

## İQTİSADI DİSKURSDA SİNONİMLİK

Sevinc Eyvazova, Elnarə Axundova

Azərbaycan Universiteti, Bakı, Azərbaycan

e-mail: [Sevinj.Eyvazova@au.edu.az](mailto:Sevinj.Eyvazova@au.edu.az)

**Xülasə.** Məqalədə iqtisadi diskursa xas sinonimlik hadisəsi araşdırılır. İqtisadi diskurs janrı çərçivəsində sinonimlərdən, sinonimik cərgə analiz edilir.

**Açar sözlər:** diskurs təhlili, ingilisdilli iqtisadi diskurs, sinonimiya, sinonim cərgə, sinonimlərin növləri, iqtisadi terminologiya, sosiolinqivistik yanaşma.

### SYNONYMY IN THE ECONOMIC DISCOURSE

Sevinj Eyvazova, Elnara Akhundova  
Azerbaijan University, Baku, Azerbaijan

**Abstract.** The focuses on the phenomenon of synonymy specific to economic discourse. In the framework of the economic discourse genre, synonyms and synonymous lines are analyzed.

**Keywords:** discourse analysis, English economic discourse, synonymy, synonymous series, types of synomyms, economic terminology, sociolinguistic approach.

### СИНОНИМИЯ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Севиндж Эйвазова, Эльнара Ахундова  
Университет Азербайджан, Баку, Азербайджан

**Резюме.** В статье исследуется явление синонимии, характерное для экономического дискурса. В рамках жанра экономического дискурса анализируются синонимы и синонимические линии.

**Ключевые слова:** дискурсивный анализ, английский экономический дискурс, синонимия, синонимический ряд, виды синонимов, экономическая терминология, социолингвистический подход.

### 1. Giriş

Diskurs ideya və fikirlərin verbal, yaxud yazılı mübadiləsini bildirir. Vəsətəli nitqdə və eləcə də yazıda mövcud, o cümlədən böyük koherent mənası və aydın pragmatikası, məqsədi olan dil vahidi diskurs kimi dəyərləndirilir. Hər hansı bir şəxslə birbaşa ünsiyyət əsnasında bu və ya digər mövzunun müzakirəsi də diskurs hesab edilə bilər. Eyni zamanda diskurs bir kəsin konkret mövzu ətrafındakı fikirlərinin formal şəkildə verbal üsulla, yaxud yazılı ifadəsidir. Diskurs haqqındakı biliklərin özəyi fransız filosofu yazıçısı və ədəbi tənqidçisi Mişel Fukoya gedib çıxır [1].

Diskurs termini fransız dilindəki *discours* terminindən törəyib *nitq*, *diskurs*, *dil fəaliyyətinin nəticəsi kimi*, *danışıq üsulu* kimi tərcümə olunur. Diskurs nəzəriyyəsini banisi E. Benvenist hesab olunur ki, linqivist diskurs sözünə terminoloji çalar vermiş və “*danışana məxsus nitq*” kimi təyin etmişdir [2, s.296].

Diskurs təhlilinin əsasını dili sosial kontekstdə təhlil etmək təşkil edir. Bu məqamda sosiolinqvistikanın rolu da artır. Cəmiyyətin qayda və normaları, siyası mühit, məkan, zaman, niyyətönlü auditoriya və danışanın sosial – mədəni fon biliyi, hamısı dilin məna kəsb etməsində və interpretasiyasında (şərhində) mühüm rol oynaya bilər.

Diskurs təhlili müxtəlif janrlar üzərində cəmləşirək müxtəlif elm sahələrində - linqvistik, sosiologiya, media təhlili, tarix, politologiya və s. aid mətnlərdə özünü göstərir. Janrdan aslı olaraq müxtəlif metodlardan istifadə edir.

Diskurs təhlili kvolitativ tədqiqat növüdür ki, yazılı, qeyri-verbal və vizual dilin kontekstdə dərininə təhlilini əhatə edir. Diskursun təhlil edilməsində məqsəd dilin gerçək həyatda necə işləndiyini, sosial normalarda istifadə üsullarını, biliyin yaradılması prosesini nə şəkildə dəstəklədiyini anlamaqdan ibarətdir. Diskur təhlili zamanı nəzərə alınmalı bir sıra faktorlar vardır ki, bunlar dilin lüğət tərkibi, qrammatikası, tonu, dildəki janrlar, obrazlılıq, pragmatika və diskursun cəmiyyətlə əlaqəsindən ibarətdir.

