

**QLOBAL İNGİLİS DİLİNDƏ TURİZM LEKSİKASININ FORMALAŞMASINDA ALINMA SÖZLƏRİN ROLU**

Bu gün bəşəriyyət necə adlandırılmasından asılı olmayaraq inkişafın tamamilə fərqli bir mərhələsinə qədəm qoymuşdur. Dünyanın inkişaf parametrləribaxımından müşahidə olunan və “qloballaşma” adlandırılan bu proses bugünkü dövrdə də öz aktuallığı ilə xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Həyatımızın bütün sahələrinə təsiri ilə müşahidə olunan qloballaşma dilçiliyə də nüfuz etmişdir. Xüsusilə də, ikinci dünya müharibəsindən sonra çox vüsət alan bu proses dünya dilləri arasında ingilis dilinin bütün dillərdən fərqlənən üstünlüyü öz əlinə almasına səbəb olmuşdur.

Niyə başqa dil yox məhz ingilis dili? Qlobal ingilis dilinin mənbəyini tapmaq üçün tarixə nəzər salmaq kifayət edər. Beləki, dil daim hərəkətdədir. XV əsrdə o, şimali Amerikaya gəlib çıxan kimi Britaniya adalarına yayılmağa başladı. Bundan sonra ingilis dilinin qlobal dil statusuna atılan ilk addım 300 il müddət ərzində stabil qaldı. O dövrdə ingilis dilində danışanların sayı 5-7 milyon idi və bu ancaq Britaniya adalarını əhatə edirdisə, I Elizabetin hakimiyyətinin sonu (1603) və II Elizabetin hakimiyyətinin başlanğıcı (1952) arasındakı dövrdə bu rəqəm 50 dəfə artaraq 260 milyona çatdı. Artıq bu dildə ana dili kimi danışanlar yalnız Britaniya adalarını əhatə etmirdi. Çoxluq isə Amerikanın payına düşürdü. Beləliklə, Britaniyanın Amerika, Kanada, Karib adaları, Avstraliya, Yeni Zenlandiya, Cənubi Afrika, Cənubi Asiyada koloniyalarının qurulması ingilis dilinin bütün dünyaya yayılmasına gətirib çıxartdı.

David Crystal özünün “English as a global language” kitabında ingilis dilinin müasir dünyada statusunu əsas olaraq iki amilin nəticəsi kimi izah edir: XIX əsrin sonlarında son həddə çatan Britaniya koloniyalarının yayılması və XX əsrdə ABŞ-ın dünyanın aparıcı iqtisadi gücünə çevrilməsi. Təbii ki, ikinci amil ingilis dilinin bugünkü mövqeyini izah edir. İngilis dili ana dili olan insanların 70%-i ABŞ-ın payına düşür.

İngilis dili artıq tam formalaşmış, mükəmməl, sabit normalara əsaslanan bir dil olmasına baxmayaraq, bu gün də əcnəbi dillərin təsirindən kənar qala bilmir. Bu təsir xüsusi ilə də turizm sahəsində özünü açıq aşkar büruzə verir. Ölkədaxili və beynəlxalq turizmin inkişafı, ingilis dilinin beynəlxalq statusu kütləvi surətdə dildə yeni sözlərin yaranmasına və digər dillərdən yeni sözlərin alınmasına gətirib çıxarır.

Dilçilər hələ də mədəniyyətlərarası ünsiyyət prosesində beynəlxalq sözlərin rolu ilə əlaqədar razılığa gələ bilmirlər. Turizmə aid sözlər barədə danışarkən onların semantik xüsusiyyətlərinə xüsusi fikir vermək vacibdir. Beləki, tədqiq olunan leksik vahidlərlə yanaşı, turizm sahəsi özü də qloballaşmaya meyli edir. Bu halda mövcud məlumatın keyfiyyətli şəkildə şifrələnməsi məsələsi də qlobal əhəmiyyət kəsb edir.

