

<https://doi.org/10.62837/2026.1.250>

AYTƏN ƏSGƏROVA RASİD
Baku International School
Əcəmi Naxçıvani 3097
E-mail: ayten.askerova17@gmail.com
orcid.org/0009-0008-6004-7368

METAFORA VƏ MEDIA - İCTİMAİ REALLIĞIN OBRAZLI ŞƏRHİ

Sözlər yalnız ünsiyyət aləti deyil, həm də fikirlərimizi və duyğularımızı dünyaya açan pəncərədir. Metaforalar isə bu pəncərənin ən parlaq çərçivələridir: onlar yalnız dili zənginləşdirmir, həm də elmi, publisistik və bədii üslublarda oxucuya mesajı daha təsirli və yaddaqalan şəkildə çatdırır.

Bədii ifadə vasitələri müxtəlifliyi ilə seçilsə də, onların arasında ən qüvvətli və ifadəli olanı metaforadır. Məcəzi sistemdə metafora həm qısa, həm də təsirli ifadə imkanları ilə digər vasitələrdən fərqlənir və ona birincilik verilir. Ən parlaq üslubi vasitə hesab edilən metaforalar haqqında müxtəlif fikirlər mövcuddur. Metafora haqqında ilk fikir e.ə. IV əsrdə yaşamış qədim yunan filosofu və alimi Aristotelin “Poetika” əsərində qeyd olunmuşdur. O, metaforanın əmələ gəlməsində müxtəlif əşya və hadisələr arasındakı mövcudluğu və adları olmayan əşyaları adlandırmağı əsas səbəb kimi qeyd etmişdir. O qeyd edirdi ki, metafora bir əşyaya başqa bir əşyanın malik olduğu adın verilməsindən ibarətdir ki, burada sözün mənası dəyişərək cinsdən növə, növdən cinsə və yaxud növdən növə keçməsi və ya proporsiya formasında dəyişməsidir. Metafora (yun. metaphora – köçürmə) dil vasitələrindən biridir və sözün ilkin, birbaşa mənasından kənara çıxaraq, oxşarlıq prinsipi əsasında digər obyekt və ya hadisəni səciyyələndirmək məqsədilə işlədilməsi nəticəsində yaranan məcəzi ifadə vasitəsidir və bu xüsusiyyətinə görə dilin mühüm semantik mexanizmlərindən biri hesab olunur. Linqvistik Ensiklopedik Lüğətə görə, metafora anlayışı hər hansı bir sözün birbaşa mənasından fərqli mənada işlədildiyi halların xarakteristikası üçün tətbiq oluna bilər. Metafora semantik və funksional xüsusiyyətlərinə görə müxtəlif növlərə ayrılır. Bunlara **kəskin metaforalar** - semantik uyğunluq daşımayan, bir-biri ilə birbaşa əlaqəsi olmayan anlayış və reallıqların qarşılaşdırılması əsasında yaranan metaforalar; **silinmiş (köhnəlmiş) metaforalar**- ilkin məcəzi motivasiyasını qismən itirmiş, buna baxmayaraq leksik vahid kimi fəal istifadə olunan metaforalar; **metafora-formula** – bir növ klişe olub, bəzən fikri ifadə etməyin yeganə mümkün yolu kimi qəbul edilən metaforalar; **genişləndirilmiş metaforalar** - bir neçə leksik vahidin qarşılıqlı əlaqəsi nəticəsində yaranaraq bütöv cümlə və ya mətn parçası səviyyəsində reallaşan və əsas semantik yükü daşıyan metaforalar; **reallaşdırılmış metaforalar** - sözlərin birbaşa mənasında işlədilməsi illüziyasını yaradır və əsasən ironik, satirik və ya yumoristik üslubda olan