İqtisadiyyat bir elm olaraq cəmiyyətin başlıca kateqoriyalarından, fəaliyyət sahələrindən biri kimi bəşəri mövcudluğun bütün mövcud sahələrini əhatə edir. İqtisadiyyatdan, eləcə də iqtisad elmindən danışarkən iqtisadi diskursa toxunmadan ötür keçmək mümkün deyildir. İqtisadi biliyin verballaşması kimi dəyərləndirilən iqtisadi diskurs, demək olar ki, iqtisadi kommunikasiyanın bütün sahələrini, elmi kitabların, dərsliklərin, jurnalların dilindən başlayaraq biznes mübadələrinin, sövdələşmələrinin dilinə qədər bütün məqamları əhatə edir. İngilisdilli iqtisadi diskursun isə beynəlxalq biznes dilinə çevrildiyini nəzərə alsaq, məntiqi olaraq, sözügedən dilin bu sahədə başlıca alətə çevrildiyini müşahidə etmək olar.

İqtisadiyyatda mikro və makro iqtisadi proseslər öz əksini sözü gedən diskurs janrında tapır və bununla bəşər cəmiyyətinin iqtisadi portretini formalaşdırır. İqtisadi diskurs dedikdə, biz *iqtisadiyyat sahəsinə aid nitq aktlarının məcmusunu, həm peşəkarlar, həm də qeyri-peşəkarlar, eləcə də jurnalistlər tərəfindən yaradılan şifahi və yazılı mətn fraqmentləri* nəzərdə tuturuq. Bu da öz növbəsində iqtisadi dünyanın reallıqlarını öz güzgüsündə əks etdirir. Belə hesab edirik ki, iqtisadi diskurs həqiqətən də, “*dil nəzdində dil*” dir, belə ki hər zaman nəzərdə tutulan sahəyə aid spesifikaya malik olur

İqtisadi diskurs kifayət qədər böyük həcmdə iqtisadi məzmunlu leksikanı, terminləri, alınmaları, neologizmləri, frazeologizmləri, metaforaları və nəhayət sinonimləri ehtiva edir.

## 2. Sinonimlərin tədqiqi və təsviri

Dilin mədəni irs təşkil etməsi sinonimliyin yaranması üçün münbit mühit yaradır. Ayrı-ayrı dillərdən alınmalarla dilin doğma mənşəyindən gələn sözlər bir çox hallarda sinonimlik təşkil edir.

Sinonimlik fenomenini araşdıran tədqiqatçıların bir qismi onun *ümumi leksik əlaqə* olduğunu, digərləri isə *qeyri-mövcudluğunu* iddia edirlər. Nəticə etibarilə, bu və ya digər mövqedən çıxış edənlər bu terminin *məna oxşarlığını*, yaxud da *məna eyniliyini* bildirdiyi firki ilə razılaşırlar. Sinonimliyin təyini bəzən müəyyən çətinliklər törədir. Bu məqsədlə ənənəvi olaraq əvəz etmə üsulundan istifadə olunur. Əvəz etmə metodu cümlədə bu və ya söz və ifadənin digəri ilə əvəz olunması zamanı cümlənin mənasına xələl gətirilməməsini şərtləndirir. Belə nəticəyə gəlmək olar ki, əgər əvəz edən söz ilkin sözün ifadə etdiyi anlayış və məfhumu eynilə

və ya oxşar şəkildə bildirirsə, bu tip sözlər sinonimlər (və ya sinonimik dupletlər, cütlüklər və s.) adlandırılır.

İngilis dilində sinonimlərdən ibarət lüğətlər ilk dəfə XVIII çap olunsa da, 1852-ci ildə *Rojenin (Roget)* müasir *tezaurusu* kəşfi sözlərin bir-biri ilə əlaqəsini daha qabarıq şəkildə ön plana çəkmişdir [3]. Daha sonralar isə sözü gedən fenomeni izah etməyə çalışan fəlsəfi və linqvistik nəzəriyyələr peyda olmuşdur. XX əsrin Avropa strukturalist dilçiləri individual söz mənalarını sözlər arasında mövcud olan bağlardan doğan bir hadisə kimi dəyərləndirirdilər. Hal-hazırkı dövrdə isə daha formal semantik yanaşmalar sinonimliyi diaqnostik və təsviri vasitələrlə izah etməyə çalışır. Bu şəkildə tədqiqatçılar mənənin ifadəsini təyin edilməsində sinonimliyin mühüm rol oynadığı nəticəsinə gəlmişlər.

