

Humanitar elmlər

UOT 81

B.E.İbrahimova

Bakı Slavyan Universiteti

benovsheibrahimova@gmail.com

PUBLİSİSTİK MƏTNLƏRİN DİL-ÜSLUB XÜSUSİYYƏTLƏRİ

Açar sözlər: informasiya, publisistika, üslub, dilçilik, qəzet, praqmatika, jurnalistika

Məqalədə gündəlik informasiya vasitəsi kimi qəzet materiallarında işlənən mətn və ifadələrin ədəbi dil, onun norma və semantikasına təsiri haqqında bəhs edilmişdir. Digər kütləvi informasiya vasitələrindən fərqli olaraq qəzet-publisistik janrının oxucu kütləsinə təsiri (fikrin emosional ifadəsi, polemikalar, inandırıcılıq məqsədli suallar, neologizmlərdən daha çox istifadə və s) xüsusi olaraq şərh edilmişdir. Məqalədə qəzetlərdə xəbər mətni və başlıqlarda ədəbi dil normalarının pozulması, jarqonlardan istifadənin artması da diqqət mərkəzində saxlanılmışdır. Qeyd olunmuşdur ki, publisistik üslubun formalaşması əsasən siyasi-ideoloji, sosial-iqtisadi, mədəni və s. ictimai əlaqələr sahəsindən asılı olaraq dilin lüğət tərkibinin yeniləşməsi (neologizmlər, terminlər) və ya əksinə, arxaik, dialekt sözlərin yenidən ictimai nitqə qaytarılması yolu ilə paralellik təşkil edir.

Б.Э.Ибраимова

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ И СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

Ключевые слова: информация, публицистика, стиль, лингвистика, газета, прагматика, журналистика

В статье обсуждается влияние текстов и выражений, используемых в газетных материалах в качестве ежедневного средства массовой информации, на литературный язык, его нормы и семантику. В отличие от других СМИ, особое внимание уделялось влиянию газетно-публицистического жанра на читательскую аудиторию (эмоциональное выражение мнения, полемика, убедительные вопросы, большее использование неологизмов и т. д.). В статье также говорится о нарушении норм литературного языка в газетах и заголовках, а также о росте использования жаргонов. Отмечалось, что формирование публицистического стиля в основном в зависимости от политико-идеологического, социально-экономического, культурного и других общественных отношений образует параллель с обновлением словарного запаса языка (неологизмы, термины) или, наоборот, за счет возвращения архаичных, диалектных слов в общественную речь.

LINGUISTIC AND STYLISTIC FEATURES OF PUBLIC TEXTS

Keywords: *information, publicism, style, linguistics, newspaper, pragmatics, journalism*

The article discusses the influence of the texts and expressions used in newspaper materials as a daily mass media on the literary language, its norms and semantics. Unlike other media, special attention was paid to the influence of the newspaper-journalistic genre on the readership (emotional expression of opinion, polemics, persuasive questions, greater use of neologisms, etc.). The article also talks about the violation of the norms of the literary language in newspapers and headlines, as well as an increase in the use of jargon. It was noted that the formation of a journalistic style, mainly depending on the political-ideological, socio-economic, cultural and other social relations, forms a parallel with the renewal of the vocabulary of the language (neologisms, terms) or, conversely, due to the return of archaic, dialectal words to public speech.

Kütləvi informasiya vasitələrinin dil xüsusiyyətləri hər hansı bir dilin ümumi mənzərəsini əks etdirməklə sanki xalqın ədəbi dilinin güzgüsü rolunu oynayır (10, s.12). Publisistik dilin bu cür qiymətləndirilməsi bu sahənin müasir dilçilik üçün əhəmiyyətini artırır.

Müasir medianın vəziyyəti ən çox təmsil olunduğu elmi forumlarda müzakirə olunur. Qəzet dili müvafiq xalqın dilinin vəziyyətinin təsvirinə həsr olunmuş monoqrafiyalardakı əsas tədqiqat materialıdır. Müasir media çox dinamik bir araşdırma obyektidir. O, linqvistik sahənin hərəkətini, habelə cəmiyyətdəki sosial və etnik cəhətdən baş verən dəyişiklikləri, informasiya və kommunikasiya əlaqələrinin elmi-texniki təchizatında irəliləyişə cavab verən dil vəziyyətinin yeni inkişaf meyillərini əks etdirir (13, s.78).

