

# AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI

*Əlyazması hüququnda*

## **QLOBAL İNGİLİS DİLİNDƏ TURİZM LEKSİKASININ FORMALAŞMASINDA ALINMA PROSESİNİN ROLU**

İxtisas: 5708.01 – German dilləri

Elm sahəsi: Filologiya

İddiaçı: **Leyla Vaqif qızı Əlizadə**

Fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi  
almaq üçün təqdim edilmiş dissertasiyanın

### **AVTOREFERATI**

**Bakı – 2023**

Dissertasiya işi Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin Dillər kafedrasında yerinə yetirilmişdir.

Elmi rəhbər:

filologiya elmləri doktoru, professor  
**Azad Yəhya oğlu Məmmədov**

Rəsmi opponetlər:

filologiya elmləri doktoru, dosent  
**Lalə Qədir qızı Qurbanova**

filologiya üzrə fəlsəfə doktoru, dosent  
**Bəylər İslamxan oğlu Hacıyev**

filologiya üzrə fəlsəfə doktoru  
**Elnarə Eldar qızı Putayeva**

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Ali Attestasiya Komissiyasının Azərbaycan Dillər Universiteti nəzdində fəaliyyət göstərən ED 2.12 Dissertasiya şurası.

Dissertasiya şurasının  
sədr müavini:

filologiya elmləri doktoru,  
dosent  
**Sevinc Saday qızı Zeynalova**

Dissertasiya şurasının  
elmi katibi:

filologiya üzrə fəlsəfə doktoru,  
dosent  
**İradə Nadir qızı Sərdarova**

Elmi seminarın sədri:

filologiya elmləri doktoru,  
professor  
**Fəxrəddin Yadigar oğlu Veysəlli**

## **İŞİN ÜMUMİ SƏCIYYƏSİ**

**Mövzunun aktuallığı və işlənmə dərəcəsi.** Qloballaşma müxtəlif millətlərin insanları, təşkilatları və hökumətləri arasında qarşılıqlı beynəlxalq ticarət və investisiya vasitəsilə həyata keçirilən və informasiya texnologiyaları vasitəsilə dəstəklənən əlaqə və inteqrasiya prosesi olub, insanların maddi rifahına, ətraf mühitə, siyasi sistemə, iqtisadi inkişafa təsir edir.

Qloballaşan dünyanın ən geniş və sürətli inkişaf edən sənayelərindən biri və demək olar ki, birincisi olan turizm sənayesi Azərbaycan Respublikasının da iqtisadiyyatının son dövrlərdə ayrılmaz hissəsinə çevrilib. Zəngin təbiəti, tarixi və mədəni irsi qısa müddətdə Azərbaycanda turizm sənayesinin sürətli inkişafına vəsilə olmuşdur. Azərbaycanda turizm sektoru gündən-günə inkişaf edərək ölkənin ən öndə gedən və gəlirli sahəsinə çevrilmişdir. Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli fərmanı ilə qəbul olunmuş “Azərbaycan Respublikasında İxtisaslaşmış Turizm Sənayesinin inkişafına dair Yol Xəritəsi” bu sahənin inkişafına öz töhfəsini vermişdir. Son illərdə Azərbaycana səfər edən turistlərin sayında ötən illərlə müqayisədə 20 faiz artım müşahidə olunurdu. Lakin koronavirus (COVID-19) pandemiyası ilə bağlı yaranmış vəziyyət digər ölkələrdə olduğu kimi, Azərbaycanın da turizm sahəsinə təsirsiz ötüşməmiş, 2020-ci ilin mart ayından başlayaraq bu sahədə də tənəzzül başlamışdır. Statistik rəqəmlər ölkəyə gələn turistlərin sayında kəskin azalma olduğuna dəlalət edir. Buna baxmayaraq, 2021-ci ilin yanvar ayının sonundan etibarən ölkəmizdə turizm sahəsində dirçəlmə müşahidə olunmağa başlayıb. Təkcə 2021-ci ilin mart ayı ilə ötən ilin müvafiq dövrünün müqayisəsi turist səfərlərinin sayının 21 faizdən daha çox olmasını deməyə əsas verir. Turizm sənayesində bu davamlı inkişaf bu sahə üzrə işləyən mütəxəssislərin sayının artırılmasına, dil biliklərinin yüksəldilməsinə və turizm leksikasının tədqiqinə aktuallıq yaradır. Bu sahənin nəinki ölkəmizdə, hətta dünyada yeni sahələrdən olması üzrə müxtəlif istiqamətlərdə elmi araşdırmaların aparılmasını labüd edir. Son dövrlərdə turizm sahəsinə göstərilən dövlət qayğısının nəticəsi olaraq gənc tədqiqatçıların bu istiqamətdə gördüyü işlər turizm sahəsi və

ümumilikdə ölkə iqtisadiyyatı üçün aktualıq təşkil edir. Turizm sənayesinin ölkə iqtisadiyyatı üçün böyük əhəmiyyət daşıdığı bir dövrdə turizm leksikasının tədqiqi, lüğətlərin hazırlanması, ölkədə turizm məhsullarının hazırlanması və lazımlı mənbələrlə təmin edilməsi xüsusi diqqət tələb edən bir məsələyə çevrilmişdir.

Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin Dillər kafedrasının əməkdaşları tərəfindən hazırlanmış beynəlxalq və yerli dərsliklər və lüğətlərə istinad edilmiş, 10300 söz və söz birləşməsinin tərcüməsi verilmiş “Turizm sahəsində istifadə üçün ingiliscə-azərbaycanca lüğət”<sup>1</sup> ölkəmizdə bu sahədə ilk iş təcrübəsi hesab oluna bilər. Lakin qeyd etmək lazımdır ki, elm sahəsinin yeniliyi dilçiliyimizdə bu sahədə tədqiqatçıları mənbə qıtlığı ilə üzləşdirir. Bu məqsədlə bu tip mənbələrin tədqiqatçıları üçün əlçatan olmasını təmin etməkdə dissertasiya xüsusi əhəmiyyət kəsb edə bilər. Bu sahə üzrə aparılmış tədqiqat işlərində müxtəlif istiqamətli mövzulara toxunulmuşdur. Lakin sistemli tədqiqata ehtiyac duyulan bir çox problemlər hələ də həllini tapmamışdır. Həmçinin, turizm sahəsinin sürətli inkişafının, elmi-texniki tərəqqinin dünya sənayesinə gətirdiyi yenilikləri daim diqqət mərkəzində saxlayıb ölkəmizdə tətbiqinə nail olmaq gənc tədqiqatçıların obyektinə çevirməlidir.

Sosiolinqvistik baxımdan ingilis turizm leksikasının yaranması və inkişafı aktual əhəmiyyət kəsb edir. Son 100 ildə elm və texnikanın inkişafı ilə vüsət alan qloballaşma ingilis dilinə böyük təsir göstərmişdir. İngilis dili dünyanın əsas ünsiyyət dili olaraq son 30 ildə beynəlxalq səyahətlərin və internetin inkişafı ilə yeni bir inkişaf mərhələsinə qədəm qoydu. D.Kristal qeyd edir ki, sözün hər hansı bir dilə daxil olması və dilin lüğət tərkibinin bir hissəsinə çevrilməsi ənənəvi olaraq bir və ya iki onillik ərzində baş verməli idisə, indi bu internetin vasitəçiliyi ilə bir neçə gün ərzində baş verir. Bu baxımdan ingilis dilinin leksikası hər il orta hesabla təxminən 8000 – 20000 leksik vahid arası yenilənir<sup>2</sup>. Dilin leksikasının belə bir

---

<sup>1</sup> Turizm sahəsində istifadə üçün ingiliscə-azərbaycanca lüğət Azərbaycan Respublikası Dövlət Turizm Agentliyi, Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti. – Bakı, – 2019. – 379 s.

<sup>2</sup> Crystal, D. English as a Global Language. / D.Crystal. – Cambridge: Cambridge University Press, – 1997. – 212 p

sürətlə artdığı dövrdə bu yenilikləri tədqiq etmək, dünya təcrübəsinin ölkəmizdə düzgün tətbiqinə şərait yaratmaq məqsədilə turizm leksikasının ilk inkişaf dövrlərindən başlamış, elm və texnikanın sürətlə inkişaf etdiyi müasir dövr leksikasına qədər formalaşma tarixini bilmək zəruridir.

Tədqiqat işində ingilis dilində olan turizmə aid söz və ifadələrin ümumi xarakteristikası verilərək, onun formalaşması və inkişafı prosesi dərindən tədqiq olunmuş, cəmiyyətin dilə, dilin cəmiyyətə təsirini izah edən bir elm kimi sosiolinqvistikaya əsaslanaraq linqvistik proseslərin daha əsaslı izahı verilmişdir. Dilçilikdə ilk dəfə olaraq 30-dan artıq dildən alınmış, müxtəlif mənbələrdən götürülmüş turizm mənşəli söz və ifadələr turizm leksikasının formalaşmasının ilkin mərhələlərindən başlamış qlobal ingilis turizm leksikasının son mərhələsinə qədərki dövrü əhatə edən korpus təhlilinə cəlb olunaraq dillər üzrə və leksik-semantik qruplar üzrə kateqoriyalandırılaraq təhlil edilmişdir.

