

<https://doi.org/10.62837/2026.5.141>

AYGÜL ZAUR QIZI QULIYEVA
Azərbaycan Dövlət Pedaqoji Universiteti
E-mail: aygul99guliyeva@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0006-1793-4178>

SIYASI XADİM OBRAZINI MÜƏYYƏNLƏŞDİRMƏYİN LEKSİK METODLARI

Xülasə

Bu məqalə siyasi xadim obrazını müəyyənləşdirməyin leksik metodlarından bəhs edir. Məqalədə qeyd edilir ki, siyasi xadim obrazını müəyyənləşdirmək üçün leksik metodlara söz tezliyinin təhlili, qiymətləndirmə lüğəti, namizədlərin (adlandırma), metaforaların və kontekstual kontekstin təhlili daxildir. Bu vasitələr liderin əsas xüsusiyyətlərini, dəyərlərini və media müzakirələrində onlara münasibətini müəyyən etməyə kömək edir, söz seçimi vasitəsilə müsbət və ya mənfi imic formalaşdırır. Ümumiyyətlə qəbul edilmiş sosial statuslara əlavə olaraq, jurnalistlər siyasi liderləri müəyyən etmək üçün daha emosional yollardan istifadə edirlər. Mediada siyasətçinin müsbət və ya mənfi obrazı leksik vasitələrlə formalaşır. Gizli şəkildə təqdim edilən strategiyalar xüsusilə təsirlidir, çünki gizli məlumat alıcı tərəfindən təhlil edilmir, birbaşa qəbul edilir. Bundan əlavə, bu cür məlumatları kəşf etmək intellektual səy tələb edir, buna görə də əldə edilən məlumat insanın öz nəticəsi kimi mənimsənilir. Məlumatın gizli şəkildə təqdim edilməsi presuppozisiya adlanan bir texnika vasitəsilə mümkündür. Bu texnikadan istifadə edərkən sözlər və daha böyük nitq vahidləri və ya mətn yalnız təhlil yolu ilə müəyyən edilə bilən əlavə semantik komponentlərlə yüklənir.

Açar sözlər: media, siyasi xadim obrazı, leksik vasitələr, presuppozisiya, siyasi lider

Məlum olduğu kimi, dil təkcə məlumat ötürür, həm də şəxsiyyətə təsir göstərir, onu yaxşıya və ya pisə doğru dəyişir və nəticədə dolay yolla ictimai həyata təsir göstərir. Beləliklə, sırf linqvistik kateqoriyadan dil real sosial-siyasi qüvvəyə çevrilir [3, s. 620].

Medianın dili siyasətçinin obrazının formalaşmasında mühüm rol oynayır və buna görə də dilçilər medianın siyasi obraz yaratmaqda ən vacib vasitəsi olan dilə xüsusi diqqət yetirirlər. Bəzi dilçilər hesab edirlər ki, medianın dili milli dilin sosial cəhətdən şərtləndirilmiş reallaşmasıdır və bu, müxtəlif dərəcələrdə onun bütün üslub və alt üslublarının vəziyyətini əks etdirir [4, s. 129].

Medianın dili, birincisi, media tərəfindən yaradılan və yayılan mətnlərin məcmusu kimi; ikincisi, müəyyən linqvistik xüsusiyyətlər dəstini əhatə edən sabit dildaxili sistem kimi müəyyən edilə bilər; və üçüncüsü, hər bir kütləvi informasiya vasitəsinə: çap, radio, televiziya və internetə xas olan şifahi və audiovizual

komponentlərin müəyyən nisbətində malik xüsusi qarışıq tipli simvolik sistem kimi [1, s. 18-19].

Mediada siyasətçinin müsbət və ya mənfi obrazı leksik vasitələrlə formalaşır. Gizli şəkildə təqdim edilən strategiyalar xüsusilə təsirlidir, çünki gizli məlumat alıcı tərəfindən təhlil edilmir, birbaşa qəbul edilir. Bundan əlavə, bu cür məlumatları kəşf etmək intellektual səy tələb edir, buna görə də əldə edilən məlumat insanın öz nəticəsi kimi mənimsənilir [2, s. 69].