metaforalar aiddir. Beləki, metaforalar yalnız bədii ifadə vasitəsi deyil, həm də mənanın formalaşmasında və üslubi təsirin gücləndirilməsində mühüm rol oynayır. Onların müxtəlif növləri dilin ifadə imkanlarını zənginləşdirərək fikrin daha təsirli və çoxşaxəli şəkildə çatdırılmasına xidmət edir. Beləliklə, metaforalar öz mahiyyətinə görə kodlaşdırılmış semantik informasiya daşıyıcılarıdır. Bu prosesdə müəllif faktı neytral şəkildə təqdim etmir, əksinə, onu subyektiv baxış bucağı əsasında yenidən quraraq oxucuya ötürür. Nəticə etibarilə, eyni üslubi niyyət müxtəlif dil vahidlərinin istifadəsi ilə fərqli ifadə modelləri şəklində reallaşır. Z.İ.Budaqova “Metafora və müqayisə bədii təsvir vasitəsi kimi” məqaləsində metaforanı belə qiymətləndirmişdir: Təsvir zamanı metaforadan çox bacarıqla istifadə etmək lazımdır. Əks təqdirdə, ondakı incəliyi başa düşmək çətinləşir, fikrin nə məqsədlə ifadə olunduğu anlaşılmaz qalır. Metaforada səmimilik və təbiilik də olmalıdır. Qeyri-səmimi metaforalar hiss və həyəcədən ziyadə nifrət və ikrah hissi oyadır. Qeyd etmək lazımdır ki, dildə hər cür sözlər deyil, müəyyən mənaqrupuna daxil olan sözlər metaforik xarakter daşıyır. Hər bir dildə yaranan metaforalar həmin xalqın yaşayış şəraiti, təsərrüfat fəaliyyəti, onun ətrafdakı mühitinə münasibəti və adətləri ilə bağlı olur. Məsələn, hind ədəbiyyatında inək müqəddəs ana, inək və dana birlikdə ana və bala obrazlarının təəcəssümü kimi geniş yayılmışdır. Azərbaycan ədəbiyyatında **inək** sözü həmin mənalarda metaforik ifadə kimi işlənir. Avropa ədəbiyyatında **it** etibarlığın simvolu olduğu halda hind ədəbiyyatında həmin söz mənfi mənada işlənir.

Metafora bir və ya bir neçə adı çəkilməyən və təsvir olunmayan predmeti konkret və məlum bir şey vasitəsilə təqdim edir. Məlumatın daha yaxşı ötürülməsi üçün o, insanın fantaziyasına, intuisiyasına, emosional vəziyyətinə və ideyaların yaranmasına təsir etməlidir. Bu yanaşma Ə.Dəmirçizadənin metaforaya verdiyi təriflə tam üst-üstə düşür; müəllif köçürmə prosesini süni deyil, məhz oxşarlıqdan doğan təbii və qanuni bir hadisə hesab edir. Bu zaman informasiya oxucu üçün daha xoş və daha asan qavranılan olur, çünki metaforik şəkildə təqdim edilən məlumat oxucunun yaradıcı prosesdə iştirakına imkan verir və müəllifin demək istədiyini daha yaxşı anlamağa kömək edir. Demək olar ki, metafora təxəyyülü fəallaşdırır və şablonların həddindən artıq istifadəsini aradan qaldırır. Bədii ifadə vasitələrindən sadəcə ədəbiyyata deyil həmçinin sözün mahiyyətinin yüksək olduğu bütün sahələrdə geniş istifadə olunur. İnsan fəaliyyətinin ən vacib elementlərindən biri olan nitq, siyasət meydanında kütlələrin iradəsini idarə edən, mürəkkəb siyasi hədəfləri cəmiyyət üçün anlaşılan edən və hakimiyyətin legitimliyini təmin edən ən təsirli vasitədir. Siyasi nitqin əsas məqsədi auditoriyanın istəklərinə təsir göstərməkdir. Bu məqsədin həyata keçirilməsi üçün üslubi vasitələrin hər birindən fəal şəkildə istifadə olunur. Publisistika üçün metafora xüsusilə zəruridir, çünki publisistlər oxucularla əlaqəni qorumağa, onların düşüncəsinə təsir göstərməyə və bəzən hətta onları inandırmağa çalışırlar. Metaforaların istifadəsi sayəsində məqalələr daha canlı və

