

Xülasə

Hibridləşmə qloballaşma prosesi nəticəsində dil və mədəniyyətlərin qarışması deməkdir. Bu konsepsiyanın əsasında mədəni diffuziya dayanır. Mədəni diffuziya tərəfdarları mədəniyyətlərin tarixi əlaqələrini və bir-birinə təsirini konkret etnik mədəniyyətin təsiri kimi qiymətləndirirlər.

Qlobal mədəniyyətin dili olan ingilis dili onunla rəqabətə girə biləcək digər beynəlxalq dillərdən ön mövqedədir və bu təkcə XX-XXI əsrlərdə meydana çıxan təzahür olmayıb, dərin köklərə malikdir. Tarixən, demək olar ki, beynəlxalq həyatın bütün sahələrində (diplomatiya, elm, kütləvi informasiya vasitələri və s.) ön mövqedə olan, roman-german köklərinə görə “hibrid” analitik struktura malik ingilis dili müasir dövrdə ümumi ünsiyyət dili (lingua franca) rolunu oynamağa başlayıb və mədəniyyətlərarası ünsiyyətin obyektiv lazımı vasitəsinə çevrilib. Dünyadakı digər dilləri assimilyasiya etməyə iddialı olan ingilis dili linqvokulturoloji səciyyə ilə bərabər ideoloji səciyyə də kəsb edir.

Açar sözlər: hibridləşmə, mədəniyyət, mədəni diffuziya, beynəlxalq dillər, ünsiyyət dili.

Summary

Hybridization means the mixing of languages and cultures as a result of the globalization process. This concept is based on cultural diffusion. The proponents of cultural diffusion value the historical connections of the cultures and the impact on each other as the influence of a specific ethnic culture.

English, the language of global culture, is ahead of other international languages that can compete with it, and this is not only a phenomenon that appeared in the 20th-21st centuries, but has deep roots. Historically, the English language, which is in the front position and has a "hybrid" analytical structure due to its Romano-Germanic roots, has started to play the role of a common language of communication (lingua franca) and become the objective necessary means of intercultural communication almost in all spheres of international life (diplomacy, science, mass media, etc.) in modern age. The English language, which claims to assimilate the other languages in the world, has an ideological as well as a linguocultural character.

Key words: hybridization, culture, cultural diffusion, international languages, communication language.

Hibridləşmə dedikdə qloballaşma prosesi nəticəsində dil və mədəniyyətlərin qarışması başa düşülür. Bu konsepsiyanın əsasında mədəni diffuziya dayanır. Mədəni diffuziya tərəfdarları mədəniyyətlərin tarixi əlaqələrini və bir-birinə təsirini konkret etnik mədəniyyətin təsiri kimi qiymətləndirirlər.

Hibridləşməni bəzən mədəniyyətin transmilli modeli də adlandırırlar. Bu anlayış altında həqiqi elementlər kimi, mümkün elementlərin də mənaya malik olduğu fasiləsiz mədəni mühit nəzərdə tutulur. Transmədəniyyət modeli çərçivəsində interferensiya prinsipi, yaxud bir mədəniyyətin simvolik mənalарının digər mədəniyyət sahələrində də yayılması prinsipi işləyir. Bu konsepsiya müasir dövrdə virtual reallıq mədəniyyətinin yaranması ideyasını müdafiə edir. Bu nəzəriyyənin əsasında hibridləşmə prosesinin gedişini özündə əks etdirən vahid axın (global flow) ideyasına uyğun gələn mədəniyyətin qloballaşması prosesi çıxış edir.

A.Appadurainin nəzəriyyəsi virtual dünyanın xarakteristikasını kifayət qədər dolğun əks etdirir. O, qloballaşma proseslərinin aniliyi, sürət və miqyasına diqqət çəkmək üçün *scape* ünsürü ilə əmələ gələn bir neçə axın məkan ayırır: global konfigurasiyalar axınına uyğun gələn texniki məkan (technoscape); kapital, transaksiyalar, investisiyalar axınlarını ehtiva edən maliyyə məkanı (finance scape); qaçqın, köçkün və turistlərin axınını əks etdirən etnoməkan (ethnoscape); obraz, simvol və işarələrin bir-birinə qarışdığı elektron informasiya axınını əks etdirən media məkanı (mediascape); müxtəlif simvol, ideya, dünyagörüş axınlarını əks etdirən ideoloji məkan (ideoscape) (7, səh. 296-300).