Məlumatın gizli şəkildə təqdim edilməsi presuppozisiya adlanan bir texnika vasitəsilə mümkündür. Bu texnikadan istifadə edərkən sözlər və daha böyük nitq vahidləri və ya mətn yalnız təhlil yolu ilə müəyyən edilə bilən əlavə semantik komponentlərlə yüklənir. Presuppozisiyanı uğurla həyata keçirmək üçün məlumatı göndərən alıcının spesifik linqvistik xüsusiyyətlərini, biliklərini və bacarıqlarını bilməlidir.

Məsələn, ingilis dilli mediada Vladimir Putin və Angela Merkelə münasibətdə gender kimi bir aspektin gizli semantik yükünü nəzərdən keçirin. Bu gün ingilis dilli mediada kişilər üçün universal müraciət forması "*Mr-cənab*"dır. Bu, sözügedən şəxsə hörməti vurğulayır, eyni zamanda onların ailə vəziyyətini nəzərə almır. "*Mrs-Xanım*". Qadınlar üçün universaldır və həmçinin qadının evli və ya subay statusunu vurğulamır. "Xanım"dan fərqli olaraq, "Xanım" qadının ailə vəziyyətini vurğulayır. "Xanım" qadın siyasətçilər üçün olduqca nadir hallarda istifadə olunur, çünki bu, yalnız onların ailə vəziyyətini deyil, həm də gəncliklərini göstərir. İngilis dilli mediada Vladimir Putinə müraciət edərkən ən çox neytral "*Mr-Cənab*" istifadə olunur; Angela Merkel üçün isə neytral "*Mrs-Xanım*". Siyasi liderlərin sosial statusu müzakirə edilərkən, məqalələrdə cinsdən əlavə aşağıdakılara da istinadlar var:

- yaş ("*The 60-year-old-60 yaşlı*" (Putin), "*Merkel, 59*")
- təhsil ("*A KGB officer in the former East Germany-Keçmiş Şərqi Almaniyada KQB zabiti olan Putin*", "*the German-speaking Putinalman dilində danışan Putin*")
- milliyyət ("*Russian-Rus*", "*German-Alman*")
- ailə vəziyyəti ("*The son of a policeman, Putin-Polis işçisinin oğlu Putin*", "*valideynlərinin ən kiçik və yeganə sağ qalan uşağı və Albert və Viktor adlı iki böyük qardaşından təxminən 20 il sonra dünyaya gəlib*")
- rəsmi status ("*Prezident*", "*lider*" (Putin); "*Chancellor-Kansler*" (Merkel))
- din ("*Merkel, a Christian-Merkel, xristian*")

Bəzən tək bir cümlədə bir neçə sosial status tapmaq olar, məsələn: "*The twice-married leader of the Christian Democrats (Merkel)-Xristian Demokratların iki dəfə evlənmiş lideri (Merkel)*",

"*The 62-year-old Russian leader ,an opportunist and an ideologue – a passionate, patriotic Russiannationalist- 62 yaşlı rus lideri, fürsətçi və ideoloq - a passionate, patriotic Russian nationalist-ehitiraslı, Vətənpərvər rus millətçisi*",

"gradualist, quietly plain-speaking, consensus-building, strongest on economic power, patiently steering a slow-moving, sovereignty-sharing, multinational European tortoise tədricən, sakitcə açıq danışan, konsensus quran, iqtisadi gücdə ən güclü, səbirlə idarə edən" "yavaş hərəkət edən, suverenliyi paylaşan, çoxmillətli Avropa tısbağası" (Merkel).

