərtlənir. Sosial-lingvistik mahiyyətli amillərə müxtəlif funksional üslubların xüsusiyyətləri və onlara qoyulan tələbləri aid etmək olar. Bu tələblərin dəyişməsi adekvat dil vasitələrinin seçilməsinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir edir. Məsələn, qəzetin funksional üslubunun spesifikasiyası və çap mətninə qoyulan tələblərin dəyişməsi həmin dil vasitələrinin işlənməsinə təsir edən müəyyənədicilərdən amildir. Belə bir misala baxaq:

Several union leards hailed the deal as a victory, saying that they had persuaded Giancarlo Ciimolio, Alitalias chief executive, to modify his idea of spitting the near-bankrupt Italian airline into two separate companies.¹

Göründüyü kimi, mətnin kiçik vahidlərinin məzmununu ilə bağlı olan söyləmlər fikirlə mənə rolunu oynayır. Söylənilən fikirlə mənə iki formada təzahür edir. Birinci konkret-kontekstual fikirlə “Alitalia”, ikinci söyləmin məzmununu “near-bankrupt Italian airline” ilə bağlıdır.

Fikirlə mənənin təzahürünü aşağıdakı mətndə də müşahidə etmək mümkündür:

The news follows earlier reports showing evidence of a cooling in the housing market countrywide. On Thursday the UKs biggest real estate

¹ “Financial Time” newsp., United Kingdom, 2004, September 25/26

*agency holding company, issued profits warning following a sharp drop in business in August and gloomy expectations for September*¹.

Mətnin praqmatikası ondakı informasiyadan və ötürülmə formasından asılıdır. Praqmatik münasibət yalnız mətnin praqmatik potensialından asılı deyildir. Bu münasibətin ikinci tərəfində reseptor durur. Münasibət reseptorun özündən, onun şəxsi keyfiyyətlərindən (psixologiyası, biliyi, emosional vəziyyəti, ümumi situasiyaya münasibəti və s.) asılı olur. Ona görə də mətnin praqmatik aspektlərinin təhlili şərti olaraq, “ortaladırlmış” reseptora görə aparılır.

“Deyli teleqraf” qəzetində çap olunmuş “Let’s drink to the strong pound” yazısında ingilislərə yaxşı məlum olan bir personaja – Oskar Uayldın “The Importance of Being Earnest” əsərindəki Miss Prizmə istinad olunmuşdur:

There is another sweetly satisfying reason why the pound is now seen as a haven for prudent investors: it is less likely than its Continental rivals to form part of the increasingly discredited European single currency. We should be proud of the strong pound – even if, as Miss Prism said of the fall of the rupee, the speed of its revaluation has been somewhat too sensational. ² Praqmatik yanaşma allüziyalı metaforik kontekstlərdən istifadə yolu ilə də əldə olunur. Aşağıdakı nümunədə “Humpty Dumpty” şerindəki, “all the King’s horses, all the King’s men” ifadəsindən istifadə edilmişdir. *In the past I have always felt that this ceremony (Trooping the Colour) was a part of the national life, and that therefore in a way it belonged to me. This year, for the first time, I felt that it had nothing to do with me - that these were all the Queen’s horses and all the Queen’s men, but not mine.*³

Tədqiqatlar göstərir ki, kütləvi informasiya vasitələrində başlıqlar, manjetə çıxarılan kontekstlər, kursivlər kütləvi informasiya vasitələrinin praqmatik aspektləri ilə bağlıdır. Mətnlə informasiyanın ötürülməsi zamanı istifadə edilən verbal ifadə vasitələrində də praqmatika çox zaman nəzərə alınır. Bütün bu cəhətlər kütləvi informasiya vasitələrinin praqmatik aspektlərinin tədqiqi üçün əhəmiyyətlidir.

İngilisdilli KİV materiallarında assosiativ kontekstlərə xüsusi yer verilir: *And now John from Australia gave us a very difficult task: he is*

¹ “Financial Time” newsp., United Kingdom, 2004, September 25/26

² “The Daily Telegraph” newsp., London, 2007, November 4

³ Yenə orada

*asking to play for his grand father something very English. I think, that's precisely what you need, John, a solid, rounded, as English as roast beef melody.*¹

Cardinal Basil Hume was an outstandingly popular Archbishop of Westminster, whose thoroughly English approach and sincere spirituality won the respect of the whole nation. The first Benedictine to hold this office, Hume, though half-French and half-Scottish, came across as essentially English and upper-middle class.