anlaşılan olur. Beləki, metafora vasitəsilə hadisənin onlarda doğurduğu həqiqi hisslər barədə məlumatı dolayı yolla təqdim edir və qiymətləndirir. Publisistik üslubda metaforalar sadəcə bədii təsvir vasitəsi deyil, həm də məlumatın ötürülməsində xüsusi strateji əhəmiyyət kəsb edən elementlərdir. Onlar, ilk növbədə, mövcud reallıqların obrazlı şəkildə adlandırılmasını təmin edərək, müəyyən sosial dəyər və normaların formalaşmasında fəal iştirak edirlər. Digər məlum reallıqlara istinadlar yaratmaqla mətni daha dərin, parlaq və anlaşılıqlı edən metaforalar, həyatın müxtəlif sahələrində yaranan yeni terminləri sadə və sürətli şəkildə izah etmək gücünə malikdir. Bu yanaşma informasiyanın quru və uzun təsvirlərdən fərqli olaraq, daha maraqlı və cəlbedici təqdim olunmasına şərait yaradır.

Dil və metafora problemləri ilə məşğul olan alimlər siyasi xadimlərin çıxışlarına və onlarla müsahibələrə böyük diqqət yetirirlər, çünki dövlət və ya təşkilat rəhbərlərinin nə demək istədiyini daha yaxşı anlamaq üçün müəllif müəyyən konseptlərə və onlara uyğun metaforalara müraciət etməli olur. Mediada təqdim edilən dövlət və ya təşkilat rəhbərlərinin çıxışlarında hansı ideyaların irəli sürüldüyünü daha düzgün anlamaq üçün oxucular istifadə olunan mətnə və bu məndəki müəyyən fikirləri formalaşdıran metaforalara diqqət yetirməlidirlər. Bu konseptual metaforalar insanın dünyanı dərk etməsi, onun haqqında bilik əldə etməsi və reallığı təhlil etməsi üçün mühüm vasitədir. Onlar yalnız mətnə estetik dəyər və ifadəlilik qatmaq məqsədi daşıyan bədii metaforalardan əsaslı şəkildə fərqlənir. Konseptual metafora insanın düşüncə sistemində, gündəlik fəaliyyətinə və davranışına dərin şəkildə nüfuz edir. Konsepsiyalar yalnız mövcud biliklərin əks olunması ilə məhdudlaşmır, eyni zamanda bu biliklərin yenidən şərh edilməsinə və formalaşdırılmasına birbaşa təsir göstərir. Bu baxımdan, konseptual metaforalar yüksək yaradıcı potensiala malikdir. Əgər müəyyən bir metafora geniş istifadə olunaraq gündəlik dilə və təfəkkürə daxil olarsa, zamanla o, adi və dəyişməz bir anlayış kimi qəbul edilir və bununla da bütöv anlayışlar sistemində təsir göstərir.

Metaforanın bütöv bir sivilizasiyaya təsirinə parlaq nümunə kimi “vaxt – puldur” ifadəsini göstərmək olar. Reallığın bu cür qavranılması Avropa və, məsələn, ABŞ üçün olduqca səciyyəvidir. Bu cür bədii ifadə vasitəsi kognitiv dilçilikdə (xüsusilə G. Lakoff və M. Johnson-un yanaşmasında) **konseptual metafora** hesab olunur. Burada mücərrəd zaman anlayışı konkret və sosial baxımdan yüksək dəyəərə malik pul anlayışı vasitəsilə şərh edilir.

Fransız dilində konseptual metaforalar gündəlik nitqdə və yazılı diskursda geniş şəkildə istifadə olunur və reallığın müəyyən konseptlər əsasında dərk edilməsini əks etdirir. Bu metaforalar mücərrəd anlayışların daha konkret və tanış təcrübələr vasitəsilə mənalandırılmasına xidmət edir. Fransız konseptual metaforalarına nümunə olaraq aşağıdakı ifadələri göstərmək olar:

- La vie est un voyage ;
- Être dans le même bateau ;

- Les lundis sont des hérissons;
- Vivre comme cela, ça ne mène nulle part.

Bu ifadələrdə həyatın səyahət kimi qavranılması, yol, istiqamət, hərəkət və maneə anlayışları ilə əlaqələndirilməsi müşahidə olunur.

