

Bəşəriyyətin arxada qoyub gəldiyi tarix sübut edir ki, bir çox xalqların tarix səhnəsindən silinməsi həm də onların dilinin ölməsi ilə bağlıdır. Bəli, dil ölür, çünki dil də canlı orqanizmdir. Dil hər hansı bir xalqın etnomədəni atributu, tarixi pasportudur. Dilin ölməsi ilə xalq da ölür.



Ən hazırlıqsız oxucu bir çox ölü dillərin adlarını bilməsə də, əminəm ki, məşhur latın dilinin öldüyünü və bu dilin yalnız dərman nüsxələrində (reseptlərində) yaşadığını bilməmiş olmaz. Yaşadığımız günlərdə də dillər bu və digər səbəblərdən çox sürətlə sıradan çıxır. ABŞ-ın Milli Coğrafiya İnstitutunun araşdırmalarına görə, hər 14 gündə bir dil ömrünü tamamlayır. Bəs, necə olur ki, dil(lər) ölür? Hər hansı canlı orqanizm yad təsirlər nəticəsində, məsələn, öldürücü virusa yoluxduğu kimi, dil də xarici təsirlərin sayəsində xəstəliyə düşər olur. Hər hansı bir dil əcnəbi dillərin təsirinə məruz qalıb, yad sözlərlə doldurularsa, gec-tez ölməyə məhkumdur.

Dilin sıradan çıxması daha çox iki amillə bağlıdır: əcnəbi sözlərin dildə üstünlük təşkil etməsi; həmin dildə danışanların sayının azalması. Tədqiqatçılar çox doğru olaraq, əcnəbi sözləri “dil qanı” adlandırırlar. Oxucu bu məqamda deyə bilər ki, məqalənin bu yerinə qədər elə nə qədər əcnəbi söz işlətmisəm. Bu və digər formada dünyada həmişə inteqrasiya mövcud olub, dil və mədəniyyətlər bir-birindən qarşılıqlı şəkildə təsirləniblər. Demək, inteqrasiya və qloballaşma yeni hadisə deyil, sadəcə, elm və texnologiyanın sürətli inkişafı ilə əlaqədar onun da sürəti

artmış və forması dəyişmişdir. Bu səbəbdən dünyada yalnız doğma sözlərindən ibarət yekincis dil yoxdur. Dünyada mövcud olan bütün dillərdə alınma sözlər var. Ancaq hər şeydə olduğu kimi, burada da mizan-tərəzi gözlənilməli, əndazə olmalıdır. Doğma dildə min illərlə işlənən sözün əcnəbi sinonimini dilə gətirməyə hansı ehtiyac var? Nümunələrə diqqət edək: “kreativ, trend, eksklüziv, ekspromt, super, store, market, shop” kimi sözlərin dilimizdə qarşılığı var. Bu məqamda mənimlə razılaşmayıb



bu cür sözlərin ümumişləklilik qazandığını və dilimizdə artıq özünə yer aldığını söyləyə bilərlər. Çox təəssüf ki, bu tipli alınma sözlərin bəziləri hətta “Azərbaycan dilinin orfoqrafiya lüğəti”ndə də özünə yer almışdır. Etiraf edək ki, əcnəbi sözlər işləmə-şləmə dil keçir, bəzən də lap ümumişlək söz statusu qazanır. Məsələn, “super”, “market” sözləri kimi. Bu gün dükən-bazarda alver edən hər kəs göyərtilsin belə “super” epiteti ilə tərif edir. Beş-on il bundan əvvələ kimi dilimizdə super və market sözləri işlənilmirdi. Super əvəzinə əla, yaxşı, iri, böyük və market yerinə mağaza, dükən deyilirdi. Bu məqamda onu da qeyd edək ki, market sözü mağaza sözünün əvəzinə səhvən işlədilir. Əslində, ingilis dilində “market” bazar mənasında işlənir. İngilis dilində dükən və mağaza məfhumunu “store” və “shop” sözləri ifadə edir. “Eksklüziv” və “ekspromt” sözlərinə də daha çox dilimizin saf-

lığına bilavasitə cavabdehlik daşıyan jurnalistlərin dilində rast gəlinir. Son illər dilə gətirilmiş eksklüziv və ekspromt sözlərinin dilimizdə sinonimi kimi xüsusi (eksklüziv) və bədahətən, hazırlıqsız, qəflətən (ekspromt) sözləri işlənilmişdir.

Ana dilini sevmək və qorumaq VƏTƏNDAŞLIQ BORCUDUR

Dilimizə biganəliyin səbəbləri və bəlaları

obrazları olan üç qardaş da məhz belə oxumuşlardan idilər.

Bəziləri güman edirlər ki, əcnəbi terminləri çox işlətməklə savadlarının çoxluğunu nümayiş etdirmiş olurlar. Ancaq unudurlar ki, dildə sadəlik nitqdə alilik yaradır. Yeri gəlmişkən,

təsirləri danışılmazdır. Mənfi təsirləri isə çoxları ya görmür, ya da özünü görməməzliyə vurur. Qloballaşmanın ən mənfi təsiri milli dilləri küncə sıxışdırması və sıradan çıxarmasıdır. Heç kəs gənc nəslin xarici dilləri bilməsinin əleyhinə deyil. Amma

luğunu göstərmirmi? Qazanmaq, işdə irəli getmək yaxşıdır, lakin bu əsas vermir ki, doğma dilinin üstündən xətt çəkəsin. Dəfələrlə yazılıb və söylənilib ki, paytaxtın reklam daşıyıcılarında həddindən artıq əcnəbi sözlərin yer alması doğma Bakımızı

dığı halda, bu hərfdən yazıda gen-bol istifadə olunur. Bu dilimizə qarşı sayğısızlıq, milli normalara əməl etməkdə özbaşınalıqdır.