Son zamanlarda sinonim tədqiqi kompüter metodlarına və korpus tədqiqinə əsaslanan metodlar üzərində qurulmuşdur. G.Dirks öz tədqiqatında sinonimlik hadisəsinə bütöv bir fəsil ayırmışdır [4]. Eləcə də, Murphy M.Lynne sinonimliyi müxtəlif məktəb və cərəyanlar nəzdində gözdən keçirmiş, koqnitiv semantikaya və s. diqqəti yönəltmişdir [5]. Söz gedən kitab bir fəsil leksik əlaqələrin tipindən aslı olaraq sinonimləri növlərə ayırır. Müxtəlif leksik təşkilat modelləri sinonimlik hadisəsinin yaranma səbəblərini izah edir və bəhs edilən modellərə necə sığışdığını illüstrasiya etməyə çalışır.

F.R. Palmer sinonim sözünün bir termin kimi yunan mənşəli olub (*syn – eyni və nymy – ad*) adlarda “mənaların eyniliyi” anlamına gəldiyini qeyd edir [6, s.88]. O, digər tərəfdən həm də həqiqi sinonimlərin qeyri – mövcudluğunu iddia edir. Müəllif bildirir ki, dəqiqliklə eyni mənaya malik sözlər dildə uzun müddət mövcud ola bilmir. Sinonimlər tezauruslarda *əlifba sırası* və ya *tematik* sıralanmaya malik olması ilə səciyyəvidir. Bəzən isə kortəbii şəkildə (cumulative synonymy), və ya mənə fərqləndirilməsinə (*distinctive synonymy*) görə də düzlənə bilər.

Sinonimliyin təyini barədə olan təriflərin əksəriyyəti bənzər təbiətə malikdir. Yalnız Hartmann və James sinonimliyi “*mənəsi oxşar olan bir qrup sözlər yaxud ifadələr arasındakı mövcud mənə əlaqəsi*” kimi dəyərləndir [7, s.135]. Müəlliflər sinonimlərin *tam və ya mütləq* (*complete* “strict”, “absolute” or “total”), *qismən və nisbi* (*partial* “loose”, “relative”, “quasi”, “pseudo”) növlərindən bəhs etmişlər. Onlar sinonimlərin texniki terminologiyadan daha çox, əsas ümumişlək lüğət tərkibinə xas olduğunu qeyd etmişlər.

Səlim Cəfərov “*məzmunca bir-birinə yaxın mənə ifadə edən müxtəlif fonetik tərkibə malik sözləri*” sinonim adlandırır. Müəllif eyni mənaya malik sözlərin isə “*dupletlər*” olduğunu qeyd edir. Onun fikrincə, dupletlər forma və mənşəyi eyni olan sözlərdir və onlar mənə görə neytrallığını qoruyub saxlayır, çünki “*mənəca bir-birinin tam eynini*” təşkil edir [8, s.27]. O, həmçinin sinonimlərin “*eyni nitq hissəsinə mənsubiyyəti*”nin başlıca şərtlərdən olmasını vurğulayır. Müəllif Azərbaycan dilində sinonimlərin peyda olunma səbəblərini 7 qrupda cəmləşdirilərək onların bir sıra nümunələrlə illüstrasiyasını verir: 1) ləhcə və dialektlərdən keçmə; 2) çoxmənalı sözlərdən birinin mənəsinin qırılması nəticəsində yaranma; 3)

sözdüzəldici şəkliçilər vasitəsi ilə yaranma 4) idiomlarla neytral sözlərin qarşılığı nəticəsində əmələ gələmə; 5) Alınma sözlər vasitəsi ilə yaranma və s. Müəllif eləcə də *sinonimik cərgələrin* mövcudluğundan da bəhs etmiş və hər zaman bir sözün bu verilmiş sıra daxilində *dominant-aparıcı* olduğunu bildirmişdir [8, s.28-29].

Qeyd etmək lazımdır ki, sinonimik cərgədə olan dominant söz daha çox ümumişlək səciyyə daşıyır, həm danışığ, həm də yazılı ədəbi dildə işlədilmə xüsusiyyətlərinə görə bərabər hüquqa malikdir.