Bununla yanaşı, fransız mediasında siyasi mövzulu məqalə və başlıqlarda metaforik ifadələrə geniş şəkildə rast gəlinir. Xüsusilə prezident fiquruna istinad edən mətnlərdə siyasi proseslərin oxucu üçün daha aydın təqdim olunması məqsədilə müxtəlif məcazi ifadələrdən istifadə olunur. Bu metaforik strukturlar prezidentin fəaliyyətini, siyasi böhranları və qərarların istiqamətini abstrakt anlayışlar kimi deyil, gündəlik təcrübəyə yaxın obrazlar vasitəsilə ifadə etməyə imkan yaradır. Aşağıda təqdim olunan nümunələr fransız mediasında metaforaların siyasi diskursun məzmununu necə zənginləşdirdiyini nümayiş etdirir.

Francinfo xəber portalı “**Le banquier devenu chef d’État**” adlı bir benzetmə istifadə etmişdi. Buradakı benzetmə Fransa prezidenti Emmanuel Macron üçün tez-tez işlədilən metaforik təsvirdir: “keçmiş bank işçisi dövlətin başında” və ya “bankirlikdən prezidentliyə gedən yol”. Bu, parlaq təsviri və instrumental funksiyalara malik nominativ metaforadır. İfadə oxucunun təxəyyülünə təsir edir və prezident obrazını vizuallaşdırmağa vadar edir.

Digər bir misal kimi “**Macron reconnaît des “erreurs” mais veut garder le cap**” – yəni “Makron səhvlərini qəbul edir, amma istiqaməti qorumaq istəyir” kimi misali göstərmək olar. Bu ifadədə prezident Makronun siyasi strategiyası “**garder le cap**” – “**istiqaməti qorumaq / kursu saxlamaq**” kimi təqdim olunur. Bu, birbaşa səyahət və ya gəmi metaforası ilə əlaqəli olmasa da, “**cap**” — istiqamət, kurs ideyasını fransız siyasi diskursunda metaforik şəkildə istifadə edir.

Beləliklə, metafora publisistik diskursda yalnız ifadənin estetik bəzəyi kimi deyil, ictimai reallığın qavranılması və şərh olunması üçün mühüm koqnitiv və kommunikativ mexanizm kimi çıxış edir. Metaforik ifadələr göstərir ki, publisistik dil faktı sadəcə çatdırmır, onu eyni zamanda şərh edir və istiqamətləndirir, bu baxımdan metafora müasir mediada düşüncə ilə dil arasında körpü rolunu oynayan əsas ifadə vasitələrindən biri kimi dəyərləndirilməlidir. Metaforaların məqsədli istifadəsi ictimai rəyin formalaşmasına və oxucunun hadisələrə münasibətinin yönləndirilməsinə mühüm təsir göstərir. Nəticə etibarilə, publisistik mətnlərin təhlilində metaforaların öyrənilməsi medianın ideoloji və kommunikativ strategiyalarını aşkara çıxarmaq baxımından xüsusi elmi əhəmiyyət kəsb edir.

Ədəbiyyat

1. **Аристотель**, «Поэтика», гл. XXI. , **1957**.
2. **Н. Ярцева** *Лингвистический энциклопедический словарь* **1990**
3. **Budaqova Z. İ.** “*Metafora və müqayisə bədii təsvir vasitəsi kimi*” **2005**
4. **Dəmirçizadə Ə.** *Azərbaycan dilinin üslubiyyəti* **1962**

5. **Lakoff George; Johnson Mark** *Metaphors We Live By* **1980**
6. **Арутюнова, Н.Д.** Метафора и дискурс / теория метафоры **1990**
7. www.franceinfo.fr/ *Quand Emmanuel Macron était banquier d'affaires : "Un élément prometteur, mais sans plus"* **2017**. Disponible sur: https://www.franceinfo.fr/elections/presidentielle/quand-emmanuel-macron-etait-banquier-d-affaires-un-element-prometteur-mais-sans-plus_2171646.html
8. www.lepoint.fr *Macron reconnaît des « erreurs » mais veut garder « le cap »* **2018**. Disponible sur: https://www.lepoint.fr/politique/macron-reconnait-des-erreurs-mais-veut-garder-le-cap-30-09-2018-2259002_20.php

METAFORA VƏ MEDIA İCTİMAİ REALLIĞIN OBRAZLI ŞƏRHİ

Aytən Əsgərova Rasid

Açar sözlər: Metafora, Məcəzi ifadə, Semantik mexanizm, Bədii ifadə vasitəsi, Publisistika, Siyasi nitq, Koqnitiv mexanizm, Vizual təsvir, Estetik effekt, Konseptual metafora.