Tədqiqat işinin məqsədi qlobal ingilis dilinin turizm leksikasında işlədilən alınma sözlərin formalaşmasına təsir edən amilləri müəyyən etmək, qloballaşma dövrünün alınma prosesinə necə təsir etdiyini araşdırmaq, leksik semantik qruplarını tədqiq edərək, alınma sözlərin mənimsənilməsindəki qanunauyğunluqların spesifikasiyasını verməkdən ibarətdir.

**İngilis dilində turizm leksikasının formalaşması və inkişafına təsir edən linqvistik amillər.**

Lüğət dilin ən sürətlə inkişaf edən hissəsidir. Ədəbi dilin lüğət tərkibi onun daxili imkanları əsasında başlıca olaraq iki yolla zənginləşir: birincisi yeni söz və ifadələr yaradılmaqla, ikincisi, dilin daxili imkanlarından əlavə olaraq alınma sözlər də dilin lüğət tərkibinin zənginləşməsində və formalaşmasında əhəmiyyətli rol oynayır. Yeni sözlərin yaranması qeyd olunan üsullar arasında aparıcı yer tutur. Yeni söz və ifadə yaratmaq ingilis dilində müntəzəm davam edən zəruri bir prosesdir. Bu proses daha çox məhsuldar olub, elm, texnika, sənaye, ədəbiyyat, mədəniyyət və s. sahələrin sürətlə inkişafı fonunda yüzlərcə söz və ifadələrin yaradılması mənbəyinə çevrilir. Bu fəsilə eyni zamanda turizmə aid sözlərin alınma üsulları (semantik, morfoloji, sintaktik, kalka və sözlərin ixtisarı (qısdılması) üsulu (abreviatura)) geniş aspektdə tədqiqatə cəlb ediləcək. Bəzi hallarda sözün semantikasi genişlənir, digər hallarda semantik konversiya və semantik sıxılma baş verir: “Sözlərin alınması sistemi çox mürəkkəb orqanizmdir. Bu orqanizm elmi dilin yaranıb inkişaf etdiyi dövrdə cəmlənərək formalaşmışdır. İngilis dilinin leksik sistemində morfoloji üsulla söz yaratma mühüm rol oynayır.

Morfoloji üsulla yaranan bütün sözlər quruluşca düzəlmədir, yəni “kök+ leksik şəkilçi” sxemi ilə düzülür. İngilis dilində söz yaranan məhsuldar şəkilçilərə -er/or şəkilçisini aid etmək olar. Bu şəkilçi vasitəsilə ingilis dilində çoxlu söz yaranır. Məsələn: waiter (ofisiant), wanderer (səyyah), voyager (dəniz səyyahı).

Leksik sistemin digər sahələrində olduğu kimi, turizmə aid mürəkkəb sözlər də sintaktik yolla iki model əsasında formalaşır: leksik-sintaktik və morfoloji-sintaktik. Leksik-sintaktik üsulla yaranan sözlərdə heç bir morfoloji vasitədən istifadə olunmur. Burada leksik vahidlər birləşərək yeni bir anlayışı ifadə edən sözlər əmələ gətirir. Morfoloji-sintaktik üsulla yaradılan sözlərdə komponentlərin birləşməsində morfoloji əlaqələrdən – həm leksik, həm də qrammatik şəkilçilərdən istifadə edilir və yeni anlayışlı sözlər əmələ əlir. Məsələn: kitesurfing – çalağan uçurtma, check-in – qeydiyyatdan keçmə və s.

Uzun müddət bir sıra ekstralingvistik amillərin təsiri ilə digər dillərdən kalkalar xüsusi yer tutur. Termin yardıqlığında, o cümlədən turizm terminlərinin yaradılmasında kalkanın ən çox istifadə olunan növü sintaktik kalkalardır. Kalka üsulu ilə yaradılan turizm sözlərin əsas hissəsini isimlər təşkil edir. Qrammatik quruluşuna görə turizm kalkaları ya bir sözdən (sada), ya da bir neçə termin-sözdən (mürəkkəb) ibarət olur.

