

UOT 04:338:81

Əliquliyev R.M.¹, Mahmudov R.Ş.²

^{1,2}AMEA İnformasiya Texnologiyaları İnstitutu, Bakı, Azərbaycan

^{1,2}secretary@iit.ab.az, depart17@iit.ab.az

DİL SƏNAYESİ: İMKANLAR, PERSPEKTİVLƏR VƏ PROBLEMLƏR

Məqalədə dil sənayesinin mahiyyəti, xüsusiyyətləri, müasir vəziyyəti və perspektivləri araşdırılır. İnformasiya cəmiyyətində dil xidmətlərinin rolu göstərilir. Dil sənayesi biliklər iqtisadiyyatının mühüm sahəsi kimi xarakterizə olunur. Eləcə də, dil sənayesinin əsas seqmentləri təsnifatlandırılır, onların xarakterik xüsusiyyətləri şərh edilir. İqtisadiyyatda dil sənayesi hesabına formalaşan linqvistik kommunikasiyanın əhəmiyyəti analiz olunur. Dil sənayesində informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının tətbiqinin perspektivləri göstərilir. Elmi innovasiya iqtisadiyyatında dil faktorunun rolu müəyyən edilir. Dil sənayesinin aparıcı seqmentlərindən biri olan xarici dil tədrisinin iqtisadiyyatı şərh olunur. Qlobal ünsiyyət dilinin gələcək perspektivləri və onun dil sənayesinin inkişafına təsiri araşdırılır. Həmçinin Azərbaycanda dil sənayesinin mövcud vəziyyəti tədqiq edilir və ölkəmizdə bu sahənin inkişafına dair təkliflər irəli sürülür.

Açar sözlər: dil sənayesi, biliklər iqtisadiyyatı, linqvistik kommunikasiya, linqvistik texnologiyalar, maşın tərcüməsi, tərcümə bazarı, xarici dilin tədrisi.

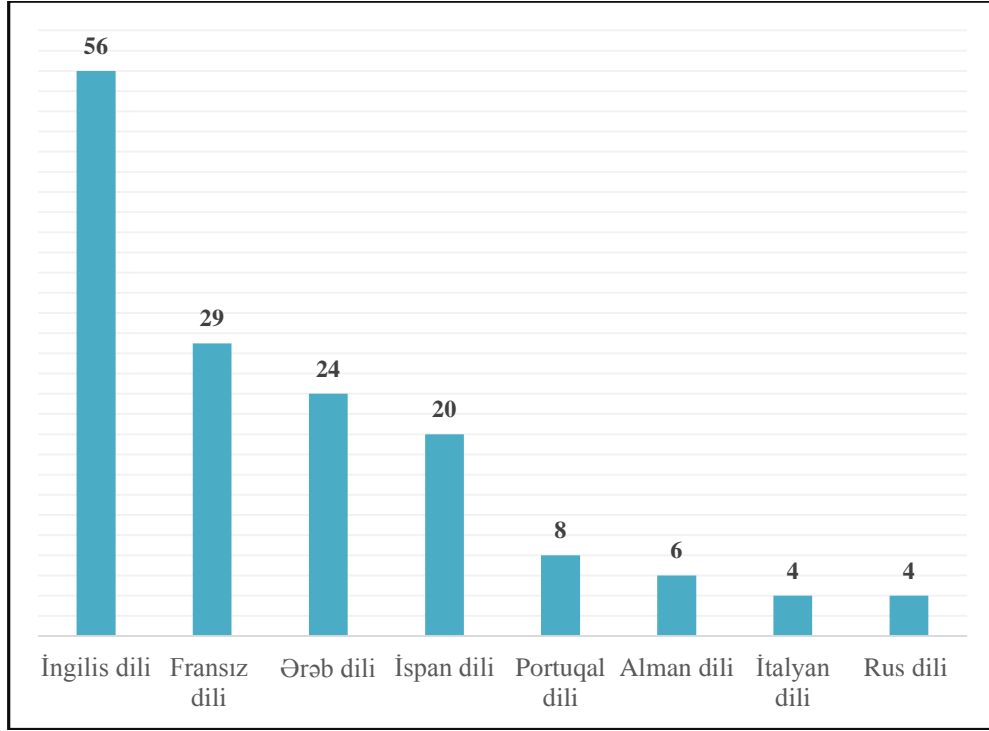
Giriş

İnformasiya-kommunikasiya texnologiyalarının (İKT) təsiri ilə sürətlə qloballaşan müasir dünyada dil müxtəlifliyi mühüm iqtisadi əhəmiyyət kəsb edir. Qlobal miqyasda baş verən linqvistik tendensiyalar, dil faktoru beynəlxalq ticarətin genişlənməsi, transmilli mobil işçi qüvvəsinin formalaşması, nəhəng şirkətlərin yeni-yeni bazarlar uğrunda amansız rəqabəti, formalaşmaqda olan informasiya cəmiyyətində biliklər iqtisadiyyatının və insan kapitalının əhəmiyyətinin artması fonunda öz aktuallığını daha qabarıq şəkildə göstərməyə başlayır.

Hazırda dünyanın 260 ölkəsində 7,5 milyarddan çox insan yaşayır. Onlar ünsiyyət vasitəsi kimi 7 minə yaxın dildən istifadə edirlər. 40 ən çox yayılmış dil dünya əhalisinin 2/3-ni əhatə edir. Bu dillərdən yalnız 95-i dövlət dili statusuna malikdir. Bəzi dillər bir neçə dövlətin rəsmi dili kimi qəbul edilib. O cümlədən ingilis dili 56, fransız dili 29, ərəb dili 24, ispan dili 20, portuqal dili 8, alman dili 6, italyan və rus dilləri 4, holland və serb dilləri 3 ölkənin dövlət dili statusuna malikdir (Şəkil 1). Daha 12 dilin hər biri iki ölkədə rəsmi dil kimi işlədilir. Eyni zamanda, 2 və daha artıq dövlət dili olan ölkələr də mövcuddur. Cənubi Afrika Respublikası bu baxımdan daha çox fərqlənir. Belə ki, bu ölkədə 11 rəsmi dövlət dili paralel olaraq işlədilir. Onu da nəzərə almaq lazımdır ki, geniş yayılmış ingilis, fransız, ərəb və s. dillərin vahid standartı yoxdur. Həmin dillərin ayrı-ayrı ölkələrdə fərqli versiyaları mövcuddur. Bir sıra hallarda eyni dilin müxtəlif ölkələrdə yaşayan daşıyıcıları bir-biriləri ilə ünsiyyət qurmaqda çətinlik çəkirlər [1-3].

Beləliklə, hazırda hər hansı bir dil ən yaxşı halda bir ölkə ərazisində yaşayan insanların ortaq ünsiyyət vasitəsi rolunu oynaya bilir. Bəzən isə dil daha kiçik arealda – müəyyən bölgədə, şəhərdə və ya kənddə ünsiyyət missiyasını həyata keçirə bilir. Hətta bəzi ölkələrdə yaşayan insanların əksəriyyətinin bildiyi ortaq dil mövcud deyil. Ona görə də həmin ölkələrdə bir neçə rəsmi dildən istifadə edilir. Bu gün ingilis dili faktiki olaraq beynəlxalq səviyyədə əsas ünsiyyət vasitəsi kimi qəbul olunsada, dünya əhalisinin 75%-i bu dili bilmir.

Bütün bunlar onu göstərir ki, sürətlə qloballaşan müasir dünyada insanlar arasında ünsiyyət qurmaq, zəruri bilik və informasiyanı ötürmək və əldə etmək üçün linqvistik vasitəçilərə böyük ehtiyac vardır. Bu gün İKT təsiri ilə dünyada elm, təhsil, media, iqtisadiyyat, mədəni və s. sahələr sürətlə qloballaşır.



Şəkil 1. Daha çox dövlət dili statusuna malik olan dillər [1-3]

Dünyanın müxtəlif ölkələrindən olan gənclər qabaqcıl ali məktəblərdə təhsil almaq, bacarıqlı mütəxəssis kimi yetişmək, uğurlu karyera qurmaq istəyirlər. Transmilli şirkətlər öz bazarlarını daim genişləndirmək, çoxdilli bazarda fəaliyyət göstərmək, bütün dil seqmentlərini əhatə etmək iddiasındadırlar. Dünyada turizm sektoru sürətlə inkişaf edir, qlobal nəqliyyat-kommunikasiya infrastrukturunun inkişafı, insanların gəlirlərinin artması bu sahənin inkişafını sürətləndirir.

İnternetin köməyi ilə insanlar ən müxtəlif bilik və informasiya mənbələrinə daxil olaraq öz tələbatlarını dolğun şəkildə ödəmək niyyətindədirlər. Dil sənayesini aktuallaşdıran faktorlardan biri də qlobal dünyanın ən ağırlı məsələlərindən biri olan qaçqın və miqrasiya problemləridir. Onların hər hansı bir ölkəyə adaptasiyası, işlə təmin edilməsi üçün, ilk növbədə, dil problemini həll etmək lazım gəlir.

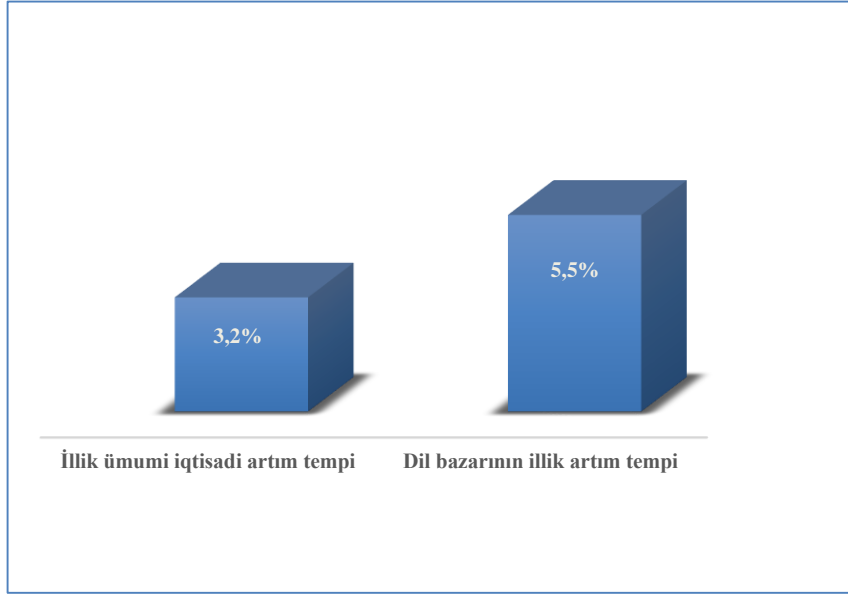
Qeyd edilən zərurət ünsiyyət vasitəçilərinə - tərcüməçilik fəaliyyətinə, həmçinin dünyanın aparıcı dillərinin öyrənilməsinə tələbatı getdikcə daha da artırır. İnsanların bu tələbatını ödəmək üçün dünyada yeni intellektual xidmət seqmenti formalaşır. Bu intellektual fəaliyyət sahəsi biliklər iqtisadiyyatının perspektivli istiqaməti olan dil sənayesini formalaşdırır. Hesablamalara görə, 2016-cı ildə dünyada ingilis dilinin tədrisinin həcmi 60 mlrd. dollar, tərcümə sənayesinin həcmi 40 mlrd. dollar, dil texnologiyaları sənayesinin həcmi isə 27 mlrd. dollar həddində olub [5, 6]. Dünyada dil xidmətləri sənayesinin həcmi hər il 5,52% artır [5]. Müqayisə üçün qeyd edək ki, dünyada ümumi iqtisadi artım 3,2% təşkil edir (Şəkil 2) [7]. Dil sənayesi hazırda dünyada ən güclü iqtisadiyyata malik olan ABŞ-da ən sürətlə inkişaf edən 4-cü biznes sahəsidir [5].

Hazırda dil sənayesinin sürətli inkişafının əsasında həm də bu sahədə İKT-nin uğurlu tətbiqi dayanır. Bu sferada tədris, tərcümə, lokallaşdırma və digər xidmətlərin göstərilməsi, eyni zamanda, qlobal informasiya cəmiyyətinin formalaşmasına və inkişafına xidmət edir.

İnformasiya cəmiyyətində dil sənayesinin rolu və funksiyaları

İnformasiya cəmiyyətinin əsas missiyası bütün insanların informasiya, bilik tələbatını ödəmək, onların arasında sosial kommunikasiya mühiti yaratmaq, bilik və düşüncələrini, istədikləri məlumatı maneəsiz olaraq əldə etmək, paylaşmaq imkanlarını, özünüifadə azadlığını təmin etməkdən ibarətdir. Həmin təminatın ödənilməsi informasiya bolluğunun yaradılması,

kommunikasiya məhdudiyyətlərinin aradan qaldırılması və bu proseslərin köməyi ilə min illərdən bəri bəşəriyyətin qarşısında duran problemlərin həllinə və cəmiyyətin inkişafına xidmət edir.



Şəkil 2. Ümumi illik iqtisadi artım tempi ilə dil bazarının artım tempinin müqayisəsi [5, 7]

İnformasiya cəmiyyətində bilik və informasiya əsas strateji resursa, maddi sərvətə çevrilir. Sivilizasiyanın bu mərhələsində cəmiyyətin inkişafının əsasını informasiya və biliklərə əsaslanan iqtisadiyyat təşkil edir. İnformasiya hüquqlarının təmin olunmasında, informasiya və biliklərin mənmisənilməsində, zəruri kommunikasiyanın qurulmasında isə dil faktoru texnoloji əsaslarla birlikdə həlledici əhəmiyyətə malikdir. Bu baxımdan, hesab etmək olar ki, dil sənayesinin inkişafı da məhz informasiya cəmiyyəti quruculuğuna və biliklər iqtisadiyyatının formalaşmasına xidmət edir.

