

DİLBƏR ORUCOVA***MEDIA DİSKURSDA DİNİ METAFORLAR**

Media diskursunun əsas məqsədlərindən biri hadisələr və faktlar haqqında məlumat yaymaqdır. Fakt həqiqətin təsdiqi funksiyasını yerinə yetirir. Eyni zamanda, bu və ya digər fakt təklif olunan cümlənin doğruluğunun göstəricisidir. Media diskursu faktları və hadisələri gündəlik reallıqlar prizmasından təqdim edir. Reallıq insandan asılı olmayaraq mövcuddur. Bu fakt üçün xarakterik deyil. İnsan reallıq obyektini hissələrə bölür, onun müəyyən cəhətini seçir, konseptuallaşdırır, mülahizə formasında strukturlaşdırır və yalnız bundan sonra həqiqətin mənasını ondan çıxarır, saflaşdırır və fakta çevirir. Media diskurslarında təqdim olunan hadisələrin və faktların həqiqəti subyektivdir. Bu məlumat müəyyən mövqedən təqdim edildiyi üçün oxucunu bu mövqeyə inanmağa sövq edir. Buradan belə çıxır ki, media faktlarının etibarlılığı olmalıdır. Məhz bu səbəbdən media faktlarının təqdimatı zamanı dini leksikondan və dini metaforalardan istifadəyə üstünlük verilir.

Açar sözlər: dini, metafora, media, diskurs, bədii, mətbuat

Giriş

Media diskurs anlayışının izah və şərhini bilavasitə media vasitələrində çap olunmuş və ya digər kütləvi informasiya vasitələri ilə yayımlanmış materiallar hesab olunur. Buradan belə bir nəticə çıxır ki, mediadiskurs kütləvi informasiya vasitələrində reallaşan diskursiv fəaliyyətdir. Medianın əsas vəzifəsi müəyyən zaman kəsiyi üçün daha çox insanı maraqlandıran məlumat və faktların yayılmasıdır. Doğrudur, media imkan daxilində başqa məlumatları, daha dəqiq desək, ümumi şəkildə gündəmdə olmayan məlumatları da oxucu və tamaşaçılarına çatdırır. Qeyd olunan məsələni bir neçə qəzet materialları əsasında aydınlaşdırmağa çalışaq.

Əsas təhlil

“The Times” Böyük Britaniyanın yüksək tirajla yayımlanan qəzetlərindən biridir. Qəzetin hər bir sayında müxtəlif rubrikalara aid materiallar 64 və daha çox səhifədə fərqli şəkildə paylanır. Bu qəzetin News, World, Comment, Business, Sport və başqa rubrikaları vardır. Qəzetin birinci səhifəsi anonsları, yaxud manşetə çıxarılmış yazıları əhatə edir. Birinci səhifə qəzetin ən vacib materiallarına və beləliklə, media diskurslarına oxucunun diqqətini cəlb edir. Bu səhifənin Worldrubrikasındakı materiallara nəzər saldıqda əsas yerin Rusiya-Ukrayna müharibəsinə, ABŞ-nin eks prezidenti Trampın məhkəməsinə, Pakistan və Sudandakı vəziyyətə, miqrasiya probleminə, Çinlə ABŞ arasındakı münasibətlərə və dünyada baş verən digər məsələlərə dair materialların üstünlük təşkil etməsi aşkar görünür [“The Times” 09.04.2023]. Təbii ki, qəzetin birinci səhifəsindəki anonslar bu nömrədə getmiş bütün media diskursları əhatə etmir. Qəzetdə ayrı-ayrı başlıqlar altında kifayət qədər çox sayda yazı çap olunmuşdur. Bu yazılar dünya həyatının müxtəlif sahələrinə həsr olunmuşdur. Xarici ölkələrdəki vəziyyətlə bağlı yazıların əksəriyyəti Ukrayna, Rusiya, Pakistan, Sudan, Türkiyə və başqa ölkələrə aiddir. Ölkələrin bu şəkildə paylanması dünyadakı mövcud siyasi vəziyyətlə bağlıdır. Qəzet daha kritik, diqqəti cəlb edən problemləri ön plana çəkmişdir. Əgər bu qəzetin ardıcıl saylarını nəzərdən keçirəlik, ümumi mənzərənin tədricən dəyişməsinə görəlik. Diskurs tiplərinə görə bölgü aparsaq, qəzetdə siyasi diskursların sayının çoxluq təşkil etdiyini söyləyə bilərik. Fərqli mövzuları əhatə edən diskurslar azdır və onlar aşağı informasiya tələbinə malikdir. Yəni bu yazıların bu nömrədə və ya bir ay, iki ay və s. sonra verilməsi, yaxud ümumiyyətlə çap olunması xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Kütləvi informasiya vasitələrinin oxucuları bilavasitə bu yazıların axtarışında deyildirlər. Şübhəsiz ki, çap olunan yazı oxucuların müəyyən qisminin diqqətini cəlb edə bilər, maraq doğura bilər. Kütləvi informasiya vasitələri media diskursların rəngarəng, çoxşaxəli mövzularda olmasına da əhəmiyyət verir, ədəbiyyat, incəsənət, sosial məsələlər və sair haqqında da məqalələrə yer ayırırlar.