Azərbaycan dilində A.Appadurainin axınlar nəzəriyyəsinə uyğun gələn ingilis dilindən alınmış yüzlərlə nümunələr var. Məsələn texniki sahədə: *multimedia* (multimedia) “audio- və videoyazıların ərsəyə gəlməsi üçün lazım olan vasitələrin cəmi”; *card reader* (kart rıdər) “kartdan köçürmək üçün cihaz”; *compiler* (kompayler) “bir maşın dilindən digər maşın dilinə tərcümə üçün proqram”; *wi-fi* (vay-fay) “simsiz internet”, *I-Pad* (ay-pəd) “planşet” və s.; maliyyə məkanında: *time share* (taymşer) “istirahət bölgələrində kollektiv əmlak forması”; *tranche* (tranş) “istiqraz buraxılışının həcmi; Beynəlxalq Valyuta Fondunun kvotası”; *smart card* (smart kart) “mikroprosessorla təmin olunmuş kredit kartı”; *float* (flout) “kompaniyanın bazara buraxdığı aksiyaların ümumi həcmi” və s.; media məkanında: *prime time* (praym taym) “televiziyalara ən çox baxılan vaxt”; *clinch* (klinç) “açıq mübahisə”, *mainstream* (maynstrim) “hakim tendensiya”, *poster* (poster) “plakat, afişa”, *press release* (pres reliz) “mətbuat üçün açıqlama”, *tabloid* (tabloid) “bulvar qəzeti”, *jingle* (cinql) “musiqili loqotip”, *art house* (art hauz) “peşəkar kino işi”, *insert* (insert) “reklam əlavəsi”, *fliers* (flayers) “reklam əlavəsi” və s.

Bu tip formalar, yəni ingilis dilinə aid müxtəlif xarakterli söz və ifadələrin “Pidgin English” əsasında müəyyən qədər əcaib, spontan, çox da uzunömürlü olmayan formada meydana çıxması hibridləşmə prosesini özündə aydın şəkildə əks etdirir. Belə proseslər bu axınların kəsişdiyi nöqtələrdə, yəni virtual və real zonalar arasındakı fərqi hamarlayan koqnitiv-kommunikativ zonalarda baş verir. Bu zaman global ingilis dili yeni yaranan hibrid leksik vahidlərin meydana çıxmasına impuls verir (6, səh. 68).

Müasir dövrdə global mədəniyyət fasiləsiz dinamizm içərisində, ayrılma və yenidən birləşmə şəklində ortaya çıxan bir axına bənzəyir. Kütləvi informasiya vasitələri toplumların zaman və məkanla bağlı qavrayışlarını tez-tez dəyişir. Elmi-texniki tərəqqiyə uyğun olaraq beynəlxalq sərmayə tez-tez yer dəyişdirir, iqtisadiyyatın ayrı-ayrı sahələri sürətlə, ayrı-ayrı areallarda qeyri-bərabər inkişaf edir. Bütün bunlar isə mədəni qarışmaların, hibridləşmənin meydana çıxmasına təkan verir.

Müasir dövrdə amerikanizmlər müxtəlif peşə fəaliyyətləri ilə bağlı şəkildə və kütləvi informasiya vasitələrinin yaxından köməyi ilə dünya dillərinə fəal şəkildə nüfuz edir. Bu sözlərin bir qisminin alınması birbaşa tələbatla bağlıdırsa, yəni həmin sözlər yeni əşya, hadisə, xidmət və s. ifadə edirsə, böyük bir qismi belə bir xüsusiyyətə malik olmayıb, dəb, moda xatirinə işlədilir. Məsələn, Azərbaycan dilində fars dilindən alınmış *mehmanxana* sözü “başqa yerdən gələnlərin müvəqqəti yaşaması üçün xüsusi təchizatlı otaqları olan ev” mənasında işlənir (1, səh. 302) və hamı tərəfindən başa düşülür. “Mehmanxana” mənasında *qonaq evi* söz birləşməsindən də istifadə olunur. Son dövrlərdə bu ifadənin mənasında yeni çalar meydana çıxır. Belə ki, müəyyən bir yerə gəlmiş adamların hamısının qala biləcəyi yer *otel* // *hotel* adlandırılır, həmin yerə gələn yüksək rütbəli hökumət və dövlət adamlarının qaldığı yerə isə *qonaq evi* deyilir. Bədii əsərlərin dilində eyni mənada *otel* sözündən də istifadə olunur. Müq. et: *Otel sahibi və onun dalınca bir əcnəbi nömrəyə girdilər* (S.M.Qənizadə); *Restorandan aşağı Nemətin nəzərinə çarpan böyük bir otel oldu* (Çəmənzəminli) (1, səh. 532). Qeyd edək ki, son dövrlərdə *otel* sözü *hotel* şəklində istifadə

olunur. Azərbaycan dilində *otel* sözünün *mehmanxana* sözünü və *qonaq evi* birləşməsini sıxışdırması, eləcə də *otel* sözünün artıq *hotel* şəklində, yəni qlobal ingilis dilindəki formaya uyğun şəkildə yazılması qloballaşma prosesi ilə bağlıdır və müəyyən qədər də özündə dəb, moda nüansları daşıyır.