**İngilis dilində turizm leksikasının formalaşması və inkişafına təsir edən ekstralingvistik amillər.**

Dilin lüğət tərkibində baş verən dəyişikliklər birbaşa olaraq cəmiyyətdə baş verən dəyişikliklərlə əlaqəlidir. Dünyada gedən proseslər, qloballaşma, xarici əlaqələr, diplomatik münasibətlər, turizmin müxtəlif sahələrinin hərtərəfli inkişafı, ticarətin inkişafı və s. kimi ekstralingvistik amillər, ilk növbədə dilə təsir edir. Dilin ən dinamik qatı leksikologiyadır. Ekstralingvistik amillərin dilə təsiri nəticəsində dilin lüğət tərkibinə, leksik sisteminə alınma sözlərin, beynəlmiləl terminlərin axını sürətləndirir. Sözlərin bir dildən digərinə keçməsi müxtəlif tarixi şəraitlə və müəyyən səbəblərlə bağlıdır. Çağdaş dövrdə dilə təsir edən ekstralingvistik amillərdən biri də qloballaşmadır. Qloballaşma beynəlxalq səviyyədə baş verən prosesdir. Bu proses insan fəaliyyətinə, cəmiyyətin bütün sahələrinə, o cümlədən dilə təsirsiz ötüşmür. Dil daim inkişafda olan, sabit qalmayan hadisədir. Cəmiyyətdə gedən proseslər, dəyişikliklər dilə təsir edir, onun inkişafına, təkmilləşməsinə səbəb olur. Qloballaşma dünya dillərinin lüğət tərkibinə, terminologiyasına təsir edən prosesdir. Bu zaman dilin lüğət tərkibi istər cəmiyyət, istərsə də keyfiyyət baxımından alınma, beynəlmiləl termin, sözlərlə zənginləşir. İnformasiya mübadiləsi, sosial-iqtisadi inkişaf, dünyanı bürüyən qloballaşma dilin lüğət tərkibini, leksikologiyasını genişləndirən yeni sözlərin, terminlərin meydana çıxmasına zəmin yaratdı. Həmin terminlərin özləri ilə əvəzlənmək uğursuz alınır, yaxud da tərcüməsi müəyyən çətinliklər yaradır.

<sup>94</sup> Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

r, ya da təhrif olunur. Bu zaman söz hazır şəkildə alınır, yaxud da ki, cüzi dəyişiklik edilərək mənimsənilir. Bu zaman dünya dilləri bir-birinə təsir edir, dillərin birindən digərinə sözləmə, sözvermə mübadiləsi baş verir. Ekstralingvistik amillərdən biri də elm sahələrində olan ixtira və kəşflərdir.

XX-XI əsrlərdə kompüterin, internetin kəşfi elmi inqilaba səbəb oldu və bu elm sahəsində bir partlayış yaratdı. Dünya əhalisinin internetdən istifadəsi, sosial şəbəkələrə marağın artması nəticəsində sözləmə prosesi daha da intensivləşdi. Nəticədə dilə bu sahə ilə bağlı xeyli sayda beynəlmiləl sözlərin axını sürətləndi. Məsələn, login, display, e-audit, portal, server və s. Hazırda KİV-lərin, müxtəlif xarici agentlik, mətbuat orqanlarının geniş vüsət alması, xarici telekanalların, peyklərin dünyaya yayımlanması nəticəsində dilə alınma, beynəlmiləl söz, terminlərin birbaşa daxil olmasını müşahidə etmək Turizm sektorunun dinamik inkişafı turizm leksikasının formalaşmasını asəbəb oldu Leksik fond yeni sözlərlə zənginləşdi: turoperator (turoperator), ecotourism (ekoturizm), turagent (turagent), etnocultural tourism (etnokultural turizm) və s.

#### **Qloballaşma dövründə alınma prosesinin ingilis dilinə təsiri.**

Qlobal ingilis dilinin söz ehtiyatının zənginləşməsində əsas yeri 700 dildən keçmiş alınma sözlər tutur. Beləki, bu ölkələrin biocoğrafi nadirliyi, flora və faunası, həmçinin yerli əhalinin yaşayış tərzini ingilis dilinin leksikasına kütləvi surətdə yeni sözlər daxil olmasına yol açmışdır. Buraya qida, içki, dərmanlarla yanaşı, qidalanma, sağlamlıq, xəstəlik və ölüm kimihəyat təcrübələri də daxildir. Müstəmləkələrin dini etiqadları, astronomiya sahəsində təcrübələri, inanclar və marasimlər - yeni anlayışlar lüğət tərkibinə yeni sözlər gətirib. Bu təsir dilin bütün sahələrində özünü göstərir.