Eyni xüsusiyyətlər, demək olar ki, bütün qəzetlərdə müşahidə olunur. Media ölkədə, dünyada baş verən ən mühüm hadisələrə reaksiya verir. Kütləvi informasiya vasitələrində ən çox siyasi, iqtisadi, sosial, mədəniyyət, idman, tibb, hərbi və dinə aid yazılar, xəbərlər çap olunur. Tematika əsas götürüldükdə media diskursları siyasi, iqtisadi, tibb, dini, hüquqi diskurs tiplərini daha çox əhatə edir.

Media diskursların hansı mövzuya həsr olunması, hansı diskurs tipinə aidliyindən asılı olmayaraq onlarda metaforlardan istifadə edilir. Metafora media diskursların ayrılmaz tərkib hissəsidir. Bundan əlavə metaforların işlənməsi media diskursların obrazlılığını, emosionallıq və ekspressivliyini artırır, oxucuya təsiri gücləndirir. Media diskursların daimi inkişafı, onların institusional diskurslarla əlaqəsi yeni obrazların və yeni metaforik modellərin yaranmasına zəmin yaradır. Bəzən mövcud metafor modellərinin genişlənməsi baş verir. Metafora naməlum gerçəkliyi məlum mənzərə ilə əvəz edir, bir mədəni sahəyə aid bilik və təcrübəni digərinə köçürür [3].

Media diskurslar müxtəlif diskurs tiplərini əhatə etdiyinə görə, onun metafor sahəsinin konkret diskurs tipinin metafor sahəsindən fərqlənməsini söyləmək olmaz. Müasir mediada çox işıqlandırılan sahələrdən biri də idmandır. Bu baxımdan, idman diskurslarında metaforaların işlənməsini nəzərdən keçirmək də maraqlıdır.

Xüsusi idman ədəbiyyatından fərqli olaraq, mediada çap olunan idman diskurskarı daha sadə dildə yazılır. Bu da medianın dar ixtisas sahəsinin mütəxəssislərinə deyil, kütləvi oxucuya xidmət göstərməsi ilə bağlı hadisədir.

Hər bir sahəyə aid diskurs bu sahənin spesifik leksikasından istifadə edir. Eyni zamanda bir sıra başqa sahələrə aid leksika da diskurslarda yer alır. Dini leksika bütün növ diskurslarda istifadə olunur. Tədqiqatçılar idman media diskurslarında dini metaforaların işlənməsini qeyd etmişlər [Belyutin 2017, s. 42; Belyutin 2012, s. 64]. Müəllif alman futbol diskursunda – idman dindir metafor modelinin formalaşdığını göstərmişdir. Bu metaforlar kütləvi informasiya vasitələrində futbol haqqındakı məqalələrdə aşkara çıxır. Dini metaforaların daha çox futbola aid yazılarda işlədilməsini V.Katermina və N.Solovyeva Britaniya qəzetlərinin idman diskurslarının tədqiqi zamanı müəyyənləşdirmişlər. Onlar Böyük Britaniyanın ən çox oxunan qəzetlərindəki idman diskurslarındakı dini metaforaları toplamış, onların arasında *scapegoat, a stumbling, block, cornerstone, anathema, behemoth, Judas, to fall from grace* dini metaforaların işlək olduğunu müəyyənləşdirmişlər. *Judas* futbol və reqbidə daha çox pul almaq üçün başqa kluba keçən oyunçunu bildirir [10]. Media diskurslarda dünyanın sonu obrazı çox istifadə olunur. Bu məqamda apokalipsis sözünün işlədilməsi müşahidə edilir. Dünyanın sonu Allahın əlindədir və onu insanlara Allah göstərə bilər. Onun qarşısını almaq mümkün deyildir, ondan qaçmaq, gizlənmək mümkün deyildir. Yer kürəsində baş verən hər bir böyük fəlakət insanları düşündürür. Bu, Allahın bəlasıdır, yoxsa təbiətin sıradan olan hadisəsidir? Media diskurslarda bu cür hadisələr Allahın bəlası, Allahın qəzəbi adlandırılır.

Putin is an executioner, he is an evil who carries out the genocide of the Ukrainian people. These floods, earthquakes are God's punishment. Judgment day is near [The Times. 09.04.2023].