Müasir türk dilində də uyğun təzahürlərlə qarşılaşırıq. *Ali's Apart Otel, Mel's Restaurant, Özdemir's Çorap ve Çamaşır* tipli xüsusi adlarda yiyəlik anlayışının ingilis dilinə məxsus – 's ünsürü ilə ifadə olunmasına diqqət çəkən G.Gülsevin bu cür adlandırmanın bir moda, dəb halına gəldiyini göstərir (2, səh. 156). *Foto Işık Digital, Foto Doğu Color, Ogün Bufe, Erdal Lokanta* kimi xüsusi adların türk dilinin sintaktik quruluşu ilə uzlaşmadığını göstərən S.Küçük həmin adların *Ogünün Bufesi, Erdalın Lokantası* şəklində yazılmalı olduğunu qeyd edir (3, səh. 510). A.N.Sıra görə, türk dilində ingilis dilindəki kimi müəyyənlik artıqlı olmadığına görə daha çox otel və iş yerləri adlarında (*The Marmara, The Plaza Hotel, The Bostancı Otel, The Hause Cake* və s.) rast gəlinən ingilis dilinə məxsus *the* artıqlı türk dilini kirləndirməyə xidmət edir (4, səh. 976). Doğrudan da, türk dilində özünü göstərən bu təmayüllər qloballaşma prosesinin nəticəsi kimi meydana çıxmışdır və türk dilinin leksik və qrammatik normalarına uyğun gəlmir. Dəb, moda, mənfəət xatirinə türk dilinə gətirilən bu yeniliklər türk dilini yalnız kirləndirir.

L.M.Qonçarova turizmlə bağlı leksika əsasında son dövrlərdə rus dilinə yad dillərdən keçmiş sözlərin bu dilə gəlməsinin səbəblərini aşağıdakı şəkildə ümumiləşdirir: a) yeni təzahür, əşya və xidmətlərin adlarına tələbat olduqda, məsələn, *дьюти-фри, такс-фри, хостел, бизнес-тур*; b) semantik baxımdan bir-birinə yaxın, lakin müəyyən qədər bir-birindən fərqlənən anlayışları dəqiqləşdirməyə tələbat olduqda, məsələn, *бонус – премия, трансфер – доставка, перевозка*; müəllifin fikrincə, bir vaxtlar rus dilində geniş şəkildə işlədilən və hamının başa düşdüyü *бытерброд* sözü bunun nəticəsində yeni alınmış *сэндвич* və onun müxtəlif növlərini ifadə edən *гамбургер, фишбургер, чизбургер* sözləri tərəfindən sıxışdırılır və *бытерброд* sözü lüğət tərkibinin passiv fonduna keçmək üzrədir; c) əşya, təzahür və xidmətlərin kompakt adlanmasına tələbat olduqda, məsələn, *инклюзив-тур* “yaşayış yerindən nəzərdə tutulan yerə gedib-gəlmək, qalmaq və səfər üçün uyğun xidmətləri özündə ehtiva edən kompleks tur”; *твин* “ayrıca çarpayıları olan iki nəfərlik nömrə” və s. ç) alınma sözün daha nüfuzlu, “yüksək stilə” uyğun hesab edilməsi ilə bağlı sosial-psixoloji səbəblər olduqda, məsələn, *all-inklusive* “hər şey daxil”, *кайонинг* “dağ çayında qayıqla aşağı enmək”, *кайтеринг* “yeməklə təminat” və s. (5, səh. 58).