**Tədqiqatın obyektı və predmeti.** Dissertasiya işinin tədqiqat obyektini qlobal ingilis dilinin turizm leksikasının tədqiqi və onun nəticələrinin ümumiləşdirilməsi təşkil edir. Turizmin sürətli inkişafı və ingilis dilinin son 30 ildə qlobal status alması bu dilə digər dillərdən söz və ifadələrin kütləvi axını ilə müşahidə olunur. Bu səbəbdən də tədqiqat obyektı olaraq ingilis dilinin turizm leksikasının qloballaşma dövründə keçdiyi tarixi inkişaf yolu və formalaşması müxtəlif dillərdən alınmalar hesabına zənginləşməsi baxımından təhlil edilmişdir.

Alınma prosesinin keyfiyyət və kəmiyyət baxımından araşdırılmasından əldə olunan nəticələrin ümumiləşdirilməsi və sistemləşdirilməsi tədqiqatın predmetini təşkil edir.

**Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri.** Dissertasiyanın əsas məqsədini qloballaşma dövründə ingilis dilində turizm leksikasının formalaşmasında alınma prosesinin tədqiq olunması təşkil edir.

Dissertasiya işində aşağıdakı vəzifələrin yerinə yetirilməsini məqsəduyğun hesab edirik:

– turizm leksikasının formalaşmasını tarixi aspektdən sistemləşdirmək;

– turizm sahəsi ilə bağlı alınma söz və ifadələri etimoloji cəhətdən tədqiq edərək mənşəyini dəqiqləşdirmək;

– qloballaşmanın ingilis dilinin turizm leksikasına təsirini araşdırmaq;

– turizmin inkişafının ilkin mərhələlərində turizm sahələrinin təsiri ilə ingilis dilinin leksikasına daxil olan vahidlərin leksik-semantik qruplarını korpus təhlili əsasında təyin etmək;

– qloballaşma dövründə ingilis dilinin leksikasına daxil olan turizm mənşəli vahidlərin leksik-semantik qruplarını korpus təhlili əsasında təyin etmək;

– tədqiqata cəlb olunmuş turizm mənşəli leksik-semantik alınmaların dillər üzrə korpus təhlilini aparmaq.

**Tədqiqat metodları.** Dissertasiya işində qarşıya qoyulan məqsədlərə nail olmaq üçün korpus təhlili, semantik təhlil, müqayisəli tarixi və təsviri kimi ənənəvi tədqiqat metodlarından istifadə olunmuşdur. Tədqiqat zamanı turizm leksikasının tarixi inkişaf mərhələləri müqayisəli-tarixi metod vasitəsi ilə tədqiq edilmiş, korpus təhlili vasitəsilə alınma mənşəli turizm leksikası leksik-semantik kateqoriyalara bölünərək statistik təhlil edilmişdir.

### **Müdafiəyə çıxarılan əsas müddəalar:**

–XIX əsrə qədər turizmin bütövlükdə inkişaf tarixi və qismən də ingilis turizm leksikası adı çəkilən sahənin tədqiqatçıları tərəfindən “turizmin inkişafından əvvəlki dövr” kimi qəbul edilmişdir. Məhz buna görə də XIX əsrə qədər mövcud sahədə istifadə olunan leksikanı tam formalaşmamış hesab etmək olar. Buna əsasən də ancaq XIX əsrdən etibarən formalaşmış leksika müasir leksikanın inkişaf tarixinin əsası və müasir leksikanın inkişafında mühüm rol oynayan bir amil hesab edilməlidir.

– qlobal ingilis dilinin turizm leksikasında işlədilən alınma sözlərin formalaşmasına bir sıra linqvistik və ekstralinqvistik amillər təsir etmişdir;

– qlobal ingilis dili, turizm və alınma prosesi vəhdətdə tədqiq olunaraq qloballaşma dövrünün və turizmin inkişafının alınma prosesinə necə təsir etdiyi araşdırılmalıdır;

– turizm leksikasının leksik-semantik qruplarını tədqiq edərkən alınma sözlərin mənimsənilməsindəki qanunauyğunluqların

spesifikası üzə çıxır. Bu baxımdan, turizm leksikası etimoloji cəhətdən təhlil edilərək qloballaşmaya qədər və qloballaşma dövründə korpus təhlili əsasında leksik-semantik qruplar ətrafında qruplaşdırılmalıdır.

**Tədqiqatın elmi yeniliyi.** Dissertasiya işinin elmi yeniliyi ondan ibarətdir ki, qlobal ingilis dilində turizm leksikasını zənginləşdirən alınma sözlər ilk dəfə olaraq kompleks şəkildə tədqiq olunmuşdur. Bu dövrə qədər bu sahə üzrə dünya dilçiləri tərəfindən aparılmış tədqiqatlar təhlil olunaraq ümumiləşdirilmiş, turizm leksikasının turizmin inkişafına qədərki və sonrakı dövrləri sistemləşdirilmişdir. Ən əsas yenilik isə Azərbaycan dilçiliyində ilk dəfə olaraq turizm leksikasında alınma söz və ifadələrin dillər üzrə korpus təhlili aparılmış, həmçinin təhlil olunan hər bir dövr üçün turizm sahələrinə uyğun olaraq alınma söz və ifadələrin leksik-semantik qrupları yaradılmış və bu istiqamətdə korpus təhlili aparılmışdır.

**Tədqiqatın nəzəri və praktiki əhəmiyyəti.** Dissertasiyanın nəzəri əhəmiyyəti ondan ibarətdir ki, ilk dəfə olaraq, turizm leksikasında rast gəlinən alınma mənşəli söz və ifadələr turizmin meydana çıxdığı ilk dövrlərdən müasir dövrə qədər tədqiq edilmiş, mənşəyi etimoloji lüğətlərlə dəqiqləşdirilmiş, leksik-semantik qruplara bölünmüş, dillər üzrə alınma statistikasi hazırlanmışdır.

Dissertasiyanın praktik əhəmiyyəti isə ondan ibarətdir ki, Azərbaycan üçün yeni və olduqca mühüm əhəmiyyət kəsb edən turizm sahəsində istifadəyə yararlı bir mənbə ola bilər. Belə ki, dissertasiyanın materiallarından turizm sahəsi üzrə tədqiqat aparən tədqiqatçılar istifadə edə bilər, dərslərin yazılmasında əhəmiyyətli ola bilər. Tədqiqatın nəticəsi kimi dissertasiyaya edilmiş əlavədə son dövrlərdə turizm leksikasına daxil olmuş leksik vahidləri əhatə edən ingiliscə-azərbaycanca etimoloji lüğət və leksik-semantik qruplar üzrə cədvəllər praktik cəhətdən dilçilər üçün yararlı mənbə ola bilər.

**Aprobasiyası və tətbiqi.** Dissertasiyanın məzmununu əhatə edən və tədqiqat əsnasında əldə edilən elmi nəticələr məqalə və tezislər şəkildə Azərbaycan Respublikasında və ölkə xaricində nəşr olunan müxtəlif elmi məcmuələrdə çap edilmişdir. Dissertasiyada əksini tapmış müddəalar əsasında beynəlxalq və respublika səviyyəli elmi konfranslarda məruzələr edilmişdir.

**Dissertasiya işinin yerinə yetirildiyi təşkilatın adı.** Dissertasiya Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin Dillər kafedrasında yerinə yetirilmişdir.

**Dissertasiyanın struktur bölmələrinin ayrılıqda həcmi qeyd olunmaqla dissertasiyanın işarə ilə ümumi həcmi.** Dissertasiya işi giriş, üç fəsil, nəticə, istifadə edilmiş ədəbiyyat siyahısı və əlavədən (ingiliscə-azərbaycanca etimoloji lüğətdən) ibarətdir. Dissertasiya işi giriş, üç fəsil, nəticə, istifadə edilmiş ədəbiyyat siyahısı və əlavədən (ingiliscə-azərbaycanca etimoloji lüğətdən) ibarətdir. Giriş – 6 səhifə, 10271 işarə; I fəsil – 36 səhifə, 2 paraqraf, 63535 işarə; II fəsil – 30 səhifə, 3 paraqraf, 55179 işarə; III fəsil – 51 səhifə, 3 paraqraf, 71079 işarə; nəticə – 5 səhifə, 8596 işarədir. Dissertasiyanın ümumi həcmi istifadə edilmiş ədəbiyyat siyahısı və əlavələr istisna olmaqla, 208660 işarədir.

## TƏDQIQATIN ƏSAS MƏZMUNU

Dissertasiyanın giriş hissəsində mövzunun aktuallığı və işlənmə dərəcəsi əsaslandırılır, obyekt, predmeti, məqsəd və vəzifələri müəyyənləşdirilir, tədqiqatın metodları göstərilir, müdafiəyə çıxarılan əsas müddəalar, elmi yeniliyi şərh olunur, nəzəri və praktik əhəmiyyətinə aydınlıq gətirilir, aprobeiası, tətbiqi və strukturu barədə məlumat verilir.

Dissertasiyanın **“Böyük Britaniya və Amerika Birləşmiş Ştatlarında turizm leksikasının formalaşması və inkişafının tarixi”** adlanan birinci fəslə iki paraqraftan və hər paraqraf üç bənddən ibarətdir.

**“Böyük Britaniyada turizm leksikasının formalaşmasının ilkin mərhələsi – XVIII əsrə qədərki dövr”** adlanan birinci paraqrafta antik dövrdən qloballaşmaya qədər olan dövr ərzində ingilis dilini zənginləşdirən turizm leksikası ekstralingvistik amilləri lingvistik amillərlə vəhdətdə tədqiq edilərək mənşəyi vahid şəkildə müəyyənləşdirilmiş, eyni zamanda ayrı-ayrı vahidlərin yaranma zamanı və şərtləri tədqiq edilmiş, leksik-semantik qruplara bölünərək tədqiqata cəlb olunmuş 89 leksik vahid ingilis dilinin etimoloji və



tarixi lüğətləri, həmçinin turizm sahəsi üzrə Britaniya lüğətləri ilə dəqiqləşdirilmişdir.