XX-XXI əsrin sonlarında Azərbaycan və ingilis dillərinin aktiv proseslərin öyrənilməsinə həsr olunmuş son əsərlərdə müasir medianın dilini xarakterizə edən pragmatik, konseptual, leksik-semantik cəhətlərə xüsusi fəsilələr verilməsi müşahidə olunur. Son illərdə nəşr olunan ensiklopedik lüğətlərdəki məqalələrin xüsusilə müasir kütləvi informasiya vasitələrinin dilinə həsr olunması kifayət qədər yüksək göstəricidir. Tədqiqatçılar qeyd edirlər ki, medianın dili eyni zamanda dinamizm və mühafizəkarlıq, standart və zamanın nitq prioritetlərindən asılılıq kimi müxtəlif xüsusiyyətləri özündə birləşdirir. Ziddiyyətli meyillərin toqquşması bir tərəfdən medianın istifadəsində müəyyən qeyri-sabitliyə səbəb olur, digər tərəfdən, bu tip ümumi etnik ünsiyyət üçün dilin inkişafına güclü bir təkan verir (7, s.500). Beləliklə, hazırda müasir jurnalistikada əsas cəhətlər normativ funksional stilistikadır. Son illərdə bunlara koqnitivlik və pragmatika əlavə edildi.

Medianın dili dünyanın müxtəlif və rəngarəng mənzərəsini yaradır. Bu mənadə idrak aspekti ən əsasa çevrilir. (17, s.263). Media dünyanın mənzərəsini təsvir etmək üçün hazırlanmış aydın və məntiqli mifoloji reallığı yaradır.

Medianın funksiyası oxucunu yalnız dünyanın müasir mənzərəsi ilə məlumatlandırmaq deyil, həm də inandırmaq, geniş kütlənin zəhninə təsir etmək məqsədi daşıyır. Qəzetlərdə dünyanın mənzərəsi əsasən müəllifin ideoloji və siyasi münasibətlərindən asılıdır. Bu vəziyyətdə pragmatik aspekt doğma dilin spesifikliyini və nitq obyektinin (ünvanlandığı proses) spesifikliyinin dərinədən öyrənilməsinə əhatə edir. Media spesifikliyi media dilinin xüsusiyyətlərini – üslub istiqamətini, emosionallığı, qiymətləndirmə və ifadə qabiliyyətini özündə birləşdirir (13, s.90).

Medianın əsas funksiyası məlumat ötürməkdir. Bu ünsiyyət niyyətinin müvəffəqiyyətlə həyata keçirilməsi üçün ötürülən mesajın, çatdırılan məlumatın növü və bu zaman uyğun dil qaydalarının tətbiqi aydın şəkildə həll edilməlidir. Bu o deməkdir ki, məlumat müəyyən bir alıcı üçün ölçətan, başa düşülən və asanlıqla anlaşılacaq şəkildə tərtib olunmalıdır.

XXI əsrin əvvəllərində informasiya və media kütlənin şüuruna təsir edən ən güclü vasitəyə çevrildi. Deyə bilərik ki, mediada təsir, inandırma funksiyası digər linqvistik funksiyaları sıxışdırmağa başladı. Müəyyən sosial və siyasi şəraitdə medianın cəmiyyətimizin bütün üzvlərinə təsiri var. Kütləvi informasiya vasitələrinin dilinin araşdırılması qrammatika, fonetika, üslub, söz ehtiyatı, frazeologiya ilə bağlı olan bəzi yenilikləri ortaya çıxarır (6, s.35).