Mədəniyyətin hibridləşməsinin səviyyəsi böyük şəhərlərdə daha yüksəkdir. Nyu-York şəhərini buna nümunə göstərən O.Odeqova bu şəhərin mədəniyyətinin qarışıqlığını obrazlı şəkildə pizzaya, salat qabındakı salata bənzədir və yazır ki, bu şəhərdə mədəniyyətin müxtəlif sahələrində Avropa, Asiya, Afrika və Latın Amerikasına ənənələri bir-birinə qarışmışdır. Bu cəhət Afrika dini himnlərindəki spiriçuel (ingiliscə *spiritual*), svinq, blyur, kantri və folk (swing, blues, country, folk) stillərindəki rok-nroll, kasıb afroamerika kvartallarındakı küçə motivləri olan svitç (switch), bi-bop (bi bop), yaxud hip-hop (hip-hop) stillərinin hibridləşməsində özünü göstərir. Nyu-York şəhəri dilçilik baxımından picin dillərin meydana gəlməsi ilə xarakterizə olunur. Belə ki, Nyu-Yorkun ayrı-ayrı məhəllə və kvartallarında qlobal ingilis dili əsasında formalaşmış picinlərdən istifadə olunur: Çaynataunda *Chinglish*, Cənubi Bronks dairəsində *Spanglish*, Bruklin və Brayton-Biçdə *RunGLISH*, Nyu-Yorkun bəzi klasterlərində isə (nisbətən seyrək şəkildə) *Denglish* picinlərindən istifadə olunur (6, səh. 70).

Hibrid leksik vahidlərin yaranması reklamlarda özünü daha aydın göstərir. Buna nümunə kimi Azərbaycan dilində işlənən *online-kredit, SPA-salon* (SPA latınca Sanusper Aquam, yaxud Sanitaspa Aqua “suyun köməyi ilə sağlamlıq” sözünün ixtisarıdır), *VIP-zal, VIP-salon, Check-up Mərkəzi, Coca-cola zavodu, Gold Bakı, Best Bakı* söz və söz birləşmələrini göstərmək olar. Burada əsas məqsəd müştərinin diqqətini özünə cəlb etməkdir.

Bura qədər söylədiklərimizə əsaslanaraq deyə bilərik ki, Qlobal mədəniyyətin dili olan ingilis dili onunla rəqabətə girə biləcək digər beynəlxalq dillərdən ön mövqedədir və bu təkcə XX-XXI əsrlərdə meydana çıxan təzahür olmayıb, dərin köklərə malikdir. Tarixən, demək olar ki, beynəlxalq həyatın bütün sahələrində (diplomatiya, elm, kütləvi informasiya vasitələri və s.) ön mövqedə olan, roman-german köklərinə görə “hibrid” analitik struktura malik ingilis dili müasir dövrdə ümumi ünsiyyət dili (*lingua franca*) rolunu oynamağa başlayıb və mədəniyyətlərarası ünsiyyətin obyektiv lazımı vasitəsinə çevrilib. İngilis dilinin milli Amerika variantı ona məxsus olan etnik-mədəni funksiyaları yerinə yetirməklə yanaşı, qloballaşma şəraitində digər linqvokulturoloji ünsürlərlə qarşılıqlı əlaqə şəraitində Amerika mentalitetini

özündə əks etdirir. Dünyadakı digər dilləri assimilyasiya etməyə iddialı olan ingilis dili linqvokulturoloji səciyyə ilə bərabər ideoloji səciyyə də kəsb edir. Nəzərə almaq lazımdır ki, qlobal səciyyə kəsb edən ingilis dili milli dil xüsusiyyətlərini itirir, qrammatik və frazeoloji baxımdan sadələşərək ümumi ünsiyyət vasitəsinə çevrilir, yəni obyektiv qloballaşma çərçivəsində millətlərarası dil – ünsiyyət vasitəsi kimi özünü göstərməyə başlayır.

İstifadə olunmuş ədəbiyyat:

1. Azərbaycan dilinin izahlı lüğəti, III cild, Bakı: Şərq-Qərb, 2006. 762 s.
2. Gülsevin G. Dil Kirliliyi Sorunu // Çağdaş Türkçenin Sorunları, Ankara: Gazi Kitabevi, 2006. 135-164 s.
3. Küçük S. Dil Kirliliyinin Türkçemize Yansımaları // Türk Dili. Dil ve Edebiyat Dergisi, S. 669, Ankara: Türk Hava Kurumu Basımevi, 2007. 504-514 s.
4. Sır A.N. Türkçede Batı Kaynaklı Kelimeler ve Unsurlar Sorunu // International Journal of Sosial Science, Volume 6, Issue 8, 2015. p.969-982.
5. Гончарова Л.М. Иноязычная лексика в туризме: мода или необходимость? // Русская речь, №5, 2011, стр. 57-62.
6. Одегова О.В. Глобализация языка и культуры: специфика и место в системе глобальных процессов современности, Томск: Издательский Дом Томского государственного университета, 2017. 168 стр.
7. Appadurai A. Disjuncture and difference in the global cultural economy // Theory, Culture and Society (SAGE), Vol. 7, 1990. p. 295-310.