2003-cü ildə Cenevrədə keçirilən İnformasiya Cəmiyyəti üzrə Ümumdünya Sammitininin birinci mərhələsində qəbul edilmiş “Prinsiplər Bəyannaməsi”ndə “informasiya və biliklərə çıxış imkanının təmin olunması”, “mədəni müxtəliflik və mədəni identikliyin qorunması”, “dil müxtəlifliyi və yerli kontentin təmin olunması” kimi müddəalar öz əksini tapmışdır [8]. Qeyd edilənlərin təmin olunmasında isə dil faktoru həlledici rol oynayır. Texnologiyanın tətbiqi hər hansı informasiya və biliklərə çıxış imkanı yarada bilər. Lakin həmin resurslar onu əldə edənin anladığı dildə yazılmayıbsa, çıxış imkanının əhəmiyyəti sıfıra bərabərdir. Eləcə də, istənilən xalqın mədəni identikliyinə əsas təminatçısı onun dilidir. Dil müxtəlifliyi və yerli kontentin təmin olunması da bilavasitə dil xidmətlərinin missiyasıdır.

2005-ci ildə Tunisdə keçirilən İnformasiya Cəmiyyəti üzrə Ümumdünya Sammitininin ikinci mərhələsində isə rəqəmsal fərqliliyin aradan qaldırılması məsələsi müzakirə edilmişdir [9]. Bu problemin aradan qaldırılması yollarından biri də hər bir vətəndaşın İKT-nin imkanlarından istifadə edə bilməsi üçün müvafiq proqram təminatı ilə bağlı lokallaşdırma (müvafiq kontentin yerli dillərə uyğunlaşdırılması) işlərinin həyata keçirilməsidir.

UNESCO-nun informasiya cəmiyyətinə dair konsepsiyasında da kiberməkanda mədəni müxtəlifliyin və hamılıqla iştirakın təmin olunması baxımından çoxdilliliyin roluna xüsusi əhəmiyyət verilir [10]. Bu təşkilatın baxışlarına görə, biliklərin yayılması və təhsilin inkişafında, eləcə də, rəqəmsal bərabərsizliyin aradan qaldırılmasında dil faktoru xüsusi rol oynayır.

Göründüyü kimi, informasiya cəmiyyətinin formalaşması və inkişafında dil faktorunun rolu müvafiq beynəlxalq sənədlərdə də yüksək qiymətləndirilmişdir.

Dil sənayesi biliklər iqtisadiyyatının tərkib hissəsi kimi

“Biliklər iqtisadiyyatı” termini elmi leksikona 1962-ci ildə amerikalı alim F.Maxlup tərəfindən daxil edilib [11,12]. O, özünün “ABŞ-da biliklərin istehsalı və yayılması” əsərində ilk dəfə bu termindən istifadə edib. F.Maxlupa görə, bilik istehsalı elə bir prosesdir ki, onun vasitəsi ilə kimsə həmin vaxta qədər ona məlum olmayan nəyisə öyrənir. Onun fikrincə, biliklərin istehsalında və yayılmasında resept yazan həkim də, məsləhət verən hüquqşünas da iştirak edir.

İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatının (*Organisation for Economic Cooperation and Development, OECD*) verdiyi tərifə görə, biliklər iqtisadiyyatı – iqtisadi və sosial inkişafın daha effektiv şəkildə sürətlənməsi üçün kodlaşdırılmış və qeyri-aşkar biliklərin əldə edilməsi, yaradılması, yayılması və istifadəsidir [12].

Ümumiyyətlə, biliklər iqtisadiyyatı iqtisadiyyatın elə bir sahəsidir ki, burada bilik və insan kapitalı əsas rola malikdir. İqtisadiyyatın bu sahəsinin inkişafı insan kapitalının keyfiyyətinin, həyat səviyyəsinin artırılması, elmtutumlu məhsulların, yüksək texnologiyaların istehsalının, innovasiyaların genişləndirilməsi ilə bağlıdır.

Başqa sözlə, biliklər iqtisadiyyatı – qeyri-maddi aktivlərin, insan kapitalının, elm və təhsilin, İKT-nin, intellektual xidmətlərin xüsusi çəkisinin yüksək olduğu sahədir. Bu sahənin əsas istehsal məhsulları bilik və informasiyadır.

Mütəxəssislərin fikrincə, biliklər iqtisadiyyatının mahiyyəti aşağıdakı qarşılıqlı əlaqədə olan proseslərlə müəyyən edilir [13-15]:

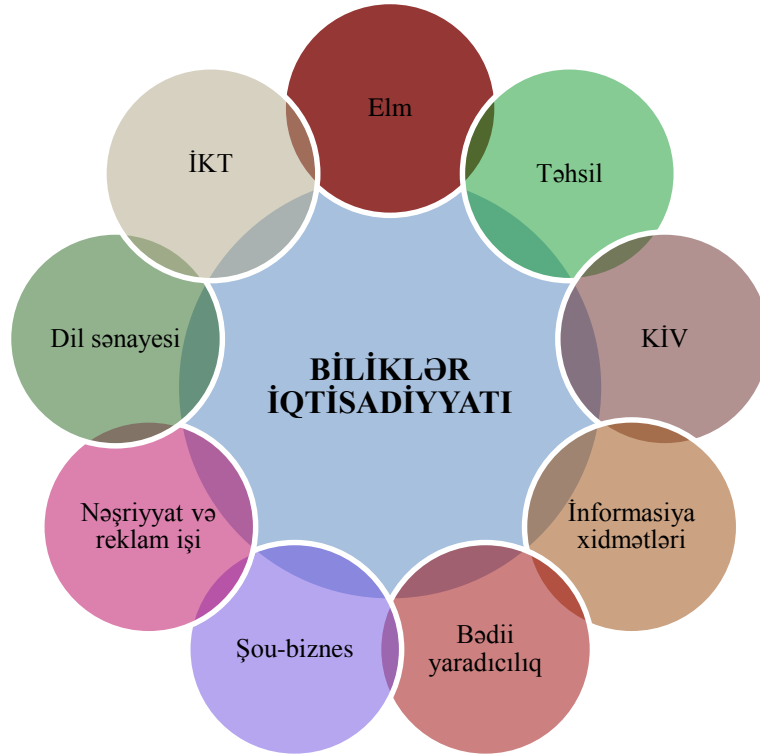
- informasiya və biliklər sosial-iqtisadi, texnoloji və mədəni inkişafın mühüm resursu və hərəkətverici qüvvəsinə çevrilir;
- təbii resurslar, əmək və kapital ilə birlikdə informasiya və biliklər də istehsal amillərinə çevrilir;
- informasiya və biliklərin yaradılması, ötürülməsi və istifadə edilməsini təmin edən sahələrin xüsusi çəkisi sürətlə artır;
- inkişaf etmiş informasiya infrastrukturunu beynəlxalq rəqabət qabiliyyətini təmin edən faktora çevrilir.

Biliklər iqtisadiyyatı həmçinin insan kapitalının maddi kapitalla müqayisədə xüsusi çəkisinin daha artıq olduğu iqtisadi sahələrin məcmusu kimi xarakterizə olunur. Həmin sahələrdə biliklərin texnoloji reallaşdırılması həlledici rol oynayır, biliklərin istehsalı isə iqtisadi inkişafın mənbəyi kimi çıxış edir. Göstərilən yanaşmada biliklər iqtisadiyyatı elmi fəaliyyəti, təhsili, İKT-ni, innovasiyaları, intellektual xidmətləri əhatə edir.

Müvafiq baxışları, təsnifatları ümumiləşdirsək, biliklər iqtisadiyyatının əsas seqmentlərini bu cür müəyyən etmək olar [16-18]: elmi-tədqiqat; təhsil; İKT; KİV; informasiya texnologiyaları; informasiya xidmətləri; nəşriyyat və reklam işi; bədii yaradıcılıq; şou-biznes (Şəkil 3).

Yuxarıda qeyd edilənləri nəzərə alsaq, dil xidmətlərini də intellektual bir fəaliyyət istiqaməti olaraq informasiya və bilik istehsalına aid etmək olar. Belə ki, dil xidmətlərinin aparıcı sahəsi olan tərcümə xidmətləri sayəsində insanlar hansısa kitabı, məqaləni, xəbəri oxuyaraq yeni informasiya və bilik əldə etmək imkanı qazanır. Yaxud dublyaj edilmiş filmləri izləyən insan dünyagörüşünü, biliklərini artırır. Həmçinin müvafiq tədris prosesini keçən yeni bir dil öyrənir, həmin dildə yazılan mətnlərlə, səsləndirilən audio-video materiallarla tanış ola bilir, bununla da, yeni biliklər əldə edir. Həmçinin lokallaşdırma xidmətləri hesabına insanlar İnternet resurslarından səmərəli istifadə edə bilir.

Bir sıra iqtisadçı alimlər hesab edirlər ki, biliklər iqtisadiyyatı qloballaşma xarakterinə malikdir. Onlar bunun üçün kompüterlərin, İnternetin, mobil telefonların meydana gəlməsi ilə iqtisadi sistemin qloballaşması proseslərinin sürətlənməsini əsas gətirirlər.



Şəkil 3. Biliklər iqtisadiyyatının əsas seqmentləri

Bu aspektdən də yanaşsaq, dil xidmətləri də məhz iqtisadi və mədəni sahələrdə qloballaşmaya təkan verir. Belə ki, istənilən sahədə qloballaşmanı əngəlləyən səbəblərdən biri də dil baryerinin olmasıdır. Məhz dil xidmətləri sahəsində transmilli iqtisadi subyektlər dil baryerlərini aşaraq qlobal bazarın milli seqmentlərinə nüfuz edə bilirlər. Bu, həm lokallaşdırma və tərcümə xidmətləri, həm də müvafiq mütəxəssislərin zəruri dil biliklərinə yiyələnməsi hesabına mümkün olur [14, 17].

Qeyd etmək lazımdır ki, biliklər iqtisadiyyatı, hər şeydən əvvəl, İKT-ə əsaslanan innovativ iqtisadiyyatdır. İKT yeni biliklərin yaradılması və qlobal miqyasda istifadə imkanlarını əhəmiyyətli dərəcədə artırır. Bu aspektdən də yanaşsaq, dil sənayesinin inkişafı və effektivliyinin artması da məhz İKT-nin tətbiqi əsasında baş verir. Belə ki, hazırda dünya üzrə tərcümə xidmətlərinin əsas hissəsini İKT-nin nailiyyətlərinə əsaslanan məşin tərcüməsi təşkil edir. Həmçinin xarici dilin tədrisində İKT-nin imkanları uğurla tətbiq edilir.

Məlum olduğu kimi, biliklər iqtisadiyyatının aparıcı sahələrindən biri təhsil xidmətləridir. Bu gün dünyada təhsil sahəsində ən çox tələbat duyulan sahə müxtəlif dil biliklərinin əldə edilməsi ilə bağlıdır. İnsanlar digər sahələr üzrə bilikləri, əsasən, orta və ali təhsil sistemlərində əldə edirlər. Lakin dil biliklərinin əldə edilməsi üçün dünyanın istənilən ölkəsində müvafiq təhsil sistemlərindən kənarında xüsusi tədris mərkəzləri fəaliyyət göstərir. Həmin xidmətlər milli və beynəlxalq səviyyələrdə təhsil xidmətləri bazarının əsas hissəsini təşkil edir.

Qeyd etdiyimiz kimi, biliklər iqtisadiyyatının bir istiqaməti də nəşriyyat fəaliyyətidir. Belə ki, nəşriyyat evləri informasiya və bilik daşıyıcıları olan müxtəlif təyinatlı qəzet, jurnal, kitab və s. çap edirlər. Nəşriyyat fəaliyyətinin əsas işlərindən biri məhz dil xidmətləri sırasına daxil olan redaktə və korrektə işləridir. Xüsusilə, elmi nəşriyyatlar dil, tərcümə və üslub redaktəsi işlərindən böyük gəlirlər əldə edirlər. Nəzərə almaq lazımdır ki, müxtəlif elm sahələrində çalışan alimlər dilçilik üzrə mütəxəssis deyillər. Bir çox hallarda onların yazdıqları elmi əsərlərin peşəkarlar tərəfindən tərcüməsinə və redaktəsinə ehtiyac duyulur.

Məsələn, dünyanın ən nüfuzlu elmi nəşrlərindən olan *Elsevier*-də mətnin həcmindən asılı olaraq məqalələrin redaktə işlərinin qiyməti 100-500 dollar arasında dəyişir [19]. Təqdim olunan məqalələrin bir çoxu dil və üslub tələblərinə cavab vermədiyinə görə ekspertizaya təqdim edilmək

üçün, ilk növbədə, onların üzərində ödənişli əsaslarla müvafiq redaktə işləri aparılır. Rəsmi statistikaya əsasən, təkcə 2015-ci ildə *Elsevier*-in jurnallarına çap olunmaq üçün 1,3 milyon məqalə təqdim olunmuşdur [20].

Apardığımız müqayisəli analizlər göstərir ki, biliklər iqtisadiyyatının xarakterik xüsusiyyətlərini, eyni zamanda, dil sənayesinə də aid etmək olar. Bütün qeyd edilənləri nəzərə alaraq, dil xidmətlərini biliklər iqtisadiyyatının bir seqmenti hesab etmək olar.