*We are not quite back to the days of milord angle's, when to be English was to be rich whenever one went abroad. But those of us now taking holidays on the Continent will feel something of that almost forgotten pleasure: relative affluence.*²

Kütləvi informasiya vasitələrinin pragmatik aspektlərindən bəhs edərkən müxtəlif səciyyəli məsələləri əhatə etmək olar. Belə məsələlərdən biri də KİV-də evfemizmlərin işlədilməsidir.

İngilisdilli mediamətnlərdə qrafik evfemizmlərə az rast gəlinir. Bununla belə, onlar mətbuatda işlənir. Ən çox istifadə olunan qrafik evfemizm üç nöqtədir. Müəllif demək istədiyi sözün əvəzinə üç nöqtədən istifadə edir və mənanın başa düşülməsini adresatın öhdəsinə buraxır. Bundan başqa, sözün birinci hərfinin və ya hecasının mətnə daxil edilməsi vasitəsi ilə qrafik evfemizm yaradılır. Məsələn, *"Awards shows have caused indecency problems for networks in the past. Rock star Bono uttered the word "f***" on NBC's broadcast of the 2003 Golden Globe awards. Cher used the word during the 2002 Billboard Music Awards on FOX, and Nicole Richie said both "f***" and "s***" on FOX's broadcast of the awards show the following year"*.³

Qrafik evfemizmlərlə müqayisədə morfoloji evfemizmlər KİV-də daha çox işləkdir: *"At the end of 2005, 24,1% of Peru's children of 5 years or younger suffer from malnutrition according to the latest demographic survey by Salud Familiar. "The high rate of undernourished children is evidence that most of the population has little knowledge of nutritional culture", said Victoria Chimpen, dean of the Peru's School for*

¹ Peru's children // <http://www.livinginperu.com/news/2259>

² "The Daily Telegraph" newsp., London, 2007, November 6.

³ <http://www.zap2it.com/tv/news/>

Nutritionists".¹ Morfoloji evfemizm olan bu nümunədə müəllif *hunger, hungry* sözlərinin əvəzinə *meyotik* evfemizmdən istifadə etmişdir.

İngilis mətbuatında hərbi əməliyyatları nəzərdə tutan və praqmatik potensiala malik olan *conflict, action, operation, campaign* kimi sözlərdən çox istifadə olunur. Məsələn, "*I gave the orders to our military commanders to prepare the army for a broad and ongoing military operation to strike the terrorist leaders and all those involved*", said Mr *Olmert*".² Verilmiş nümunədə döyüş aparılması əvəzinə, əməliyyat aparılması ifadəsindən istifadə edilmişdir. Bu cür əvəzətmə hadisənin əsas mahiyyətini yumşaldır, onun aşkar formada çatdırılmasına imkan vermir. Qeyd edilən cəhət mətnin praqmatik aspektini zəiflədir. Oxşar qaydada "qırmaq, öldürmək" əvəzinə "zərərsizləşdirmək" sözündən istifadə olunur. Bu söz adresata az təsir edir.

İngilisdilli mətbuatda mətnin praqmatik xüsusiyyətləri cəmiyyətin tanınmış üzvlərinə, ictimai-siyasi həyatda xüsusi rolu olan adamlara həsr olunmuş yazılarda da özünü göstərir. Belə yazılarda haqqında bəhs olunan şəxsə münasibət, onun hadisələrə münasibəti və s. ön plana çəkilir. Bu da mətnlə həmin mətndə təsvir edilən şəxs arasındakı əlaqələri genişləndirir, müəllif intensiyasını gücləndirir.

Tədqiqatın üçüncü fəslə "*Kütləvi informasiya mətnlərinin kommunikativ, informativ və praqmatik xüsusiyyətləri*" adlanır.