Verilmiş kontekstdə insanın şəx və bəla ilə (evil) eyniləşdirilməsi metaforlaşdırmış obrazı yaratmağa xidmət edir. Mətn dini metaforadan istifadə edilmişdir. Dini metaforik obrazlar ardıcıl işlədilir. Kontekstin ikinci hissəsində təbiət hadisələrinin Allahın qəzəbi, bəlası, cəzası kimi təqdim olunur. Son cümlədəki dini termin də metaforik mənə daşıyır. Burada dünyanın müəyyən yerində baş verən hadisənin qiyamət gününü (*Judgment day*) yaxınlaşdırması qeyd olunur. Mətnə müxtəlif konvensional dini metaforalar bir-birinin ardınca işlədilərək dünya mənzərəsinin ümumi obrazını formalaşdırır ki, bu da hadisələrin gedişinin dəhşətli faciəyə apardığını assosiativ olaraq canlandırır.

Dünyanın sonu günahlara görə cavab günüdür. Bu gün hər kəs əməlinə görə cavab verəcəkdir. Siyasi diskursdakı Allahın bəlası, Allahın qəzəbi və dünyanın sonu dini metaforlardır. Müəllif bəla və qəzəbin hansı formada gələcəyini deyil, onun Allah tərəfindən göndiriləcəyi baxımından ən ağır olacağını qabartmış olur. Məsələyə qeyd edən aspektdən yanaşdıqda dini metaforalar gerçəklik hadisələrini intensivləşdirməklə digər məcaz növlərini, göstərilən halda mübaliğəni, hiperbolanı da aktualaşdırır.

Media diskurslarda inam, etiqad, günah, cənnət cəhənnəm, ruh, möcüzə, ürək, qəlb, qorxu, cəza, qəzəb, şeytan, mələk (punishment, evil, judgment, penance, judgment day, satan, devil, angel və s.) kimi dini terminlər və sözlər metaforaların yaradılmasında geniş istifadə edilir. Bu dini leksik vahidlərin əksəriyyəti ilkin konsept kimi çıxış edirsə, qalan hissəsi ikinci konsept rolunu oynayır.

İnam dini termini güc, qüvvə, mübarizlik, cəsarət şəklində metaforlaşır. İnam dini leksemi həm ayrılıqda, həm də qalxan sözü ilə birləşmədə zireh, qalxan mənasında metaforlaşır: inam qalxanını heç bir mərmə deşə bilməz.

Media diskursun əsas məqsədlərindən biri hadisə və faktlar haqqında məlumatı yaymaqdır. Fakt

həqiqətin təsdiqi funksiyasını yerinə yetirir. Eyni zamanda bu və ya digər fakt irəli sürülmüş hökmün doğruluğunun göstəricisi olur. Media diskursda faktlar və hadisələr gündəlik reallıqlar prizmasından təqdim olunur. Reallıq insandan asılı olmayaraq mövcuddur. Fakt üçün bu səciyyəvi deyildir. İnsan gerçəklik obyektini hissələrə bölür, onun müəyyən aspektini seçir, onu konseptuallaşdırır, mülahizə şəklində strukturlaşdırır və yalnız bundan sonra ondan həqiqət mənasını çıxarır, onu dəqiqləşdirib fakta çevirir. Media diskurslarda təqdim edilən hadisə və faktların doğruluğu subyektiv səciyyə daşıyır. Çünki bu məlumatlar müəyyən mövqedən ortaya qoyulur, oxucunu bu mövqeyə inanmağa sövq edir. Buradan belə nəticə çıxır ki, mediafaktlar inandırıcılığa malik olmalıdır. Mediafaktların təqdimatı zamanı dini leksikadan, eləcə də dini metaforlardan istifadə edilməsinə üstünlük verilməsi də bu səbəbdən irəli gəlir.

M.Blekin fikrinə görə, dini diskurs inam yaratmaq, insanı dinə bağlamaq intensiyası daşıyır. Bu elə bir ünsiyyətdir ki, o, insanda inam və etiqadı formalaşdırır [7]. Dini ünsiyyət, dini diskursun köməyi ilə reallaşır. Belə ünsiyyət insanı daxilən təmizləyir, inam və etiqada çağırır, dini təlimi izah edir, Allaha sığınmağa dəvət edir [9]. Bununla yanaşı, dini leksika və dini metaforlar da oxşar funksiyaları müxtəlif tipli diskurslarda işlənməklə yerinə yetirir. Dini metaforlar dini diskursların ayrılmaz tərkib hissələridir və belə diskurslarda onların işlənmə tezlikləri kifayət qədər yüksəkdir. Digər tipli diskurslarda isə dini metaforların məhsuldarlığı azdır.