Son zamanlar neologizmlər qəzetlərin dilində ən çox təmsil olunur. Bunun səbəbi qəzetlərin media növlərindən biri olaraq hər yeni günün hadisələrini tez və əhatəli şəkildə əks etdirməsidir. Bu gün qəzetlər yeni sözləri, mənaları, ifadələri gündəlik hadisələrdən və başqa dil materiallarından daha tez əks etdirir. Qəzetlər, ictimai həyatın bütün sahələrində baş verən dəyişiklikləri yazılı nitqin bütün digər janrlarından daha sürətli əks etdirir, cəmiyyət üçün ən əhəmiyyətli problemləri qaldırır. Publisistik üslubun qəzet janrı dildə müxtəlif yeniliklərin ortaya çıxması, yeni sözlərin ümumi lüğətə keçməsinə vasitəçi rolunu oynayaraq proseslərin xüsusiyyətlərini göstərir (6, s.45).

Jurnalistlərin hadisələrə münasibəti ilə əlaqədar olaraq kütləvi ünsiyyət dili ilk növbədə kütlələrin ideoloji tərbiyə aləti olaraq qəbul edildiyinə görə cəmiyyətin canlı nitq ünsürü olan müasir mətbuat dilin ən müxtəlif nitq formalarını mənimsəyir. Bu zaman müəllif mətnə cəmiyyətin bir çox sosial qruplarının nitq praktikasını əks etdirir, bu da son dərəcə müxtəlif dil köklərinin müasir media dilində qütbləşməsinə, passiv lüğət dilindən xarici dilə istiqamətlənmiş qarşılıqlı təsirinə səbəb olur (15, s.70).

Müasir qəzet üslubu parlaq polemikalar, inandırıcılıq və neologizmlərin yüksək dərəcədə istifadəsi ilə xarakterizə olunur.

Qəzet-publisistik üslubun əsas xüsusiyyətlərindən biri ekspressivlik və standart meyillilik tendensiyanın birləşməsidir. Bu, jurnalistikanın yerinə yetirdiyi funksiyalarla – informasiya, məzmun və inandırma funksiyaları ilə əlaqədardır. Ümumi oxucuya təsir etmək funksiyası qəzetlərdə publisistik üslubun emosional və ifadəli xarakter olma xüsusiyyəti ilə əlaqələndirilir. Bu üslubun standartı ictimai əhəmiyyətli məlumatların ötürülmə sürəti ilə əlaqələndirilir (11, s.11). Bəzi tədqiqatçılar öz əsərlərində qəzet-publisistik üslubun lüğətinin açıq emosional və ifadəli özəlliyə sahib olduğunu, danışq dilini, xalq dilini və hətta jarqon elementlərini də özündə birləşdirdiyini göstərirlər. Funksional, ifadəli-qiymətləndirici xüsusiyyətləri birləşdirən leksiko-frazeoloji vahidlər və ifadələr fəal şəkildə istifadə olunur, məsələn, sarı mətbuat. Belə adlandırmalar yalnız qəzet-publisistik nitq tərzinə mənsub olduqlarını göstərməklə kifayətlənmirlər, əksinə mənfi qiymətləndirmə ifadə edirlər (12, s.98).

V.L.Nemçenko hesab edir ki, standart meyil jurnalistikanın elmi və rəsmi iş üslublarına xas olan məlumatlı olmaq istəyi deməkdir. Məsələn, davamlı inkişaf, geniş əhatə dairəsi, dostluq mühiti, rəsmi səfər və s. qəzet üslubu üçün standart olaraq təsnif edilə bilər (12, s.198).

Qəzet-publisistik üslubun digər əhəmiyyətli xüsusiyyəti həm mühafizəkarlığa, həm də hərəkətliliyə sahib olmasıdır. Bir tərəfdən publisistik nitqdə kifayət qədər başlıq, ictimai-siyasi və digər terminlər var. Digər tərəfdən müəllif oxucuların istəklərini təqib edərək onlara təsir etmək, inandırmaq üçün getdikcə daha çox dil vasitələrinə ehtiyac duyur, bu məqsədlə bədii danışq nitqinin bütün zənginliklərindən istifadə edir (12, s.208).