Müasir dövrdə kütləvi informasiya vasitələri sisteminin əsasında verbal və qeyri-verbal işarələr sistemi ilə informasiyanın ötürülməsi durur. Burada dil həlledicidir. Dövri mətbuatda yazılı dildən istifadə olunur. Radioda şifahi nitq informasiyanın əsas ötürücüsüdür. Televiziya da həm yazılı, həm şifahi nitq tətbiq olunur. İnternet xidməti hər üç vasitənin imkanlarından bəhrələnir. Burada həm yazılı, həm də danışq dilindən istifadə etmək olur. Kütləvi informasiya vasitələrində gündəlik həyatımızda istifadə etdiyimiz dil əsasdır. Lakin KİV dili çoxcəhətlidir. Onun kommunikativ, informativ, praqmatik, koqnitiv funksiyaları vardır. Bütün bu funksiyalar KİV-də nitq fəaliyyətinin xüsusi bir kompleks şəklinə həyata keçməsinə zəruriləşdirir. KİV-də nitq fəaliyyətində paralingvistik vasitələrdən geniş istifadə edilir. Paralingvistik vasitələrin özləri kifayət qədər çoxdur. Ona görə də, hazırda KİV dilinin müxtəlif aspektlərdən tədqiq edilməsi tələbi meydana çıxmışdır. Kütləvi informasiya vasitələrinin

¹ <http://www.livinginperu.com/news/2259>

² "The Times" newsp., United Kingdom, 2006, June 27.

dili sosiolinqvistika, üslubiyyat, diskursiv təhlil, kontent-təhlil, koqnitiv dilçilik çərçivəsində öyrənilir. KİV-in müasir nitq fəaliyyətini, dil proseslərinin başvermə və dəyişmə sürəti, onun nitq fəaliyyətinin tənzimlənməsi kimi məsələlər ciddi və hərtərəfli tədqiqat tələb edir.

Kütləvi informasiya vasitələri sistemində mətbuat özünəməxsus yer tutur. KİV dili sistemində “mətbuat dili” anlayışı çox zaman yalnız qəzet dili səviyyəsində tədqiq edilir. Lakin KİV-ə nitq fəaliyyətinin yeni sistemi kimi yanaşdıqda, bu dili kommunikativ, informativ, koqnitiv, praqmatik aspektlərdən öyrəndikdə müxtəlif mətbuat vasitələrinin dilini bir-birindən ayırmaq lazım gəlir. Fikrimizcə, bu məsələdə ən azı qəzet dili, jurnal dili, bülleten dili ayrıca götürülməlidir. Çünki mətbuata aid olan bu KİV vasitələri bir-birindən fərqlənir. Fərqlənmə format, tiraj, dizayn və s. bu kimi amillər üzrə aparılır.

KİV sistemində radionun öz yeri vardır. “Radioda dilin işlənməsi iki prosesi özündə birləşdirir: bir tərəfdən ədəbi dilin (və onun müxtəlif üslublarının) müstəqil şəkildə efirə gətirilməsi, digər tərəfdən isə onun radionun ifadə vasitələri ilə birləşərək spesifik xüsusiyyətlər əks etməsidir. Məhz ikinci pillədə dilin də, nitqin də (nitq şəraitinin də) mahiyyəti dəyişir və nəticədə radio dili anlayışı meydana çıxır”.¹ Dilin işlədilməsi baxımından radio dilini fərqləndirən xüsusiyyətləri ayırmaq lazım gəlir. Bu fərqləri, əsasən, belə qruplaşdırmaq olar: 1) dinləyici yalnız səslənən nitqi mənimsəyir; 2) televiziyaadan fərqli olaraq, radioverilişdə səslənən nitqi müşayiət edən başqa vasitələr yoxdur; 3) dinləyici radio-efirdə eşidilənləri yenidən səsləndirib təkrar etmək imkanına malik deyil. Qeyd olunan xüsusiyyətlər dilin işlədilməsinin özünəməxsusluğunu səciyyələndirmək və radioyayım sahəsində struktur, qrafik, yazılı, normativ əlamətlərin nümayiş etdirilməsi baxımından maraq doğurur.