Qeyd etmək lazımdır ki, ümumiyyətlə qəbul edilmiş sosial statuslara əlavə olaraq, jurnalistlər siyasi liderləri müəyyən etmək üçün daha emosional yollardan istifadə edirlər, məsələn: "*Kremlin grandmaster-Kreml qrossmeysteri*", Kremlin chief-Kreml rəisi, "a man of action-fəaliyyət adamı", "The Coldest warrior-Ən soyuq döyüşçü", "action man-fəaliyyət adamı", "macho man-maço kişi", "the man who put the cold war back in vogue-Soyuq müharibəni yenidən dəbə qaytaran kişi" (Vladimir Putin haqqında); "Angela "Mutti-Angela "Mutti" (Mumiya) Merkel", "the most powerful womanən- güclü qadın", "the world leader-dünya lideri", "Queen of Europe-Avropanın kraliçası", "Heartless Merkel-Qəlbsiz Merkel", "vintage Merkel-köhnə Merkel".

ABŞ mediasında Heydər Əliyevin müsbət obrazı müxtəlif leksik vasitələrlə formalaşdırılır. Belə ki, o, *zəruri olan liderlik nümunəsi* kimi təqdim olunur. Bundan başqa, *shield Azerbaijan from total fragmentation* kimi metaforik ifadələr vasitəsilə onun xilaskar obrazı yaradılır, *interfaith tolerance and acceptance* kimi ifadələr onun tolerant siyasətini önə çıxarır. Nümunəyə nəzər yetirək: *He served as a meaningful example of the kind of leadership we desperately need- O, bizim çox ehtiyac duyduğumuz liderlik növünün mənalı bir nümunəsi oldu..* [6]. Digər bir nümunəyə diqqət edək: *He was able to shield Azerbaijan from total fragmentation and destruction.....- O, Azərbaycanı tamamilə parçalanmadan və məhv olmaqdan qoruya bildi.* [6].

ABŞ mediasında İlham Əliyevin müsbət obrazı əsasən qiymətləndirici leksika, strateji liderlik terminləri, enerji-siyasət söz sahəsi və sabitlik/inkışaf metaforları vasitəsilə formalaşdırılır. Bu obraz daha çox pragmatik lider+enerji diplomatiyası+ regional sabitlik yaradan şəxs çərçivəsində qurulur. Xarici media İlham Əliyevi güclü, strateji lider kimi təqdim edir və tez-tez beynəlxalq səhnədə "*reliable partner-etibarlı tərəfdaş*" və *important actor-vacib aktyor* epitetlərindən istifadə edir. O, "*polyglot-poliqlot*", "*a successful diplomat-uğurlu diplomat*" və "*stability-sabitliyi*" təmin edən lider kimi xarakterizə olunur. Qarabağ münaqişəsi kontekstində o, *winner-qalib və worthy son of the Azerbaijani people-Azərbaycan xalqının layiqli oğlu*" kimi təsvir olunur.

İlham Əliyevin danılmaz fəaliyyəti barədə ABŞ mediasında aşağıdakı fikirlər səslənir: *Azerbaijan is known for its ethnic and religious diversity. All religious sites are protected by the state- Azərbaycan etnik və dini müxtəlifliyi ilə tanınır. Bütün dini yerlər dövlət tərəfindən qorunur.* [7]. Bu sitatda onu tolerant, multikultural dövlət lideri kimi təqdim edirlər. Digər bir nümunəyə diqqət yetirək: *Energy will*

definitely continue to be one of the important parts of our cooperation- Enerji, şübhəsiz ki, əməkdaşlığımızın vacib hissələrindən biri olaraq qalacaq [5]. Bu ifadə ilə İlham Əliyev ABŞ mediasında enerji təhlükəsizliyi lideri, qərb üçün strateji tərəfdaş kimi təqdim olunur.

Məhz bu müəyyən etmə yolları müəllifin müəyyən bir siyasi lider haqqında fikrini, onlara qarşı müsbət və ya mənfi münasibətini ifadə edir.