Müasir turist ədəbiyyatında turizmin yaranması və inkişafı mərhələləri barədə vahid bir fikir olmasa da bütün dilçilər yalnız bir fikirdə yekdildirlər: M.V.Sokolova<sup>3</sup>, L.P.Voronkova<sup>4</sup>, M.B.Birjakov<sup>5</sup> və başqaları iddia edirlər ki, XIX əsrə kimi olan dövr barədə ancaq turizmin inkişafına qədərki dövr kimi danışmaq olar. O.V.Danilenko<sup>6</sup> turizmin inkişafını səyahət zamanı istifadə olunan nəqliyyat vasitələrinin inkişafı ilə bağlı olaraq 5 dövrə bölməyi təklif edir. Onun fikrinə görə, turizmin inkişafında ilk dövr insanların hələ ibtidai nəqliyyat vasitələrindən istifadə etdiyi sənayeyə qədərki dövrdür. Növbəti dörd dövr isə dəmir yolları, avtomobil, reaktiv avialaynerlər əsri və dəniz səyahət laynerləri kimi yeni nəqliyyat vasitələrinin kəşfi ilə bağlıdır.

Birinci paragrafın *“Qədim dövr”* adlı birinci bəndində müasir dövrdə mövcud olan turizm növlərinin əsasının hələ antik dövrdə qoyulduğu iddiası irəli sürülür. Turizmin inkişafının erkən dövərində accommodation – qonaqlar üçün sığınacaq, tavern –pivəxana, thermal spring – isti bulaqlar, sport tourism – idman turizmi, cultural tourism – mədəni turizm, balneological tourism – müalicəvi turizm kimi leksik vahidlər dilin leksikasında özünə yer almışdı.

Antik dövrə aid təhlil edilmiş leksik vahidləri yeddi leksik-semantik qrup ətrafında birləşdirmək olar:

1. antik turizmin növləri: cultural tourism – mədəni turizm, sport tourism – idman turizmi;

2. antik qonaqpərvərliyin tərkib hissələri: accommodation – qonaqların yerləşdirilməsi, provision of food (fare) – qidalanmanın

---

<sup>3</sup> Соколова, М.В. История туризма: Учеб. пособие. / – М.: Мастерство, – 2004. – 352 с.

<sup>4</sup> Воронкова, Л.П. История туризма и гостеприимства. Учебное пособие. / Л.П.Воронкова. – М.: Фаир-пресс, – 2004. – 304 с.

<sup>5</sup> Биржаков, М.Б. и др. История туризма: Томас Кук и его роль в становлении туризма. / Туристские фирмы. Вып. 22. – СПб.: Нева, 2000. – 260 с.

<sup>6</sup> Даниленко, О.В. Становление и развитие английской туристской терминологии и их экстралингвистической обусловленности. О.В.Даниленко. – Омск: – 2011. – 261 с.

təşkil olunması, transfer – daşınma, recreation – ictimai-mədəni xidmətlər;

3. qonaqların yerləşdirilməsi: tavern – taverna, mehmanxana;

4. qidalanma: business lunch – biznes lanç (iş adamının qidalanması);

5. nəqliyyat: papyrian boat – papyrus qayığı, palanquin – palankin (qulların çiyində daşdığı dirəklər üzərində parçadan qurulmuş ev);

6. ictimai-mədəni xidmətlər, istirahət və əyləncənin təşkili: hydropathy – su ilə müalicə, graffiti – divarlarda çəkilmiş şəkillər, yazılar, thermal springs – mineral bulaqlar, Bath – e.ə. 863-cü ildə əsası qoyulmuş mineral sularla müalicə ilə tanınmış Böyük Britaniyada kurort şəhər, Olympic Games – Olimpiya oyunları, Olympiad – olimpiada;

7. ilk səyyahlar: nomad – çoban.

Nəticələrə baxarkən ən böyük qrupun ictimai-mədəni xidmətlər olduğunu görürük.

Həmçinin antik dövrə məxsus olan bu 17 leksik vahidin təhlili göstərir ki, sözlərin 75 %-nin kökü yunan-latın mənşəlidir. Hətta maraqlı faktlardan biri də fransız mənşəli leksik vahidlərin də yunan-latın mənşəli olmasıdır.

Antik dövr yunan-latın mənşəli sözlərdən başqa müasir ingilis dilinin turizm leksikasına qədim alman, qədim fransız, portuqal və ispan dillərindən sözlər də keçmişdir.

Birinci paraqrafın ikinci bəndi **“Orta dövr”** adlanır. Araşdırmaya əsasən bu dövrdə də yeddi leksik-semantik qrup ayırmaq olar:

1. orta əsr səyyahları qrupu: itinerant – tez-tez səyahət edən şəxs, missionary – missioner (dinin təbliğ olunması məqsədi ilə dini qurumlar tərəfindən göndərilən şəxs), seafarer – dənizçi, navigator – dənizçi, Viking – viking, pilgrim – zəvvar;

2. qonaqların yerləşdirilməsi: inn- mehmanxana;

3. orta əsr turizminin əsas məqsədləri: pilgrimage- zəvvarlıq, mission (missionary work) – missionerlik, discovery – kəşf;

4. nəqliyyat: navigation – dəniz səyahətləri, dəniz daşınmaları, naviqasiya, seafaring – dənizçilik, flotilla – donanma;

5. orta əsr səyyahları üçün əlavə məlumat: itinerary - müqəddəs yerlərə yolu təsvir edən bələdçi kitabçası, saga – saqa, Skandinaviya deyimləri;

6. qidalanma: feast – ziyafət, fork – çəngəl, knife – bıçaq;

7. orta əsr kəşfləri: Ireland – İrlandiya, Iceland - İslandiya, Greenland – Qrenlandiya.

Aparılmış təhlillər göstərir ki, ən işlək qrup – orta əsr səyyahları qrupudur.

Təhlilə əsasən orta əsrdə istifadə olunan turizm leksikasına aid söz və ifadələr yalnız növbəti əsrlərdə formalaşmışdır. Lakin əminliklə demək olar ki, turizm leksikasının ilkin anlayışlarının əsası məhz orta əsrlərdə qoyulmuşdur.

Birinci paraqrafın üçüncü bəndi **“İntibah dövrü”** adlanır. İntibah dövrünün turizm leksikası 3 leksik-semantik qrupa bölünmüşdür:

1. intibah dövrünün səyahətçiləri üçün kartoqrafiya: globe – qlobus, map – xəritə, atlas – atlas, compass - kompas;

2. nəqliyyat vasitələri: stagecoach – poçt faytonu, diligence – fayton;

3. qidalanma: tea – çay, coffee – kofe, ordinary – yeməxana, a la carte – “a la kart” menyu (menyuda olan istənilən yeməyin istənilən qiymətə qonaqlara təqdim olunması), table d’hote – teybl dot, ev sahibinin masası (qonaqların ev sahibi və onun ailəsi ilə birlikdə mətbəxdə eyni masa arxasında qidalanması).

Təhlilə əsasən bu nəticəyə gəlmək olur ki, ən aktiv qrup – qidalanma olmuşdur.

Tədqiqat göstərir ki, orta əsrlərdə olduğu kimi bu dövrdə də sözlərin əsas mənşəyi yunan-latın sözləridir. İntibah dövründə yaranan yunan-latın mənşəli bu sözlər müasir ünsiyyətin aktiv elementləri olaraq dildə istifadə olunur.

İntibah dövrünün təhlili zamanı yunan-latın mənşəli sözlərdən başqa müasir ingilis dilinə fransız, Çin, ərəb və türk dillərindən də sözlər keçmişdir.

Hər dövr üçün sözlərin aqibəti fərqli olmuşdur. Antik dövrə aid sözlərin bəziləri müasir dövrdə ilkin mənasını saxlamış, bəziləri köhnə mənasını itirərək yeni məna əldə etmişdir.

Birinci fəslin ikinci paraqrafı **“Böyük Britaniya və ABŞ-da turizm leksikasının inkişafının XVIII əsrdən sonrakı mərhələsi”** adlanır. Bu paraqrafda turizmin inkişafında önəmli mərhələlərdən biri olan XVIII əsrdən XX əsin 50-ci illərinə qədərki dövr əhatə olunur. XVIII əsr qlobal dünya iqtisadiyyatının yaranması və formalaşması dövrünün ilkin mərhələsi hesab edilir.

Bu paraqraf özündə üç bəndi birləşdirir. **“XVIII əsr – elitar turizm”** adlanan birinci bənddə elitar turizm adlandırılan bu dövrdə nəqliyyat texnologiyaları sahəsində əldə olunan nailiyyətlərin vəsilə olduğu yeniliklərin dilin leksikasına təsirindən danışılır.

XVIII əsrdə 4 leksik-semantik qrup ayrılmışdır:

1. turların və turizmin növləri: educational tour – təhsil turu, elite tourism – elitar turizm, balneological (balneal) tourism – müalicəvi turizm, domestic tourism – yerli turizm, incoming tourism – gəlmə turizm;

2. qonaqların yerləşdirilməsi: hotel – hotel, mehmanxana, spa – mineral və termal bulaqların yaxınlığında yerləşən kurort;

3. nəqliyyat: railway – dəmir yolı;

4. qidalanma: catering – ərzaq tədarükü, iaşə, restaurant – restoran, gastronomy – qastronom, pasta – pasta, sauce – sous, macaroni – makaroni (milli italyan yeməyi), spaghetti – spagetti, pot au feu – “pot o fe” (güvəcdə isti ət yeməyi).