Dil sənayesinin əsas seqmentləri

Dil sənayesi bir-biri ilə bu və ya digər dərəcədə bağlı olan müxtəlif intellektual xidmət sahələrini özündə birləşdirir. Bu xidmətlərin hər birinin spesifik xüsusiyyətləri olsa da, onları birləşdirən bir əsas ümumi cəhət var ki, bu da insan faktorunun həlledici rola malik olmasıdır. Yəni bu sahələrin hər birində göstərilən xidmətlərin keyfiyyəti, ilk növbədə, hansısa dili mükəmməl bilən mütəxəssislərdən asılıdır. Eyni zamanda, bu xidmət seqmentləri arasında bir sıra qarşılıqlı əlaqə və asılılıq mövcuddur. Belə ki, biri digərinin fəaliyyətini təmin edir, yaxud stimullaşdırır. Məsələn, dil sənayesinin təhsil seqmenti digər seqmentlər üçün kadr hazırlığını həyata keçirir. Təhsil seqmentinin keyfiyyəti isə dil sənayesi üzrə elmi-tədqiqatların səviyyəsindən asılıdır. Tərcümə fəaliyyəti isə elmi-tədqiqat və təhsil seqmentləri üçün zəruri kontentin əlyətərliliyini təmin edir.

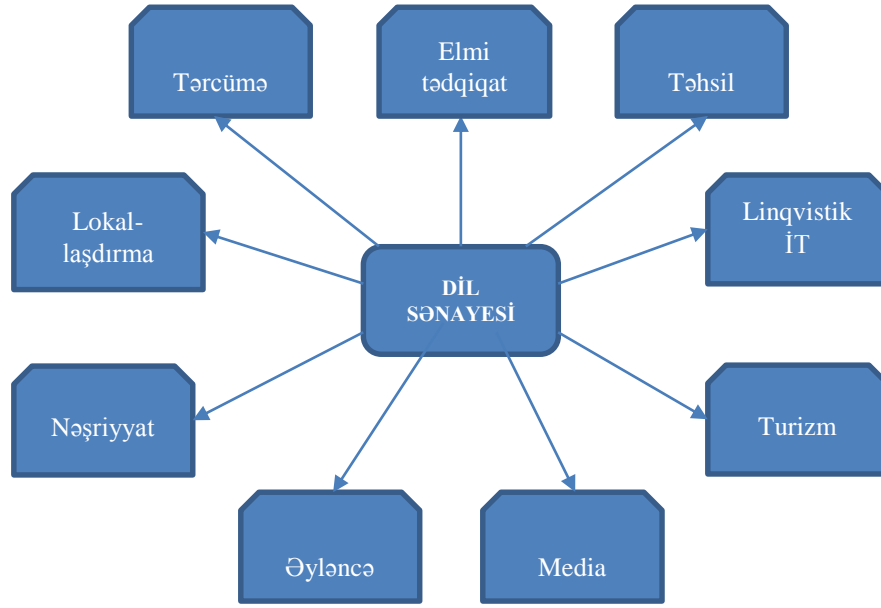
Bütövlükdə, dil sənayesinin aşağıdakı seqmentlərini fərqləndirmək olar (Şəkil 4) [21-23]:

- *elmi-tədqiqat* - dil sənayesini elmi-nəzəri və metodoloji biliklərlə təmin edir;
- *təhsil* - dil sənayesi üçün insan resursları (pedaqoqlar, poliqlotlar, tərcüməçilər, proqramçılar və s.) hazırlanır;
- *tərcümə fəaliyyəti* - müxtəlif xarakterli (elmi, pedaqoji, bədii, hüquqi, texniki, iqtisadi və s.) mətnlərin yazılı, müxtəlif toplanılarda, görüşlərdə çıxışların sinxron tərcüməsi həyata keçirilir;
- *lingvistik informasiya texnologiyaları* – maşın tərcüməsi, kompüter lingvistikası, terminoloji bazaların yaradılması, bulud xidmətləri və s. sahələri əhatə edir;
- *lokallaşdırma fəaliyyəti* - məhsul və xidmətlərin çoxdilli bazarda istifadə olunması üçün onların yerli tələblərə adaptasiyası həyata keçirilir, yəni müşayiətedici kontent (o cümlədən veb-saytlar) hədəf auditoriyasına uyğun tərcümə edilir;
- *nəşriyyat fəaliyyəti* – redaktə işləri (qrammatika, üslub, orfoqrafiya, terminlərin unifikasiyası, oxunaqlıq və s.) yerinə yetirilir;
- *turizm* – bələdçi-tərcüməçi və informasiya xidmətləri göstərilir;
- *kino, televiziya, əyləncə sənayesi* – kinofilmlərin, televiziya verilişlərinin, oyun proqramlarının, digər audio-video materialların tərcüməsi və səsləndirilməsi həyata keçirilir.

Dil sənayesinin bəzi seqmentlərinin xüsusiyyətlərini daha geniş aspektdə nəzərdən keçirək:

Lokallaşdırma xidmətləri hər hansı bir məhsulun, veb-saytın və ya kontentin müəyyən region, ölkə, yaxud bazar üçün adaptasiya edilməsi prosesidir [24, 25]. Bu prosesə aşağıdakılar daxildir:

- mətnlərin tərcüməsi;
- hədəf seçilən bazarların tələbatına uyğunlaşmaq üçün kontentin dəyişdirilməsi;
- tərcümə olunan mətnin düzgün əks olunması üçün dizayn və maketin adaptasiyası;
- yerli tələblərə uyğunlaşmaq (məsələn, valyuta, ölçü vahidləri və s.);
- vaxt, ünvan və telefon nömrələrinin yerli formatlarından istifadə;
- yerli qanunvericilik tələblərinə və digər normalara uyğunlaşma.



Şəkil 4. Dil sənayesinin seqmentləri [21-23]

Lokallaşdırma işlərini həyata keçirərkən mədəni xüsusiyyətlərin nəzərə alınması mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Reklam kampaniyasının hər bir kiçik elementi üzərində bəzən saatlarla düşünülür. Çünki kiçik bir nüans böyük bir uğursuzluğun səbəbi ola bilər. Hər hansı bir reklam mətni beynəlxalq bazara təqdim edildikdə bir çox mədəni nüansları nəzərə almaq, hər bir ölkədə onun doğuracağı reaksiyanı öncədən qiymətləndirmək lazımdır. Ona görə də dil xidmətləri göstərən şirkətlər hədəf bazarını seçərkən mədəni xüsusiyyətləri nəzərə almalı, mövcud mətnləri, yaxud digər reklam materiallarını həmin bazara uyğunlaşdırmalı, lazım gələrsə yenisini hazırlamalıdır.

Lokallaşdırma zamanı daha bir vacib proses adların testləşdirilməsidir. Hər hansı şirkətin, məhsulun və ya xidmətin adının seçilməsi çox mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Əlbəttə, hər hansı adın çoxdillə bazarlarda eyni mənə kəsb etməsi çox yaxşı haldır. Lakin təhlillər göstərir ki, adın mənəsi və ya üslubu digər dillərə tərcümə edilərkən semantikasi dəqiq ifadə olunmur. Hətta bəzən ad başqa dildə yanlış, qeyri-etik mənə verə bilər.

Qeyd etmək lazımdır ki, İnternetin inkişafı nəticəsində qlobal informasiya məkanının formalaşması beynəlxalq biznes üçün yeni imkanların yaranmasına gətirib çıxartmışdır. Belə ki, istənilən startap qısa müddətdə kiçik xərclər hesabına öz ölkəsinin hüdudlarından kənara çıxmağa bilər. Əgər əvvəllər xarici bazara çıxmaq üçün böyük həcmdə investisiya və illərlə hazırlıq tələb olunurdusa, indi veb-saytı hədəf seçilən ölkəyə uyğun lokallaşdırmaq və reklam işlərini həyata keçirmək kifayətdir.

Kino, KİV, televiziya, əyləncə sənayesi. Dil xidmətlərinə tələbatın yüksək olduğu sahələrdən biri də KİV və əyləncə sənayesidir. Teleşou, film, oyun proqramlarının, digər audio-video materialların tərcüməsi detallara xüsusi diqqət tələb edir. Xəbərləri, əyləncə və idman tədbirlərini operativ, fasiləsiz olaraq çoxdillə auditoriyaya çatdırmaq üçün dil xidmətlərinə ehtiyac vardır. Bu cür kontentin beynəlxalq bazar üçün tərcüməsi zamanı hərfi tərcümə vacib deyil. Əsas məsələ odur ki, müəllifin fikirlərinin, düşüncələrinin orijinallığı saxlanılsın və orijinalın mədəni xüsusiyyətləri düzgün əks olunsun və məqsədli auditoriya üçün aydın olsun. Bütövlükdə, müvafiq sahədə mətnin adaptasiyası, transkripsiya, kadrarxası tərcümə, subtitr tərcüməsi, video-süjetlərdə səsləndirmənin tərcüməsi və s. kimi dil xidmətləri göstərilir [26].

Turizm xidmətləri. Dil xidmətlərinə daha çox tələbat olan sahələrdən biri də turizm sənayesidir. Müasir dövrdə bir çox səyahətçilər zəruri informasiyanın axtarışını və bronalaşdırmanı İnternet vasitəsi ilə həyata keçirirlər. Bundan başqa, aviaşirkətlərdə, otellərdə, avtomobillərin icarəsi üzrə agentliklərdə, dəniz, göl və çay səyahəti firmalarında, kurortlarda,

biletlərin satışı üzrə İnternet agentliklərində və digər turizm xidməti sektorlarında potensial müştərilərlə onlar üçün rahat olan dildə danışımağa üstünlük verirlər. Müştərilərə xidmət səviyyəsinin hər bir dildə yüksək keyfiyyətdə olması qlobal rəqabət bazarında əsas şərtlərdən biridir [27, 28].

Bu gün dünyanın peşəkar dil xidməti göstərən şirkətləri turizm sektorunda böyük həcmli işlər görürlər: veb-saytların və onların mobil versiyalarının lokallaşdırılması, beynəlxalq marketinq işlərinin reallaşdırılması; ənənəvi və rəqəmsal reklamların adaptasiyası; sosial şəbəkələr üçün strategiyaların hazırlanması və həyata keçirilməsi; bronlaşdırma vasitələrinin lokallaşdırılması; çoxdilli onlayn-çatların təmin edilməsi; müştərilər üçün reklam-informasiya xarakterli materialların tərcüməsi; təyyarədə, digər nəqliyyat vasitələrində və otel nömrəsində informasiya və əyləncə kontentinin lokallaşdırılması; müştərilər üçün müxtəlif dillər üzrə danışmaq lüğətlərinin hazırlanması; nəqliyyat vasitələrində videomaterialların kadrarxası sinxron tərcüməsi; turizm obyektlərində və marşrutlarında göstəricilərin, bələdçi-xəritələrin zəruri dillərə tərcüməsi turistlərə müxtəlif formalarda şifahi tərcümə xidmətlərinin göstərilməsi; nəqliyyat vasitələri üzrə qəza-xilasedici xidmətlərinə dil dəstəyinin verilməsi; təyyarə ekipajının dil hazırlığı və s. daxildir.

Sənaye məhsullarının istehsalı. Bu gün kosmonavtika, avtomobilqayırma, istehlak malları, sənaye avadanlıqları, kimya sənayesi, maşınqayırma və digər texniki sahələrdə linqvistik dəqiqlik böyük əhəmiyyət kəsb edir. Əməkdaşların hazırlığı və təhlükəsizliyi, marketinq materialları, sənədləşmə, nəzarət orqanlarının icazəsi və xidmətlərin təqdim edilməsi, bir neçə dilin dəstəklənməsi həlledici əhəmiyyət daşıyır. Sənaye məhsulları istehsal edilən müəssisələrdə, bütövlükdə, bu tərcümə xidmətlərinə tələbat mövcuddur: sənədlərin tərcüməsi; şifahi tərcümə xidmətləri; patentlərin tərcüməsi; elektron tədris və təlim kurslarının lokallaşdırılması; saytların tərcüməsi; beynəlxalq marketinqin həyata keçirilməsi; çağrı mərkəzi xidmətləri; hüquqi dəstək xidmətləri; kadr seçimi xidmətləri; kontentin hazırlanması və s. [29].

Proqram təminatı, texniki xidmət. Avadanlıq, proqram təminatı istehsalı müəssisələri, texnoloji məhsulların, tətbiqlərin və digər texnoloji innovasiyalar ekosistemi bazarda situasiyanın daim dəyişməsi, beynəlxalq arenada inkişaf üçün böyük imkanların olduğu bir şəraitdə fəaliyyət göstərir. Texnoloji məhsullarla əlaqədar istifadəçilər üçün təlimatların, texniki sənədlərin, İnternet arayışlarının, qablaşdırmadakı mətnlərin, veb-sayt və marketinq üçün reklam-informasiya məhsullarının, son istifadəçilərlə bağlanan lisenziya müqavilələrinin və xidmət şərtlərinin mətnlərinin, patentlərin və hüquqi sənədlərin, elektron tədris və treninq kurslarının materiallarının tərcümə xidmətlərinə böyük tələbat mövcuddur. Bu cür kontentin tərcüməsi üçün ciddi linqvistik bacarıqlar və texniki biliklər tələb olunur ki, mətnin dil nüansları dəqiq əks etdirilsin və mahiyyəti düzgün çatdırılsın.

Proqram təminatı məhsullarının lokallaşdırılması və beynəlmilləşdirilməsi. Lokallaşdırma sadə tərcümədən ciddi şəkildə fərqlənən, texniki cəhətdən mürəkkəb prosesdir. Bir dildən digərinə tərcümə zamanı, adətən, mətnin həcmi ya artır, ya da azalır. Bu cür dəyişiklik sətirlərin uzunluğuna və ya ekranın ölçüsünə görə simvollarının sayı məhdud olan proqram tətbiqlərində problemlər yarada bilər. Hazırda dünyada bu cür problemlərin həlli sahəsində ixtisaslaşan dil xidmətləri şirkətləri fəaliyyət göstərir. Onlar lokallaşdırmaya hazırlıq məqsədi ilə ilkin layihə analizini həyata keçirir, sətirlərin ölçülərini müəyyən edir, mətn sahəsini analiz edir, sətirləri tərcümə edir, maketi yoxlayır, dil testləri aparırlar [30, 31].