Ünsiyyət iştirakçıları metaforadan dərkətmə aləti kimi istifadə edir və beləliklə, abstrakt obyekt və predmetlər haqqında müəyyən təsəvvürlər əldə edirlər. Müasir dövrdə cəmiyyət dini dəyərlərə üstünlük verir, onlara əməl etməyə və onları qorumağa çalışır. Bu baxımdan, media diskursda dini metaforaların işlənməsi həm dini dəyərləri qabartmağa meyillilikdən, həm metaforun təbiətindən, həm də media diskursların oxucuların diqqətini cəlb etmək xüsusiyyətlərindən irəli gəlir. Ünsiyyətin uğurluluğu onun iştirakçıların marağına uyğun getməsindən əsaslı şəkildə asılıdır. Metaforlar diqqəti cəlb edən vasitə olduğuna görə, onların kommunikasiya prosesində tətbiqi əhəmiyyət daşıyır. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, eyni tipli diskurslarda müəyyən metaforaların təkrar işlədilməsi həm onun düzgün dərk olunmasını, həm də yadda qalması və sabitləşməsinə təmin edir. Belə metaforlar informasiyanın dəqiq çatdırılması və şəraitin qiymətləndirilməsi cəhətdən də əhəmiyyətlidir. Oxucu metaforun qiymətləndirmə potensialını bildikdə və əvvəl tanış olduğu metaforu gördükdə, eşitdikdə onun konnotativ mənasını qavramağa əlavə vaxt sərf etmir, metaforik mənanın yaranma mexanizmi üzərində düşünür.

Metaforanın qiymətləndirmə funksiyası ictimai və fərdi qiymətləndirmə dərəcəsi əsasında təcrübənin müəyyən mədəniyyətdə qəbul olunmuş çərçivədə qruplaşdırılmasını nəzərdə tutur. Bu halda müvafiq normalar sistemi, stereotiplər, dəyərlər də öz rolunu oynayır. Metaforun qiymətləndirmə funksiyası obyekt və hadisələrin qiymətləndirilmə konseptuallaşması, eləcə də qiymətləndirilmə kateqoriyalaşdırılmasını nəzərdə tutur [6]. Qiymətləndirmə hadisənin nəticəsinə əsaslanır.

Now Russia is not the same as we thought about it. This hell beast is very weak. The extent of the challenge posed by Russia to the World should not be exaggerated. Although it is boastful of its armed strength, Russia's military spending fell [Myths and misconceptions]. –İndi Rusiya fikirləşdiyimiz əvvəlki deyil. Bu cəhənnəmin vəhşi heyvanı çox zəifdir. Rusiyanın ordusunun gücü ilə bağlı dünyari hədələri əsassızdır. Çünki onun ordusunun potensialı aşağı düşmüşdür.

Media diskursun bir fraqmenti olan bu nümunə mikrodiskursdur və ümumi diskursun mətninin bir abzasından götürülmüşdür. Bu media diskurs monoloq formasındadır və müəllif onu bütün oxuculara ünvanlamışdır. Nümunədə dini leksika müəyyən tematik ətrafda cəmləşmişdir. Müasir cəmiyyətdə hərbi nizamsızlıq hiss olunur. Mətnə dini leksikasının işlədilməsində heç bir məhdudiyət yoxdur. Eyni zamanda, dini leksika tematikaya bölünür, leksik-semantik qruplara ayrılır. Allahın adları, dini personallar (əzrayıl, cəbrayıl, mələklər), dini məkanlar (cənnət, cəhənnəm, bu dünya, o dünya), dini-əxlaqi qaydaların pozulmasını ifadə edən adlar (günah, günahkar), mərasimlər (dəfn, kəbin) və başqa dini leksika qrupları ayırmaq mümkündür. Eyni leksik-semantik qrupa daxil olan leksik vahidlərin yaxın ətrafda işlədilməsi dini metaforaların təyin edilməsinə kömək edir. Yuxarıda verilmiş nümunədə dini termin başqa leksik vahidlə yanaşı işlənməklə (hell beast) yeni metaforik obraz əmələ gətirmişdir. Dövlət, eləcə də bu dövlətin ordusu cənnətin vəhşi heyvanına bənzədilir. Dini termin dilin ümumişlək sözləri, xüsusilə feillərlə birləşərək dini metonimiya və dini metafora əmələ gətirir. Məsələn, ingilis dilindəki paradise (cənnət) dini termini bir sıra feillərlə cənnət konseptinin metaforlaşmasında iştirak

edir. Bu məqamda göylər sözünün də feillərlə birləşmələr cənnət konseptinin metaforlaşmasında istifadə oluna bilər. Resolve - həll etmək, yoluna qoymaq, thank – təşəkkür etmək, xeyir-dua vermək, come out of – enmək, rest in – istirahət etmək, stay – qalmaq, send – göndərmək və s. bu qəbildən olan feillərdir. Qeyd edək ki, bu xüsusiyyət german, eləcə də müxtəlif dillərin dini metaforlarında müşahidə edilir. Azərbaycan dilində göylərdə olmaq, göydən düşmək, göylərə qaldırmaq və s. dini metaforik obrazlardır. Müasir ingilis dilinin dini metaforlarının başqa dillərin dini metaforları ilə səsleşməsi dini düşüncə tərzinin yaxınlığından irəli gəlir.