Təhlilə əsasən ən böyük qrupun qidalanma olduğu qənaətinə gəlmək olar. Buradan belə nəticəyə gəlmək olar ki, XVIII əsrdə də intibah dövrünün ənənəsi davam etdirilmişdir.

Aparılmış tədqiqatlar göstərir ki, əsası XVIII əsrdə qoyulan sözlərin əksəriyyəti uzun illər dildə istifadə olunmasına baxmayaraq turizm leksikasına yalnız XIX əsrdə daxil ola bilmişdir<sup>7</sup>.

Bu paraqrafın ikinci bəndi **“XIX əsr – kütləvi turizmin inkişafı”** adlanır. XVIII əsrdə turizmin sürətli inkişafının davamı olaraq XIX əsrdə meydana çıxan turizm leksikasının inkişafının yeni mərhələsi mass tourism – kütləvi turizm dilin leksikasına yeni söz axını ilə müşayiət olunur. Bu dövrdə yeddi leksik-semantik qrup ayırmaq olar:

---

<sup>7</sup> Hoad, T.F. The Concise Oxford Dictionary of English Etymology / T.F.Hoad. – Great Britain: Oxford University Press, – 2003. – p.11-15

1. turizmin növləri: mass tourism – kütləvi turizm, cruise tourism – kruiz (dəniz səyahəti) turizmi, business tourism – işgüzar turizm;

2. turist cəmiyyətləri: travel company – turizm şirkəti, club of interest – müxtəlif istiqamətli maraqlar klubu;

3. turizmdə xidmət: excursion work – ekskursiya fəaliyyəti;

4. turistlərin növləri: motorist – avtoturist;

5. qonaqların yerləşdirilməsi: Savoy Hotel – “Savoy” hoteli, house – mehmanxana, saray-hotel, motel – motel, hostel – hostel, holiday centre – istirahət mərkəzi, boarding house – pansionat: qidalanma daxil mebellə təchiz olunmuş otaqlar, furnished room – mebellərlə təchiz olunmuş otaq;

6. qidalanma: European plan – “Avropa plan” (Avropa ölkələrinin bir çoxunda qəbul olunmuş, özündə ancaq hoteldə yerləşməni əhatə edən xidmət növüdür), dining car – vaqon restoran, cafeteria - kafeteriya, grill room – qril rum: qızardılmış ət və balıq yeməklərinin hazırlanması üçün istifadə olunan kiçik restoran və ya restoranda xüsusi zal, ice cream parlor – dondurma kafesi, ice cream – dondurma, fruit aerated water – meyvəli qazlı su, vacuum packing – vakum qablaşdırma və preserving – konservləşdirmə;

7. nəqliyyat: steamship – paroxod, steam locomotive – parovoz.

Tədqiqata əsasən ən geniş yayılmış qrup – qidalanma sahəsi üzrə olmuşdur.

XIX əsrə aid sözlərin aparılmış təhlillərinə əsasən aşağıdakıları söyləmək olar:

–ən geniş yayılmış leksik-semantik qrup provision of food (fare) – qidalanma qrupudur,

–yunan-latın mənşəli fransız sözləri üstünlük təşkil edir,

–əlavə olaraq qədim fransız, qədim german, qədim Skandinaviya və qədim ispan dillərindən alınma sözlər də vardır.

Birinci fəslin ikinci paragrafının “*XX əsr – beynəlxalq kütləvi turizmin inkişafı dövrü*” adlanan son bəndində XX əsrdə turizmin global siyasətə çevrildiyi və beynəlxalq kütləvi turizmin inkişafı ilə əlaqədar olaraq beynəlxalq turist təşkilatları yaranmağa başladığı

dövrədə meydana çıxan turizmə aid söz və ifadələr sistemətik təhlil edilir.

Tədqiqatda XX əsrdə səkkiz leksik-semantik qrup ayırmaq olar:

1. səyahət növləri və turizm: international mass tourism – beynəlxalq kütləvi turizm, convention tourism – konfrans turizmi, familiarization tourism – tanışlıq turizmi, inclusive tourism – kompleks tur;

2. turistlərin növləri: frequent independent travellers (FİT) – tez-tez səyahət edən turist, camper – kemper (səyahəti zamanı kempinq xidmətlərindən istifadə edən turist);

3. turist təşkilatları: World Assosiation of Travel Agencies- Ümumdünya Turist Təşkilatları Assosiasiyası;

4. sənədləşmə və hüquqi normalar: bonding (turist şirkətinin öz müştəriləri və əməkdaşları qarşısında maliyyə öhdəliyi barədə zəmanət), wallet – völlit (turist sənədləri toplusu)

5. qonaqların yerləşdirilməsi: camping – kempinq, chalet – şale (İşveç üslubunda kənd evi), moderate tourist class hotel – orta təbəqə turistləri üçün qonaq evi;

6. restoran növləri: fast food restaurant – fastfud restoranı, “drive in” restaurant – 1. sürücülər üçün amerikan restoran növü, 2. açıq səma altında kino, Hot Shoppe – “qaynar obyekt”;

7. qidalanma sistemi: car hopping – avtomobil istifadəçiləri üçün fast-fud restoran sistemində müştərilərə xidmət üsulu, “mee too” breakfast – “mənə də eyni səhər yeməyi”, basic dishes at Wendy’s restaurant – Wendy-nin restoran şabəkələri sistemində əsas yemək, French toasts – fransız tost, omelet(te) – omlet, sandwich – sendviç;

Bu bölgüyə əsasən XX əsr leksik vahidlərini təhlil edərkən bu nəticəyə gəlmək olar – turizm və səyahət növləri və qidalanma qrupları sayca üstünlük təşkil edir.

Dissertasiyanın “**Qloballaşma dövründə alınma prosesinin ingilis dilinə təsiri**” adlanan ikinci fəslə üç paragrafdan ibarətdir.

“**Qloballaşma və qlobal ingilis dili**” adlı birinci paragrafdə qloballaşma və onun ingilis dilinə təsiri sosiolinqvistik mövqedən araşdırılır.

Qloballaşma müxtəlif millətlərin insanları, təşkilatları və hökumətləri arasında qarşılıqlı əlaqə və inteqrasiya prosesi olub, beynəlxalq ticarət və investisiya vasitəsilə həyata keçirilir və informasiya texnologiyaları vasitəsilə dəstəklənir. Bu proses ətraf mühitə, siyasi sistemə, iqtisadi inkişafa və insanların maddi rifahına təsir edir.

Linqvistik qloballaşma artıq iki onillikdir ki rəsmi olaraq mövcuddur. Məşhur dilçi D.Kristalın “İngilis dili qlobal dil kimi” kitabının işıq üzü görməsi ilə elmin bu sahəsi özünün inkişaf mərhələsinə qədəm qoydu<sup>8</sup>. Müasir dövrə qədər qlobal dil fenomeni barədə universal anlayışların işlənilib hazırlanmamasına baxmayaraq, qlobal leksikanın əsas xarakterik əlamətlərini<sup>9</sup>, həmçinin ingilis dilinə müasir linqvomədəni situasiyalarda qlobal status verən xüsusiyyətlərini bu gün də müəyyən etmək olar.

İngilis dilinin qloballaşmasını yalnız iqtisadi və siyasi üstünlüklərin nəticəsi kimi qiymətləndirmək yanlış olardı. Bunun üçün ingilis dilinin qlobal linqvistik dominantlığı uğrunda qazandığı qələbəyə səbəb olan xüsusiyyətlərinə diqqət yetirmək kifayət edər:

1. leksik tərkibin zənginliyi və dərinliyi;
2. ingilis dilinin flektivliyi;
3. ingilis dilinin qrammatikasının yüksək unifikasiya dərəcəsinə malik olması;
4. ingilis dilinin yazı və oxu qaydalarının digər dillərlə müqayisədə sadəliyi;
5. ingilis dilinin kosmopolitan xarakteri.

Coğrafi sərhədləri aşan informasiya texnologiyaları sahəsində qeydə alınan inqilab iqtisadiyyatın, menecment və mədəniyyətin inkişafı ilə birlikdə yalnız dünyanı deyil, yazılı və şifahi nitqdə, leksik-qrammatik quruluşun dəyişikliklərində, həmçinin ünsiyyət strukturunun formasının sadələşdirilməsində dəyişiklikləri bilavasitə

---

<sup>8</sup> Crystal, D. English as a Global Language. / D.Crystal. – Cambridge: Cambridge University Press, – 1997. – 212 p.

<sup>9</sup> Долгенко, А.Н., Косырева, М.С. Глобализмы как проблема интерлингвистики и русистики // Известия Волгоградского государственного педагогического университета, – 2016. № 2 (106), – с. 105-110; Долгенко, А.Н., Косырева, М.С. Интернационализмы и глобализмы // Этносоциум и межнациональная культура, – 2016. № 6 (96), – с. 120-126.

öz əksini tapan dili də dəyişir. Nəticədə ingilis dili “dünyəvi”, “hər kəs üçün ingilis dili” xarakteri alır<sup>10</sup>.

İkinci fəslin ikinci paraqrafı “*Qlobal ingilis dili və turizm*” adlanır.

Qloballaşma müasir yaşamın bir sıra tərzlərini dəyişmişdir. Bunların arasında turizm də xüsusi yer almaqdadır. Turizm qloballaşmaya gətirib çıxaran amillərdən biri hesab edilə bilər. Buna səbəb insanların digər mədəniyyətlərlə daim tanış olmaq istəyi ilə sərhədləri aşaraq yeni dünyalar açması sayıla bilər. Bununla yanaşı iqtisadi qloballaşma da turizm sənayesinə təsir etmişdir.