Beynəlmilləşdirmə isə müxtəlif dillərdə istifadə edilə və ayrı-ayrı ölkələrdə satıla bilən yeni (yaxud modifikasiya olunmuş) məhsulun işlənilib hazırlanmasını nəzərdə tutur. Xüsusi kodlaşdırma informasiyanın bir neçə dildə maneəsiz idarə edilməsini təmin etmək üçün istifadə edilir.

Proqram təminatının testləşdirilməsi zamanı bu dil problemləri aşkarlanır: mətnin həcmnin artırılması və ya azaldılması, sətirlərin çıxarılması, düzgün olmayan tərcümə və ya onun yerləşdirilməsi, simvolların kodlaşdırılması, şrift problemləri, tamamilə tərcümə edilməmiş

sətirlər. Müştərilərin dəstəklənməsi üzrə dil xidmətlərinə telefonla tərcümə, elektron poçtun, çatların, sosial şəbəkələrin tərcüməsi və s. daxildir.

İqtisadiyyatda linqvistik kommunikasiyanın rolu

Məlum olduğu kimi, kommunikasiyalar iqtisadiyyatda mühüm rol oynayır. Bunu təsdiq edən bir çox uğurlu elmi tədqiqatlar aparılmış, nəzəriyyələr, yanaşmalar irəli sürülmüşdür. Kommunikasiya vasitəsi ilə əmtəə, xidmət, valyuta haqqında informasiyanın ötürülməsi və qəbulu, məsafədən müxtəlif xidmətlərin göstərilməsi, müxtəlif müqavilələrin bağlanması, sifarişlərin verilməsi və qəbulu, rəsmi sənəd mübadilələri və s. həyata keçirilir. Bütün bu imkanlar mikroiqtisadi fəaliyyətdə operativliyin, fasiləsizliyin, çevikliyin, dinamizmin artmasına həlledici təsir göstərir. Bu təsir nəticəsində iqtisadi fəaliyyətin effektivliyi dəfələrlə artır. Həmin artım isə, öz növbəsində, makroiqtisadi göstəricilərdə əks olunur [32].

İqtisadiyyatda ənənəvi kommunikasiya rolunu fiziki poçt, telefon və nəqliyyat sistemləri oynayır. İnternetin meydana gəlməsi ilə iqtisadiyyatın kommunikativ imkanları hədsiz dərəcədə artmışdır. Qlobal şəbəkə ənənəvi poçtun informasiya daşıma funksiyalarını, telefonun isə bütün funksiyalarını daha effektiv şəkildə həyata keçirməyə başlamışdır. İnternet həmçinin əvvəllər mümkün olmayan sosial şəbəkə kommunikasiyasını təşkil edir ki, bu da iqtisadi uğurların əsaslarından biri olan effektiv marketinq fəaliyyətində mühüm rol oynayır.

Qeyd etmək lazımdır ki, bazar iqtisadiyyatında informasiya asimmetriyasını yaradan əsas səbəblərdən biri də zəruri linqvistik kommunikasiyanın olmamasıdır. İnternet bazar iqtisadiyyatında informasiya asimmetriyasının neqativ təsirlərinin aradan qaldırılmasında mühüm əhəmiyyətə malikdir. Belə ki, İnternet bazar iştirakçılarını zəruri informasiya ilə təmin etməklə marketinq fəaliyyətinin effektivliyinin artırılmasına, ədalətli rəqabət mühitinin formalaşmasına, istehlakçıların hüquqlarının reallaşdırılmasına, seçim imkanlarının genişləndirilməsinə, bazar şəraitinə çevik adaptasiyaya, ödəniş qabiliyyətinin artmasına və s. xidmət edir [33].

Dünya Bankının apardığı tədqiqatların nəticəsi göstərmişdir ki, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə genişzolaqlı İnternetin təsirinin 10% artması nəticəsində Ümummilli Daxili Məhsul (ÜDM) orta hesabla 1,38% artır. Bu nəticələr genişzolaqlı İnternetin tətbiqi ilə bağlı iqtisadi təsirin tədqiqi üçün əsas istinad nöqtəsinə, həmçinin dövlət orqanlarının genişzolaqlı İnternetin inkişafına investisiya qoymaları üçün güclü stimula çevrilmişdir [34].

2012-ci ildə Beynəlxalq Telekommunikasiya İttifaqının dəstəyi ilə də müvafiq tədqiqat aparılmışdır. Həmin tədqiqatda genişzolaqlı İnternetin iqtisadi inkişafa, məhsuldarlığın artmasına, məşğulluğun səviyyəsinin yüksəlməsinə və istehsal həcmünün artmasına, təklifin tələbi üstələməsinin formalaşmasına və müəssisələr səviyyəsində qənaətcilliyin artmasına təsirlərinin analizi təqdim edilmişdir [34].

Göründüyü kimi, kommunikasiya iqtisadiyyatda mühüm istehsal faktoru kimi çıxış edir. Öz növbəsində, kommunikasiyanın effektivliyinin təmin olunmasında dil faktoru həlledici əhəmiyyət daşıyır. Nəzərə almaq lazımdır ki, bu gün dünyada baş verən ümumi qloballaşma tendensiyası iqtisadi sferada özünü daha qabarıq şəkildə büruzə verir. Əslində, qloballaşmanın əsas səbəblərindən biri nəhəng şirkətlərin qlobal iqtisadi maraqları, dünyanın hər tərəfində öz bazarlarını genişləndirmək məqsədidir. İnternet bu məqsədə nail olmaq üçün əsas texnoloji vasitə kimi çıxış etsə də, burada dil baryerini aradan qaldırmadan ciddi uğur qazanmaq mümkün deyil.

Qeyd etdiyimiz kimi, iqtisadiyyatda kommunikasiyanın rolu tədqiqatçılar tərəfindən kifayət qədər araşdırılsa da, bu kontekstdə dil faktorunun əhəmiyyətinə o qədər də diqqət göstərilməyib. Lakin son zamanlar iqtisadi inkişafda dil faktorunun rolunun tədqiqinə maraq xeyli artmışdır. Məsələn, *British Council* tərəfindən aparılan araşdırmalar nəticəsində müəyyən olunmuşdur ki, hər hansı bir ölkədə əhalinin ingilis dilini bilmə səviyyəsi ilə adambaşına düşən milli gəlir arasında qarşılıqlı əlaqə mövcuddur [35]. İngilis dilini bilmə səviyyəsinin artması əmək haqqının artmasına təsir göstərir ki, bu da öz növbəsində, dövlətin və ayrı-ayrı şəxslərin ingilis dilini öyrənmək üçün daha çox vəsait xərcləmələrinə səbəb olur. Bir çox ölkələrdə gənclərin ingilis dilini yüksək

səviyyədə bilmələri işsizlik səviyyəsinin minimum həddə düşməsinin əsas səbəbi kimi xarakterizə olunur [36]. Beləliklə, hesab etmək olar ki, ingilis dili ölkənin iqtisadi inkişafının əsas faktorlarından biridir.

Ölkəyə xarici investisiyanı cəlb etmək, sahibkarlığı inkişaf etdirmək istəyən ölkələr etiraf edirlər ki, bunun üçün əlverişli biznes mühitinin tərkib hissəsi kimi əhali arasında ingilis dilini bilmə səviyyəsinin artırılması da vacibdir. İngilisdilli olmayan ölkələrin bütün transmilli şirkətləri ingilis dilini korporativ dil kimi qəbul ediblər.

Alman sosiolinqvisti Florian Kulmas özünün “Dil və iqtisadiyyat” kitabında dil və iqtisadiyyatın qarşılıqlı əlaqələrinin müxtəlif üsullarını, o cümlədən iqtisadi proseslərin dillərin yaranmasına, yayılmasına və ya məhv olmasına təsirini tədqiq edir [37]. Müəllif yazır ki, çoxdillilik və sosial rifah qarşılıqlı əlaqəlidir, dil və pul müasir cəmiyyətlərdə oxşar funksiyaları həyata keçirir. Onun fikrincə, dilin əlyətərliliyi iqtisadi üstünlük qazandırır, çoxdilli cəmiyyətlərdə dillərin qeyri-bərabər yayılması iqtisadi bərabərsizliyə gətirib çıxarır. F.Kulmasa görə, dillərin iqtisadi dəyərini ölçmək mümkündür, çünki dillər daxili iqtisadiyyata malikdir, bu və ya digər dərəcədə xarici iqtisadiyyatın tələblərinə uyğunlaşırlar. O, hesab edir ki, dil öz-özlüyündə biznes üçün kommunikasiya mühiti olsa da, bəzən hansısa dili anlamadıqda, o, ticarət üçün maneəyə də çevrilir.

F.Kulmas dövlətin və biznesin dillə bağlı xərclərini analiz edir. Müəllif həmçinin dilin əmtəə kimi xüsusiyyətlərini araşdırır. Çünki dillər iqtisadi sistem kimi çıxış edirlər. Sosial-iqtisadi ekologiya müəyyən dillər üçün əlverişli, digərləri üçün əlverişsizdir. Dillərin yayılması iqtisadi şərtlərdən çox asılıdır. Linqvistika bazarında müəyyən dilin iqtisadi dəyər qazanması onun siyasi statusunun artması ilə bağlıdır.

İngilis dilini bilmə istər fərdi, istər korporativ, istərsə də dövlət səviyyəsində iqtisadi rəqabətin əsas amillərindən birinə çevrilib. Yüksək dərəcədə ingilis dilini bilmə səviyyəsinə malik olan ölkələrdə gəlirlər, həyat keyfiyyəti, innovasiyaların tətbiqi, biznesin inkişafı da yüksək səviyyədədir.

İnsan potensialının inkişaf indeksi kimi həyat keyfiyyətinin göstəricilərinə də ingilis dilini bilmə səviyyəsi müsbət təsir edir [38]. İnsan potensialının inkişaf indeksini təhsil səviyyəsi, ömür uzunluğu, savadlılıq və həyat səviyyəsi xarakterizə edir. Bəzi ölkələrdə ingilis dilini bilmə səviyyəsi çox aşağı olsa da, həyat səviyyəsi çox yüksəkdir. Amma yüksək peşə səviyyəsinə (o cümlədən ingilis dilini bilmə səviyyəsinə) malik olan ölkələrin hamısında insan inkişafının səviyyəsi çox yüksək qiymətləndirilir.

Araşdırmalar əsasında belə qənaətə gəlinmişdir ki, hazırda ingilis dili, hər bir ölkədə ana dili və riyaziyyatla yanaşı, əsas peşə biliklərindən biridir. Bu isə o deməkdir ki, ingilis dilini ana dili, riyaziyyat səviyyəsində bilmək lazımdır. Son 20 ildə ingilis dilinin daha da artan beynəlxalq rolunu nəzərə alsaq, bu dilin öyrənilməsi gənclərin qlobal əmək bazarına daxil olmaları üçün daha vacibdir [39].

Bu gün hər bir peşə sahibi ingilis dilini öyrənməklə məhdudiyətsiz olaraq bilik resurslarından istifadə imkanı əldə edirlər. İngilis dilinin həyatımızın ayrılmaz bir hissəsi olduğu müasir dövrdə onun vasitəsi ilə dünyada mədəniyyətlər və nəsillər arasında körpü yaratmaq imkanı ortaya çıxmışdır. Digər bilik və bacarıqların heç biri insanın yüksək səviyyədə təhsil alması və peşələrə yiyələnməsi üçün ingilis dili qədər böyük potensiala malik deyil.

1934-cü ildə təsis edilən, Böyük Britaniya ilə digər ölkələr arasında təhsil, mədəniyyət və incəsənət sahəsində əməkdaşlığın inkişaf etdirilməsi istiqamətində fəaliyyət göstərən *British Council* şirkətinin hələ 1968-69-cu illər üzrə hesabatında qeyd edilirdi ki, hər bir ingilis dili müəlliminin fəaliyyətində gizli marketing elementi var, onlar hansısa kitabı, jurnalı, filmi, televiziya kanalını reklam edirlər. *British Council* şirkətinin 1983-1984-cü il hesabatında isə göstərilirdi ki, “ingilis dili Böyük Britaniya üçün Şimal dənizindəki neft ehtiyatlarından daha böyük üstünlüyə malikdir, birincisi tədricən tükənir, ikincisi isə yox, həm də biz bu sərvət üzərində inhisarçı mövqeyə malikik” [40].

Dil sənayesində İKT-nin tətbiqinin perspektivləri

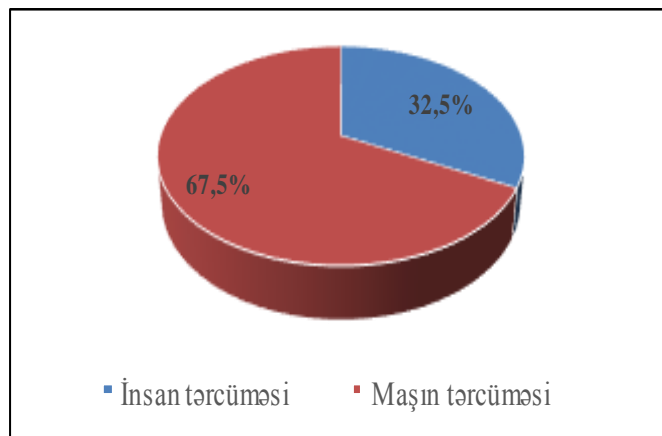
Bütün sahələrdə olduğu kimi, dil sənayesində də İKT geniş tətbiq edilir. Bu gün dünyada İKT-nin xüsusi sahəsi olan kompüter linqvistikası müvafiq elmi-tədqiqat mərkəzlərinin əsas fəaliyyət istiqamətlərindən biridir. Bu sahədə intensiv elmi tədqiqat fəaliyyətini stimullaşdıran əsas faktor məhz kompüter linqvistikasının biznes perspektivləridir. Kompüter linqvistikasının əsas məhsulları olan maşın tərcümə sistemlərinə dil xidmətləri bazarında böyük tələbat vardır. Hətta dil xidmətləri üzrə ixtisaslaşan dünyanın bir sıra transmilli şirkətləri müvafiq proqram təminatlarının istehsalı və tətbiqi ilə məşğul olurlar. Bütövlükdə, kompüter linqvistikası dil sənayesinin tərkib hissəsi kimi güclü iqtisadi potensiala malikdir.

