

<https://doi.org/10.62837/2025.6.86>

LEYLA CUMAYEVA
Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universiteti
leyla.jumayeva@azmiu.edu.az
ORCID: 0000-0002-3363-913X

SOSIAL ŞƏBƏKƏ DİSKURSUNDA İQLİM DƏYİŞİKLİYİ MESAJLARININ KONSEPTUAL BİRLƏŞMƏSİ: KOQNİTİV BLENDING PERSPEKTİVİ VƏ PRAKTİK TƏTBİQLƏR

Xülasə

Bu məqalə iqlim dəyişikliyi ilə bağlı sosial şəbəkə kampaniyalarında yaranan mənalardan koqnitiv mexanizmlərini araşdırır. Tədqiqatda metafor, çərçivə və konseptual birləşmə (blending) kimi vasitələrin onlayn auditoriyanı hərəkətə gətirməkdə necə rol oynadığı göstərilir. Twitter, Instagram və TikTok-dan seçilmiş 240 paylaşım üzərində aparılan şəbəkə-tematik və diskurs-köçürmə (interdiscursive blending) təhlili nəticəsində aşkarlanır ki, “planet = ev”, “Gretanın səssiz nəslə = gələcəyin səsi” kimi integrativ skemalar həm emosional sarsıdıcı, həm də faktlara söykənən arqumentləri bir araya gətirir. Məqalə, media savadlılığı, ekoloji savadlılıq və davranış dəyişikliklərini hədəfləyən təlim proqramları üçün praktiki tövsiyələr irəli sürür: a) “mikro-metafor xəritələri” ilə vizual kontentin dizaynı, b) “story-blend” texnikası vasitəsilə gənclərin kampaniya istehsalı, c) dil-mədəni uyum üçün lokallaşdırılmış çərçivələrin seçimi.

Açar sözlər: konseptual birləşmə, iqlim, sosial media metaforları, diskurs-köçürmə, ekoloji savadlılıq

1. Giriş

İqlim dəyişikliyi XXI əsrin ən kritik və global problemlərindən biri kimi cəmiyyətlərin siyasi, iqtisadi və mədəni gündəmini formalaşdırır. Lakin bu mürəkkəb və çoxşaxəli məsələ ilə bağlı ictimai rəyin formalaşması artıq yalnız hökumətlərin və elm adamlarının verdiyi mesajlara əsaslanmır. Rəqəmsal texnologiyaların və sosial şəbəkələrin yayılması nəticəsində iqlimlə bağlı kommunikasiya formaları radikal şəkildə dəyişmişdir. Ənənəvi mediada yayımlanan quru statistik məlumatlar və uzun elmi hesabatlar artıq yerini daha vizual, emosional və interaktiv məzmunlara verir. Bu yeni şəraitdə iqlim mesajları milyonlarla istifadəçiyə bir neçə saniyə ərzində çatdırıla bilir və məzmunun qavranma dərəcəsi, paylaşım sürəti və təsir gücü ciddi şəkildə artmış olur.

Sosial media platformaları – xüsusilə TikTok, Instagram və Twitter – sadəcə məlumat ötürən vasitələr deyil, həm də mənalardan və simvolik çərçivələrin yenidən qurulduğu məkanlara çevrilmişdir. Bu platformalarda iqlim dəyişikliyi ilə bağlı mesajlar çox vaxt qeyri-ənənəvi üsullarla təqdim olunur: memlər, animasiyalar, musiqili montajlar və məşhur pop-mədəniyyət obrazları vasitəsilə. Bəs bu cür

təqdimatlar niyə bu qədər effektiv olur? Cavab şüurun dərinliklərində formalaşan konseptual konstruksiyalarda – yəni insan beynində yaranan assosiasiyalarda, metaforalarda və mənaca zəngin strukturlarda gizlidir.