İngilis dili beynəlxalq turizmin dilidir, səyahətlər isə qlobal həyatın ayrılmaz hissəsidir. İ.Piller bunu belə təsvir edir: “*ingilis dilindən istifadə simvolik olaraq səma ilə məhdudlanan bir qlobal hüduzsuz səltənətə nüfuz edir... elanların sözügedən bilinqual oxucusu ölkə vətəndaşı deyil, tranzit istehlakçısıdır*”<sup>11</sup>.

Daha maraqlı fikirlərə Q.Dann’ın “Turizmin dili” adlı kitabında rast gəlmək olar: “*Yaxşı anlama ünsiyyəti və qərar verməni sürətləndirir. Turizmin dili potensial turistləri faktiki turistlərə çevrilməyə sövq edir, inandırır və cəsarətləndirir. Buna görə də, turizm diskursun obyektinə çevrilir. Diskurs olaraq, turizm təşviqi səyahətçiləri cəlb etmək üçün inandırıcı tərzdə qurulur*”<sup>12</sup>.

**“Qloballaşma dövründə alınma prosesi və ingilis dilinə keçən turizmə aid söz və ifadələr”** adlı üçüncü paraqrafda turizmin leksikasının zənginləşməsində alınma prosesinin rolu tədqiq edilmişdir.

Nəzərə almaq lazımdır ki, ingilis dili digər dillərlə daim əlaqədə inkişaf etmişdir, bu isə öz növbəsində onların inkişafına bilavasitə təsir etmiş, bu təsirin nəticəsi olaraq dildə çoxlu sayda alınma sözlərin meydana çıxması prosesi başlamışdır. İngilis dilinin qlobal dil olaraq dünyaya nüfuzlu təsiri vardır.

---

<sup>10</sup> Crystal, D. The Cambridge Encyclopaedia of the English Language / D.Crystal. – Cambridge University Press, – 1995. – 499 p.

<sup>11</sup> Piller, I. Identity constructions in multilingual advertising. Language in Society. / I.Piller. – Cambridge University Press, – 2001. – p.173, – p.180

<sup>12</sup> Dann, Graham. The Language of Tourism. A Sociolinguistic Perspective. / G.Dann. – Wallingford: CAB International, – 1996. – p.98



Cəmiyyətin, elm və texnologiyanın inkişafı ilə fransız, alman, italyan, ispan, rus, Çin, yapon və ərəb dillərindən siyasət, mədəniyyət, təhsil, iqtisadiyyat, elm və texnologiya, turizm kimi sahələrdə alınmış sözlər bu dilin genişlənməsinə vəsilə olur. Alınma sözlər ingilis dilinin lüğət tərkibinin zənginləşməsi prosesinin önəmli hissəsinə çevrilmişdir.

İngilis dilinin qloballaşmasına səbəb olan amillərdən danışarkən birinci səbəb olaraq onun zəngin lüğət tərkibini göstərmişdik. Statistik göstəricilərə əsasən ingilis dilinin leksikası müasir dövrdə hər il orta hesabla 8000-20000 leksik vahid arası zənginləşir. Təbii ki, bu rəqəm dildə gedən dəyişiklikləri anlamağa kifayət edir. Bu vahidlərin yaranması yolları tədqiqatçıların xüsusi maraq dairəsində olduğundan müxtəlif sahələr üzrə alınma prosesi ilə bağlı araşdırmalar aparılır. Bu sahələrdən biri də turizm sahəsidir. İngilis dilinə keçən alınma sözlər barədə yuxarıda məlumat vermişik. Qloballaşma nəticəsində qlobal ingilis dili yaranmış, turizmin inkişaf etməsi nəticəsində ingilis dili bu sahə üzrə leksik vahidlərlə zənginləşmişdir<sup>13</sup>.

Fransız dilindən alınmalar əsrlər boyu malik olduğu tendensiyanı saxlamışdır. Xüsusilə də turizmin müxtəlif sahələrinə aid söz və ifadələrlə ingilis dilini zənginləşdirən fransız sözləri XX əsrin II yarısı və XXI əsrdə hegemon dil olan ingilis dilinin qlobal status almasına öz töhfəsini vermişdir.

İdman, incəsənət, və qida sahələrində çoxlu sayda fransız mənşəli ingilis sözləri vardır. İtalyan dili ingilis dilinə minlərlə yeni söz töhfə verən dillərdəndir. Mətbəx, mədəniyyət, incəsənət və əyləncə, yaşayış yeri, nəqliyyat sahələri ilə bağlı italyan mənşəli sözlər ingilis dilinin söz bazasını zənginləşdirir. İngilis dilinə ispan dilindən alınmalar bir neçə mənbədən daxil olduğu üçün sözlərin çoxu ingilis dilinə daxil olarkən öz mənasını dəyişmişdir.

Çin dilinin ABŞ-da bir əsr yarım istifadə olunmasına baxmayaraq fransız, italyan və ispan dilləri ilə müqayisədə ingilis dilinin lüğət tərkibinə demək olar ki az təsiri olmuşdur. Hətta bəzi sözlər o qədər neytrallaşmışdır ki, lüğət tərkibinə qarışmışdır. Son

---

<sup>13</sup> Crystal, D. English as a Global Language. / D.Crystal. – Cambridge: Cambridge University Press, – 1997. – 212 p.

dövlərdə ingilis dilinə keçən Çin leksik vahidlərinə nümunə olaraq chow mein, kung fu, lazy Susan, mahjong, wok kimi leksik vahidləri göstərmək olar.

Türkiyədə son illərdə turizmin kəskin inkişafı oraya kütləvi sayda turist axını ilə müşayiət olunur. Ölkədə türk dili ilə yanaşı əlavə dil olaraq ingilis dili qonaqlarla ünsiyyətə kömək edir. Bu baxımdan bu sahə üzrə türk dili təmasda olduğu dilə öz izlərini buraxmaqda davam edir. İngilis dilinə XX əsrdə daxil olmuş türk sözləri əsasən qida adları ilə bağlıdır: baklava, bamia, bulgur, sarma, shish kebab, taramasalata və s.

İngilis dilinin alınma tərkibində birbaşa ərəb dilindən və ömcə başqa dillərə, daha sonra isə ingilis dilinə keçən ərəb sözləri vardır. Buna hijab, shawarma kimi leksik vahidləri nümunə göstərmək olar.

İngilis dili müasir dövrdə klassik dillərdən də söz almağa davam edir. Xüsusilə qeyd etmək lazımdır ki, müasir ingilis dili latın və yunan dillərindən çoxlu sayda söz almışdır.

Tədqiqatlar göstərir ki bütün bu vahidlər ingilis dilinin leksikonuna daxil olsa da, heç də bütün dil daşıyıcıları bu sözlərin mənasını bilmirlər. Məsələn, sushi sözü ilk dəfə olaraq ingilis dilinə 1890-cı illərdə daxil olmuşdur. Uzun müddət bu söz dildə izah olunmadan çətin başa düşülürdü. Son bir neçə onillikdə sushi dünya bazarında öz yerini tutduqdan sonra söz artıq bütün ingilis dilli dünyada, hətta bütün dünya dillərində suşi kimi qəbul olunmuşdur<sup>14</sup>.

Azərbaycan dilindən ingilis dilinin turizm leksikasına vahidlərin daxil olub-olmaması tədqiqat zamanı maraqlı doğuran suallardan biri hesab oluna bilər. Azərbaycan hələ qədim dövrlərdə Böyük İpək yolu üzərində mühüm karvan dayanacaqları kimi tanınan bir dövlət olmuşdur. Qəbələ, Şamaxı, Bərdə, Nuxa, Ordubad, Naxçıvan, Təbriz, Marağa kimi qədim şəhərlər Böyük İpək yolu üzərində yerləşən beynəlxalq ticarət mərkəzləri hesab olunurdu.

Turizmin inkişafında mühüm əhəmiyyət kəsb edən böyük coğrafi kəşflər, kütləvi turizmin inkişafı, qloballaşma Azərbaycan turizminə də təsirsiz qalmadı. Xüsusilə son dövrlərdə turizm

---

<sup>14</sup> Barlow, R.G. Fifth Directory of Periodicals Publishing Articles on American and English Language and Literature, Criticism and Theory, Film, American Studies, Poetry and Fiction. / R.G.Barlow. – Swallow Pand Ohio: UP, – 1959. – 382 p.

sektorunun inkişafı barədə dövlət tərəfindən qəbul olunan qanunlar ölkəyə turist axınıni sürətləndirdi. Bir sıra dünya səviyyəli tədbirlərin Azərbaycanda keçirilməsi ölkədə turizmin intensiv inkişafına, bu isə dilimizdə turizm vahidlər bazasının yaranmasına və inkişafına vəsilə oldu. Eyni zamanda Azərbaycanın maddi və mədəni irsi ilə tanış olan turistlər bu zonaya məxsus milli koloritləri özləri ilə dünya arenasına təqdim etmiş oldu. Məsələn, zəngin Azərbaycan mətbəxi xarici turistlərin diqqətini cəlb edir. Müxtəlif dolma növləri, piti-bozbaş, sac-qovurma, xan-plov, paxlava, halva kimi Azərbaycan yeməklərinin bəzilərinin adları olduğu kimi qəbul olunsada, bəziləri təhrif olunaraq təqdim olunur. Məsələn, milli mətbəzimizə xas düşbərə bəzi mənbələrdə Çin mətbəxinə məxsus vonton supu kimi tərcümə edilir. Təəssüf doğuran məsələlərdən biri bu sözlərin heç birinin alınma sözlər siyahısında olmamasıdır. Belə ki, bu leksik vahidlər turistlər tərəfindən mənimsənilib istifadə olunsada, ictimai media vasitələrində rast gəlinmə də, ingilis dilinin leksikonuna daxil olmamış hesab olunur. Təbii ki, bu vahidləri yalnız mətbəxlə məhdudlaşdırmaq olmaz. Müxtəlif leksik-semantik kateqoriyalara aid kalaghayi, khari bulbul, buta, kilim, kutap, dolma, halva, paxhlava, piti-bozbash, khan plov kimi vahidlər bu leksikanın nümunələri hesab oluna bilər. Məhz bu baxımdan Azərbaycan dilinin leksikasında olan turizm mənşəli vahidlərin sistemləşdirilərək azərbaycanca-ingiliscə lüğətinin hazırlanması bu işə verilən ən yararlı töhfə olardı.