Rəsmi statistikaya görə, dünya üzrə İnternet istifadəçilərinin sayı artıq 3,7 milyard nəfəri keçib [41]. Telekommunikasiya infrastrukturunun getdikcə genişlənməsi, smartfonların və digər mobil qurğuların yayılması İnternet istifadəçilərinin sürətlə artmasını stimullaşdırır ki, bu da öz növbəsində, maşın tərcüməsinə olan tələbatın artmasına gətirib çıxarır.

Hazırda dil sənayesinin ən gəlirli və ən sürətlə inkişaf edən segmenti tərcümə xidmətləridir. Tədqiqatlar göstərir ki, tərcümə xidmətlərinin çoxu kiçik firmalar və frilanserlər tərəfindən həyata keçirilir. Tərcümə xidmətlərinin yazılı tərcümə, şifahi tərcümə, maşın tərcüməsi, lokallaşdırma, dublyaj və s. kimi növləri mövcuddur. Bu xidmətlərin bir çoxu qabaqcıl linqvistik texnologiyalar və proqram təminatları vasitəsi ilə dəstəklənir.

Common Sense Advisory şirkətinin hesablamalarına görə, 2016-cı ildə dünyada dil sənayesinin tərcümə segmentinin bazar həcmi 40 mlrd. dollara bərabər olmuşdur ki, onun da 27 mlrd. dolları maşın tərcüməsinin payına düşür. (Şəkil 5) [42]. Yaxın gələcəkdə müvafiq bazar həcmində texnoloji sektorun payının daha da artacağı gözlənilir. *Global Market Insights* şirkətinin proqnozlarına görə, 2022-ci ilə qədər müvafiq göstərici 18,6% artacaq [43]. Bu isə o deməkdir ki, dil sənayesində ənənəvi tərcüməyə tələbat tədricən azalmaqdadır, İKT-nin tətbihi digər sahələrdə olduğu kimi, bu sahədə də işsizlik problemini getdikcə kəskinləşdirir. Bu sahədə yalnız maşın tərcüməsinin təkmilləşdirilməsi istiqamətində proqramçılarla birlikdə çalışan linqvistika üzrə alim-mütəxəssislər öz mövqelərini qoruyub saxlaya biləcəklər.

Dünyada İnternet istifadəçilərinin əksəriyyəti qlobal şəbəkədə mətnləri yalnız öz doğma dillərində oxuyub anlaya bilirlər. Bu da dünyanın müxtəlif regionlarında dil baryerinin aradan qaldırılması üçün effektiv texnoloji imkanların yaradılması işini stimullaşdırır. *Microsoft Bing Translator* və *Google Translate* kimi ödənişsiz tərcümə proqramlarının olması və əlyətərliliyi, rəqabət mühitini formalaşdırır, daha keyfiyyətli kommersiya xarakterli proqramların işlənilməsinə stimullaşdırır. Bu sahədə əsas problem tərcümə keyfiyyətinin effektiv qiymətləndirmə mexanizmlərinin olmamasıdır.



Şəkil 5. Qlobal tərcümə bazarında insan və maşın tərcüməsinin payı [42]

Bütövlükdə, maşın tərcüməsinin əsas üstünlükləri kimi aşağıdakıları göstərmək olar [44]:

- maşın tərcüməsi daha sürətli, asan və qənaətcildir;
- müasir tərcümə texnologiyaları mətnləri minimal səhvlərlə çevirməyə imkan verir;
- proqnozlara görə, *SaaS* (proqram təminatı xidmət kimi) bulud xidmətlərindən istifadə maşın tərcüməsinə tələbatın artmasına, müvafiq bazarın inkişafına ciddi təkan verəcək;
- Genişzolaqlı İnternetin və smartfonların geniş yayılması da maşın tərcüməsinin bazar perspektivlərini artırır;
- *Microsoft Bing Translator* və *Google Translate* kimi pulsuz maşın tərcümə xidmətləri müvafiq kommersiya şirkətləri üçün ciddi rəqabət mühiti yaradır.

Şirkətlər tərəfindən kontentin müxtəlif dillərə tərcümə edilməsinə olan tələbat müştərilər üçün istifadə təlimatlarının hazırlanması, marketing və kommersiya kataloqlarının tərtib edilməsi, malların təqdimatı üçün press-relizlərin hazırlanması və veb-kontentin yaradılması zərurətindən irəli gəlir.

Hazırda maşın tərcüməsinin əsas tətbiq sahələri bunlardır: hərbi sənaye, avtomobil sənayesi, elektronika, İKT və tibb. Maşın tərcüməsində hərbi sənaye sahəsinin payı daha çoxdur – təxminən 33%-dir [45]. Bu daha çox hərbi sənayedə böyük həcmli kontentin dəqiq və sürətli tərcümə edilməsinə olan tələbatdan irəli gəlir.

Dil sənayesinin vacib istiqamətlərindən biri də maşın tərcüməsi üçün yaddaş bazasının, terminoloji bazanın yaradılması, kontentin intellektual analizinin aparılması, mətnlərin tanınması və s. kimi işlərdir.

Hazırda belə bir tendensiya müşahidə olunur ki, dünyanın aparıcı tərcümə şirkətləri tədricən linqvistik texnologiyalar istehsalçıları ilə əməkdaşlıq əlaqələri qurmağa başlayırlar. Bu münasibətlər həm ənənəvi lisenziyalaşdırma modeli, həm də hazırda yüksək tələbat olan *SaaS* bulud xidməti platforması əsasında qurulur [46].

İnternet texnologiyalarının inkişafı ona gətirib çıxarıb ki, bütün şirkətlərin İnternetdə nümayəndəliyi mövcuddur. Genişzolaqlı İnternetin dünyanın bütün nöqtələrində əlyətərli olması tərcümə işlərinə tələbatı daha da artırmışdır. Ona görə də son vaxtlar böyük istifadəçi kütləsinin informasiya ilə birgə işləməsinə imkan verən bulud texnologiyalarının keyfiyyəti əhəmiyyətli dərəcədə artmış və qiymətləri ucuzlaşmışdır. Dünyanın aparıcı tərcümə şirkətləri onların xidmətlərinə tələbi artırmaq məqsədi ilə öz biznes proseslərini optimallaşdırırlar: vasitəçiləri aradan götürürlər və zəncirin son həlqəsini tərcümə üzərində birgə işləmək üçün bulud infrastrukturunun köməyi ilə birləşdirirlər. Bu infrastruktur ən yeni tərcümə servislərini (öyrədici maşın tərcüməçisi, lüğətlər və korporativ qlossarilər, mətn redaktoru və s.) təqdim edir.

Son vaxtlar lokallaşdırma xidmətləri sferasında da İKT-nin effektiv tətbiqi həyata keçirilir: bir çox şirkətlər linqvistik aktivlərin – korporativ qlossarilərin, stayl-qaydların, tərcümə yaddaşı bazalarının, maşın tərcüməsi texnologiyalarının mərkəzləşdirilmiş qaydada idarə edilməsi haqqında düşünürlər. Çünki bu halda vaxta qənaət etmək və məhsuldarlığı artırmaq mümkündür.

Xarici dillərin tədrisində də İKT-nin imkanlarından geniş istifadə edilməkdədir. Məsələn, hazırda ingilis dilinin tədrisi üzrə dünya bazarının həcmi 60 milyard dollar həcmində qiymətləndirilir. Burada onlayn tədrisin payı 2% təşkil edir. Lakin onlayn seqmentin illik artım həcmi 30%-ə bərabərdir. Bu da yaxın gələcəkdə onlayn tədrisin ənənəvi təhsillə ciddi rəqabət apara biləcəyindən xəbər verir [47].

Müvafiq onlayn təhsilin bu cür inkişaf dinamikasını stimullaşdıran əsas səbəb maliyyə xərclərinə qənaət edilməsidir. Belə ki, ingilis dilini öyrənmək istəyənlər daha çox ABŞ, Kanada və Böyük Britaniya kimi ingilisdilli ölkələrin tədris xidmətlərindən istifadə etməyə üstünlük verirlər. Öncə qeyd etdiyimiz kimi, xaricdə müvafiq tədris xərclərinin yarısından çoxu – 61%-i nəqliyyat və otel xidmətlərinə sərf olunur. Ona görə də onlayn tədris xidmətlərindən istifadə çox əlverişlidir [48, 49].

Ekspertlərin qiymətləndirmələrinə görə, xarici dilin tədrisi sahəsində dünyada ən böyük bazar payına malik olan ABŞ-da xarici dillərin onlayn formada öyrənilməsi 2017-2021-ci illərdə orta hesabla 8,6% artacaq [50].

Elmi innovasiya fəaliyyəti və dil sənayesi

Elmi innovasiya fəaliyyəti hazırda biliklər iqtisadiyyatının ən perspektivli sahələrindən biri kimi güclü inkişaf potensialına malikdir. Araşdırmalar göstərir ki, bu sahənin inkişafında da dil faktoru mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Vaxtilə böyük mütəfəkkirlər, dahi alimlər öz əsərlərini latın, ərəb, fransız, alman və digər dillərdə yazmışlar. Amma ötən əsrin ortalarından başlayaraq qlobal elmi ictimaiyyət üzünü ingilis dilinə çevirməyə başladı. Artıq Almaniya, Fransa, İspaniya kimi ingilisdilli olmayan ölkələrdə belə ingilis dilində olan elmi əsərlər yerli dillərlə müqayisədə daha çoxdur. Hətta Niderlandda bu göstərici 40:1 nisbətində ingilis dilinin xeyrinədir [51].

İngilis dilini bilmə səviyyəsinin daha yüksək olduğu ölkələrdə daha çox yüksək texnoloji ixrac məhsulları istehsal edilir və elmi tədqiqatların inkişafına (o cümlədən kosmik, İKT, əczaçılıq, elektrotexnika) daha çox diqqət ayrılır. İngilis dili elmi-texnoloji sahədə aparıcı rol oynayır. İngilis dilini bilmə səviyyəsi yüksək olan ölkələrdə elmi-tədqiqat sahələrində adambaşına düşən elmi əməkdaşların və texniki sahə mütəxəssislərinin sayı və bu sahəyə ayrılan vəsaitin adambaşına düşən həcmi daha çoxdur.

İngilis dilini bilmə səviyyəsinin yüksək olduğu ölkələrdə innovasiya sahəsində də daha böyük nailiyyətlər əldə edilir. Bu dili bilmək innovasiyanı tətbiq edən mütəxəssisə elmi tədqiqatlara birbaşa müraciət etmək, beynəlxalq əməkdaşlığı təkşil etmək, digər ölkələrdən istedadlı mütəxəssisləri cəlb etmək və konfranslarda iştirak etmək imkanı verir.

Elmi məqalələrin bibliometrik analizi ilə məşğul olan *Research Trends*-in 2012-ci ildə *SCOPUS* bazasında apardığı bir tədqiqatın nəticəsinə əsasən məlum olmuşdur ki, 239 ölkədən daxil olan 21 000 məqalənin 80 %-i ingilis dilində yazılıb [51].

Həmin tədqiqat mərkəzi tərəfindən bir sıra ölkələrdə son illərdə ingilis və qeyri-ingilis dillərində çap edilən məqalələrin nisbətinin illər üzrə dinamikası da araşdırılmışdır. Məlum olmuşdur ki, burada da dillərin nisbəti ilbəil birincinin xeyrinə dəyişməkdədir.

Həmçinin elmi jurnalları istinadlar əsasında qiymətləndirən *SCImago Journal Rank* sisteminin reytingindəki ilk 50 yeri tutan jurnalların hamısı ABŞ-da və Böyük Britaniyada ingilis dilində dərc edilən nəşrlərdir [52].

Elektrotexnika və Elektronika Mühəndisləri İnstitutunun (*IEEE*) aparığı araşdırmaya görə, dünyada ən çox yayılmış 10 proqramlaşdırma dilinin 8-i ingilis dilinin bazasında yazılmışdır. Digər dillərin bazasında yazılan proqramlaşdırma dilləri yalnız *Python* və *Ruby*-dir [53].

Statistikaya görə, dünyada ən çox elmi məqalə ABŞ-da nəşr olunur. Nəşr olunan illik məqalələrin sayına görə Çin 2-ci, Böyük Britaniya 3-cü yerdə qərarlaşır [54]. Lakin Çin bu sıralamada 2-ci yeri tutsa da, dünya üzrə elmi məqalələrə edilən istinadların yalnız 4%-i bu ölkənin payına düşür. Halbuki ABŞ-da müvafiq göstərici 30%, Böyük Britaniyada isə 8%-dir [55]. Bu isə onu göstərir ki, Çindəki elmi tədqiqatlar qlobal biliklər iqtisadiyyatına daha aşağı səviyyədə inteqrasiya olunub, bunun əsas səbəbi isə dil baryeridir.

2015-ci ildə Çində nəşr olunan elmi işlərin yalnız 21%-də digər ölkələrdə çap olunan məqalələrə istinadlar qeydə alınıb. Müqayisə üçün qeyd edək ki, ingilis dilini bilmə səviyyəsinin yüksək olduğu Danimarka, Finlandiya, Niderland, Sinqapur və İsveçdə müvafiq göstərici 50%-ə bərabərdir [56].