Məhz bu məqamda **konseptual blending (konseptual birləşmə)** nəzəriyyəsi bizə iqlim kommunikasiya modellərini daha dərinləndirən anlamaq imkanı verir. Fauconnier və Turner (2002) tərəfindən irəli sürülmüş bu nəzəriyyə göstərir ki, insanlar müxtəlif mənbələrdən – elmi faktlardan, şəxsi təcrübələrdən, pop-mədəniyyət elementlərindən və arxetiplərdən – gələn məlumatları birləşdirərək yeni, çoxqatlı və intuitiv mənalara yarıdirlar. Bu birləşmə prosesi yalnız şüurlu analizlə deyil, həm də avtomatik olaraq ağılın arxa planında baş verir. Məsələn, “planet = ev” metaforu bir tərəfdən elmi əsaslara söykənir (yerin yaşanacaq bir ekosistem olduğu), digər tərəfdən isə emosional bağlılıq və şəxsi məsuliyyət hissini oyadır.

Bu məqalənin məqsədi iqlim dəyişikliyi ilə bağlı sosial şəbəkə paylaşımında bu cür konseptual birləşmələrin necə yarandığını və hansı diskurs strategiyaları ilə auditoriyaya təsir etdiyini araşdırmaqdır. Bu məqsədlə həm keyfiyyət, həm də kəmiyyət metodlarına əsaslanan analiz aparılmış, müxtəlif platformalardan seçilmiş paylaşım üzərində metaforlar, çərçivələr və diskurs-köçürmələr təhlil olunmuşdur. Tədqiqat göstərir ki, sadə vizual və emosional mesajlar arxasında çox zaman mürəkkəb koqnitiv mexanizmlər dayanır və bu mexanizmlərin başa düşülməsi effektiv kommunikasiya üçün açar rolunu oynayır.

Beləliklə, bu məqalə sadəcə “iqlim dəyişikliyi haqqında nə deyilir?” sualını deyil, “bu mesajlar ağıl və şüurda necə formalaşır?” sualını da cavablandırmağı qarşısına məqsəd qoyur. Məqalənin praktik əhəmiyyəti isə ondan ibarətdir ki, əldə olunan nəticələr müəllimlər, media mütəxəssisləri, QHT-lər və eko-aktivistlər üçün daha effektiv və mədəni kontekstə uyğun mesaj strategiyalarının hazırlanmasına yardımçı ola bilər.

2.2. Ekoloji Diskursun Simvolik Strukturlaşması

Iqlim dəyişikliyi ilə bağlı sosial mediada qurulan diskurslar çox zaman simvolik çərçivələrə əsaslanır. Bu çərçivələr vasitəsilə mürəkkəb elmi məsələlər daha anlaşılın, duyğusal və vizual olaraq tanınan formaya salınır. Tədqiqat zamanı aşağıdakı metaforik çərçivələr ən çox rast gəlinənlər kimi müəyyən olunmuşdur:

Planet = Ev

Bu çərçivə ekoloji məsuliyyət hissini şəxsi məkana bağlayaraq “Evin yanırısa, susma!” və ya “Evimizi xilas et” kimi çağırışlarla təqdim olunur. Bu, auditoriyada məsuliyyət hissi yaratmaqla yanaşı, planetin qorunmasını şəxsi borc kimi təqdim edir.

Yer = Canlı Orqanizm

“Yer nəfəs ala bilmir”, “Yer planetin qızdırması var” kimi ifadələr tibbi metaforika vasitəsilə emosional empatiya doğurur. İnsan bədəni ilə Yer kürəsi arasında paralel yaradaraq təcili tədbir çağırışlarını legitimləşdirir.

Gənclik = Ümid

“Səssiz nəsil gələcəyin səsidir” və ya “Gənclər planet üçün ayaqdadır” tipli çərçivələrdə gənclər həm dəyişimin simvolu, həm də passiv qurbanıdan aktiv subyektə keçid kimi təqdim olunur. Bu çərçivə gənc auditoriyanın aktivliyini artırmaq məqsədi daşıyır.

Bu çərçivələr təkcə dil vasitəsilə deyil, vizual simvollar (yanan ev, nəfəs alan planet) və auditoriya ilə rezonansa girən musiqi fonu ilə də dəstəklənir. Bu isə çoxqatlı mənalandırmanı mümkün edir və mesajın qavranmasını gücləndirir.

2.3. Sosial Media Dinamikası

Sosial media diskursları ənənəvi media ilə müqayisədə daha interaktiv, sürətli və istifadəçi-yönlüdür. Burada mənafomaləşdirmə prosesi yalnız mətn vasitəsilə deyil, müxtəlif multimodal ünsiyyət vasitələri – şəkil, video, emoji, musiqi, animasiya, montaj, mem – vasitəsilə baş verir. Bu multimodal yanaşma konseptual birləşmənin vizual və emosional effektivliyini artırır.