Qəzet-publisistik nitq tərzinin sintaksisi də emosional və ifadəli formaların aktiv istifadəsi ilə əlaqəli xüsusiyyətlərə malikdir. Bu zaman təsirliliyi artırmaq üçün aşağıdakı formalar daha çox istifadə olunur: müxtəlif mənalı nida cümlələri, sorğu-sual cümlələri, müraciətli cümlələr, ritorik suallar, təkrarlamalar, parçalanmış konstruksiyalar və s. Öz fikirini ifadə etmək istəyi nitqdə müxtəlif konstruksiyaların istifadəsini tələb edir: hissəciklər, kəşişmələr, frazeoloji quruluşlar, tərs çevrilmələr, birləşməmiş cümlələr, ellipslər (bu və ya digər üzvün buraxılması, struktur yarımçıqlığı) və s. Bütün bu vasitələr müəllifə emosional, pafoslu mətn yaratmağa xidmət edir (11, s.21).

Fərqləndirici xüsusiyyətlərin bütün müxtəlifliyini nəzərə alaraq qeyd etmək lazımdır ki, ilk növbədə qəzet-publisistik üslubun əsas xüsusiyyəti onun informativliyi və ifadə qabiliyyətidir (11, s.21).

Jurnalist üslubu siyasi-ideoloji, sosial-iqtisadi, mədəni və s. ictimai əlaqələr sahəsinə xidmət edir. Kütləvi-informasiya vasitələri və təbliğat – mətbuat, radio, kino, televiziya tərəfindən təbliğ edildiyi üçün bütün kitab üslubları arasında ən populyardır. V.Q.Kostomarov jurnalistikanın geniş oxucu kütləsini dövrümüzün ən aktual problemləri ilə tanış etmək üçün yaradıldığını

qeyd edir: “müasir publisistik janr inandırmaq yolu ilə insanların şüuruna təsir etmək və müəyyən ictimai rəy formalaşdırmaq üçün hazırlanmışdır” (10, s.24).

V.Q.Kostomarov publisistik üslubda ifadənin əsas hissəsini vurğulamaq, oxucunun diqqətini qeyri-adi sözlə və ya xüsusi sintaktik quruluşlu forma istifadəsi ilə cəlb etməkdən ibarət olan funksional rolunu ayırır. Jurnalistik üslubun ifadəsi nitqin daha aydın və yadda saxlamağı asanlaşdırmaq vəzifəsinə tabedir (10, s.24).

Jurnalistikada ifadəli və obrazlı vasitələrə ehtiyac xüsusilə yüksəkdir, lakin bu, gündəlik qəzet istehsalının mövcudluğu ilə dövrümüzün bütün hadisələrinə dərhal cavab vermək ehtiyacı ilə ziddiyyət təşkil edir. Obrazlı ifadə yaratmaq üçün tipik üsullardan istifadə olunur, məsələn, frazeoloji vahidlər standart texnika ilə yenilənir.

Jurnalistik üslubun xarakterik xüsusiyyətlərindən biri də nitq standartlarının və stereotiplərin olmasıdır. Standart – müəyyən bir vəziyyətlə əlaqəli hazır danışq forması olaraq ünsiyyəti çox asanlaşdırır; buna görə də ondan mediada istifadə etmək xüsusilə əlverişlidir. Qəzet dili tədqiqatçıları standartlara müraciət etmədən yazmağın demək olar ki, mümkün olmadığını qeyd edirlər. V.Q.Kostomarovun araşdırmasında göstərildiyi kimi, ifadə və standart birliyi qəzet dilinin konstruktiv prinsipini təşkil edir. Eyni zamanda yalnız bu ziddiyyətli elementlərin bir-birini əvəz etməsi, onların tam tarazlığı, tədqiqatçıya görə, qəzet janrlarının ideal nümunələrini yaradır (10, s.23).

Q.İ.Miskeviç xüsusən də bugünkü qəzet və jurnal publisistikasında sözcüklərin yaranma intensivliyinin artdığını qeyd edir, hətta yenidənqurma dövründə dilə yeni sözlərin daxil olmasının əlaməti olaraq “nominativ partlayış”dan bəhs edir (11, s.43).