Dissertasiyanın üçüncü fəslı **“Qlobal ingilis dilinə keçən turizmə aid söz və ifadələrin korpus əsasında təhlili”** üç paraqraftan ibarətdir.

**“İngilis dilində turizm leksikası dilçilərin tədqiqat obyektı kimi”** adlı birinci paraqrafta qlobal leksikanın müasir dilçilər və gənc tədqiqatçıların yanaşmasından təhlili verilmişdir.

Müasir telekommunikasiya vasitələrinin inkişafı, televiziya, internet, mobil telefonların kütləvi istifadəsi dilə yeni sözlərin axını ilə nəticələnmişdir. Son bir neçə onillik ərzində fransız dilindən ingilis dilinə alınmış sözlər digər dillərə nisbətdə üstünlük təşkil edir. Bu istiqamətdə bir sıra müxtəlif dünya dilçilərinin apardıqları araşdırmalara əsasən digər əsrlərdə olduğu kimi XX-XXI əsrlərdə də fransız dili bu məsələdə liderliyi öz əlində saxlamışdır. *“Fifty Years*

among the New Words. A Dictionary of Neologisms,” 1941-1991 əsərində C.Algeo XX əsrin ikinci yarısında ingilis dilinə daxil olmuş fransız sözlərinin siyahısını vermişdir<sup>15</sup>. Sözlər müxtəlif sahələri əhatə etsə də, dəb, incəsənət, mədəniyyət, idman, gündəlik həyat, xüsusilə də mətbəx və s. kimi sahələrə aid sözlər xüsusi diqqət çəkir (*art deco, cinéma vérité, fuselage, limousine*). Lakin digər bəzi dilçilərdən fərqli olaraq C.Algeo bu sözləri semantik cəhətdən qruplaşdırmamışdır. L.Chinol “*Les “mots français” et le mythe de la France en anglais contemporain*” kitabında müasir ingilis dilində olan fransız sözlərini daha dərinlən araşdırmışdır<sup>16</sup>. 1973-cü ildə çap olunduğuna görə dil vahidlərinin tədqiqi yalnız o dövrə qədərki dövrü əhatə edir. O, A.C.Bliss’in *Dictionary of Foreign Words and Phrases*<sup>17</sup> lüğətindən götürülmüş 2500 fransız qallisizmini təhlil etmişdir. L.Chinol müxtəlif leksik vahidləri 3 əsas semantik sahəyə bölmüşdür. Bu sahələrdən birincisi “Un Art de vivre” mətbəx, dəb, oyun, əyləncə və səyahət alt sahələrini əhatə edir.

İtaliyanın Sassari Universitetinin tədqiqatçısı Stefania Qandinin BTC-nin (BBC-travel Corpus) səyahət korpusuna əsaslanan tədqiqatı, turizm diskursunda alınma söz və ifadələrin araşdırması bu sahə üzrə faydalı mənbə hesab edilə bilər. S.Qandinin araşdırmasında verilmiş qrafikdən görüldüyü kimi, Q.Dann və Q.Capellinin fikirlərinin təsdiqi olaraq qida və içki sahələri dominantlıq təşkil edir. İkinci yerdə məkan, digər az dərəcədə fərqlərlə isə insanlar, adət-ənənələr, incəsənət və musiqi, salamlama və idiomatik ifadələr, bitkilər, memarlıq, din, heyvanlar, şənliklər və rəng kimi semantik kateqoriyalar öz yerini tapmışdır<sup>18</sup>.

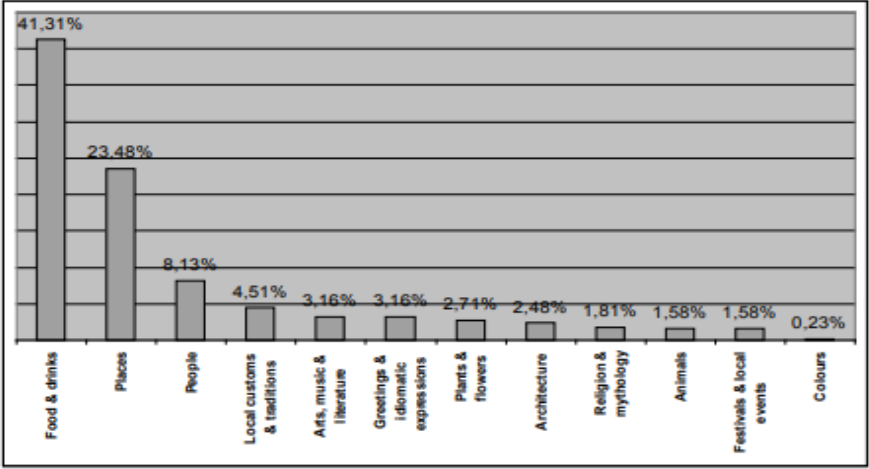
---

<sup>15</sup> Algeo, John. Fifty years among the new words. A Dictionary of Neologisms,” 1941-1991 / J.Algeo. – Cambridge: – 1993. – 268 p.

<sup>16</sup> Chinol, Laure. Les “mots français” et le mythe de la France en anglais contemporain. / Laure Chinol. – Paris: Klincksieck, – 1973. – 215 p.

<sup>17</sup> Bliss, A.J. A Dictionary of Foreign Words and Phrases in Current English. / A.J.Bliss. – London: Routledge and Kegan Paul, – 1966. – 389 p.

<sup>18</sup> Gandin, S. Investigating Loan Words And Expressions in Tourism Discourse: A Corpus Driven Analysis on The BBC Travel Corpus: [Electronic resource] // European Scientific Journal, –January, – 2014. Vol. 10, No2, – p.1-17. URL: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.820.9300&rep=rep1&type=pdf>

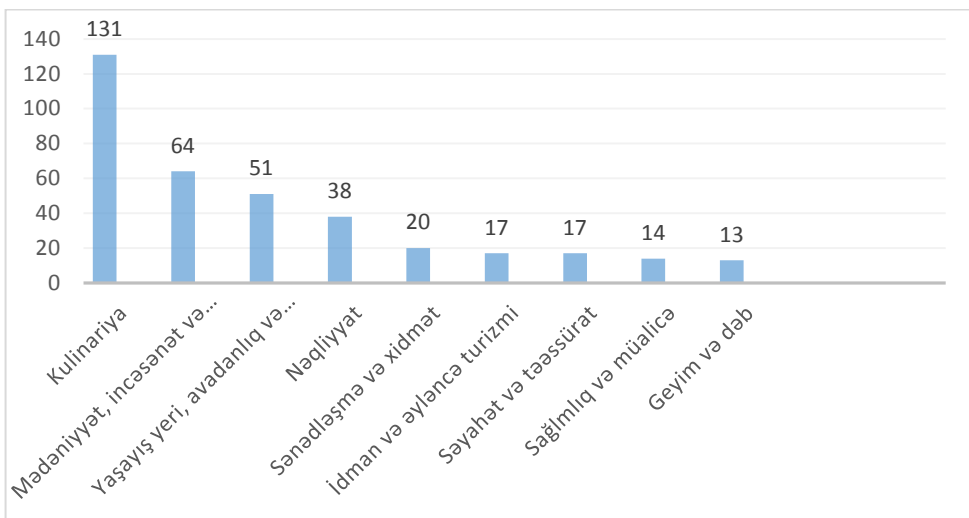


**Qrafik 2.3. BTC-nin dillər üzrə etimoloji təsnifatı**

Üçüncü fəslin ikinci paragrafı “*Alınma turizm leksikasının semantik qruplar üzrə korpus təhlili*” adlanır.

Bu paragrafda qloballaşma dövründə turizm leksikasını zənginləşdirən 365 leksik vahid tədqiqata cəlb olunaraq leksik-semantik cəhətdən təhlil olunaraq aşağıdakı qruplara bölünmüşdür.

1. Kulinariya
2. Mədəniyyət, incəsənət və əyləncə
3. Yaşayış yeri, avadanlıq və qurğular
4. Sənədləşmə və xidmət
5. Nəqliyyat
6. Geyim və dəb
7. Sağlamlıq və müalicə
8. İdman və əyləncə turizmi
9. Səyahət və təəssürat



**Qrafik 3.2. Alınma söz və ifadələr – Semantik qruplar (ədədlə)**

1. Tədqiqata cəlb olunmuş 365 vahidə əsasən kulinariya qrupu 131 sözlə ən böyük leksik-semantik qrup hesab edilə bilər. Leksik vahidlər həmin dövr üzrə təhlil olunmuş vahidlərin 35,89 % -ni təşkil edir. Bu leksik-semantik qrup daxilində italyan dilindən alınmalar 30 vahidlə birinci yeri öz üzərinə götürmüşdür. Bu isə daxil olduğu qrupun 21,37 %-ni təşkil edir.