Beləliklə, gördüyümüz kimi dil yeni əraziyə qədəm qoyduğu gündən dilə yeni sözlər daxil olur. Xüsusilə də yerli dillərdən alınan sözlər daha çox nəzərə çarpır. Britaniyanın ilk koloniyaları zamanı ingilis dilinə hind dilindən keçən alınma sözlər dilin yazı sistemində öz yerini tapmışdır. Amerikan ingilis dilində XVII-XVIII əsrlərə aid alınma sözlər müasir dilinin əsas elementinə çevrilmişdir. Menchen 132 Algonquin alınma sözü arasında yalnız 36-sı müasir amerikan ingilis dilində işləndiyi halda digərləri ya istifadədən çıxmış, ya da bəzi yerli dialektlərdə yaşamışdır (məs, squantersquash, cockarouse və s.).

Xarici ölkələrə səfərlərin səbəbləri çoxdur və fərqlidir. Onlar planlı biznes səyahətlərdən hər il təkrarlanan tətillərinə, dini ziyarətlərdən idman yarışlarına kimi dəyişir. Hər səyahətin özünü linqvistik anlamı olur – dil tərcümə olunmalı, öyrənilməlidir. Zaman keçdikcə səyahət əsas təsir vasitəsinə çevrilə bilər.

Turizm sənayesində xüsusi əhəmiyyət kəsb edən beynəlxalq çatmalar (arrivals) 2000-ci ildə 700 milyona çatıb. Turizmdən gəlir götürən və turizmə pul xərcləyən aparıcı ölkə ABŞ-dir. Dünyanın turist mərkəzlərində dükan vitrinlərindəki yazıların əksəriyyəti ingilis dilindədir. Restoran menyuları yerli dillə bərabər ingilis dilində yazılmalıdır. American Express, Mastercard kimi aparıcı kredit kartları ingilis dilində olur. Lakin unutmamaq lazımdır ki, ingilis dili dünyanın 1/3-ni əhatə etsə də, 2/3-sini etmir. Belə ölkələrə səyahət edərkən dil bilgimiz həmin ölkəni kəşf etməyi daha rahat, daha maraqlı edir. Bunun əksinə olaraq tətillə pakezləri, iş görüşləri, elmi konfranslar, beynəlxalq konvensiyalar, idman tədbirləri və digər rəsmi yığıncaqlar zamanı nəqliyyat və otel xidmətlərindən istifadə edənlər ingilis dilindən köməkçi dil kimi istifadə edirlər.

Beynəlxalq uçuşlar və dəniz səyahətləri zamanı təhlükəsizlik təlimatları, otellərdə fəvqəladə hallar zamanı görüləcək tədbirlər barədə məlumatlar və s. ingilis dili ilə bərabər yerli dildə təqdim olunur. 1985-ci ildə Tokyoya səfər edən ingilis dilli turist ingilis dilində xəritə olmadan şəhəri gəzə bilmirdi. 1995-ci ildən isə quraşdırılan ingilis dilində yol işarələri bu gəzintini asanlaşdırıb.

#### **Qlobal ingilis dilinə keçən turizmə aid söz və ifadələr.**

XX əsrdə turizm artıq qlobal səviyyənin ciddi siyasətinə çevrilmişdi. Varankovanın sözlərinə görə, turizm ərazilərinin genişləndirməkdə məqsəd olaraq beynəlxalq bazarda turizm biznesinə onun rentabelliyi üçün investisiya qoyulması vacibliyi meydana çıxdı.

XX əsrdə beynəlxalq kütləvi turizmin inkişafı ilə bağlı beynəlxalq turist təşkilatlarının yaranması dövrü başladı.

