

KÖNÜL ARZU qızı TAĞIYEVA

Baş müəllim

Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti

**PERİFERİK ONOMASTİK VAHİDLƏRİN LİŦQVOKULTUROLOJİ
XÜSUSİYYƏTLƏRİ (GƏNCƏ ERQONİMLƏRİ ƏSASINDA)**

Mədəniyyətlərarası və dillərarası əlaqələrin fəallaşması onomastikanın mədəniyyətlə qarşılıqlı əlaqə aspektində öyrənilməsinin zəruriliyini üzə çıxarmışdır. Bu problemə həsr olunmuş bir çox əsərlərdə onimlər linqvoölkəşünaslıq, linqvokulturologiya və mədəniyyətlərarası

kommunikasiya zəminində nəzərdən keçirilir. Həmin tədqiqatlarda onimin strukturunda milli-mədəni spesifikanın təqdim edilmə formalarının müəyyən edilməsi diqqət mərkəzində durur.

Onimlər ölkənin mədəniyyəti və tarixi haqqında müxtəlif informasiya daşıyır. Onlar maddi və mənəvi dəyərlər, təbii realilər barədə bilikləri özündə toplayır. Xüsusi adların bir növü kimi erqonimlərin tədqiqinin aktuallığı bununla şərtlənir. Belə ki, onların təhlili zamanı təkcə ənənəvi semantik və sözdüzəldici vasitələr yox, həm də müəyyən tarixi mərhələdə regionun linqvokulturoloji spesifikasi, xalqın mədəni prioritetləri üzə çıxır.

Hər bir şəhərin onomastik leksikası böyük linqvokulturoloji potensiala malikdir. Bu məqalənin mövzusu Gəncə erqonimiyasının milli linqvomədəniyyət aspektində öyrənilməsi ilə bağlıdır.

Tədqiqatın məqsədi Gəncə erqonimlərinin linqvokultur aspektdə təhlilidir. Bu məqsədin həyata keçirilməsi üçün aşağıdakı vəzifələr irəli sürülmüşdür:

- 1)Erqonim və linqvokulturologiya anlayışlarını dəqiqləşdirmək;
- 2)Erqonimlərin müxtəlif əlamətlər üzrə təsnifatını hazırlamaq;
- 3)Erqonimlərin yaranma strukturunu müəyyən etmək;
- 4)Nominasiya prosesinin xüsusiyyətlərini aşkar etmək.

Tədqiqatın obyektı Gəncədəki müxtəlif obyektlərin adlarıdır. Araşdırma zamanı təsviri, müşahidə, ümumiləşdirmə və sistemləşdirmə metodlarından istifadə edilmişdir.

1.Dil və mədəniyyətin qarşılıqlı əlaqəsi

Dil dünyanın milli mənzərəsini əks etdirir, onda dəyərlər sistemi cəmləşir, onun əsas funksiyası mədəniyyətin və ənənələrin nəsildən nəslə ötürülməsidir.

Dil və mədəniyyətin qarşılıqlı əlaqəsi olan linqvokulturologiyanı müasir dilçilikdə müstəqil bir istiqamət hesab etmək olar. “Milli dil vasitəsilə formalaşmış dünyagörüşünü” tədqiq edən linqvokulturologiyanın predmeti “bir-biri ilə dialoqda, qarşılıqlı əlaqədə olan həm dil, həm də mədəniyyətdir” (4, s.9). O, dilin “mədəniyyət hadisəsi kimi öyrənilməsinə” (5, s.19), “dilə aid və dildənkənar (mədəni) məzmunun vəhdət halında sistem metodlarla tədqiqinə və müasir prioritetlər, habelə normalar və ümumbəşəri mədəni göstərişlər sistemi aspektində araşdırılmasına istiqamətlənmişdir” (6, s.36-37). Bundan əlavə, linqvokulturologiya “mədəniyyətin dildə və diskursda təzahürünü, inikasını və təsbitini öyrənən fənn” (3, s.12) kimi, eyni zamanda, “aydın ifadə olunmuş fənlərarası xarakterə malikdir, humanitar təbiətli müxtəlif elmləri birləşdirir. Müasir dilçilik üçün fənlərarası araşdırmalar daha səciyyəvidir və lazımlıdır” (2). Linqvokulturoloji istiqamətin inkişafı mədəniyyət fenomeninin insan və cəmiyyətin dünyada mövcudluğunun spesifik forması kimi qavranılmasına cəhdlə şərtlənir. Bu sahə xalqın mədəniyyətinin dildə öz əksini tapan və təsbit olunan təzahürlərini öyrənir.