2. Mədəniyyət, incəsənət və əyləncə 64 vahidlə tədqiqata cəlb olunmuş 365 leksik vahidin 17,53 %-ni təşkil edir. Bu leksik-semantik qrup daxilində də tədqiqata cəlb olunmuş dillər arasında fransız dili 26,56 %-lə birincilik təşkil edir.

3. Yaşayış yeri, ləvazimat və xidmət vasitələri qrupu 51 vahidlə təhlil olunmuş bütün leksik vahidlərin 13,97 %-ni özündə birləşdirir. Müxtəlif dillərdən alınmaların sayına görə üçüncü ən böyük qrup olan bu leksik-semantik qrupa ən çox söz fransız dilindən daxil olmuşdur. Belə ki, fransız dilindən alınmış 16 leksik vahid bu leksik-semantik qrup üzrə təhlil olunmuş 51 vahidin 31,37 %-ni təşkil edir.

4. Nəqliyyat leksik-semantik qrupu 38 vahidlə tədqiqata cəlb olunmuş 365 leksik vahidin 10,51 %-ini təşkil edir. Fransız dili digər qruplarda olduğu kimi bu qrupda da özünü göstərir. Bu dildən alınma

söz və ifadələr nəqliyyat sahəsi üzrə kəskin fərqlə digər dillərdən alınmalar arasında üstünlük təşkil edir. Bu sahə üzrə təhlil olunmuş 38 leksik-semantik vahidin 22-si məhz fransız dilinin payına düşür (57.89 %).

5. Tədqiqata cəlb olunmuş 365 vahiddən 20-si (5.47 %) sənədləşmə və xidmət leksik-semantik qrupuna aid edilə bilər. Bu qrupda da fransız sözləri üstünlük təşkil edir. Bu dildən alınma 8 leksik vahid təhlil olunmuş 20 vahidin 40 % -ni təşkil edir.

6. İdman və əyləncə turizmi qrupu tədqiqat işində 17 vahidlə təhlil olunan 365 leksik vahidin 4.65 %-ini təşkil edir. Fransız dili 17.64 %-lə birincidir.

7. Səyahət və təəssürat leksik-semantik qrupu təhlil edilmiş 365 leksik vahidin 4.65 %-ni təşkil edir. 41.17 %-lə fransız dili digər qruplarda olduğu kimi liderdir.

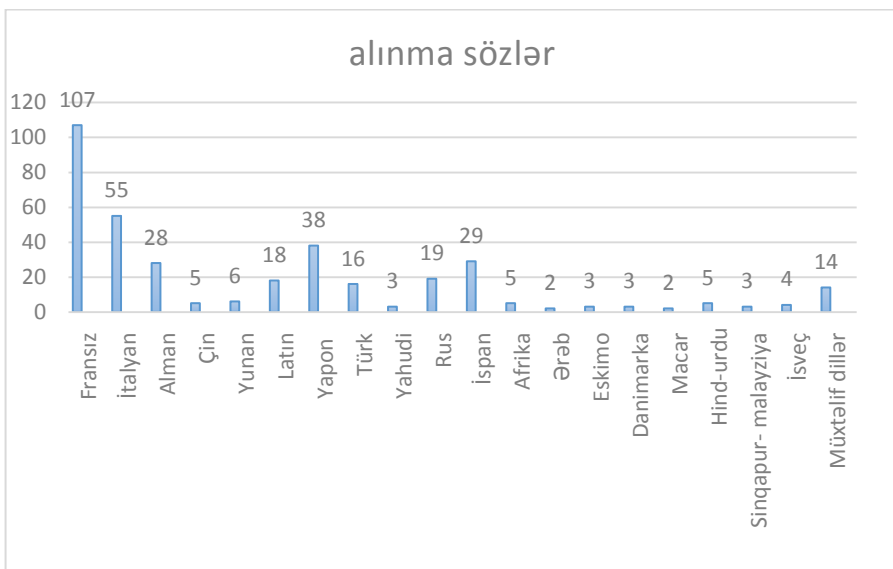
8. Sağlamlıq və müalicə qrupu XX əsrin ortalarına aid tədqiq olunmuş leksik vahidlərin 3.83 %-ni özündə birləşdirir. Bu qrup üzrə digər qruplardan fərqli olaraq liderliyi yapon mənşəli sözlər öz üzərinə alır. Belə ki, qrupda 4 sözlə təmsil olunan yapon dili 28.57 %-lə fransız dilini iki leksik vahidlə geridə qoyur.

9. Geyim və dəb qrupunda fransız dilindən alınmalar 30.76 %-lə üstünlük təşkil edir.

Tədqiqata cəlb olunmuş 365 leksik vahid üzərində aparılmış təhlillərə əsasən doqquz leksik-semantik qrup ayrılmışdır ki, bunlardan ən böyüyü 131 vahidlə kulinariya, ən kiçiyi isə 13 vahidlə geyim və dəb sahələrini əhatə edir.

***“Turizm leksikasının semantik qruplarının dillər üzrə korpus təhlili”*** dissertasiyanın üçüncü fəslinin üçüncü paragrafıdır.

Tədqiqat zamanı təhlil olunmuş leksik vahidlər yalnız semantik qruplar əsasında deyil, həmçinin alındığı dillər əsasında da təhlil edilmişdir. Belə ki, tədqiqat zamanı 30-dan artıq dil tədqiqat obyektinə daxil olmuş, statistikasını aparılmış və müəyyən nəticələrə gəlinmişdir.



**Qrafik 3.12. Qlobal ingilis dilinə müxtəlif dillərdən alınma sözlər (ədədlə)**

Aparduğumuz korpus təhlili əsasında hazırlanmış qrafikdən də görüldüyü kimi, fransız dilindən alınma söz və ifadələr XX əsrə qədər olan tendensiyanı davam etdirərək öz birinciliyini qoruyub saxlayır. Və təbii ki, daha bir tendensiya fransız dilindən alınma sözlərin yunan-latın mənşəli olması ilə bağlıdır. Fransız dilindən alınma 107 söz və ifadə təhlil olunmuş 365 leksik vahidin 29.31 %-ni təşkil edir ki, bu da az göstərici deyil.

İtalyan dilindən alınma söz və ifadələr 55 vahidlə müxtəlif dillərdən alınmalar cədvəlində ikinci sırada yer alır. Təhlilə əsasən araşdırmaya cəlb olunmuş 365 vahidin 15 %-i italyanların payına düşür (55 leksik vahid). Korpus təhlilinə əsasən italyan mənşəli alınma sözlər əsasən mətbəxlə bağlıdır: amaretto, bruschetta, cappuccino, ciabatta, espresso, latte, focaccia, mascarpone, panzanella, pepperoni, pizza, spumante, zucchini.

Tədqiqatımıza cəlb olunan 365 vahidin 38-i yapon dilindən alınma söz və ifadələrdir. Bu isə 10,41 %-lə üçüncülük təşkil edir.



mədəniyyət, incəsənət və əyləncə qrupu 14 leksik vahidlə ən çox söz olan sahə hesab oluna bilər (365 leksik vahidin 3,83 %-i).

Korpus təhlilinin nəticələrinə əsasən qlobal ingilis dilində turizm leksikasını dördüncü ən çox söz və ifadə ilə zənginləşdirən ispan dilidir. İspan dilindən alınmalar 29 vahidlə tədqiqata cəlb olunmuş ümumi 365 leksik vahidin 7,94 %-ni təşkil edir.

İspan dilindən ingilis dilinə keçən sözlərin əksəriyyəti dilin lüğət tərkibinə Meksika vasitəsilə daxil olmuşdur.

365 leksik vahidin leksik-semantik təhlilini nəzərə alaraq ispan dilindən qlobal ingilis dilinə daxil olan 29 vahidin 17-sinin kulinariya sahəsinə aid olduğu müəyyən edilmişdir. Bu isə ümumi leksik vahidlərin 4,65 %-ni təşkil edir.

Tədqiqatımızda alman dilindən alınma söz və ifadələr 28 vahidlə təhlil olunmuş 365 vahidin 7,67 %-ni təşkil edir. Alman dilindən alınma sözlərə bütün leksik-semantik qruplar üzrə rast gəlmək olar. Ən çox göstəricilərə kulinariya qrupu üzrə rast gəlinir.

Latın mənşəli alınma sözlər tarix boyu olduğu kimi qloballaşma dövründə də ingilis dilinin leksikasını zənginləşdirməyə davam etmişdir. Ümumilikdə götürdükdə qlobal dövrdə də tarix boyu müşahidə olunan tendensiya davam etmişdir. Belə ki, qlobal ingilis dilində müxtəlif dillərdən alınma sözlərin etimoloji tədqiqatı zamanı bir çox sözlərin latın mənşəli olduğu üzə çıxır. Lakin bu tədqiqat zamanı hər hansı bir dil vasitəsilə deyil, birbaşa latın dilindən alınmış leksik vahidlərə də rast gəlmək olar. Belə vahidlərin sayı 18 olaraq təhlil olunmuş vahidlərin 4,93 %-ni təşkil edir. Ən aktiv qruplar isə 1,36 %-lə sənədləşmə və xidmətdir.

Müasir ingilis dilində olan Çin mənşəli alınma sözlərin əksəriyyəti Çin dilinə Koreya və yapon dillərindən keçmiş sözlərdir. XX əsrin ikinci yarısı müasir beynəlxalq ünsiyyət vasitəsilə ingilis dilinə Çin mənşəli sözlərin kütləvi axını müşahidə olunur.