Yenidənqurma dövründə progressiv inkişaf yalnız ingilis leksikonunun qəzet dilinə daxil olması ilə kifayətlənməyərək postsovet dövrü standartlarına alışmış olan müstəqil Azərbaycan mətbuatına sanki qərb “səsi” gətirdi.

Kostomarov mətbuatdakı mövcud vəziyyəti “orfoqrafiya boşluğu”, “icazəsiz daxil olma təhlükəsi, anarxiya” olaraq xarakterizə etmişdir. Bu, əlbəttə ki, lingvistik kommunikativ sahədə ictimai tələbatın nəticəsidir (10, s.24).

Tədqiqatçıların fikrinə görə, dil sistemi nitq fəaliyyətinin əsasını təşkil edərək normanı, dil qabiliyyətini, tələbatı və hətta cəmiyyətin nitq səviyyəsini müəyyən edir. Bu kateqoriyalar həm ekstilinqvistik – sosial amillər, dil xaricindəki reallıq, şüurlu elmi təsir, psixoloji münasibət, həm də təhsil səviyyəsi ilə müəyyən edilir.

M.V.Panov qeyd edir ki, mətbuat dili çox fərqli görünüşlərə sahib ola bilər (14, s.33). Bu, daxili qaynaqların, formaların, xüsusən də mənalının dəyişkənliyi ilə təmin edilir, lakin uzun müddətdir ki, müxtəlif səviyyələrdə, xüsusən də söz ehtiyatında, üslubda, sintaksisdə bir çox xüsusi yeniliklərə və

dəyişikliklərə baxmayaraq öz xüsusiyyətlərini saxlamağa davam edir. Bu cür dəyişikliklər və yeniliklər müasir tərzə uyğun yaradılan, cəmiyyətin tələbatı ilə diktə edilən, dil qabiliyyəti əlaqələndirilərək norma ilə kodlaşdırılırsa, dilin quruluşunun bir elementi olaraq öz yerini tutar (14, s.33).

Beləliklə, qəzet janr dilinin əsas xüsusiyyətləri arasında aşağıdakıları vurğulamaq lazımdır: iki meylin birləşməsi – ifadə qabiliyyəti və standarta meyil, parlaq polemik və neologizmlərin yüksək dərəcədə qiymətləndirilməsi, emosional və ifadəli şəkilləndirmə, mühafizəkarlıq, hərəkətlilik və məlumat məzmunu (14, s.34).

Söz yaratma prosesləri sosial dünyagörüşünün inkişafı ilə əlaqəli olan dilin lüğət tərkibindəki dəyişiklikləri aydın və birbaşa əks etdirir. Dil proseslərinin dinamikası nəzərə alınaraq yeni sözlərin əmələ gəlməsi günümüzün dilini xarakterizə edən əsas hadisələri və meyilləri müəyyən edir (15, s.22). Bundan əlavə yeni sözlərin təhlili, söz yaratma faktları göstərir ki, onlar müasir həyatın müxtəlif sahələrində baş verən bütün dəyişiklikləri tematik şəkildə əks etdirir. Alınma sözlər müasir cəmiyyətin reallığını, hadisələri, danışanların görmə qabiliyyətini və qiymətləndirməsini əks etdirir. Mediada ön planda təyinatlar sosial, ictimai və siyasi hadisələr, eyni zamanda cəmiyyətin bir vahidi olaraq bir insandır (15, s.22).

Müasir qəzetlərdə müzakirə və qiymətləndirmə obyektləri ictimai həyatda, iqtisadiyyatda, mədəniyyətdə, siyasətdə baş verən müxtəlif hadisələr, eləcə də ictimai və siyasi xadimlər, pop ulduzları və şou-biznes xadimləridir.