Ədəbi dillə solumun formalaşmış kollektivinin dili arasında fərqlər müxtəlif səviyyələrdə özünü göstərir. Müəyyən dil kollektivinin nitqi normativlik baxımından təzyiq və təsir obyektı olmur. Burada sözlə, söz yaradıcılığı dil qrupunun daxili ünsiyyət prosesində baş verir. Cəmiyyətin sosial qrupları təbəqələri olur. Bu təbəqələrin, qrupların dilinin leksik qatında da müxtəlif proseslər gedir və həmin proseslərin nəticələri dildə də üzə çıxır. Bəzən bu proses mənfi, bəzən isə müsbət istiqamətdə gedir. Qeyd edilən prosesin aparıcı vasitəsi kütləvi informasiya vasitələri ilə həyata keçən nitq fəaliyyətidir. Kütləvi informasiya vasitələri nitq fəaliyyətinin

¹ Məhərrəmli Q. Kütləvi kommunikasiya və dil. Bakı: Çapaşoğlu, 2004, s. 154

yeni, spesifik kompleksi kimi əhalinin, demək olar ki, hamısını əhatə edir və hamıya təsir göstərir. Qeyd edilən baxımdan kütləvi informasiya vasitələrinin dili bir sistem kimi daha böyük təsir gücünə malikdir. Dilə təsiri şərtləndirən ikinci başlıca cəhət ictimai-iqtisadi həyatdakı dəyişmələrin, danışmaq dilinin ədəbi dili sıxışdırması dövründə üzə çıxan proseslərin dildəki təzahürüdür. Radio, televiziya, internet hazırda birbaşa bağlantı yolu ilə danışmaq dilinin geniş auditoriyaya ünvanlanmasını gerçəkləşdirmişdir. Bu, şübhəsiz ki, KİV-in özünəməxsus nitq fəaliyyəti vasitəsi kimi çıxış etməsinin daha bir göstəricisidir.

İnternet olduqca geniş imkanlara malik kütləvi informasiya vasitəsidir. İnternetdə kitab, qəzet, jurnal və s. oxumaq mümkün olduğu kimi, internetdə radioya, televiziya baxmaq olur. Bu isə internetdə radio, qəzet, televiziya, kino və s. dillərin olmasını gerçəkləşdirir. Bununla yanaşı, bilavasitə internetin imkanları ilə bağlı olaraq internet dili də formalaşmışdır. İnternet dilini fərqləndirən cəhətlərdən biri də yazılı dildən danışmaq dili kimi istifadə edilməsidir.

Yazma prosesi ilə məlumatın adresata çatması eyni zamanda getdikdə yazı vasitəsi ilə danışma hadisəsi baş verir. Bir-biri ilə ünsiyyət yaratmış şəxslər yaza-yaza danışirlar. Bu zaman onların səsi eşidilmir. Yazdıqları qəbul edən şəxs tərəfindən oxunur. Beləliklə, yazılı danışmaq hadisəsi baş verir. Yazılı danışmaq səs deyil, yazı vasitəsi ilə həyata keçdiyindən adi danışmaq dilindən bir sıra xüsusiyyətləri ilə fərqlənir. Adi danışmaq prosesi, yazı ilə danışmaq prosesindən sürətinə görə fərqlənir. Əgər cümlənin deyilməsi saniyələr ərzində baş verirsə, onun yazılması ondan qat-qat çox vaxt tələb edir. Yazılı danışmaq sürətli aparılması isə dillə bağlı başqa tələblər meydana çıxarır. Yazı ilə danışanlar sözləri ixtisar edir, onları birləşdirərək müxtəlif qısaldılmış yeni sözlər yaradırlar. Bu da internet dilinin bir sahəsi olan yazılı danışmaq dilinin ayrıca tədqiqat obyektini olmasını təsdiq edir. internet yazılı danışmaq dili internet slenqinin meydana çıxmasına səbəb olmuşdur.

Müasir dövrdə informasiyanın ötürülməsi və qəbul edilməsi üsullarının artması, onların kompleks şəkildə nəzərə alınması tələbini ortaya atmışdır. Hazırda dilin, xüsusən də kütləvi informasiya vasitələrinin dilinin, bu dilin başqa semiotik sistemlərlə çoxşaxəli əlaqələri zəminində araşdırılmasına diqqət artmışdır. Nəticədə, linqvistikada “kreollaşdırılmış mətnlər” və “çoxkodlu mətnlər” terminlərindən geniş istifadə olunur. Dilin başqa semiotik sistemlərlə əlaqəli şəkildə öyrənilməsi dil elminin, linqvistikanın dialektik inkişaf spiralının yeni, müasir həlqəsi olub,