XX əsrdə turizmin yeni iqtisadi dövrə keçməsi nəticəsində turizmin növlərinin artmasına səbəb oldu. Məs, *FAM – familiarization tourism – tanışlıq turizmi, cultural tourism – mədəni turizm, balneological tourism – müalicəvi turizm, sport tourism – idman turizmi, cruise tourism – dəniz turizmi, business tourism – iş turizmi.*

XX əsrdə sürətli həyat tempi yeni ictimai qidalanma sisteminin inkişafına səbəb oldu. Məsələn, *fast-food* sözü amerikan ingiliscəsində ictimai qidalanma simvoluna çevrildi.

Elm və texnikanın inkişafı, orta təbəqə üçün istifadə imkanlarının genişlənməsi, qonaqpərvərlik sisteminin inkişafında yeni mərhələ açdı.

XX əsrin ortalarında avtomobilin həyatımıza qəfil daxil olması turoperatorların köməyi olmadan istədiyimiz istiqamətdə səyahət etməyə imkan yaratdı.

Bu yolla, avtoturistlərin sığınacaq və qida ilə təmin olunması zərurəti “Hot-Shoppe” – “avtomobillər üçün ilk restoranlar şəbəkəsi”, motel – motel (avtoturistlər üçün kiçik otel)

#### **Ədəbiyyat siyahısı**

1. Crystal, David (2003). *English as a Global Language*. Cambridge: Cambridge University Press. 229 s.
2. Chaney, Edward (2000). *The evolution of the grand tour: Anglo-Italian cultural relations since the Renaissance*. Portland OR: Routledge. 404 s.
3. Cox & Kings. (2014). *About us History*. <http://www.coxandkings.co.uk/about-us-history>
4. Griffiths, Ralph, Griffiths, G. E. (1772). Pennant's tour in Scotland in 1769. *The Monthly Review; or, Literary Journal XLVI*: 150.
5. Expedia, Inc. (2013). *Expedia: Annual report 2013*. [PDF] [http://files.shareholder.com/downloads/EXPE/3546131959x0x750253/48AF365A-F894-4E9C-8F4A-8AB11FF8D2A/EXPE\\_2013\\_Annual\\_Report.PDF](http://files.shareholder.com/downloads/EXPE/3546131959x0x750253/48AF365A-F894-4E9C-8F4A-8AB11FF8D2A/EXPE_2013_Annual_Report.PDF)
6. Flightglobal. (2002). *Sixty years of the jet age*. <http://www.flightglobal.com/features/jet-age/>
7. Thomas Cook Group of Companies. (2014). *Thomas Cook history*. <http://www.thomascook.com/thomas-cook-history/>

#### **SUMMARY**

##### **The role of borrowings in the formation of tourism lexicology in Global English**

A language achieves a global status when it shows a special role that is accepted in every country. The existence of a global language has a logical consequence. Rapid change after World War II has been extremely important stage for English to achieve a global status. The rapid development of technologies, marketing, advertising, development of science opens broad ways in the expansion of the language around the world.

Rich vocabulary, flexibility, simple grammar, cosmopolitan character plays an important role in defining English as the international language among the other leading languages. This paper reveals the importance of English as a global language in the professional context of the tourism industry.

**Key words:** *global language, global status, tourism industry, international language, dominant language, borrowings, lexico-semantic groups.*

**Резюме**

**Роль заимствований в формировании лексикологии туризма в глобальном английском языке**

Язык достигает глобального статуса, когда он показывает особую роль, которая принята в каждой стране. Существование глобального языка имеет логическое следствие. Быстрые изменения после Второй мировой войны были чрезвычайно важным этапом для английского языка для достижения глобального статуса. Бурное развитие технологий, маркетинга, рекламы, развития науки открывает широкие возможности для распространения языка по всему миру. Богатый словарный запас, гибкость, простая грамматика, космополитический характер играют важную роль в определении английского языка как международного языка среди других ведущих языков. Эта статья раскрывает важность английского языка как глобального языка в профессиональном контексте индустрии туризма.

**Ключевые слова:** *глобальный язык, глобальный статус, индустрия туризма, международный язык, доминирующий язык, заимствования, лексико-семантические группы.*

**Rəyçi: dos.L.Ələkbərova**