1. Multimodalıq

TikTok və Instagram kimi platformalar sadəcə məlumat ötürmək yox, hissləri və simvolizmi çatdırmaq üçün geniş imkanlar yaradır. Məsələn, “planet yanır” mesajı qırmızı rəngli alov emojiləri, dramatik musiqi və sürətli video kadrlarla təqdim olunduqda mesaj çox daha təsirli qəbul olunur. Bu isə “visual blending” prosesini aktivləşdirir.

2. Pop-Mədəniyyət və Memləşmə

Sosial şəbəkələrdə pop-mədəniyyət kodları tez-tez elmi və sosial mövzularla qarışdırılır. Məsələn, Marvel qəhrəmanları, animasiya personajları və məşhur musiqilər iqlim mövzusunə “yumşaldılmış” və “rəqabətə dayanıqlı” məzmun qatır. Bu, gənc auditoriyanın mesajı qəbul etmə və paylaşma ehtimalını artırır.

3. Alqoritmik Rezonans və Viral Effekt

Platformaların alqoritmləri müəyyən tip kontenti (trend videolar, səslər, filtrlər) irəli çəkir. Bu isə məzmunun quruluşuna təsir edir və alqoritmik framing adlanan yeni bir konseptual çərçivə yaradır. Məzmun yaradıcıları bu qaydalara uyğunlaşmaqla blending effektini gücləndirir və viral təsirə nail olur.

4. Diskurslararası Blending

Bəzən “ciddi elmi məlumatlar” ilə “satirik və ya emosional memlər” eyni paylaşımda birləşdirilir. Bu interdiscursive blending — məsələn, NASA-nın buzlaqların əriməsi ilə bağlı statistik qrafiki ilə bir superqəhrəmanın fotosunun yanaşı verilməsi — həm məlumatı, həm də emosionu birləşdirərək daha geniş auditoriyanı əhatə edir.

3. Metodologiya

Addım	İcra Detalı	Nümunə
Korpus seçimi	240 paylaşım (2024–2025), #ClimateAction, #GreenBaku və s. etiketlərindən	TikTok, Twitter, Instagram
Kodlaşdırma	Metafor növləri, emosional ton, paylaşımın vizual stili	MAXQDA proqramında tematik analiz
Blending təhlili	Hər paylaşım üçün mənbə-hədəf xəritələri çəkildi	“Qəhrəman = Sən özünsən”
Sorğu mərhələsi	8 gəncə yarı-strukturlaşdırılmış müsahibə	“Sizə görə hansı mesaj daha inandırıcı idi?”

4. Təhlil və Tapıntılar

4.1 Metaforların Paylanması

Ən çox istifadə edilən metafor: **Planet = Ev** (46%)
Bundan sonra gələnler: **Yer = Canlı Orqanizm** (21%), **Gənclik = Ümid** (14%), **Buz = Göz Yaşı** (10%), **Qəhrəmanlıq = Ekofəallıq** (9%).

Bu metaforlar arasında “ev yanır” vizualı ilə müşayiət olunan paylaşım daha çox reaksiyaya səbəb olmuşdur (1.8 dəfə daha çox bəyənmə).

4.2 Platforma Fərqləri

Platforma	Orta Bəyənmə	Orta Paylaşım
TikTok	780	410
Instagram	550	330
Twitter	320	210

TikTok-un üstünlüyü onun vizual və hekayə əsaslı formatından qaynaqlanır. Bu da blending prosesinin vizual effektlərlə daha effektiv şəkildə təqdim olunmasına imkan verir.