Araşdırmalardan belə qənaətə gəlirik ki, siyasi xadim obrazını müəyyənləşdirmək üçün leksik metodlara söz tezliyinin təhlili, qiymətləndirmə lüğəti, namizədliklərin (adlandırma), metaforaların və kontekstual kontekstin təhlili daxildir. Bu vasitələr liderin əsas xüsusiyyətlərini, dəyərlərini və media müzakirələrində onlara münasibətini müəyyən etməyə kömək edir, söz seçimi vasitəsilə müsbət və ya mənfi obraz formalaşdırır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь): учеб. пособие / Т.Г. Добросклонская. – М.: Флинта: Наука, 2008. – 263 с.
2. Иссерс, О. С. Речевое воздействие: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / О.С. Иссерс. – М.: Флинта: Наука, 2009. – 224 с.
3. Хромов, С. С. Русский язык и современное российское общество: регуляция и саморегуляция? / С.С. Хромов // Русская словесность в контексте современных интеграционных процессов: Материалы Второй междунар. науч. конф., г. Волгоград, 24–26 апр. 2007 г.: в 2 т. Т. 1. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2007. – С. 620.
4. Чубина, Е.А. Особенности языка англоязычных СМИ [Электронный ресурс] / Е.А. Чубина, И.Н. Михайловская. – Пятигорск, 2013. URL: <http://www.scienceforum.ru/2013/pdf/7326.pdf> (дата обращения: 16.05.2016).
5. İlham Əliyevin Vaşinqtonda müsahibəsi, 2025
6. Heydar Aliyev and the Meaning of Leadership. The Jewish Press (ABŞ), 21 iyul 2015].
7. Calliber. Az(ABŞ media istinadlı reportaj), 09.08.2025.

Аннотация

В данной статье рассматриваются лексические методы определения образа политического деятеля. В статье отмечается, что к лексическим методам определения образа политического деятеля относятся частотный анализ слов, оценочная лексика, анализ номинаций (наименований), метафоры и контекстуальный контекст. Эти инструменты помогают выявить основные характеристики лидера, его ценности и отношение к ним в медийных

дискуссиях, формируя позитивный или негативный образ посредством выбора слов. Помимо общепринятых социальных статусов, журналисты используют более эмоциональные способы определения политических лидеров. Позитивный или негативный образ политика в СМИ формируется лексическими средствами. Стратегии скрытого представления информации особенно эффективны, поскольку скрытая информация не анализируется получателем, а воспринимается непосредственно. Кроме того, обнаружение такой информации требует интеллектуальных усилий, поэтому «полученная» информация усваивается как собственный результат. Скрытое представление информации возможно с помощью техники, называемой пресуппозицией. При использовании этой техники слова и более крупные речевые единицы и/или текст нагружаются дополнительными семантическими компонентами, которые могут быть определены только посредством анализа.

Ключевые слова: СМИ, образ политического деятеля, лексические средства, пресуппозиция, политический лидер

AYGUL ZAUR GIZI GULIYEVA
“LEXICAL METHODS FOR ANALYZING THE IMAGE OF A POLITICAL
FIGURE

ABSTRACT

This article examines lexical methods for defining the image of a political figure. It notes that lexical methods for defining a political figure's image include word frequency analysis, evaluative vocabulary, nomination (name) analysis, metaphors, and contextual context. These tools help identify the key characteristics of a leader, their values, and attitudes toward them in media discussions, shaping a positive or negative image through word choice. Beyond generally accepted social status, journalists use more emotional methods to define political leaders. A politician's positive or negative image in the media is formed through lexical means. Strategies for concealed presentation of information are particularly effective because concealed information is not analyzed by the recipient, but perceived directly. Furthermore, discovering such information requires intellectual effort, so the "received" information is internalized. Concealed presentation of information is possible through a technique called presupposition. Using this technique, words and larger speech units and/or text are loaded with additional semantic components that can only be determined through analysis.

Keywords: media, image of a political figure, lexical means, presupposition, political leader

Rəyçi: fil.e.d., professor. Şəfaqət Abdulla qızı Mahmudova