Dilin xüsusi təbəqəsi olan onimlər milli özünüdərkini spesifikasiyalarını əks etdirir. Məlumdur ki, xüsusi adlar, o cümlədən erqonimlər geniş leksik fona malikdir. Bu fon milli mədəniyyətlə assosiasiyaların məcmusu kimi müəyyənləşir. Adları əhatə edən sosiokultur fon bu vahidlərin başa düşülməsində çox əhəmiyyətlidir. Xüsusi adlar xalqın mədəniyyətində xüsusi yer tutur. Adda məzmun və forma tərəfləri eyni dərəcədə əhəmiyyətlidir.

Xüsusi adlar, o cümlədən erqonimlər dilin leksikasının elə mühüm təbəqəsidir ki, ümumi isimlərdən öz spesifik xüsusiyyətləri ilə fərqlənir və xüsusi onomastik qanunauyğunluqlarla səciyyələnir. Onlar subyektiv-assosiativ xarakterli mənə ilə zənginləşir.

2.Erqonimlərin milli-mədəni xüsusiyyətləri

Xüsusi adların tədqiqində sahə yanaşması geniş yayılmış üsullardandır. Bu araşdırmalarda, adətən, antroponim və toponimlərdən başqa, digər onomastik vahidlər periferik sayılır. Bunlardan biri də erqonimlərdir. Erqonimlər – “insanların işgüzar birliklərinin xüsusi adları” [1: 146] – artıq müasir dünyada xalqın mədəniyyətinin bir hissəsinə, dil situasiyasının və konkret ölkənin dilinin funksional imkanlarının indikatoruna çevrilib. Erqonimlərin milli-mədəni spesifikasi bəndə üzə çıxır ki, onlar beynəlxalq xarakter daşıdığına baxmayaraq, milli mədəniyyəti əks etdirir, çünki xalqın milli-mədəni ənənələri ilə şərtlənir. Bu, erqonimlərin milli mədəniyyət konseptləri ilə uyğunlaşdırılması zamanı tam şəkildə aydınlaşır.

Erqonimlər ənənəvi olaraq bu və ya digər linqvomədəniyyətin onimlər sisteminin bir hissəsi kimi nəzərdən keçirilir. Məlumdur ki, erqonimlərin və onların istifadə olunduğu tipik kontekstlərin məcmusu erqonimik məkanın əmələ gətirir. Bu məkan, bəzi universal parametrlərə malikdir, bu da işarə edilən obyektlərin oxşar xüsusiyyətləri ilə şərtlənir. Bu zaman hər erqonim erqonimik məkanın elementi kimi və məkanın özü konkret linqvomədəniyyətin determinləşdirdiyi əlamətlərə malikdir. Bundan başqa, erqonimlər sistemi bu və ya digər linqvomədəniyyətin regional təsvirləri ilə müəyyən edilir.