Media diskursdan verilmiş nümunənin götürüldüyü məqalənin başlığında mif leksik vahidindən istifadə edilmiş və yazıda bu mifin ömrünü başa vurduğu göstərilmişdir. Yəni Rusiyanın güclü ordusu mifi dağılmışdır. Bu hadisəni müqəddəs kitabı oxuyub başa çatdırmaqla müqayisə etmək olar. Xətm etmək ərəb dilində xətmə, xitam vermə, Quranın oxunmasının başa çatdırılması sözüdür [İslam 1994, s. 323]. Mifə, nağıla son qoymaq, onun haqqındakı düşüncələri xətm etmək, başa çatdırmaq, dinlənilməsinə son qoymaq şəklində metaforlaşmışdır.

Media diskursdakı cəhənnəm vəhşisi, cəhənnəm köpəyi (hell beast) birləşməsinin metafor kimi izahı kontekstlə açılır. Kontekstdə həqiqətin gec də olsa nümayiş etdirilməsi göstərilir. Millətə həqiqətin göstərilməsi, deyilməsi onun inamının qırılmasının qarşısını alır.

Dini metaforların izahı çox zaman dini diskurs və dini mənbələrə istinad etməyi zəruriləşdirir. Dini metafora istər dini diskurslarda, istərsə də başqa diskurslarda pragmatik funksiyanı da yerinə yetirir. Qeyd olunduğu kimi, dini metaforanın işlədilməsi adresata təsirin effektini artırır, onda müvafiq emosional hiss və duyğunu yaradır.

But, he thought, I keep them with precision. Only I have no luck any more. But who knows? Maybe today. Every day is a new day. It is better to be lucky. But I would rather be exact. Then when luck comes you are ready [8]. - Kim bilir, bəlkə bu gün tale üzümə güləcəkdir, axı həmişə eyni cür olmur ki. İşimdə diqqətli olmaq mənim adətimdir, bu öz yerində. Amma bəxtin gətirməsi də böyük şeydir. Keşmə tale üzümə güləydi, işlərim düz gətirəydii [8].

Tale dini anlayış kimi Allahın insana verdiyi ömür və bu ömürdə insanın qarşısına çıxan hər şeyi özündə birləşdirir. Taleyin üzə gülməsi frazeoloji birləşmədir və işi düz gətirmək frazeologizmi mənasında işlənir.

Metaforik təsvir müəyyən modelin tətbiq olunmasıdır. Bu halda gerçəkliyin obyekt və ya predmetləri təsəvvür və təxəyyülün köməyi ilə yerini dəyişir. Belə yerdəyişmə prosesi semantik hərəkətlə təsvir oluna bilər. Təsəvvürdə hərəkət etmə, yayılma və birləşmə metaforik prosesin mahiyyətini açır. Yayılma müqayisə yolu ilə mənanın genişlənməsini əhatə edirsə, birləşmə yeni məkanın əmələ gəlməsini reallaşdırır. Ürək motordur (mühərrikdir). Baş kompüterdir. Baş saatdır. Bu cümlələrdə aşkar implisit müqayisə, aşkar eyniləşdirmə vardır. Yerdəyişmə, hərəkət birinci obyektə əsasdır. Semantik yerdəyişmə mənanın genişlənməsinə aparır. İki obyektədən birinin semantik yerdəyişməsi, onun başqa obyektin müvafiq keyfiyyəti ilə müqayisədə eyniləşdirməyə aparır. Daha çox danışdığı dilində işlənən motor sözünün işləmə keyfiyyəti ürəyin döyünmə keyfiyyəti ilə müqayisə edilir. Kompüter çoxsaylı əməliyyatları çox qısa bir zamanda yerinə yetirir. Hər bir suala cavab verən, hər müşkülə reaksiya verən düşüncə, ağıl, bilik tərz, beyin fəaliyyəti başı kompüter adlandırmaq imkanı yaradır.

Metaforlaşma obrazlı, rəmzləşdirilmiş, eləcə də mifolemlər hesabına da baş verir. Bu cür metaforları birbaşa dini metaforlar adlandırmaq olmasa da, onlar mahiyyət etibarilə dini metaforlara yaxınlığı ilə seçilir.

Hər bir dildə ifadəliliyi, ekspressivliyi, emosionallığı artırmaq üçün istifadə olunan xüsusi vasitələr vardır. Metaforlar da belə vasitələr sırasına daxildirlər. Mifoloji təsəvvür tarixinə görə daha qədimdir və dinin yaranması mifologiyaya ilə bağlılığa malikdir. Əjdaha, cin, küpəgirən qarı, div, tərəgöz, əcinnə və s. abstrakt varlıqlar mifologiyada ifadəsini tapan mifoloji varlıqlardır. Hər bir xalqın mifologiyasında belə varlıqların adları, təsvirləri öz əksini tapır. Elə mifoloji varlıqlar vardır ki, onlar müsbət xarakterə malikdir, insanı düşdüğü çətin vəziyyətlərdən qurtarır. Məsələn, Azərbaycan nağıllarında, Simurq quşu həmişə qəhrəmanları qaranlıq dünyadan qurtarır. Yeri gəlmişkən onu da qeyd edək ki, dində o dünya, bu dünya ifadələri, anlayışları işlənirsə, mifologiyada qaranlıq dünya, işıqlı dünya, yeraltı dünya, yerüstü dünya anlayışlarından istifadə edilir.