zərurətdən doğan hadisədir. Bu hadisə linqvistikanın kommunikasiya probleminə tam və hərtərəfli müraciət etməsindən doğmuş, dil ünsiyyət formalarının qeyri-dil ünsiyyət normaları ilə sintezini nəzərdə tutur. Ünsiyyət vasitələrinin vahid prosesdə birləşərək yeni mətn – kreollaşdırılmış mətn yaratmış olur. Vizuallaşma məsələsinə marağın artması müasir kommunikasiya-nın tələblərindən irəli gəlir. “İllustrasiyalaşdırma mətnyaratmanın elementi-nə çevrilməkdədir. Bütün təsvir vasitələrinin, eləcə də, başqa işarələr toplusunun çap və elektron nəşrlərinin vahid mətn fəzasına daxil olması, ona inteqrasiyası günbəgün artır.”¹

Ünsiyyətin kommunikativ tərəfi fəal subyektlər kimi, adamlar arasında informasiya prosesinin spesifikasiyasının (özünəməxsusluğunun) aşkara çıxarılması, yeni tərəfdaşlar arasındakı münasibətlərin, tapşırıqların, məqsədlərin, niyyətlərin nəzərə alınması ilə bağlıdır ki, bu da təkcə informasiyanın hərəkətinə deyil, həm də adamların mübadilə etdikləri biliklərin, rəylərin, məlumatların dəqiqləşdirilməsinə və zənginləşdirilməsinə gətirib çıxarır. Məsələn, müsahibə zamanı tanınmış bir fərdlə söhbət aparılır. Bu söhbət kütləvi auditoriya üçün müsahibə verən şəxs haqqında yeni bilikləri üzə çıxarır. Məsələn, ingilisdilli qəzetdə çıxmış müsahibədən bir fraqmentə baxaq.

The Herald: Why do you want to be president of Brown?

*Christina Paxson: That's a really terrific question. Brown is a remarkable university, and I discovered very early on that Brown's values, its character and its spirit really resonate with my own values, so... the most important thing was that it seemed like, from my point of view, just a wonderful fit.*²

Burada sual mətbuat orqanının adından verilir. Jurnalistin sualı fərdin nə üçün prezident olmaq istəməsi haqqında məlumat almaq üçün verilmişdir. Müsahibə verən şəxs bu sualın mürəkkəb və maraqlı sual olduğunu qeyd edir və öz istəyinin səbəbini qismən açır. Bundan sonra jurnalist növbəti sualla müsahibinə müraciət edir və beləliklə, onlar arasında müsahibə jurnalistin və ya KİV nümayəndəsinin onu maraqlandıran bütün suallara aydınlıq gətirməsi ilə başa çatır. Müsahibə qəzetdə çap olunduqdan sonra geniş oxucu kütləsi həmin məlumatlarla tanış olur və bu sahədə yeni biliklər almış olur.

¹ Каминская Т.Л. Образ адресата в текстах массовой коммуникации: семантико-прагматическое исследование: Автор. дис. ... док.филол. наук. СПб, 2009, с. 24

² “The Times” newsp., United Kingdom, 2006, June 6.

İngilisdilli mediamətnlər üzərində aparılan təhlil göstərir ki, bu mətnlərdə dilin müxtəlif səviyyələrinin, o cümlədən də, qrammatika ilə bağlı məsələlərin təhlili zəruridir. Mediamətnlərin linqvistik və praqmatik aspektdən öyrənilməsi zamanı sintaqmatika xüsusi yer tutur. Sintaqmlar arasındakı münasibət nitqin xətti səciyyəsi əsasında qurulur. Sintaqmatik təhlil rabitəli mətni sintaqmaya görə tərkib hissələrinə ayırmağı əhatə edir. Aşağıdakı mətnə diqqət edək: *News Bulletin. Unions to press Blair on economic policies. Union leaders will intensify pressure on Tony Blair today for a change in Government economic policy to allow cuts in interest rates amid mounting fears of rising unemployment and impending recession...*¹

Dissertasiyada tam şəkildə verilmiş bu mətnin hissələrə bölünməsi zamanı aşağıdakı sintaqmatik vahidləri ayıra bilərik: *union leaders; to intensify pressure on; a change in government economic policy; to allow cuts; interest rates; mounting fears; rising unemployment; impending recession; to demand emergency action; to curb the strength of the pound; to prevent a crisis; manufacturing industry; to urge the government; to set up a special task force; to include representatives; to advise ministers to boost job prospects; TUC general secretary; to acknowledge growing differences; the strength of sterling; public sector pay; the gap between the earnings of executives and other workers.*

Fərqli dillərdə olan sintaqmatik birləşmələrin ekvivalent və ya adekvat tərcümələri hər bir dilin öz xüsusiyyətləri əsasında aparılır. Məsələn, ingilisdilli mətbuatda qeydə alınan *strong tea* – tünd çay, *green potatoes* – təzə kartof, *dramatic changes* – kəskin dəyişmələr, *aggressive sales* – fəal ticarət kimi işlədilə bilər. Burada hərfi tərcümə düzgün deyildir.