Həsərət Həsənov isə *sinonimləri “gerçəkliyin eyni hadisə, əlamət və hərəkəti ilə bağlı olan, lakin müxtəlif formalarda adlandırılan semasioloji hadisə”* kimi dəyərləndirir. (9, s. 121). Müəllif sinonimliyi müəyyənlişdirərkən həm də onlar arasında *assosiativ əlaqənin* mövcudluğuna diqqət yetirməyin vacibliyini də vurğulayır. O sinonimlərə belə bir tərif verir : *“Bir ümumi məna ilə əlaqədar olub, bir məfhumu müxtəlif şəkildə adlandırılan, leksik-semantik variantlarına görə eyniləşən, mənaca yaxın sözlərə sinonim deyilir.”* H.Həsənov sinonimləri məna növlərinə görə 3 qrupa bölür: 1) *leksik* 2) *qrammatik* 3) *üslubi*. Müəllif eyni zamanda *kontekstual, mütləq, nisbi* sinonimlərdən də bəhs edir [9, s.121-144].

Bəzi dilçilər dilçilər sinonimlərin koqnitiv növlərindən də bəhs etmişlər. Koqnitiv sinonimlər məna eyniliyinə xas səciyyə daşıyır [10, s.11]. Koqnitiv məna həm də diskursiv, konseptual, denotativ, propozisional, referensial, məntiqi terminləri vasitəsi ilə də ifadə edilir [11, s.197].

### 3. İqtisadi diskursda sinonimlik

İqtisadi diskurs bir janr kimi diskurs təhlilində maraqlı cəlb etməli olan sahələrdən birini təşkil edir. İqtisadi diskursdan bəhs edərkən onun həm populyar medianın, həm də iqtisad elminə aid mətnlərin dilinə ehtiva etdiyini xüsusi nəzərə çatdırmaq lazımdır. Əgər istənilən bir şəxs hər hansı bir iqtisadi məsələ barəsində (məs. alqı-satqı, ticarət, qiymət, bank işi və s.) əksər kütlənin başa düşdüyü dildə danışarsa, bu zaman ümumişlək səciyyəli sözlərdən istifadə olunur. Dildə mövcud iqtisadi məzmunlu lüğət tərkibində də digər sahələrdəki kimi sinonimliyə, eləcə də sinonimik cərgəyə rast gəlmək mümkündür. *Məs., Cutback – decrease – reduction – reversal – decline, belt – fighting – economy – curtailment – lowering – lessening – decrement – abatement – curtailment – lessening; Commerce – economics – business – finance – social – science – dismal science; İnflation – increase – swelling – boom – expansion – hike – rise, etc. Value – worth – utility – usefulness – use – merit – helpfulness – evaluate – estimate, Need – be crying out for – be desperate for – be in need of – demand – have need of – neccessary, Beneficial – advantageous, favourable – fruitful, gainful, good, of use, productive, profitable – propitious – remunerative...*

Digər tərəfdən də iqtisadiyyatın dilində xüsusi terminlərdən də istifadə olunur. Terminlər əksər hallarda birmənalı xarakter daşısa da, iqtisadi sahədəki terminlərin də sinonimliyinə təsadüf olunur. İqtisadi terminlərin bəzi spesifik xüsusiyyətləri vardır ki, onlara xüsusi diqqət yetirmək lazımdır. Əksər iqtisadi terminlər beynəlxalq səciyyə daşıyır. Məs.,

*economist* (ekonomist, iqtisadçı), *broker* (broker, dəllal, vasitəçi), *deficit* (defisit, kəsir), *corporation* (korperasiya, şirkət). Bu cür sözlər bir dildən digərinə keçərkən dupletlər və ya cütlər kimi işlədilir. Məs., *deposit* - əmanət, *monopoliya* – inhisar. Azərbaycan dilində iqtisadiyyata aid ümumişlək sözlərdə eləcə də, terminlərdə sinonimliyə tez-tez rast gəlmək mümkündür. Məs., *tələbat* – ehtiyac – *tələb*, *dəyər* – qiymət – *məzənnə*, *mal* - əmtəə, *xərc* – *məxaric* – çıxar, *inhisar* – *monopoliya*, *pensiya* – *təqaüd*...

Bu hal maliyyə - ticarət sahəsinə aid olan terminlərdə də müşahidə olunur. Məs., *alıcı* – *müştəri*, *biznesmen* – *tacir* – *sövdəgər*, *mağaza* – *dükən*, *lisenziya* – *icazə* - *razılıq* – *rüsxətnamə*, *etiket* – *yarlıq*, *kirayə* - *icarə* - *kirə* və s.