Mifologiyada, nağıl və dastanlarda elə predmetlər haqqında danışılır ki, onlar sehri gücə, qüvvə

və imkanlara malik olur. Ələddinin sehri lampası, divin canı olan şüşə, təpəgözün qılıncı, misri qılınc, qanadlı atlar, sehri çubuq, sehri alma və s. bu qəbildəndir. Oxşar rəmzlər ingilis dilində də vardır və onlar metaforlaşmada geniş tətbiq olunur.

Mifologiya və dinin eyni tərtibli hadisə olması, onların eyniləşdirilməsi haqqında fikirlər vardır. Mifologiya dinə meyilliliyin forması hesab edilmişdir. Eyni zamanda, tarixi inkişaf prosesində dinin mifik xüsusiyyətlərini seçib mənimsəməklə onu sıxışdırması və mütləq mifologiyaya çevrilməsi qeyd olunur [11]. Mifdən dinə doğru inkişaf qısamüddətli deyildir və mifin bütünlüklə dinə transformasiyası baş verməmişdir. Məsələyə bu aspektdən yanaşdıqda mifoloji mərasim təcrübəsinin dinlə mif arasında orta, yaxud aralıq kəsişmə nöqtəsi kimi mövcudluğu özünü göstərir [12]. Dini mifologiya, dini-mifoloji inanc, dinin ilkin formaları, ibtidai din anlayışlarına istinadla demək olar ki, ibtidai mərasim dünyagörüşünün dini mərasim təcrübəsi ilə əvəzlənməsi hadisəsi baş vermişdir. Lakin bu hadisə mifoloji mərasim təcrübəsini, mifoloji düşüncə tərzini tam şəkildə ortadan götürməmişdir.

“Mifoloji təsəvvürün formalaşdığı şərait eyni zamanda qədim insanın ətraf mühitlə əlaqə tipinin formalaşmış zənginləşdiyi şəraitdir. İnsan və təbiət münasibətləri öz ilkin, ibtidai formasında bu təsəvvürlərdə əyanlaşır” [1]. Beləliklə, insanda müəyyən təsəvvürlər formalaşır ki, insan onları zaman keçdikcə tamamilə itirir, nəsil-dən-nəsilə ötürür, bu təsəvvürlərin köməyi ilə yeni-yeni müqayisələr aparır, mənbə obrazları hədəf obrazlarla əvəz edir. Bu isə mifoloji təsəvvürlər hesabına metaforlaşma prosesinin reallaşdırılmasıdır. Cadu → sehr → ovsun → dua xətti üzrə inkişaf dində tamamlansa da sonuncudan əvvəlkilərə doğru bağlılıq qalır. Sehrli çubuq arzu və istəyi gerçəkləşdirmə vasitəsi kimi qəbul olunur. Real olaraq belə bir çubuq yoxdursa da, insan onun vasitəsi ilə xəyalı cin etmək gumanını itirmir.

Sabit birləşmənin ümumi mənası onun komponentlərinin mənalının cəmləşməsi üzrə formalaşdır, birinci komponentin semi daxil olan məna istiqamətindədir. “Müasir elmdə konseptual və ya koqnitiv metaforlardan söhbət gedir. Təbiidir ki, insan dərk etmə prosesində real predmet və hadisələrin özləri ilə deyil, onları adlandıran, təmsil edən dil işarələri ilə düşünür və mühakimə yürüdür” [2]. Belə düşünmə və mühakimə bir adın həddləri ilə qapanır. Dərk etmə bu həddlərdən kənara çıxır, yeni adın, yaxud məhz adın mənasını prosesdə və nəticə etibarlı ilə kontekstdə axtarır. Kontekst mühakimə yürütməyə, yaranan assosiasiyaları ümumiləşdirməyə, onları bir yerə yığmağa xidmət edir. Koqnitiv metaforlar bu baxımdan kontekstdən və yaranma prosesindən asılıdır. “Məcəz çoxluqlarının yaranma, törənmə texnologiyası belədir ki, müqayisə və əlaqələndirilə bilən predmetlər, onların adlandırma və təsviri versiyaları, bir məfhum və söz sahəsində birləşir, nitq gerçəkliyində təkrar-təkrar qaynayıb-qarışır, çarpazlaşır” [2]. Doğrudan da, metafora müəyyən əlamət və keyfiyyət üzrə adın transfer olunması deyil, müxtəlif məfhum sahələrindən olan vahidlərin funksional eyniliyidir.