Böyük Britaniyanın “Daily Herald” (June 26, 2009) qəzetinin birinci səhifəsində başlıq kimi verilmiş “*Davy Jones, the lead singer of the 1960s group The Monkees, died of a massive heart attack Wednesday in Florida, his spokeswoman said. He was 66 (page 4)*” – yazısı həm də mətnidir. Cümlə və ondan sonra mötərizədə verilmiş yazı mətn dilçiliyində də, diskurs təhlilində də tədqiqata cəlb olunur. Mətn dilçiliyi baxımından cümlə konkret informasiyanı verir. Mötərizədəki (page 4) yazısı isə mətn dilçiliyi ilə əlaqədar birinci mətnlə birbaşa əlaqəyə malik deyildir. Bu artıq fərqli mətnidir. Əlbəttə, ekstralingvistik rabitə mövcuddur. Ancaq mətn dilçiliyi bunu tədqiq etmir. Diskurs təhlili baxımından da iki fərqli diskurs

¹ “Washington Post” newsp., United States, 2007, June 6/7.

qeydə alınır. Lakin məsələyə diskurs təhlili prizmasından yanaşdıqda əlaqənin xüsusiyyəti başqa cür özünü göstərir. Oxucu manjetə çıxarılmış yazıya mətnlər kimi baxdıqda onun üçün "səhifə 4" təcrid olunmuş kontekstdir. Qəzetin dördüncü səhifəsində haqqında bəhs edilən müğənninin foto şəklinin yanında belə bir yazı verilmişdir:

*"WEST PALM BEACH, Fla. - Davy Jones, the lead singer of the 1960s group The Monkees, died of a massive heart attack Wednesday in Florida, his spokeswoman said. He was 66. His publicist, Helen Kensick, confirmed that he died in Indiantown, where he lived. Jones rose to fame in 1965 when he joined The Monkees, a British popular rock group formed for a U.S. television show. Jones sang lead vocals on songs like "I Wanna Be Free" and "Daydream Believer..."*¹

Yazıdakı "WEST PALM BEACH, Fla" sonrakı mətnlə intralingvistik rabitəyə malik deyildir. Böyük Britaniyadan olan oxucu üçün birinci diskursun məzmunu aydındır. Azərbaycan və ya başqa yerdən olan şəxs üçün yuxarıda qeyd edilən mülahizələrlə bağlı qeyri-müəyyənlik vardır. Yazı bilavasitə Böyük Britaniyadan olan oxucu üçün nəzərdə tutulduğundan ekstralingvistik amil təəccüb doğurmur. Mətn baxımından verilmiş yazıda cümlənin qəzetin birinci və dördüncü səhifələrində təkrar olunan cümlə izafidir. Bu leksik, sintaktik tekstoloji təkrarın mətnyaratma ünsürü deyildir. Cümlə manjetə ona görə çıxarılmışdır ki, bu xəbər dərhal gözə çarpsın. Cümlə daxildə, yəni 4-cü səhifədə ona görə təkrarlanır ki, mətn belə başlanır. Tədqiqat işində ingilisdilli mediamətnlərinin bu tipli praqmatik və informativ xüsusiyyətləri geniş təhlil edilmişdir.

Dissertasiyanın Nəticə hissəsində tədqiqat prosesində əldə edilmiş elmi müddəalar aşağıdakı kimi ümumiləşdirilmişdir:

1. Mətnin funksionallığı onun hansı sahələrdə fəaliyyət göstərməsini nəzərdə tutur. Bu, mətnin sosial funksiyası ilə bağlıdır. Kütləvi informasiya vasitələrindəki mətnlər sosial, siyasi, iqtisadi, mədəni, elmi və s. sahələrə aid olur. Belə mətnlər kütləvi oxucu üçün nəzərdə tutulur.