Kütləvi ünsiyyət sahəsində qeyri-rəsmi, şəxsi ünsiyyət ilə rəsmi ictimai ünsiyyət arasındakı kəskin xətt qarışıqdır. E.A.Zemskaya qeyd edir: “Qəzetlərin dili kəskin şəkildə dəyişmişdir. İctimai dil mövcud səviyyəsindən aşağı salınmış, hətta kobud jargon ifadələrin təsir etdiyi proseslərin mərkəzinə çevrilmişdir” (18, s.75). O, dövrü mətbuatda iki növ neologizmlər təsbit etmişdir:

- Dilin müxtəlif sahələrinə xas olan şərti faktları əks etdirən;

- Fərdi-müəllif təzahürləri: bədii olduğunu iddia edərək dil oyunu həyata keçirir (18, s.75).

Bu gün qəzetlərin dili, senzuranın ləğv edilməsi dilin demokratikləşməsinə səbəb olur. Bu isə vaxtilə ədəbi dildə az rast gəlinən jarqon və ya qeyri-mədəni söz axınının öz çərçivəsindən kənara çıxmasına səbəb olur. Nitqdə sözün öz əsl mənasında istifadə etməyi tələb edən bütün janrlar: qəzet və televiziya reportajları, publisistik çıxışlar, siyasi mübahisələr, lüğətlər əvvəllər ədəbi cəhətdən çox ciddi sərhədlənirdisə, başqa sözlə, qeyri-ədəbi ifadələrdən son dərəcə ehtiyatlı şəkildə icazə verildisə, indi onun müxtəlif janrlarda payı artaraq, gənclikdən kənara çıxaraq əhalinin demək olar ki, bütün təbəqələrini əhatə edir.

Hazırda qəzetlərinin lüğət ehtiyatını bəzən başqa semantikalardan “alınmış” sözlərlə, bəzən semantikasını dəyişmədən, bəzən də yeni məna çalarları ilə doldurma prosesinin şahidi oluruq. Qəzet səhifələrində leksik kompozisiyanın son illərdə yenilənməsi əsasən leksik materialın bir üslubdan digərinə “köçürülməsi” yolu ilə həyata keçirilmişdir. Jurnalistik üslubun söz ehtiyatı tədricən həm yeni, həm də jarqon sözlərlə “qidalanır”, bir tərəfdən danışıq və gündəlik (daşıyıcı, boğa, qoçu, lotu, mafıya), digər tərəfdən isə elmi və iş üslubları (prezentasiya, menecment, investisiya və s.) (3, s.40).

Qəzet səhifələrindəki yeni birləşmələrdən danışarkən qəzet mətninin janr növləri baxımından heterogen bir publisistik mətn olduğunu nəzərə almaq lazımdır. Bütün deyilənləri nəzərə alaraq qəzetlərin dil xüsusiyyətlərini aşağıdakı kimi ümumiləşdirmək olar:

Publisistik üslub ictimai-siyasi ədəbiyyatda, dövrü mətbuatda, siyasi çıxışlarda, nitqlərdə rast gəlinir. Bu üslub daha geniş şəkildə qəzet və jurnallarda istifadə olunur və aşağıdakı xüsusiyyətlərə malikdir:

1. Dil vahidlərinə qənaət və lakonik təsvir.

2. Dil vahidlərindən seçim edərək onların daha asan qavranılması prinsipini rəhbər tutmaq, çünki qəzet dili asan və anlaşılan olmalıdır.

3. İctimai-siyasi leksikanın və frazeologiyanın publisistik məqsədlərə uyğunlaşdırılması.

4. Janr rəngarəngliyi və bundan irəli gələn üslub fərqliliyi, üslubların qarşılıqlı əlaqəsi (3, s.43).

Lakin sadalanan ümumi cəhətlərlə yanaşı, publisistikanın müxtəlif janrlarına dair fərqli keyfiyyətlər də mövcuddur. Seçilən janrdan asılı olaraq müvafiq dil vahidləri və üslubi leksika istifadə olunur. Bu səbəbdən publisistik əsərlərdə digər üslublara aid dil elementləri də istifadə olunur (3, s.43).