Media diskursun tərkibində mikrodini diskurs, dini metafora iştirak edə bilər. Media orqanında dini diskurs yer ala bilər. Bu cəhət media diskursların müxtəlif janrlarda olmaq imkanlarından qaynaqlanır. Kütləvi informasiya vasitələrində dini mövzularda müxtəlif yazılar çap olunur. Müqəddəs kitablardan parçalar, onların şərh, tərcümələri də qəzet və jurnal səhifələrində yer alır. KİV oxucuların marağına səbəb olacaq hər cür yazıları, məqalə və müsahibələri, habelə söhbətləri çap etməkdə sərbəstdir. Qeyd edilənlər dini diskurslardır. Dini diskursda metafora şüura təsir üsulu rolunu oynayır, mücərrəd anlayışın aşkar obrazını yaradır, dinin mürəkkəb anlayışlarının dərk olunmasına kömək edir, dinə inananların bu və ya digər hadisələrə emosional münasibətini formalaşdırır. Metafora insanın fəaliyyətini, qavrama mexanizmini müəyyən istiqamətə yönəldir, modelləşdirici funksiya rolunu oynayır, obyekt haqqında yalnız təsəvvür yaratmır, onun barəsində düşünmək üsulunu təyin edir.

Mənbə sahəsindən asılı olaraq altı əsas dini metafora modelini ayırmaq olar. Bu modellər aşağıdakıları əhatə edir: 1) fitomorf; 2) zoomorf; 3) meteoroloji; 4) artefakt; 5) morbiyal; 6) fizioloji. Qeyd edilmiş altı model bütün mümkün metaforik modelləri əhatə etmir. Məsələn, dini metaforaların hərbi mənbə sahəsi modeli vardır və bu modelin tərkibinə üç əsas freym daxil edilir: 1) hərbi fəaliyyət; 2) silah; 3) hərbi fəaliyyətin iştirakçıları. Qeyd olunmuş freymlərdən hərbi fəaliyyət daha işləkdir. Qarşıdurma, hərbi əməliyyatlar müxtəlif etiqadların, maraqların, inkişaf meyillərinin mübarizəsi ilə assosiasiyalar yaradır. Hərbi əməliyyatlar, ümumiyyətlə müharibə iki nəticəyə gətirib çıxarır. Bunlardan birincisi qələbə, digəri isə onunla əksiklik təşkil edən məğlubiyyətdir. Ona görə də, hərbi fəaliyyət freymində qələbə-məğlubiyyət antitezəsi həmişə ya implisit, ya da eksplisit şəkildə iştirak

edir. İnam və etiqad hərbi əməliyyat freyminə aşkara çıxır. Bu freyminə halal-haram antitezasını da görmək mümkündür.

Qarşıdurma prosesi inam və etiqad mübarizəsi assosiasiyası əmələ gətirir, bu cür mübarizənin dini prizmadan izahına imkan verir [4].

Hərb dini metafor modelinin hərbi fəaliyyət freyminə Allah və şeytan qarşıdurması xeyir-şər, işıq-zülmət, halal-haram, həqiqət-yalan, cənnət-cəhənnəm kimi dini antitezalarla assosiasiyalar əmələ gətirir ki, burada xeyir, işıq, halal, həqiqət Allahın göstərdiyi yoldadır, şər, zülmət, haram, yalan şeytan əməlinə uymaqla əlaqələndirilir. Müharibə şərdir, sülh xeyirdir, müharibə zülmətdir, sülh işıqdır, müharibə haramdır, sülh halaldır, müharibə cəhənnəm, sülh cənnətdir. Bu fikirlər konseptual metafor sahələri əmələ gətirir. Media diskurslarda onlar freymin slotları funksiyalarını da yerinə yetirə bilər. Məsələyə bu şəkildə yanaşdıqda, dağıtmaq, yerlə-yeksan etmək, məhv etmək, mübarizə aparmaq, haram etmək, yox etmək kimi vahidlərin metaforik məna qazanması səbəblərini aydın başa düşmək olur.

Müharibəni silahsız təsəvvür etmək olmaz. Ona görə də hərbi mənbə sahəsi metafor modelinin əsas freymlərdən biri silah hesab edilir. Bu halda konkret silah adları ox, qılınc, nizə, qalxan, güllə və s. metaforik məna qazanır.

Media diskursda silah və texnika adının mələk sözü ilə metaforlaşması xeyir işlərə, haqqa, ədalətə xidmət göstərmək mənasını da qabardır.

Düşmən obrazı media diskurslarda şeytan, iblis, şər qüvvə kimi tez-tez metaforlaşır. Bir sıra hallarda düşmən kafir, dinsiz sözü ilə əvəz edilir.

Hərb mənbə metafor modelinin hərbi, əməliyyatların iştirakçıları freyminə düşmən (şeytan, iblis, kafir və s.) və haqq yolunda vuruşanlar (mələk, qazi, şəhid) metafor obrazlarla ifadə edirlər.