4.3 Lokallaşdırma

Lokal metaforların sosial şəbəkə diskursundakı rolu xüsusilə milli kimlik və mədəni yaddaşa bağlı auditoriyalara təsir baxımından mühüm əhəmiyyət daşıyır. Məsələn, “Xəzər balaca gölməçəyə dönür” və “Xəzərin gözü yaşlıdır” kimi ifadələr

Azərbaycan kontekstində həm coğrafi reallığı əks etdirir, həm də emosional rezonans doğurur. Bu metaforlar yalnız dil vasitəsilə deyil, həm də vizual formatlarda təqdim olunur: Xəzər dənizinin su səviyyəsinin azalmasını göstərən videolar, üst-üstə düşən simvolik görüntülər (qurumuş sahil xətti, göz yaşı metaforasına uyğun gələn animasiyalar) bu çərçivəni gücləndirir. Lokal metaforlar vasitəsilə yaradılan bu emosional təsir, auditoriyanın məsələ ilə fərdi səviyyədə əlaqə qurmasına imkan yaradır və davranış dəyişikliyinə stimül verir. Eyni zamanda, bu tip lokallaşdırılmış çərçivələr milli media kampaniyalarının uğurunu artırmaq üçün mühüm strateji alət kimi istifadə edilə bilər.

4.4 İkiqat Diskurs-Köçürmə

Diskurs-köçürmə (interdiscursive blending) – yəni fərqli üslub, janr və mövzulardan olan elementlərin eyni kommunikativ mətnə birləşdirilməsi – iqlim məsələlərinin sosial mediada təqdimatında önəmli rol oynayır. Trend TikTok kliplərində müşahidə olunan bir nümunədə Marvel qəhrəmanlarının vizual obrazları NASA-nın buzlaqların əriməsinə dair statistik qrafikləri ilə montaj edilir. Bu qarışıq mesajlar həm emosional, həm də məlumat əsaslıdır. Sorğu nəticələrinə görə, bu tip “ciddi+əyləncəli” təqdimat tərzini gənc auditoriya üçün “ən motivasiyaedici” və “yadda qalan” format kimi qiymətləndirilmişdir. Belə bir texnika auditoriyanın diqqətini çəkməklə yanaşı, mövzuya qarşı marağı artırır və mesajın paylaşılma ehtimalını yüksəldir. Bu strategiya xüsusilə sosial media alqoritmlərinin vizual və dinamik məzmunlara üstünlük verdiyi mühitdə daha effektiv olur.

4.5 Ziddiyyətli Birləşmələr

Konseptual blendingin uğurlu olması üçün mənbə sahələri arasında uyğunluq və balans vacibdir. “OK Climate Boomer” kimi ironik memlərlə ciddi xəbər başlıqları bir araya gətirildikdə, bəzən diskursun daxili tutarlılığı pozulur. Bu cür uyğunsuzluq auditoriyada çaşqınlıq və mesajın etibarsızlığına səbəb ola bilər. Tədqiqatda müşahidə olunub ki, belə ziddiyyətli birləşmələr auditoriyanın reaksiyasını azaldır və paylaşımın viral potensialını zəiflədir. Buna görə də blending prosesində sahələrin kontekstual və emosional uyğunluğu xüsusi diqqət tələb edir. Məsaj verən şəxslər – istər jurnalist, istər fəal, istərsə də müəllim – fərqli diskurs sahələrini birləşdirərkən bu harmoniyanı qorumağa çalışmalıdır. Əks halda, kommunikasiya strategiyası zəifləyər və hətta əks reaksiya doğura bilər.

5. Müzakirə: Təhsil və Kommunikasiya üçün Təvsiyələr

Strategiya	Tətbiq Sahəsi
Mikro-metafor xəritələri	Məktəb və yay məktəblərində vizual əsaslı məna təhlili
Story-blend seminarları	Universitet klublarında ekoloji narrativlərin istehsalı
Lokal metafor bankı	Kampaniyaların milli simvollarla uyğunlaşdırılması
TikTok remix layihələri	Tələbələr üçün multimedial blending yarışmaları

Bu yanaşmalar rəqəmsal savadlılıq, vətəndaş iştirakçılığı və media analizi bacarıqlarını inkişaf etdirməyə imkan verir.

6. Nəticə

Aparılan tədqiqat nəticəsində aydın oldu ki, iqlim dəyişikliyi ilə bağlı onlayn diskursun təsiri yalnız təqdim olunan məlumatın məzmunundan deyil, bu məlumatın insan şüurunda necə konseptuallaşdırıldığından – yəni hansı metaforik çərçivələrlə təqdim edildiyindən və hansı konseptual birləşmə mexanizmləri vasitəsilə işlənildiyindən – asılıdır. Sosial şəbəkə paylaşımında istifadə olunan “planet = ev”, “yer = orqanizm” və “gənclik = ümid” kimi metaforlar sadəcə təsvir xarakterli ifadələr deyil, eyni zamanda auditoriyanın mövzu ilə emosional bağ qurmasını və məsuliyyət hissi formalaşdırmasını təmin edən koqnitiv strukturlardır.