Tədqiqatlar göstərir ki, ingilis dilini bilmə səviyyəsinin aşağı olduğu ölkələrdə elmi sahədə beynəlxalq əməkdaşlıq da çox zəifdir [57]. Xaricdə nəşr olunan tədqiqatların nəticələri ilə tanış ola bilməmək, beynəlxalq innovasiya layihələrində iştirak edə bilməmək hətta yüksəkixtrissəli mütəxəssislərin ingilis dilini bilmədiyi ölkələr üçün ciddi problemdir.

Xarici dil tədrisinin iqtisadiyyatı

Bu gün ali təhsilli gənclər müəyyən ixtisaslara yiyələnməklə kifayətlənmir, eyni zamanda, bir çox xarici dildə sərbəst danışmaq, yazıb-oxumaq imkanları əldə etmək üçün çalışır, bunun üçün böyük həcmdə maliyyə vəsaiti xərcləyirlər. Qloballaşma dünyada elm, təhsil, biznes sahələrində uğur qazanmağın, karyera əldə etməyin əsas şərtlərindən biri məhz çoxdillilikdir. Dünyanın ayrı-ayrı ölkələrində daha çox tələb edilən dillərin öyrədilməsi üzrə təhsil xidmətləri təklif edən müxtəlif mərkəzlər fəaliyyət göstərir. Həmin gəlirli xidmət sahələri hazırda dil sənayesinin ən mühüm seqmentlərindən biri kimi çıxış edir.

İnsanların hansı xarici dili seçməsi bir çox səbəblərdən – coğrafiyadan, şəxsi maraqlardan, ailə bağlarından müəyyən qədər asılı olsa da, iqtisadi və peşə amilləri daha həlledici rol oynayır. Bu baxımdan, əhali və iqtisadi artım xarici dil öyrənməyə tələbat yaradan mühüm indikatorlardır.

2015-ci ildə aparılan bir sorğuda xarici dil kurslarında iştirak edənlərdən məqsədlərinin nə olduğu öyrənilmişdir [58]. Məlum olmuşdur ki, onların 26%-i karyerasında yüksəlişə nail olmaq, 23%-i işlədiyi sahədə peşəkarlığını artırmaq, 12 %-i yaşamaq üçün xarici ölkəyə köçmək, 8%-i ali məktəbdə imtahan vermək, 7%-i *TOEFL*, *IELTS* kimi proqramlar üzrə imtahan vermək, 4%-i xarici ölkələrə səyahət etdikləri zaman insanlarla sərbəst ünsiyyət qura bilmək üçün xarici dili öyrənirlər. Rəyi soruşulanların 20%-i xarici dili öyrənməkdə konkret məqsədlərinin olmadığını qeyd ediblər. Sorğudan görüldüyü kimi, insanların xarici dil öyrənmələrində iqtisadi-sosial maraqlar üstünlük təşkil edir.

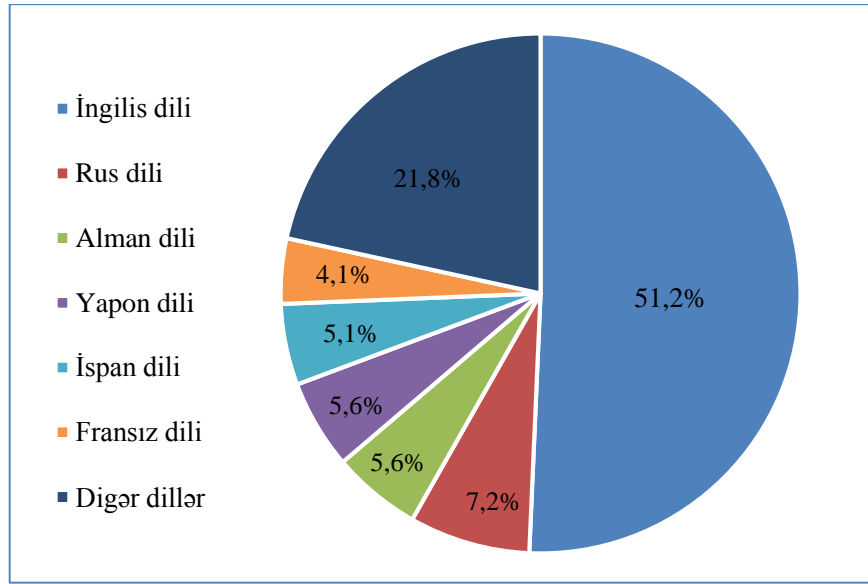
Təbii ki, hazırda dünyada ingilis dilinə olan tələbat ən yüksək səviyyədədir. Bu dilin qlobal ünsiyyət, təhsil, diplomatiya, turizm və biznes sahələrində mövqeyi həlledicidir. Statistika əsasən, o, 300 milyon insan üçün ana dili, 100 milyondan artıq insan üçün ikinci dil və 600 milyon insan üçün xarici dildir [59].

Məlum olduğu kimi, ingilis dili beynəlxalq ticarət və diplomatiya dili kimi əvvəllər Britaniya imperiyasının təsiri ilə yayılırdı. 2-ci dünya müharibəsindən sonra isə ABŞ-ın iqtisadi cəhətdən inkişafı ingilis dilinin beynəlxalq mövqeyinin daha da güclənməsinə gətirib çıxartdı. Bir çox ölkələrdə ingilis dili yaxşı təhsil görmüş elitar təbəqənin dili kimi fransız dilini əvəz etməyə başladı.

Eyni zamanda, beynəlxalq aləmdə qlobal iqtisadiyyatın, eləcə də, ticarət, elm və texnologiyaların sıx bağlılığı XX əsrin sonundan başlayaraq, ingilis dilinin, ilk növbədə, məhz bu sahələrin nümayəndələri üçün millətlərarası qlobal ünsiyyət vasitəsinə çevrilməsinə təkan vermişdir. Hazırda ingilis dili bütün dünya ölkələrində elitar təbəqənin dilinə çevrilib və bu artıq heç də ABŞ və ya Böyük Britaniya ilə bağlı bir proses deyil. Artıq ingilis dili bütün qlobal işçi qüvvəsi (əmək bazarı) üçün əsas ünsiyyət vasitəsinə çevrilmişdir. Fərdi səviyyədə ingilis dili karyera inkişafının, əmək bazarında rəqabətə davamlılığın əsas şərtlərindən biri kimi çıxış edir.

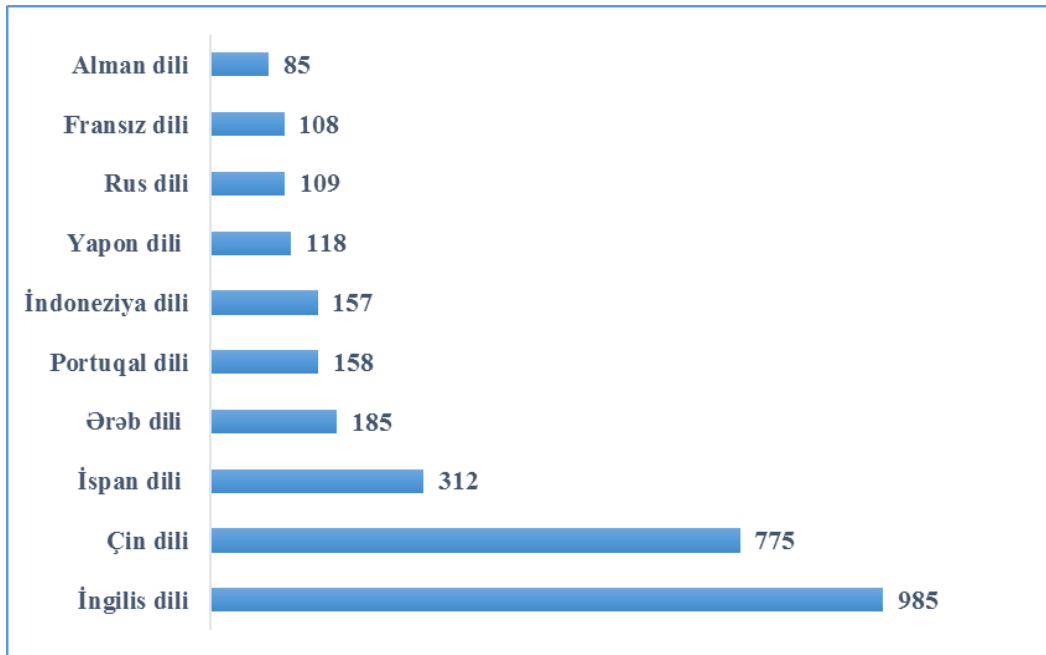
Hindistanda aparılan tədqiqatların nəticələri isə göstərir ki, bu ölkədə ingilis dilini bilməyənlərlə müqayisədə bu dili yüksək səviyyədə bilən insanların əmək haqqı 34%, orta səviyyədə bilənlərin əmək haqqı isə 13% artıqdır [60].

Xüsusən, İKT-nin inkişafı, İnternetin qlobal fenomenə çevrilməsi ingilis dilinin beynəlxalq arenada mövqelərinin daha da möhkəmlənməsinə xidmət edir. Çünki İnternet resurslarının əksəriyyəti ingilis dilindədir. Hesablamalara görə, hazırda veb-saytların yarısından çoxu – 51,1%-i ingilis dilindədir. Bu göstəriciyə görə, digər dillər ingilis dilindən çox geridədir (Şəkil 7) [61]. Məsələn, sonrakı yerləri tutan rus dili 6,7%, yapon və alman dilləri 5,6%, ispan dili 5,1%-lik göstəriciyə malikdir. Hazırda bütün dünyada 985 milyon İnternet istifadəçisi ingilis dilini təmsil edir ki, ümumi istifadəçilərin 25,3%-ni təşkil edir. Sonrakı iki yeri 771 milyon nəfərlə (19,8%) Çin dili və 312 milyon nəfərlə (8%) ispan dili tutur (Şəkil 8) [62].



Şəkil 7. Veb-saytların dillər üzrə bölgüsü [61]

Hazırda dünyanın müxtəlif ölkələrində ingilis dilini öyrənmək istəyən bir çox imkanlı şəxslər ABŞ, Böyük Britaniyaya və digər ingilisdilli ölkələrə üz tuturlar. Ona görə də hazırda ingilis dili tədrisinin bazar həcminin 61%-ni yol və otel xərcləri təşkil edir [48]. Beləliklə, dil sənayesinin turizm sənayesi ilə daha bir bağlılığı ortaya çıxır. Turistlərlə rahat ünsiyyətin qurulması, onlara müxtəlif xidmətlərin yüksək səviyyədə təqdim edilməsi zərurəti dil xidmətlərinə ehtiyac yaratdığı kimi, dil öyrənmə zərurəti də bir çox hallarda turizm xidmətlərinə tələbatı stimullaşdırır.



Şəkil 8. İnternet istifadəçilərinin daha çox istifadə etdikləri dillər [62]

Hazırda ingilis dilinin tədrisi üzrə qlobal bazarda elə ingilisdilli ölkələr daha çox gəlir əldə edirlər: ABŞ 31,7% (3,7 mlrd. dollar), Böyük Britaniya 30,4% (3,56 mlrd. dollar), Avstraliya 15,5% (1,8 mlrd.dollar), Kanada 13,5% (1,6 mlrd.dollar) [63].

İngilis dilinin tədrisi üzrə qlobal istehlakçı bazarında isə Çin liderlik edir. Bu ölkədə ingilis dilinin öyrənilməsinə hər il 3,1 mlrd dollar xərclənir. Bu göstəriciyə görə, sonrakı yerləri Yaponiya, Braziliya, Meksika və Hindistan tutur.

Xarici dil tədrisini aktuallaşdıran faktorlardan biri də qlobal dünyanın ən ağırlı məsələlərindən biri olan qaçqın və miqrasiya problemləridir. Miqrantların hər hansı bir ölkəyə adaptasiyası, işlə təmin edilməsi üçün, ilk növbədə, dil problemi həll edilməlidir. Bir çox ölkələrdə miqrantlar əmək bazarının mühüm bir hissəsini təşkil edirlər. Nəzərə almaq lazımdır ki, müvafiq ölkələrdə həmin miqrantların bir hissəsi məhz ölkədə çatışmayan yüksəkixtisaslı mütəxəssis problemini həll edir.

Bir çox hallarda miqrantlar əmək bazarında ölkə vətəndaşları ilə müqayisədə daha rəqabətqabiliyyətli olurlar. Məsələn, Böyük Britaniya iqtisadiyyatı öz həcminə görə Avropada 2-ci yeri tutur [64]. Bu ölkənin əmək bazarında güclü rəqabət mövcuddur. Belə ki, ingilis dilini yüksək səviyyədə bilən xarici ölkə vətəndaşları təhsili başa vurduqdan sonra işə düzəlmək imkanları baxımından ölkə vətəndaşlarından bir addım irəlidedirlər. Çünki onlar ən azı iki dil bilirlər və transmilli Britaniya şirkətlərinin tərəfdaşlıq etdiyi ölkələrdən hansısa birini təmsil edirlər. Böyük Britaniya vətəndaşları isə ana dilləri olan ingilis dilinin əsas beynəlxalq ünsiyyət vasitəsi olduğunu nəzərə alaraq, xarici dil öyrənməyə o qədər də maraq göstərmirlər [65].

Dil sənayesi və qlobal ünsiyyət dilinin gələcək perspektivləri

Qeyd etdiyimiz kimi, dil sənayesinin inkişafına əsas tələbatı ingilis dili yaradır. Bu dilin beynəlxalq arenada siyasi, iqtisadi, elm, təhsil və mədəni sahələrdə, eləcə də, şəxsi müstəvidə əsas ünsiyyət vasitəsi kimi statusu dil sənayesinin bazar imkanlarını və perspektivlərini müəyyən edən əsas faktordur. Ona görə də qlobal dil sənayesinin perspektivləri ingilis dilinin gələcək vəziyyətindən əhəmiyyətli dərəcədə asılıdır. Burada paradoksal hal ondan ibarətdir ki, dil sənayesi, əsasən, ingilis dilini bilməyən insanların, ingilis dilinin geniş yayılmadığı ölkələrin, regionların tələbatı hesabına fəaliyyət göstərir. Eyni zamanda, dil xidmətləri hesabına dünyada ingilisdilli insanların sayı artır, ingilisdilli ölkələrin, regionların dairəsi genişlənir. Yəni dil sənayesinin fəaliyyəti öz bazar və müştəri dairəsinin məhdudlaşmasına xidmət edir.