Sinonimlər müxtəlif fonetik cildə sahib, lakin eyni anlayışları, adları, məfhumları bildirmələri ilə səciyyəvidirlər. Sinonimlik hadisəsi tarixi kateqoriya xarakteri daşıyır, yəni diaxronik növtəyi-nəzərdən səciyyəvlənən və universal təbiətə malik penomen təşkil edir. Sinonimlik terminologiyada da özünü göstərə birlir. Terminlər əksər hallarda birmənalı səciyyəsi ilə fərqlənsələr də iqtisadi diskursda onların sinonimliyi qabarıq şəkildə özünü göstərir [12, s.138]. Sinonimlik həm ümumişlək sözlərdə, həm də terminlərdə vaxtaşırı müşahidə olunan haldır. Məs., *Charges* – *expences*; *outlay*; *expanditure*; *exps*; *etc.*, (*xərc*, *məxaric*, *çıxar* və s. *mənalarda*), *Firm* – *enterprise*; *company*; *business*; (*firma*; *müəssisə*; *kompaniya*; *şirkət*; *müəssisə* və s.) *Workforce* – *employees*, *personnel*, *staff*, (*işçi qüvvəsi*, *işçi*, *çalışan*, *heyət*, *əməkdaş*), *Wage(s)* – *salary*-*fee* (*maaş* – *qazanc* - *qonarar*) və s.

İtdisadi məzmunlu sinonimlər dilin ümumişlək tərkibində, eyni zamanda terminoloji sistemində kontekstdən və sosial situasiyadan aslı olaraq bir-birini əvəz edə bilər. Məs, Commerce (*process of buying and selling*) sözünü nəzərdə tutulan sosial kontekstdən və prosesin pragmatikasından alısı olaraq aşağıdakı sinonimik cərgə əvəz edə bilər. *business*, *dealings*, *economics*, *exchange*, *industry*, *marketing*, *merchandise*, *merchantry*, *retailing*, *trade*, *traffik*, *truck*, *wholesaling*, və s., Finace (*economic affairs*) - *accounts*, *banking*, *business*, *commerce*, *economics*, *financial affairs*, *investment*, *money*, *money management*, *etc.* Sinonimlər leksik – frazeoloji və sintaktik cəhətdən birləşə bilmək xüsusiyyətlərinə görə də fərqlənə bilər. Məs., *investment management* (investisiya idarəsi) – *cost control* (qiymətlərin idarəsi, tənziplənməsi) – *running a company* – şirkətin idarəetməsi.

Sinonimlər yazı prosesində monotonluğun və taftologiyanın əleyhinə mübarizədə ən effektiv vasitələrdən biri hesab olunur. Bu qrupa aid olan sözlər metonimiya, sinekdoxa, evfemiz kimi üslubi vasitələrin sayəsində də yarana bilər. Bəzən bir sıra məfhumlar evfemizm kimi yəni mənası yumşaldılaraq işlədilər bilər. Evfemistik sinonimlərə iqtisadi diskursda da kifayət qədər tez-tez təsadüf olunur. Məs., *taxes* əvəzinə *users fees in lien*. Sözügedən dil hadisəsi sinonimlərin əmələgəlmə yollarından biri hesab oluna bilər. Aşağıda verilən bir sıra məqamları təhlil etməyə çalışaq. İqtisadiyyatda baş verən dəyişikliklərdən (bilavasitə inkişafdan) söhbət gəndə həm ingilis, həm də Azərbaycan dillərində depressiv situasiyalarda və krizisli anlarda belə, birbaşa nominasiyalardan uzaq durulmağa çalışılır. İngilis dilində

təsvir olunan hallarda “*recession*” ləksəmindən istifadəyə tez-tez təsadüf olunur. Xüsusilə vurğulmaq lazımdır ki, ingilis dilində “*recession*” ləksemi tədricən öz evfemistik təbiətini itirməyə başlayır. Vaxtaşırı istifadə olunduğundan söz neqativ konotasiya əldə edir və resipiyentlərdə narahatlıq oyada bilir. Bu məqsədlə yeni evfemizmdən “*slowdown*” ləkəmindən istifadə edilməyə başlamışlar. Bu, “*inkişafın sürətinin ləngiməsi*” kimi tərcümə edilə bilər. İqtisadi mətnlərdə tez-tez inkişaf etməkdə olan “*developing countries*” söz birləşməsi işlədilir. Əslində bu “*stagnating*” yaxud “*regressing countries*” ifadələrinin sinonimini bildirir. Həqiqətdə isə “*geridə qalmış*” yaxud “*kasıb*” ölkələr nəzərdə tutulur. “*Poor*” əvəzinə “*underprivileged*” və yaxud “*disadvantaged*” işlənir.