Xülasə

Metafora dilin əsas semantik və koqnitiv mexanizmlərindən biri olmaqla, ictimai reallığın obrazlı şəkildə qavranılması və şərh edilməsində mühüm rol oynayır. Müasir mediada və publisistik diskursda metaforalar yalnız bədii ifadə vasitəsi kimi deyil, həm də məlumatın strukturlaşdırılması, interpretasiyası və oxucuya təsir göstərilməsi üçün effektiv kommunikativ alət kimi çıxış edir. Publisistik mətnlərdə metaforaların istifadəsi faktların sadə şəkildə təqdim olunmasından kənara çıxaraq, onların müəyyən ideoloji və dəyər çərçivəsində şərh edilməsinə imkan yaradır.

Xüsusilə siyasi nitq və media diskursunda metaforalar ictimai proseslərin izahında, mürəkkəb sosial hadisələrin sadələşdirilməsində və oxucunun təfəkkürünə istiqamət verilməsində mühüm funksiyalar yerinə yetirir. Metaforalar vasitəsilə sosial reallığın müəyyən aspektləri ön plana çəkilir, digərləri isə arxa planda qalır. Bu baxımdan metafora mediada dil ilə düşüncə arasında bağlantı rolunu oynayaraq ictimai rəyin formalaşmasına və sosial normaların möhkəmləndirilməsinə əhəmiyyətli təsir göstərir.

METAFORA И МЕДИА: ОБРАЗНОЕ ОСМЫСЛЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Аскерова Айтэн

Расид

Ключевые слова: Метафора, Переносное значение, Семантический механизм, Художественные средства, Публицистика, Политическая речь, Когнитивный механизм, Визуальное представление, Эстетический эффект, Концептуальная метафора.

Резюме

Метафора является одним из ключевых семантических и когнитивных механизмов языка и играет важную роль в образном осмыслении и интерпретации общественной реальности. В современном медиапространстве и публицистическом дискурсе метафоры выступают не только как художественные средства выразительности, но и как эффективный инструмент коммуникации, способствующий структурированию информации и воздействию на аудиторию. Использование метафор в публицистике позволяет не просто передавать факты, но и интерпретировать их в определённом идеологическом и ценностном контексте.

Особое значение метафоры приобретают в политической речи и медийном дискурсе, где они способствуют объяснению сложных социальных процессов, упрощению абстрактных понятий и формированию определённого восприятия событий у читателя. Посредством метафор одни аспекты социальной реальности акцентируются, тогда как другие остаются в тени. Таким образом, метафора в медиа выполняет функцию связующего звена между мышлением и языком, оказывая существенное влияние на формирование общественного мнения и социальных норм.

METAPHOR AND MEDIA: A FIGURATIVE INTERPRETATION OF SOCIAL REALITY

Asgarova Aytan Rasid

Keywords: Metaphor, Figurative expression, Semantic mechanism, Artistic device, Journalism, Political speech, Cognitive mechanism, Visual representation, Aesthetic effect, Conceptual metaphor.

Summary

Metaphor is one of the fundamental semantic and cognitive mechanisms of language and plays a crucial role in the figurative perception and interpretation of social reality. In contemporary media and journalistic discourse, metaphors function not only as artistic devices but also as effective communicative tools that help structure information, shape meaning, and influence the audience. The use of metaphors in journalism goes beyond the mere transmission of facts, enabling their interpretation within specific ideological and value-based frameworks.

Metaphors are particularly significant in political speech and media discourse, where they facilitate the explanation of complex social processes, simplify abstract phenomena, and guide the reader's understanding of events. Through metaphorical framing, certain aspects of social reality are highlighted, while others are downplayed. In this sense, metaphor is a linking factor between language and thought in the media, playing a vital role in shaping public opinion and reinforcing social norms.

Rəyçi: f.e.d., prof. Fəridə Allahverdiyeva