Qlobal mühitdə ingilis dilinin gələcəyi, inkişaf perspektivləri ilə bağlı müxtəlif yanaşmalar mövcuddur [65, 66]. Bəzi yanaşmalara görə, yaxın illərdə bu dildə sərbəst danışanların sayı 3 milyarda çatacaq. Bütün fəaliyyət sahələrində ingilis dili hakim mövqeyə yüksələcək.

Digər yanaşmalarda isə, ingilis dilinin müxtəlif variantlarının mövcud olduğuna diqqət çəkilir. Hesab edilir ki, yaxın gələcəkdə bu variantlar arasında fərqlər daha da artacaq, əsas rəqabət isə Britaniya və Amerika variantları arasında gedəcək. ABŞ-ın dünyadakı hərbi-siyasi və iqtisadi-texnoloji liderliyi praktiki cəhətdən ikinci variantı daha perspektivli edir. Daha bir tendensiya ondan ibarətdir ki, ABŞ və Böyük Britaniyada əhalinin sürətlə qocalması, işçi qüvvəsinə (o cümlədən intellektual sahələrdə) getdikcə artan tələbat fonunda yaxın gələcəkdə bu ölkələrə güclü miqrant axını hesabına ingilis dili əvvəlki mövqeyini itirərək ikinci dilə çevrilə bilər. Artıq ingilis dilinin *Hinglish* (hindi+ingilis), *Japlish* (yapon+ingilis), *Chinglish* (çin+ingilis), *Spanglish* (ispan+ingilis) və s. kimi versiyaları meydana çıxıb [67, 68]. Bu isə o deməkdir ki, ingilis dilinin ayrı-ayrı variantları gələcəkdə müstəqil dillərə çevrilə bilərlər.

Məsələyə tarixi aspektdən yanaşanlar isə hesab edirlər ki, vaxtilə yunan, ərəb, rus, fransız və ispan dilləri dünyada lider mövqələrdə olduqları kimi, ingilis dili də yalnız sivilisasiyanın müasir mərhələsinin hakim dilidir. Gələcəkdə bu estafet Çin, yaxud yenidən ərəb dilinə verilə bilər [65, 69].

ABŞ analitikləri hesab edir ki, ölkə vətəndaşlarının xarici dilləri öyrənmələri milli prioritetə çevrilməlidir [70]. Bu mövqe onunla əsaslandırılır ki, artıq 1975-ci ildən etibarən qlobal iqtisadiyyatda ingilisdilli dünyanın mövqələri zəifləməkdə davam edir və 2030-cu ildən Çin iqtisadiyyatı ABŞ iqtisadiyyatından önə keçəcək. Həmçinin Latın Amerikasına (ispan və portuqal dilləri) və Cənubi Asiyaya (hindi və urdu dilləri) regionlarının iqtisadiyyatı da xeyli güclənəcək. Hesab olunur ki, ABŞ iqtisadiyyatının gələcək inkişafı daha çox ölkədə istehsal və xidmətlərin xarici istehlakçılara satılması imkanlarından asılı olacaq. Xarici bazarlarda uğur qazanmaq üçün müvafiq dilləri bilən mütəxəssislər indidən hazırlanmalıdır.

Hazırda dil xidmətləri göstərən şirkətlərin inkişaf konsepsiyaları məhz mövcud qlobal dil palitrasının xüsusiyyətlərinə, o cümlədən ingilis dilinin imkanlarına əsaslanır. Yeni texnoloji platformaların, proqram təminatlarının hazırlanması və reallaşdırılmasında, kadr təminatının həyata keçirilməsində də bu tendensiyalar nəzərə alınır. Gələcək perspektivdə dil sənayesinin daha çox tələbat duyulan dil seqmenti də məhz qlobal mühitdə baş verəcək siyasi-iqtisadi proseslərdən asılı olacaq.

Azərbaycanda dil sənayesinin mövcud vəziyyəti və perspektivləri

Azərbaycan dili ilə bağlı dövlət siyasəti. Hazırda dünyada təxminən 50 milyon insan Azərbaycan dilində danışır [71, 72]. Onlardan 40 milyondan çoxu Azərbaycandan kənarında yaşayır. Azərbaycan dilində danışan insanların kompakt şəkildə yaşadığı digər ölkələr İran, İraq, Türkiyə, Gürcüstan və Rusiyadır. Azərbaycandan başqa yalnız Gürcüstanda yaşayan azərbaycanlılar öz dillərində təhsil almaq hüququna malikdirlər.

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin qeyd etdiyi kimi, Azərbaycan dili öz imkanlarının zənginliyi, səs quruluşunun səlisliyi və qrammatik quruluşunun sabitliyi ilə səciyyəlidir [73]. Müasir Azərbaycan ədəbi dili siyasi-ictimai, elmi-mədəni sahələrdə geniş işlənmə dairəsinə malik yüksək yazı mədəniyyəti olan və daim söz ehtiyatını zənginləşdirən bir dildir.

Azərbaycan dili Azərbaycan Respublikasının rəsmi dövlət dilidir, həmçinin Rusiya Federasiyasının tərkibinə daxil olan Dağıstan Respublikasının dövlət dillərindən biridir. Azərbaycanda dövlət dilinin statusu və işlənməsi qaydaları “Azərbaycanda dövlət dili haqqında” 30 sentyabr 2002-ci il tarixli Qanunla tənzimlənir [74]. Qanunda qeyd olunur ki, Azərbaycan Respublikası Azərbaycan dilinin dövlət dili olaraq işlədilməsini öz müstəqil dövlətçiliyinin başlıca əlamətlərindən biri sayır, onun tətbiqi, qorunması və inkişaf etdirilməsi qayğısına qalır, dünya azərbaycanlılarının Azərbaycan dili ilə bağlı milli-mədəni özünüifadə ehtiyaclarının ödənilməsi üçün zəmin yaradır.

2001-ci ildə Azərbaycan Respublikası Prezidenti “Dövlət dilinin tətbiqi işinin təkmilləşdirilməsi haqqında” Fərman imzalamışdır [75]. Həmin Fərmanda Azərbaycan dilinin tətbiqi və inkişaf etdirilməsinə dövlət qayğısının artırılması, bu dilin öyrənilməsi, bu dillə bağlı elmi tədqiqatların fəallaşdırılması, bu dilin cəmiyyətdə tətbiq dairəsinin genişləndirilməsi və bu işə nəzarətin gücləndirilməsi məsələləri öz əksini tapmışdır.

2007-ci ildə Azərbaycan Respublikası Prezidenti tərəfindən imzalanmış “Dünya ədəbiyyatının görkəmli nümayəndələrinin əsərlərinin Azərbaycan dilində nəşr edilməsi haqqında” Sərəncam mühüm əhəmiyyət daşıyır [76]. Həmin sərəncama əsasən, Azərbaycan dilinə tərcümə olunması üçün dünya ədəbiyyatının görkəmli nümayəndələrinin əsərlərindən ibarət 150 cildlik “Dünya ədəbiyyatı kitabxanası”na daxil olunmuş əsərlərin siyahısı müəyyən edilmişdir.

2012-ci ildə tərcümə olunan materiallarda Azərbaycan dilinin düzgün işlədilməsi ilə bağlı ölkədaxili və beynəlxalq müstəvidə ictimai-siyasi, elmi-texniki, ədəbi-mədəni mübadilələrin və əlaqələrin dil və tərcümə baxımından tənzimlənməsi, ölkə üzrə tərcümə prosesinin elmi, texniki, tibb, hüquq və digər sahələrdə təşkili və təkmilləşdirilməsi işinə nəzarəti həyata keçirən dövlət orqanı kimi Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabineti yanında Bədii Tərcümə Mərkəzi yaradılmışdır [77]. Bu Mərkəzdə ölkədə tərcüməçi kimi fəaliyyət göstərən hüquqi və fiziki şəxslərin könüllü qeydiyyatı həyata keçirilir.

Həmçinin 2013-cü ildə “Azərbaycan dilinin qloballaşma şəraitində zamanın tələblərinə uyğun istifadəsinə və ölkədə dilçiliyin inkişafına dair Dövlət Proqramı” qəbul edilmişdir [78].

Azərbaycanda dil sənayesinin mövcud vəziyyəti. Azərbaycanda dil sənayesinin inkişafı üçün böyük potensial mövcuddur. Ölkədə dil sənayesini stimullaşdıran əsas amillərdən biri xarici investisiyalardır. Hazırda Azərbaycanda 6857 xarici investisiyalı müəssisə fəaliyyət göstərir. Xarici şirkətlərin 2464-ü Türkiyə, 570-i Rusiya, 541-i Böyük Britaniya mənşəli investisiyalar hesabına yaradılıb [79]. Azərbaycanda əmək fəaliyyəti ilə məşğul olan əcnəbilərin sayı 26 min

nəfərdən çoxdur. Ölkəmizdə əmək fəaliyyəti ilə məşğul olan əcnəbilərin Azərbaycan dilini öyrənməyə yüksək tələbatı müşahidə olunur. Eyni zamanda, Azərbaycanda fəaliyyət göstərən xarici investisiyalı şirkətlərə işə götürülən yerli vətəndaşlardan müvafiq xarici dil bacarıqları tələb edir. Bu da ölkədə dil sənayesinin inkişafını stimullaşdıran mühüm amillərdən biridir.

Azərbaycanda dil sənayesinin inkişafını stimullaşdıran amillərdən biri də son illər ölkədə turizm sektorunun sürətlə inkişaf etməsidir. Böyük perspektivə malik turizmin inkişafı üçün dövlət tərəfindən ardıcıl və məqsədyönlü işlər həyata keçirilir. Azərbaycanda turizmin əksər növlərinin inkişafı üçün geniş imkanlar var. Ölkənin bütün regionlarında turizm infrastrukturunu müasirləşdirilir, müxtəlif layihələr reallaşdırılır.

Ötən 10 il ərzində otellərin və otel tipli müəssisələrin sayı dəfələrlə artmışdır. Paytaxt Bakıda və regionlarda dünyada məşhur brendlərin otelleri açılmışdır. Son illər bir çox ölkələrlə viza rejiminin sadələşdirilməsi ölkəyə turist axınına böyük təkan vermişdir. Xüsusilə, 2016-cı ildə varlı ərəb ölkələrindən ölkəyə gələn turistlərin sayı əvvəlki illərə nisbətən 2-3 dəfə artmışdır. Bunun nəticəsində ölkədə işsiz olan bir çox ərəbdili mütəxəssislər özlərinə turizm və xidmət sektorlarında iş yeri tapmışdır [80].

Bütövlükdə, 2016-cı ildə Azərbaycana 2,2 milyon turist gəlmişdir ki, bu da əvvəlki illə müqayisədə 11% çoxdur. Növbəti illərdə bu dinamikanın daha da artacağı proqnozlaşdırılır.

Azərbaycanda dil sənayesinin əsas sektorlarından olan tərcümə biznesinin əhəmiyyətli bazar payı mövcuddur. Təkcə ölkənin paytaxtı Bakı şəhərində dövlət qeydiyyatından keçmiş 60-dan çox tərcümə şirkəti fəaliyyət göstərir [81]. Bu şirkətlər daha çox müxtəlif peşə sahələri – texnologiya, hüquq, tibb, iqtisadiyyat və s. üzrə, eləcə də, audio-video materialların yazılı tərcüməsini həyata keçirirlər. Bundan başqa, yazılı tərcümənin redaktəsi və ekspertizası kimi xidmətlər göstərilir. Ardıcıl və sinxron şifahi tərcümə, vebinarların, İnternet konfranslarının və telefon danışıqlarının onlayn tərcüməsi də ölkədə tələbat olan dil xidmətləri sırasındadır. Yerli tərcümə şirkətləri veb-saytlar, multimedia resursları və proqram təminatı ilə bağlı da lokallaşdırma xidmətləri göstərilir. Müvafiq xidmətləri göstərən şirkətlər sinxron tərcümə avadanlıqlarının icarəsindən də gəlir əldə edirlər.

Həmçinin Azərbaycanın televiziya kanallarında dublyaj redaksiyası fəaliyyət göstərir. Dünyanın ən müxtəlif ölkələrində və dillərində çəkilmiş filmlər Azərbaycan dilinə tərcümə edilərək tamaşaçılara təqdim edilir. Bu fəaliyyət istiqaməti də ölkəmizdə dil sənayesinin xüsusi seqmentini formalaşdırır.

Ölkədə müxtəlif xarici dillərin öyrənilməsinə də yüksək tələbat vardır. Bu sahədə tələbatı stimullaşdıran əsas faktorlar xarici ölkələrə iş və təhsil üçün gedənlərin sayının çox olması, həmçinin ölkə daxilində fəaliyyət göstərən müxtəlif xarici şirkətlərdə işə düzəlmək istəyidir. Hazırda təkcə Bakı şəhərində dövlət qeydiyyatından keçmiş 90-dan çox dil tədrisi mərkəzləri fəaliyyət göstərir [81]. Ölkənin müxtəlif bölgələrində də dil tədrisini həyata keçirən mərkəzlər mövcuddur.