Qədim mədəniyyətin beşiyi olan Gəncə şəhəri Azərbaycanın sosial-iqtisadi, siyasi və mədəni həyatının inkişafında əvəzedilməz rol oynamışdır. Şəhərin tarixi haqqında danışarkən onun sosial-iqtisadi və mədəniyyət mərkəzi olduğunu qısaca bir neçə nümunə ilə qeyd etmək olar. Gəncə Azərbaycanın digər şəhərləri (Qəbələ, Naxçıvan, Şəki, Şamaxı) kimi gözəl coğrafi mənzərəyə sahib yaşayış məskəni olub, tədricən şəhər kimi formalaşmışdır. Aran xanlığının mərkəzi olan Bərdədən sonra Gəncə beynəlxalq ticarətdə mühüm rollardan birini oynamış və karvanların tez-tez keçdiyi və qaldığı yerlərdən biri olmuşdur. IX-X əsrlərdə Şəddadilərin paytaxt şəhəri olmuşdur. XII-XIII əsrlərin əvvəllərində Atabəylər dövlətinin paytaxtı kimi Gəncə istehsal etdiyi məhsullarla nəinki ölkə daxilində, həm də ölkə xaricində böyük şöhrət qazanmışdı. XX əsrdə Gəncə şəhəri qısa bir zaman müddətinə 1918-ci ildə yaradılmış müstəqil Azərbaycanın müvəqqəti paytaxtı olmuşdur. Gəncə şəhəri 2016-cı ildə “Avropa Gənclər Paytaxtı”, 2017-ci ildə Müstəqil Dövlətlər Birliyinin “Mədəniyyət Paytaxtı” seçilmişdir. Hal-hazırda Gəncə Azərbaycanın ikinci böyük şəhəridir.

Gəncə erqonimiyası, əsasən, nominatorun mədəniyyətini, fon informasiyasını əks etdirən assosiativ-obrazlı vahidlərdən ibarətdir. Bu adlar arasında insanla və yerləşmə mövqeyi ilə əlaqəsinə görə verilən onimlər də var.

Obyektlərə erqonimlərin verilməsi müxtəlif prinsiplər üzrə həyata keçirilir:

1)obyektlərin fəaliyyətinin xarakteri – Gəncə Dram Teatrı, “London CoffeeShop”, “Chicago Karaoke Kafe” və s.;

2) obyektlərin lokalizasiyası (toponimdən erqonimin yaranması prinsipi) – “Təbriz market” (Təbriz küçəsində yerləşir);

3)adlandırılan obyektin insanla əlaqəsinə görə (antroponimdən erqonimin yaranması prinsipi) – “Həsən Kiosk” (ticarət mərkəzi), “Alibaba Lounge” (çayxana), “Elnur İnternet Klub” (internet-kafe) və s.

Gəncə oykonimi şəhərdəki bir çox erqonimin tərkib hissəsi kimi rast gəlinir: “Gəncə Mall”, “Gəncə Telekom”, “Gəncə Kosmetik”, Gəncə Müalicə-Diaqnostika Mərkəzi, “Yeni Gəncə” Tibb Mərkəzi, Gəncə Humanitar Kolleci, Gəncə Dövlət Kukla Teatrı və s.

Nomenklatur termin iştirak edən, yaxud obyektin fəaliyyət sahəsini göstərən erqonimlər bütün sahələrdə var: Gəncə Dövlət Universiteti, Gəncə şəhər Endokrinoloji Xəstəxanası, Gəncə Regional Elm Mərkəzi, Gəncə Şəhər Təhsil İdarəsi, Gəncə Dövlət Filarmoniyası, Gəncə Regional Mədəniyyət İdarəsi, Gəncə Ağır Cinayətlər Məhkəməsi, “Gəncə-Qənnadı” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti və s.

Ad seçiminə məsuliyyətlə yanaşmaq çox vacib məsələdir. Ənənəvilik, mədəniyyət abidələrinin qorunması erqonimlərin seçimi prosesinə təsir göstərir. Dahi Azərbaycan şairi və mütəfəkkiri Nizami Gəncəvi Şərq ədəbiyyatında, türk-müsəlman dünyasında “Xəmsə” (“Beşlik”) adlanan poemalar silsiləsinin əsasını qoymuşdur. Böyük ustad sənətkardan sonra “Xəmsə” yaratmaq Şərq ədəbiyyatında ənənəyə çevrilmiş, bir çox xalqların şairləri “Beşlik” poemalar yaratmışlar. Sənətkarın bütün həyatı və zəngin ədəbi fəaliyyəti həmin dövrdə də, ondan sonrakı dövrdə də təkcə Azərbaycanın və Qafqazın ən iri şəhərlərindən biri deyil, eyni zamanda, Yaxın və Orta Şərqlin mühüm mədəniyyət mərkəzi kimi tanınmış Gəncə ilə bağlıdır. “Xəmsə” – dünya ədəbiyyatı xəzinəsinin nadir incilərindən biri kimi şəhərdəki obyekt adlarında öz əksini tapmışdır, məsələn: “Xəmsə Mall”, “Xəmsə Park” (ticarət obyektləri) və s.