Dilimizə qarşı sərgilənən bu geniş hörmətsizliyin qarşısını vaxtında almasaq, sonra gec olar. Prezident İlham Əliyevin “Azərbaycan dilinin saflığının qorunması və dövlət dilindən istifadənin daha da təkmilləşdirilməsi ilə bağlı tədbirlər haqqında” fərman imzalaması da məhz bu zərurətdən irəli gəlir. Həmin sənəddə Nazirlər Kabinetinə Dövlət Dil Komissiyası yanında Monitoring Mərkəzinin yaradılması tapşırılmışdır.

Bu mərkəzin vəzifəsi dövlət dilinin tətbiqinə nəzarəti, kütləvi informasiya vasitələrində, internet resurslarında və reklam daşıyıcılarında ədəbi dil normalarının qorunmasını təmin etməkdir. Ölkəmiz müstəqillik əldə etdikdən sonra Azərbaycan dövləti Azərbaycan dilinin statusu,

araşdırmaçılar bildirirlər ki, çətin səslənən söz və ifadələr insanın üz və alın cizgilərində vaxtından əvvəl qırışlar yaradır. Yuxarıda qeyd etdiyim sözlərin dilimizdə işlənilməsinə heç bir ehtiyac yoxdur. Lakin “kompüter” kimi dilimizdə qarşılığı olmayan sözü gündəlik işlətməyə məcburuq. Bir zaman kompüter əvəzinə, Anadolu türkcəsindən gələn bilgisayar sözünü işlətsək də dayanıqlı olmadı.

Yuxarıda qeyd etdik ki, dil(lər)in ölməsinin ikinci səbəbi həmin dildə danışanların sayının azalması ilə bağlıdır. Məsələ yenə gəlir çıxır xarici təsirlərə. Qərbin texnoloji üstünlüyündən qaynaqlanan qloballaşma işıq sürəti ilə hücumdadır. İnteqrasiya və qloballaşmanın müsbət

bu şərtlə ki, yeni nəsillər doğma dilinə yuxarıdan aşağı baxmasın, onu arxaya itələməsin. Gərək gənclər əcnəbi dilləri ana dilini, milli ədəbiyyatını, tarixini, coğrafiyasını yaxşı mənimsəməklə yanaşı öyrənsin. Əgər hər hansı bir şəxs öz doğma dilində istənilən bir məfhumu canlandırma bilmirsə, həmin sözü doğma dildə yox, danışdığı əcnəbi dildə təsəvvür edəcək. Axı, dil təfəkkür məhsuludur.

Ana dili ilə bağlı daha bir bəlaya diqqət yetirək. Ölkənin harasına üz tutursansa, hər yerdə dükən, bazar, iaşə, ticarət və digər xidmət obyektlərinin əksərinə əcnəbi sözlərlə ad qoyulub. Bu, həmin sahələrdə iş quranların xalq və yurd sevgisinin azlığını, mal-mülk istəyinin isə çox-



Qərb şəhər(lər)inə bənzədir. Təkcə yaşadığım ərazidəki metronun “Neftçilər” stansiya-sının ətrafında yerləşən ticarət obyektlərinin reklam lövhələrində doğma dilimizə məxsus bir sözə belə rast gəlmədim. Həmin ünvanda sıralanmış ticarət obyektlərinin adlarına diqqət yetirək: “Viktoriya”, “Volkan”, “Belissa”, “Madeyra”, “Moda”, “Mebelroom”, “Embawood”, “Luks mebel”, “Eleqant”, “Oskar”, “İnterTuran”, “Golden fitness”, “Economic”, “Doneretto”, “Miss lady”, “X-lady”, “Lady star”, “Lady sharm”, “Pumba kids”, “X man”, “İzabel”, “Avva”, “Elektrolux”, “Kontakt home”, “Phar-dı” və s.

Hər birimiz belə mənzərələrin şahidiyik. Belə sözlərin heç birisi Azərbaycan dilinin leksik, orfoepik və orfoqrafik normalarına uyğun deyil. Worldtelecom, Lc Waikiki kimi sözlər də dilimizdə səslənmir və oxunmur. Azərbaycan əlifbasında W hərfi olma-

tətbiqi və saflığının qorunması barədə başqa qanun, fərman və sərəncamlar da qəbul etmişdir.

Dilin yaşaması, tətbiqi və inkişafı üçün bu üç amil olduqca vacibdir: dövlətçilik ənənəsi; sosial-iqtisadi-mədəni inkişaf; əcnəbi dillərin təsirindən qorunmaq. Bu üç mühüm amilin hamısı Azərbaycanda mövcuddur. Göründüyü kimi, dövlət statusu verilmiş Azərbaycan dilinin tətbiqi, saflığının qorunması və yüksək səviyyədə inkişaf etdirilməsi üçün hüquqi, sosial-iqtisadi və mənəvi şərait kifayət qədər mövcuddur.

Bundan sonra hər birimizin və hamımızın üzərinə bir vəzifə düşür: dilimizin qeyrətini çəkmək, onun saflığını qorumaq və mükəmməl səviyyədə inkişaf etdirmək. Unutmayaq ki, ana dilimiz milli varlığımız, birliyəmiz və ölümsüzlüyümüzdür.

Keybər GÖYYALLI