Qəzet üslubunun leksikasının əsas hissəsini ümumişlək sözlər və müxtəlif terminlər təşkil edir. Onlar publisistik mətnin kontekstində publisistik rəng alır. Məsələn: işsizlər ordusu, ölkələrarası dialoq, diplomatik maneərlər, rəsmi dairələr, sülh məsələsi, əmək bazarı, ticarət maqnatları və s. “Qəzet dilində klişelərdən və digər hazır dil düsturlarından istifadə geniş yayılmışdır. Bu isə yazan üçün də, oxucu üçün də rahat bir vasitədir” (16, s.49).

Qəzet dili həm də danışıq dilinə çox yaxındır. Danışıq dilindən qəzet dilinə elliptik cümlələr – feilsiz frazalar da daxildir (16, s.49). Bu cür cümlələr daha çox sərlövhələr üçün istifadə olunur. Məsələn: “Gəncliyimiz – gələcəyimizdir”, “Təcrübə – uğurun təməlidir”.

Publisistik mətndə inversiyadan da istifadə olunur. Yəni məntiqi yüklü sözlər önə keçirilir. Bundan əlavə qəzet yazılarında informasiyanın mənbəyi cümlənin əvvəlinə keçirilir. Məsələn: rəsmi məlumata görə, Azərtac xəbər verir ki, və s.

Yuxarıda göstərilənlər təsdiq edir ki, publisistik üslub öz məqsəd və məramına görə dilin bütün leksik imkanlarından yararlanır. İctimai və siyasi məsələlərin geniş xalq kütləsinin anlayacağı şəkildə izah edilməsi ədəbi dilin publisistik funksional üslubu adlanır. Publisistik üsluba eyni zamanda kütləvi üslub, kütləvi dil də deyilir. Publisistik üslubun əmələ gəlməsində mətbuatın xüsusi rolu vardır (5, s.143). Buna görə də bu üslubu çox zaman mətbuat üslubu adlandırırlar. Lakin qeyd etməliyik ki, qəzet və jurnallardakı məqalələrin hamısı publisistik üslubda yazılır. Azərbaycan ədəbi dilinin publisistik funksional üslubunun bünövrəsi XIX əsrdə – milli mətbuatın yarandığı dövrdə qoyulmuşdur. Ədəbi dilimizdə bu üslubun xüsusi mövqeyi və əlaməti vardır (2, s.27).

Ədəbi dilin publisistik funksional üslubu universal xarakterdə olub kütləvi kommunikasiya üçün geniş istifadə edilir. Hər cür kütləvi informasiya qəzet, radio, televiziya, mitinq və iclaslardakı çıxışlarla, əsasən publisistik üslubda geniş xalq kütləsinə çatdırılır (4, s.17).

Publisistik ədəbiyyat öz məzmununda iqtisadi, siyasi, mədəni, fəlsəfi, dini və sair problemləri əhatə etdiyinə görə həmin sahələrlə əlaqədar dil vahidlərindən istifadə olunur. Bununla da publisistik üslubun xüsusi dil əlamətləri özünü göstərir:

a) Fonetika sahəsində. Publisistik üslub ədəbi dilin həm yazılı, həm də şifahi formasında istifadə edilir. Buna görə də burada səslərin tam tələffüz edilməsi tələb olunur. Səslərin aydın tələffüzü ilə yanaşı, onların ahəngdarlığı, tonu və sürəti də xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Fonetik tələblərə ciddi riayət olunması ədəbi dilin publisistik funksional üslubu üçün əsas şərtlərdən hesab olunur (2, s.45).

b) Lüğət tərkibi sahəsində. Publisistik üslubun səciyyəlməsində lüğəvi vahidlər xüsusi rol oynayır:

1) burada ictimai-siyasi leksikadan, elm, mədəniyyət, sənaye və digər sahələrə dair terminlərdən geniş istifadə olunur;

2) nitqi müxtəlif rəngə salmaq üçün yeni sözlərə, arxaizmlərə, məhdud dairədə işlənən söz və ifadələrə tez-tez müraciət olunur;

3) müəyyən hədəfi tənqid və ifşa etmək məqsədi ilə kəskin söz və ifadələr seçilib işlədilir;

4) sözün istehza ilə işlənməsinə geniş yer verilir;