Tədqiqat zamanı təhlil olunan vahidlərin 1,36 %-i Çin dilinin payına düşür.

Korpus təhlilinə əsasən Çin mənşəli 5 alınma sözün 3-ü kulinariya sahəsinə əhatə edir. Bu isə ümumilikdə təhlil olunmuş vahidlərin 1,36 %-ni əhatə edir.

Tədqiqat işində qloballaşma dövründə turizm leksikasının formalaşmasında xüsusi əhəmiyyəti olan alınma söz və ifadələr korpus şəklində təhlilə cəlb olunaraq, hələ turizmin ilkin rüseymlərinin yarandığı qədim dövrdən bugünkü günə qədər tədqiq edilmişdir. Aparılmış araşdırma aşağıdakı **nəticələrə** gəlməyə əsas verir:

1. Turizmin yaranması və inkişafının tarixi barədə tədqiqatçıların fikirlərinin təhlilinə əsasən turizm leksikasının formalaşmasının köklərinin antik dövrə gedib çıxdığı barədə fikir söyləməyə imkan verir. Belə ki, Böyük Britaniyada turizm leksikasının formalaşmasının ilkin mərhələsi XVIII əsrə qədərki dövr qədim, orta və intibah dövrlərini əhatə etdiyi halda, digər mərhələ Böyük Britaniya və Amerika Birləşmiş Ştatlarında elitər turizm, kütləvi turizmin inkişafı və beynəlxalq kütləvi turizmin inkişafı dövrlərini özündə birləşdirən XVIII əsrdən qloballaşmaya qədərki dövrü əhatə edir.

2. Antik dövrdən qloballaşma dövrünə qədər turizm leksikası üzərində aparılmış korpus təhlili götürür ki, tədqiqata cəlb olunmuş leksik vahidlərə əsasən turizm sahələri ilə bağlı qidalanma, nəqliyyat, ictimai-mədəni xidmətlər, qonaqların yerləşdirilməsi, səyahət növləri və turizm, turistlərin növləri və s. kimi müxtəlif leksik-semantik qruplar hər dövr üzrə dövrün tələbinə uyğun olaraq fərqli fəallıq göstərmişdir.

3. Dövlər üzrə tədqiqata cəlb olunmuş turizm leksikasının üzərində aparılmış korpus təhlilinə əsasən bütün dövrlərdə yunan-latın mənşəli söz və ifadələr (xüsusilə də yunan-latın mənşəli fransız dilindən alınmalar) üstünlük təşkil etmişdir.

4. Orta əsrlərdən başlayaraq digər dillərdən alınma sözlərin sayında artım müşahidə olunmuşdur. Belə ki, qədim fransız, qədim german, anqlo-norman, qədim Skandinaviya, Çin, türk, ərəb dillərindən sözlər alınmışdır.

5. Tədqiqata əsasən XIX əsrə qədərki dövrdə turizm leksikasının formalaşmasını tam formalaşmamış hesab etmək olar. Məhz buna görə də XIX əsrdən etibarən formalaşmış leksikanı müasir leksikanın inkişaf tarixinin əsası hesab etmək olar.

6. İngilis turizm leksikası XX əsrdə formalaşaraq qlobal, beynəlxalq əhəmiyyət kəsb etməyə başlamışdır.

7. Qloballaşma rəsmi olaraq artıq 30 ilə yaxındır ki, mövcuddur. İngilis dilinin qloballaşmasını yalnız iqtisadi və siyasi üstünlüklərin nəticəsi kimi qiymətləndirmək yanlış olardı. İngilis dilinin qlobal linqvistik dominantlığı uğrunda qazandığı qələbəyə səbəb olan leksik tərkibin zənginliyi, ingilis dilinin flektiv dil olması, yüksək unifikasiya dərəcəsinə malik olması, yazı və oxu qaydalarının digər dillərlə müqayisədə sadəliyi, ingilis dilinin kosmopolitan xarakteri onun qlobal status almasında xüsusi əhəmiyyətə malikdir.

8. Tədqiqatımızın əsas hissəsini təşkil edən korpus təhlili zamanı müxtəlif mənbələrdən götürülmüş 30-dan artıq dildən alınma 365 leksik vahid üzərində aparılmış təhlillərə əsasən qlobal ingilis dilinin alınma turizm leksikasında doqquz leksik-semantik qrup ayrılmışdır (kulinariya, mədəniyyət, incəsənət və əyləncə, yaşayış yeri, avadanlıq və qurğular, sənədləşmə və xidmət, nəqliyyat, geyim və dəb, sağlamlıq və müalicə, idman və əyləncə turizmi, səyahət və təəssürat). Bunlardan ən böyüyü 131 vahidlə kulinariya (35,89 %), ən kiçiyi isə 13 vahidlə (3,56 %) geyim və dəb sahələrini əhatə edir.

9. Tədqiqata cəlb olunmuş dillərdən alınma söz və ifadələrin təhlili göstərir ki qloballaşma dövründə də turizm leksikası digər dillər hesabına zənginləşməkdə davam edir. Aparılmış araşdırma bir daha sübut edir ki, fransız dili tarixi dövrlər arasında vasitəçi olaraq ingilis dilinin turizm leksikasının zənginləşməsində müstəsna əhəmiyyət kəsb etmişdir.

10. XIX əsrdə tendensiyanın davamı olaraq bir sıra alınmalar öz ilkin mənasının itirərək qlobal dövrdə yeni məna kəsb etmişdir.

***Dissertasiyanın əsas məzmunu və elmi müddəaları müəllifin aşağıdakı məqalə və tezislərində əksini tapmışdır:***

1. Alizada, L.V. Global English and Tourism // Azərbaycan Dillər Universiteti, “Tətbiqi Dilçiliyin müasir problemləri” III Beynəlxalq elmi konfransın tezisləri. – Bakı, – 25-26 oktyabr – 2018, – s.78;
2. Əlizadə, L.V. Qlobal ingilis dilində turizm leksikasının formalaşmasında alınma sözlərin rolu // – Bakı: Dil və Ədəbiyyat, Beynəlxalq elmi-nəzəri jurnal, – 2019. № 3(111), – s.13-16;

3. Əlizadə, L.V. Turizm diskursunda qlobal ingilis dilinin rolu // Azərbaycan Respublikası Təhsil Nazirliyi, Doktorantların və Gənc Tədqiqatçıların XXIII Respublika elmi konfransı. – Bakı: Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universiteti – 2019, – s.166-168;
4. Əlizadə, L.V. Orta və erkən müasir ingilis dilində turizmə aid sözlərin leksik-semantik bölgüsü prinsipləri // – Bakı: Azərbaycan Dillər Universiteti, Elmi xəbərlər, – 2020. № 1, – s.41-44;
5. Əlizadə, L.V. Qlobal ingilis dilində istifadə olunan müxtəlif dillərdən alınma turizm mənşəli sözlər və onların xüsusiyyətləri // – Bakı: Dil və Ədəbiyyat, Beynəlxalq elmi-nəzəri jurnal, – 2021. № 2(116), – s.28-38;
6. Alizada, L.V. Global spread of English and its impacts on tourism lexicology // – Одесса, Україна, Ukraine, Lvov: Науковий Вісник Міжнародного Гуманітарного Університету, – 2021. №51(1), – p.4-8;
7. Alizada, L.V. The Role of Global English in Tourism Discourse, Loan Words and Their Division Into Lexica-Semantic Groups // International Doctoral Scientific Symposium “Modern Tendencies of Scientific Development: Visions of Young Scientists”. – MTSD, Kishinyov, – 15 June – 2021, – p.145-148;
8. Əlizadə, L.V. Antik dövrdə ingilis dilində turizm leksikasının formalaşmasında ekstralinqvistik amillərin rolu // – Bakı: Dil və Ədəbiyyat, Beynəlxalq elmi-nəzəri jurnal, – 2021. № 3(117), – s.68-71;
9. Alizada, L.V. Tourism related borrowings from different languages used in Global English and their features // Proceedings of the 3<sup>rd</sup> International Scientific and Practical Conference International Scientific discussion: Problems, Tasks and Prospects. – Brighton Great Britain, – 21-22 October – 2021, – p.98-104;
10. Əlizadə, L.V. Qlobal turizm leksikası dilçilərin tədqiqat obyektinə kimi // – Bakı: Azərbaycan Dillər Universiteti, Elmi xəbərlər, – 2022. № 4, – s.17-21.





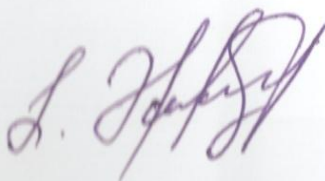
Dissertasiyanın müdafiəsi 20 dekabr 2023 il tarixində saat 10<sup>00</sup> Azərbaycan Dillər Universiteti nəzdində fəaliyyət göstərən ED 2.12 Dissertasiya şurasının iclasında keçiriləcəkdir.

Ünvan: AZ1014, Bakı şəhəri, Rəşid Behbudov küçəsi, 134.

Dissertasiya ilə Azərbaycan Dillər Universitetinin kitabxanasında tanış olmaq mümkündür.

Avtoreferatın elektron versiyası Azərbaycan Dillər Universitetinin rəsmi internet saytında yerləşdirilmişdir.

Avtoreferat 13 noyabr 2023-cü il tarixində zəruri ünvanlara göndərilmişdir.



Çapa imzalanıb: 13.11.2023

Kağızın formatı: 60x84 1/16

Həcm: 39873 işarə

Tiraj: 100