Lokal toponimlər də erqonimlərin tərkibində əks olunur. Gəncədəki “Məhsəti Bağı” iki erqonimlə əlaqədardır: 1)Məhsəti Gəncəvi Mərkəzi (mədəniyyət mərkəzi); 2)“Məhsəti Bağı” kafesi. Qeyd edilən onomastik vahidlər XI əsrin sonları – XII əsrin əvvəllərində yaşamış ilk

məşhur Azərbaycan şairəsi, ilk şahmatçı qadın, ilk görkəmli qadın musiqiçi və çox ehtimal ki, ilk qadın bəstəkarı Məhsəti Gəncəvinin adı ilə bağlıdır. Məhsəti Gəncəvi Mərkəzinin qarşısında onun adını daşıyan bağ, bağda isə “Məhsəti Bağı” kafesi vardır.

“Göygöl” restoranı isə başqa bir toponimlə - Göygöllə bağlıdır. Yarandığı gündən Göygölün adı şeirlərdə, mahnılarda gözəllik rəmzi kimi çəkilir. Bu hidronim, eyni zamanda, transonimləşmə yolu ilə müxtəlif onomastik sahələrdə, o cümlədən erqonimiyada işlənir.

Gəncənin ən məşhur və böyük parkı Xan bağıdır. Xan bağı 1700-cü ildə salınmışdır. Ümumi sahəsi 6 hektardır. Tarixən xanların istirahət guşəsi kimi mövcud olmuş Xan Bağı Gəncə hökmdarı Ziyad xanın adı ilə bağlıdır. Bu bağın adı “Xan bağı” kafesinin adında əks olunub.

Öyrənilən vahidlərin bir hissəsi obyektin lokalizasiyasını bildirir, yəni onların yerləşdiyi küçəni, nominatora nisbətə onların mövqeyini göstərir, habelə başqa toponimə işarə edir, məsələn: “Şah İsmayıl Xətai Mağaza 95”. Səfəvilər dövlətinin banisi, Azərbaycan türkcəsini dövlət dilinə çevirmiş, ölkənin siyasi, ictimai, iqtisadi və mədəni inkişafı üçün böyük işlər görmüş Şah İsmayıl Xətəinin adı ilə Azərbaycanda bir çox obyekt vardır. Gəncədəki bu erqonim də onun adının verildiyi küçədə yerləşir və qeyri-adi strukturu ilə fərqlənir.

Gəncə erqonimləri üçün Avropa dillərinə məxsus sözlərin aktiv işlənməsi xarakterikdir: “Filter Store”, “Super Sport” (ticarət mərkəzləri), “Mini world” (uşaq mebeli mağazası), “Le bijou” (bijuteriya mağazası) və s. Onların əsasında, çox vaxt milli dillə kombinasiyada yüksək ekspressivliklə fərqlənən neologizmlər meydana çıxır.

Erqonimləri kommunikativ və erqonimik məkanın elementləri kimi beynəlmiləl (“Samsung”), milli (“Qruzinskiy dvorik”, “Tantuni”) və regional (“Şərq şirniyyatı”) növlərə bölmək olar. Linqvomədəniyyətin regional təsvirlərində yer tutan erqonimlər semantikanın əlavə konnotativ komponentlərini əldə edə bilir.

Təqdim edilən məhsul və ya xidmətləri göstərən erqonimlər daha işləkdir və çox rast gəlinir. Bunlar assosiativ-obrazlı vahidlərdir, çünki onlar insanların hisslərinə, emosiyalarına təsir göstərir, müəyyən assosiasiyalar doğurur, məsələn: “Güvən Təhlükəsizlik Sistemləri”, aptek “Şəfa”, “Atlet.az” (idman geyimləri mağazası) və s.