2. Mediamətnin açıqlığı onun intermətnliyi ilə bağlıdır. Mətnin açıqlığı onun cəmiyyətə, mədəniyyətə və başqa mətnlərə münasibətində özünü göstərir. Mediamətnlərin yayılmasının dörd əsas kanalı vardır: 1) mətbuat; 2) radio; 3) televiziya; 4) internet. İnternet bu bölgədə yer almış ən müasir KİV vasitəsidir. Bu vasitə sürətlə digərlərini sıxışdırır. Ən çox sıxışdırılan KİV vasitəsi hazırda qəzet və jurnallardır.

¹ "Daily Herald" newsp., United States, 2009, June 26.

3. Müasir medianın inter və hipermətnliyi mətnin sərhədlərinin yaygınlığını və bu sərhədin mətnin fiziki hüdudları ilə üst-üstə düşmədiyini təsdiq edir. Mediadiskursun gerçəkləşdiyi media məkanının funksional janr xüsusiyyətlərindən asılı olaraq onun aşağıdakı tiplərini ayırmaq olar: xəbər, reklam, promosion diskurslar; məlumat, analitik, publisistik diskurslar; eyniləşdirici, təqdimat, ideoloji diskurslar və s.

4. Mediamətnlər publisistik üsluba aiddir. Bu üslub kütləvi populyar siyasi mətnləri əhatə edir. Media ictimai-siyasi, ictimai-iqtisadi, sosial-mədəni proseslərə operativ nüfuz edir, bu sahələrə aid məlumatları, həmin məlumatlara aid şərhləri geniş oxucu kütləsinə çatdırır. Media mətnləri qəzet, ictimai-siyasi və digər jurnallarda çap olunur, efirdən səslənir, sənədli-publisistik kino, radio, televiziya, internet KİV vasitələridir. Bu vasitələrin hər birinin geniş məqsədlər spektri vardır.

5. Kütləvi informasiya vasitələrinin dili sosiolinqvistika, üslubiyyat, diskursiv təhlil, kontent-təhlil, koqnitiv dilçilik çərçivəsində öyrənilir. KİV-in müasir nitq fəaliyyətini, dil proseslərinin başvermə və dəyişmə sürəti, KİV nitq fəaliyyətinin tənzimlənməsi kimi məsələlər ciddi və hərtərəfli tədqiqat tələb edir. Bu cəhətlər tədqiqatçılar tərəfindən diqqət mərkəzinə tez-tez çəkilir.

6. Kütləvi kommunikasiya mətn anlayışına yeni mahiyyət əlavə edir. Bu, kütləvi informasiyanın ayrı-ayrı vasitələrinin xüsusiyyətlərindən irəli gəlir. Radioda mətni hansı dikturun oxumasından, mətni müşayiət edən fon musiqidən, pauzadan və s. asılı olaraq onun təsiri və qavranması dəyişir. Televiziyada vizual dərk olunan, görünən işarələrin, görüntülərin də təsiri əlavə məzmun, şərh, münasibət yaradır. Qəzetlərdə verbal işarələr kimi başlıqlar, müxtəlif tipli çərçivələr, hərflərin ölçüləri, ayrımlar və s. çıxış edir.

7. İngilisdilli mediamətnlər üzərində aparılan təhlil göstərir ki, bu mətnlərdə dilin müxtəlif səviyyələri, o cümlədən, qrammatika ilə bağlı məsələlərin təhlili zəruridir. Mediamətnlərin linqvistik və praqmatik aspektdən öyrənilməsi zamanı qrafik, morfoloji və sintaktik evfemizmlər, sintaqmatika xüsusi əhəmiyyət daşıyır.