Məs., *Climate justice is a term, a movement that acknowledges the negative social, economic, and public health effects of climate change on underprivileged populations.*

Mediada iqtisadi xəbərlər zamanı çox vaxt *good issue* (yaxşı) əvəzinə “*appropriate*” (müvafiq), *bad issue* (pis) əvəzinə “*inappropriate*” (yersiz), *a ghastly problem* “dəhşətli problem”, daha yumşaq “*challenging issue*” (mürəkkəb məsələ) kimi verilir, eləcə də *spending* (xərclər) “*investment*” ifadəsi ilə (investisiya), *cuts* (maliyyələşmənin dayandırılması) “*savings*” evfemistik sinonimləri ilə əvəz edilir.

**Nəticə.** Qeyd etmək lazımdır ki, məna ümumiliyi və yaxınlığı, cərgə/sıra yarada bilmə qabiliyyəti, qarşılıqlı əvəzetmə, eyni nitq hissəsinə məxsusluq, eyni funksionallıq və s. kimi əlamətlər sinonimləri xarakterizə edən xüsusiyyətlərdəndir.

Tədqiq və təhlil etdiyimiz fikirləri ümumiləşdirərək belə fikrə gəlmək olar ki, “*məna ümumiliyinə (bəzən də eyniliyinə) və üslubi çalarlığa malik, müxtəlif hərf və səs cildində peyda olan, eyni bir nitq hissəsinə məxsusluğu və funksional eyniyyəti ilə şərtlənən sözlər qrupuna sinonim deyilir.*”

Sinonimlərin tədqiqinin çoxəhatəli bir mövzu olduğunu nəzərə alsaq, onların gələcək təhlili, araşdırılması və təsviri müxtəlif diskurs janrları (bədi, dini, siyasi, iqtisadi, media, və s.) və müvəlif dilçilik cərəyanları (məs., koqnitiv dilçilik) çərçivəsində də mümkündür. Sinonimlərin növ və çeşid müxtəlifliyi də diqqəti hər zaman cəlb etmişdir. Bu məsələnin də yaxından, daha ətraflı öyrənilməsi məqsəduyğundur. Nəticə etibarilə, hal-hazırda tədqiqat obyektini kimi seçdiyimiz mövzu hələ bir çox parametrlərdən çıxış edilərək daha ətraflı, müxtəlif kontekslərdə və müxtəlif yanaşmalar vasitəsilə tədqiq və təhlil oluna bilər.

### Ədəbiyyat

1. Foucault M., *The Archeology of Knowledge and The Discourse on Language*, 1969, 256 p.
2. Бенвенист Э., *Общая лингвистика*, 3-е изд., М.: Эдиториал УРСС, 2009, 448 с.
3. Roget P.M., *Roget's Thesaurus of English Words and Phrases*, Dec. 1, 1991 via <https://www.gutenberg.org/ebooks/22>
4. Geeraerts D.D., *Theories of lexical semantics*, Oxford, 2010, Oxford Univ. Press, 341p.
5. Murphy M. Lynne, *Lexical Meaning*, 2010, Cambridge, UK, Camb. Univ. Press, 276p.

6. Hartmann R.R.K., James, G., Dictionary of Lexicography, London and New York, 2001, by Routledge, 192p.
7. Palmer F.R., Semantics, London, 1981, 2nd edition, Cambridge Univ. Press, 170 p.
8. Cəfərov S., Müasir Azərbaycan dili: Leksika, II hissə, Bakı, Qərb-Şərq, 3-cü nəşr, 2007, 192s.
9. Həsənov H., Müasir Azərbaycan dilinin leksikası, Bakı, 2005, Nurlan nəşriyyatı, 452s.
10. Cruse A., Meaning in language: An introduction to semantics and pragmatics, Oxford: University Press, 2000.
11. Stanojevic M., Cognitiv synonymy: a general overview, Facta Universitatis, Linguistic an Literature Series, 7(2), 2009, 193-200.
12. Qurbanova L., Dil sistemində terminoloji leksika, Bakı, 2006, ADPU, 138 s.
13. [www.thesaurus.com](http://www.thesaurus.com), Roget's 21st Century Thesaurus, Third Edition.
14. [www.dictionary.com](http://www.dictionary.com)