Regionda obrazlılıq elementləri olmayan, birbaşa məhsul və xidmətlərin növləri haqqında məlumat verən erqonimlər də qeydə alınıb: “Kitab Klubu”, “RadioTexnika”, “AvtoYağ Dünyası” (mağazalar) və s.

Digər mədəniyyətlərin etnik xüsusiyyətləri də Gəncə erqonimlərində təsbit olunub. Başqa xalqların milli koloriti, mətbəxi restoran adlarında özünü göstərir: “İstanbul Restoran”, “Americana SF” və s.

Hər xüsusi ad kimi erqonim də fərdin dil şüurunun fəaliyyətinin məhsuludur. O, kütlə tərəfindən oxunur, qavranır, nominasiyaların çoxsaylı adresatları üçün əhəmiyyətli olan sosiokultur fon biliklərini tələb edir. Adverənin yaradıcı dil fəaliyyətinin məhsulu olan erqonimlər onun dil daşıyıcısı kimi fərdi xüsusiyyətlərini üzə çıxarır ki, həmin xüsusiyyətlər də linqvomədəni kompetensiyalarla şərtlənir.

Erqonimiyaratma müasir şəhərin kommunikativ məkanında böyük əhəmiyyət daşıyır. Erqonimiyaratma üçün presedent onimlərin, milli-mədəni semantik komponentləri olan adların işlənməsi hər zaman aktualdır.

Erqonimiyanın linqvokulturoloji və regional aspektlərdə öyrənilməsi adiyaratmada ümumi tendensiyləri aşkar etməyə, şəhər onomastikonunun fərdi cəhətlərini xarakterizə etməyə imkan verir.

İstifadə olunmuş ədəbiyyat

1. Adilov, M. İzahlı dilçilik terminləri lüğəti / M. Adilov, Z. Verdiyeva, F. Ağayeva. – Bakı: Elm və Təhsil, 2020. – 656 s.
2. Белозерова, А.В. Лингвокультурология как лингвистическая дисциплина / А.В. Белозерова, Н.М. Локтионова // Современные проблемы науки и образования, – 2013. № 1. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=7681>

3. Красных, В.В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология: Лекционный курс / В.В.Красных. – Москва: Гнозис, – 2002. – 284 с. [Электронный ресурс]. <https://www.twirpx.com/file/213813/>
4. Маслова, В.А. Лингвокультурология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В.А.Маслова. – Москва: Академия, – 2001. – 183 с. [Электронный ресурс]. <https://www.twirpx.com/file/2211117/>
- 5.Rəhimov, M.N. Müasir Azərbaycan dilinə tərcümədə linqvokulturoloji fərqlilik faktorı (amerikanizm-frazeologizmlərin dilimizdəki semantik adekvatlıq probleminə dair) // Bakı Universitetinin Xəbərləri, Humanitar elmlər seriyası, – 2015. № 1, – s.19-24
- 6.Воробьев, В.В. Лингвокультурология: теория и методы / В.В.Воробьев. – Москва: Российский ун-т дружбы народов, – 1997. – 332 с. [Электронный ресурс]. <https://www.twirpx.com/file/1377206/>

XÜLASƏ

Məqalədə Gəncə şəhərinin erqonimləri linqvokulturoloji aspektdə nəzərdən keçirilir. Məlumdur ki, linqvokulturologiya dil və mədəniyyətin əlaqəsini izləməyə imkan verən aktual bir dilçilik istiqamətidir. Mədəniyyətlərarası və dillərarası əlaqələrin fəallaşması onomastikanın mədəniyyətlə qarşılıqlı əlaqə aspektində öyrənilməsinin zəruriliyini üzə çıxarmışdır. Dilin xüsusi təbəqəsi olan onomastik vahidlər milli özünüdərkini spesifikasını əks etdirir. Məqalədə əsas fikir budur ki, erqonimiyənin linqvokulturoloji aspektdə öyrənilməsi adyariatmada ümumi tendensiyaları aşkar etməyə, şəhər onomastikonunun fərdi cəhətlərini xarakterizə etməyə imkan verir.

Açar sözlər: *onomastika, linqvokulturologiya, erqonim, adyariatma, şəhər onomastikonu*