Konseptual birləşmə modelləri bu metaforların necə yarandığını və necə qəbul edildiyini izah etmək baxımından effektiv analitik çərçivə təqdim edir. Xüsusilə, bir çox paylaşımında müşahidə olunan “ikiqat diskurs-köçürmə” texnikası (məsələn, pop-mədəniyyət elementləri ilə elmi məlumatların birləşdirilməsi) həm vizual cəhətdən cəlbedici, həm də idrak baxımından motivasiyaedici olur. Bu isə göstərir ki, effektiv kommunikasiya üçün yalnız doğru məlumat deyil, həm də bu məlumatın təqdimat forması əsasdır.

Tədqiqat nəticələri praktik baxımdan da faydalı yönlərə malikdir. Müəllimlər bu modeldən dərş resurslarının hazırlanmasında istifadə edə bilər; qeyri-hökumət təşkilatları (QHT-lər) bu yanaşma ilə lokal auditoriyaya uyğun kampaniyalar dizayn edə bilərlər; kommunikasiya mütəxəssisləri isə davranış dəyişikliyi yaratmaq məqsədilə yüksək təsir gücünə malik metaforik çərçivələri və konseptual sintezi strategiyaya olaraq tətbiq edə bilərlər.

Nəticə etibarilə, bu araşdırma göstərir ki, iqlim dəyişikliyi mövzusunda rəqəmsal kommunikasiya strategiyaları yalnız faktların çatdırılması ilə deyil, auditoriyanın düşüncə strukturuna və emosional qavrayışına toxunan konseptual metodlarla daha effektiv və dayanıqlı nəticələr verə bilər. Bu yanaşma, həm kommunikasiya elminin nəzəri inkişafı, həm də cəmiyyətin ekoloji savadlılıq səviyyəsinin artırılması baxımından mühüm perspektivlər açır.

Ədəbiyyat Siyahısı

- Fauconnier, G., & Turner, M. (2002). *The Way We Think: Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities*.
- Lakoff, G. (2010). Why It Matters How We Frame the Environment. *Environmental Communication*, 4(1).
- Kövecses, Z. (2020). *Metaphor and Emotion*.
- Nerlich, B., & Koteyko, N. (2015). Framing Climate Change in Social Media. *Environmental Communication*, 9(2).

- Jamalova, F. (2024). “Xəzərin Su Səviyyəsinin Mediada Təsviri”. *Azərbaycan Coğrafiya Jurnalı*, 12(3).
- Mukhina, S. (2023). TikTok as Climate Activism Platform. *Digital Culture & Society*, 9(1).
- Boykoff, M. (2019). *Creative (Climate) Communications*.
- Çobanzadə, A. (2024). Yerli Ekokampaniyalarda Dil və Metafor. *Dil və Cəmiyyət*, 6(2).
- Wiggins, B. (2022). *Memes and Environmental Politics*. *New Media & Society*, 24(5).
- UNICEF (2023). *Youth Climate Advocacy Report*.

Leyla Jumayeva

Conceptual Blending of Climate Change Messages in Social Media Discourse: A Cognitive Blending Perspective and Practical Applications

Abstract

This article explores the cognitive mechanisms underlying the meanings generated in social media campaigns about climate change. The study demonstrates how metaphors, frames, and conceptual blending operate in mobilizing online audiences. Based on the analysis of 240 selected posts from Twitter, Instagram, and TikTok, network-thematic and interdiscursive blending approaches reveal that integrative schemas such as “planet = home” and “Greta’s silent generation = the voice of the future” bring together both emotionally striking and fact-based arguments. The article proposes practical recommendations for media literacy, ecological literacy, and behavior change-oriented training programs:

- a) designing visual content through “micro-metaphor maps,”
- b) engaging youth in campaign production via the “story-blend” technique,
- c) selecting localized frames to ensure language-cultural alignment.

Keywords: conceptual blending, climate, social media metaphors, interdiscursive blending, ecological literacy

Rəyçi: fil. ü.f.d. Hüsniyyə Tanrıverdiyeva