Nəticə

Media diskurslarda dini metaforlar digər sahə metaforları ilə müqayisədə yüksək işləkliyə malik deyildir. Fikirmizcə, bunun əsas səbəbi dini metaforların insanda oyatdığı təsəvvürlərin, assosiasiyaların daha geniş əhatə dairəsinə malik olması ilə bağlıdır. Bundan əlavə dini metaforların mahiyyət və mənasının açılması fon bilikləri, dərin koqnitiv təhlil tələb edir. Bir sıra dini ləksəmlərin əlavə izah və şərhələrə ehtiyacı olur. Bütün bu cəhətlər dini metaforların kütləvi oxucu tərəfindən çətin başa düşülməsinə zəmin yaradır. Ona görə də media diskurslarda mürəkkəb konseptual metafora meyil yüksək səviyyədə müşahidə edilmir.

ƏDƏBİYYAT

1. Abdullayev, K. Gizli "Dədə Qorqud". / K. Abdullayev. – Bakı: Yazıçı, 1991. – 152 s.
2. Abdullayev, Ə. Aktual üzvlənmə, mətn və diskurs / Ə. Abdullayev. – Bakı: "Zərdabi LTD" MMC, 2011-272 s.
3. Анкерсмит, Ф. История и тропология: взлет и падение метафоры / Ф. Анкерсмит. – Москва: 2003. - с.
4. Балашова, Л.В. Метафора в диахронии: на материале русского языка XI-XX вв. / Л.В. Балашова. – Саратов: Изд-во СУ, 1999. – 217 с.4.
5. Белютин, Р.В. Религиозная семантика спортивного дискурса (на материале немецкого языка) // Вопросы когнитивной лингвистики. 2012. № 3 (032).
6. Болдырев, Н.Н. Когнитивные схемы языковой интерпретации / Н.Н. Болдырев // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2016, № 4. - с.
7. Блэк, М. Метафора / М. Блэк // Теория метафоры. – Москва: ... , 1990. - с. 153-172.
8. Heminquey E. Qoca və dəniz//www.vivo-book.com1_ERNEST HEMİNQUEY QOCA_VƏ_DENİZ
9. Карасик, В.И. Религиозный дискурс/ В.И. Карасик. // Языковая личность: проблемы лингвокультурологии и функциональной семантики. – Волгоград: Перемена, 1999. - с. 5-19.
10. Катермина, В.В., Соловьева, Н.С. Религиозные метафоры в спортивном газетном дискурсе: функциональный аспект (на материале Британских газет) В.В. Катермина, Н.С. Соловьева //

Филология и человек. 2021, № 3:

11.Losev 2001, s. 117-118]. Лосев, А.Ф. Диалектика мифа / А.Ф.Лосев. Москва: Мысль, 2001. – 558 с.

12.Найдыш, В.М. Философия мифология / В.М.Найдыш – Москва: Альфа – М, 2004. – 544 с.

**Naxçıvan Dövlət Universiteti, müəllim
E-mail: dilber_orucova@mail.ru*

Dilbar Orujova

RELIGIOUS METAPHORS IN MEDIA DISCOURSE

One of the main goals of media discourse is to spread information about events and facts. The fact performs the function of confirming the truth. At the same time, this or that fact is an indicator of the truth of the proposed sentence. Media discourse presents facts and events from the perspective of everyday realities. Reality exists independently of man. This is not typical for the fact. A person divides the object of reality into parts, selects a certain aspect of it, conceptualizes it, structures it in the form of reasoning, and only then extracts the meaning of truth from it, refines it and turns it into a fact. The truth of events and facts presented in media discourses is subjective. Because this information is presented from a certain position, it prompts the reader to believe in this position. It follows that media facts must have credibility. It is for this reason that it is preferred to use religious lexicon and religious metaphors during the presentation of media facts.

Keywords: *religious, metaphors, media, discourse, artistic, press*

Дилбар Оруджева

РЕЛИГИОЗНЫЕ МЕТАФОРЫ В МЕДИАДИСКУРСЕ

Одной из основных целей медиадискурса является распространение информации о событиях и фактах. Факт выполняет функцию подтверждения истины. В то же время тот или иной факт является показателем истинности вынесенного приговора. Медиадискурс представляет факты и события с точки зрения повседневных реалий. Реальность существует независимо от человека. Это не характерно для действительности. Человек делит объект действительности на части, выделяет определенный его аспект, концептуализирует его, структурирует в форме рассуждения и только потом извлекает из него смысл истины, уточняет его и превращает в факт. Правдивость событий и фактов, представленных в дискурсах СМИ, субъективна. Поскольку эта информация представлена с определенной позиции, она побуждает читателя поверить в эту позицию. Отсюда следует, что факты СМИ должны вызывать доверие. Именно по этой причине при изложении фактов СМИ предпочитают использовать религиозную лексику и религиозные метафоры.

Ключевые слова: *религия, метафоры, медиа, дискурс, искусство, пресса.*

Filologiya elmləri doktoru Fərman Xəlilov tərəfindən təqdim edilmişdir

İlk daxilolma tarixi: 15.09.2024

Son daxilolma tarixi:12.10.2024