5) frazeoloji vahidlərin hər növündən geniş istifadə edilir;

6) müxtəlif mövzularda danışq dili ünsürlərinə geniş yer verilir. (məsələn, "Kırpi" jurnalının materiallarında külli miqdarda xalq danışq ifadə və tərkibləri işlədilir) (2, s.47).

c) Qrammatika sahəsində. Publisistik üslub üçün bir sıra morfoloji və sintaktik əlamətlər xarakterikdir. Bu üslubda mücərrəd isimlər nitqə geniş daxil edilir. Feilin indiki zamanı tez-tez işlənilir (1, s.143). Dildə yeni yaranan

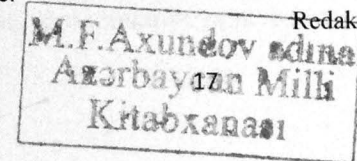
beynəlxalq sözlərə dair budaq morfevlərdən – şəkilçilərdən yeri gəldikcə istifadə olunur. Sintaktik vahidlərdən yarımçıq cümlələrin işlədilməsi, vasitəsiz nitqə geniş yer verilməsi, yaxud ritorik suallar, təkrarlar, anafora və antitezalardan istifadə olunması xüsusi üslubi vəzifə daşıyır (1, s.146).

Nəhayət, üslublar sistemində ədəbi dilin publisistik funksional üslubu daha çox sadəliyi, yığcamlığı, kütləviliyi, kəskinliyi, təsirliliyi ilə səciyyəlməlidir.

ƏDƏBİYYAT

1. *Abdullayev K.* Azərbaycan dili sintaksisinin nəzəri problemləri. Bakı: Nurlar, 1999, 346 s.
2. *Bəylərova A.* Bədii dildə üslubi fiqurlar. Bakı: Nurlan, 2008, 210 s.
3. *Əliyeva D.T.* Praktiki üslubiyyat. Bakı: Mütərcim, 2011, 238 s.
4. *Əliyev K.* Üslubiyyat və üslublar sistemi. Bakı: Elm, 1985, 83 s.
5. *Cabbarov X.* Sənətkar, söz, üslub. Bakı: Gənclik, 1993, 195 s.
6. *Ильцова С.В.* Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы / С.В.Ильцова, Л.П.Амири. М., 2009, 296 с.
7. *Какорина Е.В.* Активные процессы в языке средств массовой информации // Современный русский язык: Активные процессы на рубеже XX-XXI вв. М., 2008, 547 с.
8. *Караулов Ю.Н.* О состоянии английского языка современности. М.: Наука, 1991, 157 с.
9. *Коньков В.И.* Речевая структура газетного текста. СПб., 1995, 98 с.
10. *Костомаров В.Г.* Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. СПб., 1999, 157 с.
11. *Миськевич Г.И., Чельцова Л.К.* Новые слова, их принятие и нормативная оценка (проблема новых слов в культурно-речевом аспекте) // Актуальные проблемы культуры речи. М.: Наука, 1970, 272 с.
12. *Немченко В.Н.* Современный английский язык. Морфемика и словообразование. Нижний Новгород, 1994, 290 с.
13. *Нещименко Г.П.* Сопоставительное изучение словообразования славянских языков. М.: Наука, 1987, 278 с.
14. *Панов М.В.* Из наблюдений над стилем сегодняшней периодики // Язык современной публицистики. М.: Наука, 1988, 399 с.
15. *Попова Т.В., Рацбургская Л.В., Гугунава Д.В.* Неология и неография современного английского языка. М., 2005, 250 с.
16. *Розенталь Д.Э.* Практическая стилистика русского языка. М., 1987, 340 с.
17. *Солганик Г.Я.* О языке и стиле газеты // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. М., 2003, 268 с.
18. *Земская Е.А.* Новое в лексике – новое в словообразовании // Актуальные проблемы английского словообразования / Материалы VII Международной научной конференции, посвященной 70-летию профессора А.Н.Тихонова. Елец, 2001, 305 с.

252/19



Redaksiyaya daxil olub 18.10.2021