Dissertasiya işinin əsas müddəaları müəllifin çap edilmiş aşağıdakı məqalə və tezislərində öz əksini tapmışdır:

1. Dilçilikdə sintaqm anlayışı // Elmi xəbərlər. Bakı: ADU, 2006, №3, s. 74-77

2. Mətnin funksional-kommunikativ təsnifi // Filologiya məsələləri. Bakı: Nurlan, 2009, № 1, s.79-86

3. Kommunikativlik dilin əsas funksiyası kimi // Filologiya məsələləri, Bakı: Nurlan, 2009, № 3, s. 106-115
4. Особенности передачи и связи речевых форм в тексте // Вербальные коммуникативные технологии. Tbilisi: Gürcüstan Texniki Universiteti, 2010, s. 18-22
5. Mətnin praqmativliyini təmin edən vasitələr // Mədəniyyətlərarası dialoq: linqvistik, pedaqoji və ədəbi aspektlər. Beynəlxalq Elmi konfransın materialları. Bakı: ADU, 2010, s. 80-81
6. Mətn kommunikativ nitq forması kimi // Ümummillə lider Heydər Əliyevin sərəncamı ilə ali məktəbimizə Universitet statusu verilməsinin 10 illiyinə həsr olunmuş “Xarici dillərin tədrisinin aktual problemləri” Respublika Elmi konfransı. Bakı: ADU, 2010, s. 25-26
7. Communicative role of internet in society // The 1st International Academic Conference “Science and Education in Australia, America and Eurasia: Fundamental and applied science”. Australia, Melbourne, 2014, pp. 304-305
8. Pragmatic aspects of mass media // ВІСНИК Запорізького національного університету, Державний вищий навчальний заклад “Запорізький національний університет” міністерства освіти та науки. Філологічні науки. України, 2014, № 1, s.175-180
9. İnformasiya vasitələrində mətnin kommunikativ, informativ xüsusiyyətləri // Filologiya məsələləri. Bakı: Nurlan, 2015, №10 s. 304-311
10. İngilisdilli media mətnlərində sintaqm anlayışı // Tədqiqlər. Bakı: AMEA Nəsimi adına Dilçilik İnstitutu, 2016, № 3 s.9-13

ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ МЕДИАТЕКСТОВ

Резюме

Диссертационная работа посвящена функциональному изучению англоязычных медиатекстов.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованной литературы.

Во введении обосновывается выбор темы, ее актуальность, определяются цели и задачи, предмет, методы исследования, научная новизна и методологическая база исследования, дается характеристика степени разработанности темы, раскрываются основные положения, представленные к защите, подчеркивается теоретическая и практическая значимость работы и апробация ее научных положений.

В первой главе под названием «Функциональные аспекты текста» текст анализируется в едином коммуникативном аспекте, исследуются функциональные аспекты и информативность текста.

Вторая глава называется «Функционально-коммуникативная классификация англоязычных текстов». В этой главе медиатекст оценивается как основной функциональный вид текста, исследуется функционально-семантическая типология текста и определяются прагматические аспекты англоязычных медиатекстов.

В третьей главе «Коммуникативные, информативные и прагматические особенности текстов массовой информации» исследуются коммуникативные, информативные и прагматические особенности англоязычных текстов в средствах массовой информации на материале образцов.

В заключении представлены основные выводы и обобщения, вытекающие из содержания диссертационной работы.

FUNCTIONAL RESEARCH OF THE ENGLISH MEDIA TEXTS

Summary

The scientific thesis named “Functional research of the English media texts” consists of an introduction, three chapters, a conclusion, and the list of applied literature.

The introduction explains the topicality of the research, its novelty, theoretical and practical significance, the aims and objective, the research methods, and the structure of the thesis.

The first chapter entitled “The functional aspects of the text” examines the text as a communicative unit, analyses functional and informative aspects of the texts.

The second chapter named “The functional-communicative classification of the English texts” appreciates the media text as one of the main functional forms of the text, clarifies functional-semantic typology of the texts, and determines the pragmatic aspects of media texts.

The third chapter “The communicative, informative, and pragmatic features of mass media” analyses the examples of the English mass media texts.

All scientific consequences related to the thesis are generalized in the conclusion part of the research paper.

Çapa imzalanıb: 24.03.2017.
Format: 60x84 1/16. Tiraj: 100.

«Mütərcim» Nəşriyyat-Poliqrafiya Mərkəzi
Bakı, Rəsul Rza küç., 125
tel./faks 596 21 44
e-mail: mutarjim@mail.ru

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ
АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ
АЗЕРБАЙДЖАНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ЯЗЫКОВ

На правах рукописи

АЙНУР МУХТАР ГЫЗЫ БУДАГОВА

ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ
АНГЛОЯЗЫЧНЫХ МЕДИАТЕКСТОВ

5708.01 – Германские языки

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
доктора философии по филологии

Баку – 2017