Hazırda Azərbaycanda 63 xarici ölkədən 4,2 min nəfər tələbə təhsil alır [82]. Azərbaycan ali təhsil müəssisələrində təhsil almaq üçün gələn xarici vətəndaşlar tədris dilini bilmədikləri halda, müvafiq dil hazırlığı keçdikdən sonra əsas təhsilə başlayırlar. Məhz bu məqsədlə Azərbaycan ali təhsil müəssisələrində əcnəbi vətəndaşların müvafiq dil hazırlığını həyata keçirmək məqsədilə 17 ali məktəbdə hazırlıq fakültələri, şöbələri və mərkəzləri fəaliyyət göstərir.

Eyni zamanda, hazırda 2 min nəfərdən çox Azərbaycan vətəndaşı dövlət xətti ilə xaricdə təhsil alır. Onların bir çoxu xarici ölkəyə yollanmaq üçün dil üzrə hazırlıq kursları keçirlər [82].

Azərbaycanda dil sənayesi üzrə kadr potensialı da yüksəkdir. Ölkənin ali məktəblərində 10 xarici dil üzrə tərcüməçi, 6 xarici dil üzrə hər il 7 min nəfərdən çox məzun buraxılır.

Azərbaycanda dil sənayesinin problemləri. Bu sahədə əsas problemlərdən biri odur ki, müvafiq elmi tədqiqatlar aparılmır. Milli dil sənayesinin formalaşması xüsusiyyətləri, strukturu, perspektivləri, problemlərinə dair aydın elmi baxışlar, yanaşmalar mövcud deyil. Bu sahənin siyasi, təşkilati-hüquqi, sosial-iqtisadi aspektlərinin öyrənilməsi mühüm elmi aktualıq kəsb edir.

Mühüm problemlərdən biri də odur ki, Azərbaycanda dil sənayesinin ölçülməsi həyata keçirilmir, bunun üçün elmi-metodoloji baza mövcud deyil. Ona görə də ölkədə dil sənayesinin və onun ayrı-ayrı seqmentlərinin vəziyyəti barədə heç bir statistik məlumat əldə etmək mümkün deyil. Bu sahə üzrə ayrıca statistik hesabatlar hazırlanmır. Dil sənayesində mühüm payı olan frilanserlər hüquqi əsaslarla fəaliyyət göstərmir və əsasən, kölgə iqtisadiyyatını təmsil edirlər.

Azərbaycanda hələlik dil xidmətlərinin normativ-hüquqi bazası yaradılmayıb. Bu sahənin spesifik xüsusiyyətlərini nəzərə alaraq, müvafiq xarici təcrübəyə istinad etməklə xüsusi qanunvericilik normalarının yaradılmasına ehtiyac vardır. Xüsusilə, dil xidmətlərinin göstərilməsi ilə əlaqədar informasiya təhlükəsizliyi, dövlət və peşə sirlərinin, fərdi məlumatların qorunması məsələləri aktuallıq kəsb edir.

Həmçinin milli tərcümə standartlarının və tərcümənin keyfiyyətinin qiymətləndirilməsi metodologiyasının işlənməsi də zəruridir. Eyni zamanda, indiyə kimi bir sıra dillərdən fərqli olaraq, Azərbaycan dilini bilmə (oxumaq, yazmaq, danışmaq, tərcümə etmək) səviyyələrinin meyarları, qiymətləndirilməsi metodologiyası işlənməyib. Ona görə də hər hansı şəxsin Azərbaycan dilini bilmə səviyyəsi müxtəlif subyektiv mülahizələr əsasında qiymətləndirilir.

Azərbaycanın rəsmi dil qurumlarının müvafiq beynəlxalq və xarici ölkə təşkilatları ilə əməkdaşlıq əlaqələri çox zəifdir. Bu da müvafiq beynəlxalq hesabatlarda və reytinglərdə Azərbaycanın dil sənayesi ilə bağlı vəziyyətin düzgün əks etdirilməsinə imkan vermir.

Azərbaycanda dil xidmətləri ilə bağlı İKT-nin tətbiqi, o cümlədən maşın tərcüməsi arzuolunan səviyyədə deyil. Bu vəziyyət qlobal miqyasda dil sənayesi ilə bağlı ümumi tendensiyaya uyğun deyil. Bir sıra xarici şirkətlərin, o cümlədən İnternet-şirkətlərin Azərbaycan dili ilə bağlı təklif etdikləri maşın tərcüməsinin keyfiyyəti də aşağı səviyyədədir. Bu da, əsasən, onunla əlaqədardır ki, Azərbaycan dili ilə bağlı maşın tərcüməsini həyata keçirən xarici şirkətlərə yerli dilçi alimlər tərəfindən lazımi linqvistik elmi-metodoloji dəstək verilmir.

Nəticə

Araşdırma və təhlillər göstərir ki, sürətlə qloballaşan müasir dünyada dil sənayesinin spesifik iqtisadi fəaliyyət sahəsi kimi rolu və əhəmiyyəti artmaqdadır. Maraqlıdır ki, müvafiq elmi yanaşmalarda, adətən, qloballaşmanın əsas təkanverici qüvvəsi kimi İKT-nin sürətli inkişafı göstərilir. Burada dil faktoru, demək olar ki, nəzərə alınmır. Əslində isə, İKT qlobal informasiya və kommunikasiya mühiti üçün daha çox texnoloji infrastruktur yaradır. Əgər insanlar dil baryerinə görə ünsiyyət qura bilməsələr, informasiyadan, məqalədən, kitabdən istifadə edə bilməsələr, əcnəbi filmləri seyr edə bilməsələr İnternetin, mobil telefonların və s. texnoloji vasitələrin yaratdığı kommunikasiya mühitinin əhəmiyyəti olmazdı. Bu baxımdan, hesab etmək olar ki, informasiya və kommunikasiya mühitinin formalaşmasında dil faktoru həlledici əhəmiyyətə malikdir.

Doğrudur, indiyə kimi iqtisadiyyatda kommunikasiyaların rolu kifayət qədər araşdırılıb, lakin kommunikasiyanın effektivliyinin dil faktorundan asılı olduğuna o qədər də diqqət yetirilməyib. Qlobal informasiya və kommunikasiya mühitinin formalaşması isə elm, təhsil, ticarət, turizm, KİV və s. fəaliyyət sahələri üçün yeni perspektivlər vəd edir. Dil sənayesinin inkişafını stimullaşdıran əsas amillərdən biri budur.

Bu onu göstərir ki, dil həm də mühüm iqtisadi inkişaf faktorudur. Bir sıra iqtisadi fəaliyyət sahələrində uğur qazanmağın əsas vasitələrindən biri də dil imkanlarından səmərəli istifadə etmək bacarığıdır. Lakin iqtisadiyyatda dil faktorunun roluna elmi tədqiqatlarda indiyə o qədər də əhəmiyyət verilməyib.

Dil xidmətlərinə olan yüksək tələbat həm də linqvistik informasiya texnologiyalarının sürətli inkişafını stimullaşdırır. Bunun nəticəsidir ki, hazırda maşın tərcüməsi, terminoloji informasiya sistemləri, xarici dil sahəsində öyrədici kompüter proqramları, dil sənayesinə xidmət edən bulud texnologiyaları sahəsində güclü rəqabət müşahidə olunur. Eyni zamanda, ənənəvi dil xidmətləri sektoru ilə texnoloji dil xidmətləri sektoru arasında da rəqabət artmaqdadır. Statistik analizlər

göstərir ki, bu sahədə baş verən tendensiyalar ikincilərin xeyrinədir. Burada paradoksal hal ondan ibarətdir ki, mobil sinxron tərcümə texnologiyalarının meydana gəlməsi və tədricən təkmilləşdirilməsi insanların xarici dil öyrənmək üçün motivasiyasını zəiflədir.

Dil sənayesi spesifik intellektual fəaliyyət sahəsi kimi çıxış edir. Burada insan kapitalı və linqvistik informasiya texnologiyaları ən vacib resurlar hesab olunur. Beləliklə, dil sənayesi öz mahiyyətinə görə biliklər iqtisadiyyatının xarakterinə uyğun gəlir. Lakin biliklər iqtisadiyyatının strukturu ilə bağlı elmi təsnifatlarda dil sənayesinə yer ayrılmır.

Dil sənayesinin istər təhsil, istərsə də tərcümə seqmentlərində ingilis dili xüsusi əhəmiyyətə malikdir. Beynəlxalq ünsiyyət dili kimi ingilis dilinə olan yüksək tələbat dil sənayesində tələb və təklifin formalaşmasında həlledici rol oynayır. Tədqiqatlar göstərir ki, ingilisdilli olmayan ölkələrdə bu dilin öyrənilməsinə qoyulan investisiyalar milli iqtisadiyyatın və insan kapitalının inkişafına əhəmiyyətli təsir göstərir.

Azərbaycanda da dil sənayesinin inkişafı üçün böyük potensial mövcuddur. Ölkədə biliklər iqtisadiyyatı prioritet istiqamətlərdən biri kimi qəbul olunmuş və bu sahənin inkişafı üçün dövlət tərəfindən zəruri konseptual sənədlər qəbul edilmişdir. Dil sənayesinin də biliklər iqtisadiyyatının bir seqmenti kimi inkişafı üçün ölkədə zəruri siyasi, iqtisadi və hüquqi şərait mövcuddur. Bu sahənin inkişafını stimullaşdıran bazar şərtləri də kifayət qədər yüksək səviyyədədir. Ölkədə dil xidmətləri göstərən müxtəlif iqtisadi subyektlər fəaliyyət göstərir. Bu sahə üzrə kadr hazırlığının vəziyyəti də qənaətbəxşdir. Lakin ölkədə dil sənayesini məqsədyönlü şəkildə inkişaf etdirmək üçün kompleks elmi-praktiki tədqiqatların həyata keçirilməsi, mövcud problemlərin, müvafiq hüquqi və iqtisadi situasiyanın dərinlən öyrənilməsi, bu sahənin inkişafı üçün konseptual baxışların formalaşdırılması, hüquqi, iqtisadi, təşkilati, kadr hazırlığı və s. sahələri əhatə edən müvafiq ekosistemin formalaşdırılması vacibdir.

Ədəbiyyat

1. World population, <http://www.worldometers.info>
2. World languages by country, <http://www.internetworldstats.com/languages.htm>
3. United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division, <http://www.un.org/en/development/desa/population/publications/mortality/child-mortality-report-2017.shtml>
4. English proficiency index, <http://www.ef.com/az/epi>
5. <http://monitor.icef.com/?s=English+economics&submit=Search>
6. DePalma D.A., Pielmeier H., Henderson S., Stewart R.G. The Language Services Market: 2016, Common Sense Advisory, Inc, 2016, 342 p.
7. International Monetary Fund, A Shifting Global Economic Landscape, <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2017/update/01>
8. WSIS, “Declaration of Principles”, Geneva, 12 December 2003, <http://www.itu.int/net/wsis/docs/geneva/official/dop.html>
9. WSIS, Tunis Agenda For The Information Society, Tunis, 18 November 2005, <http://www.itu.int/net/wsis/docs2/tunis/off/6rev1.html>
10. Abid A. UNESCO and the World Summit on the Information Society / 68th IFLA Council and General Conference, 2002, 18-24 August, 25 p., <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED472847.pdf>
11. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США, М., Прогресс, 1966, 462 с
12. Cader H.A. The Evolution of the Knowledge Economy // JRAP, 2008, No 38(2), pp. 117-129.
13. Colombo M.G., Grilli L., Piscitello L. Science and Innovation Policy for the New Knowledge Economy, Edward Elgar Publishing, 2011, 208 p.
14. Иванов С.В. Теоретические основы формирования экономики знаний // Социально-экономические явления и процессы, 2011, №8 (030), с.85-91.
15. Базылев Н.И., Грибанова Н.Л. «Новая экономика», ее движущие силы и тенденции развития // Проблемы современной экономики, 2006, № 1(17), <http://www.mecconomy.ru>

16. Cader H.A. The Evolution of the Knowledge Economy // The Journal of Regional Analysis & Policy, 2008, 38(2), pp. 117-129.
17. Hadad Sh. Knowledge Economy: Characteristics and Dimensions // Management Dynamics in the Knowledge Economy, Vol.5, 2017, no.2, pp. 203-225.
18. Schricke E. Occurrence of cluster structures in knowledge-intensive services, Karlsruhe, 2013, 29 p.
19. Elsevier, Language Services, <http://webshop.elsevier.com/languageservices/>
20. Elsevier publishing – a look at the numbers, and more, <https://www.elsevier.com/connect/elsevier-publishing-a-look-at-the-numbers-and-more>
21. <https://www.gala-global.org>
22. <https://www.lionbridge.com/en-us>
23. <http://www.transperfect.com>
24. Singh N. Localization Strategies for Global E-Business, Cambridge University Press, 2011, 331 p.
25. Globalization and Localization Association, <https://www.gala-global.org>
26. Esser A., Smith I.R., Bernal-Merino M.A. Media Across Borders: Localising TV, Film and Video Games, Routledge, 2016, 244 p.
27. Skibitska O. The Language of Tourism: Translating Terms in Tourist Texts // Join Translation Journal, October 2015 Issue, <http://www.translationjournal.net/October-2015/the-language-of-tourism-translating-terms-in-tourist-texts.html>
28. Foreign language services for the travel and tourism industry, <https://www.e-kern.com/us/industries/media-tourism/travel-and-tourism.html>
29. Crabbe S. Controlling Language in Industry: Controlled Languages for Technical Documents, Springer, 2017, 113 p.
30. Kirsch M., Le M.A. On multi-language software development, cross-language links and accompanying tools: a survey of professional software developers // Journal of Software Engineering Research and Development, 19 April 2017, 5:1, <https://jserd.springeropen.com/articles/10.1186/s40411-017-0035-z>
31. Aykin N. Usability and Internationalization of Information Technology, CRC Press, 2016, 392 p.
32. Erreygers G., Jacobs G. Language, Communication and the Economy, John Benjamins Publishing, 2005, 239 p.
33. Mahmudov R.Ş. Genişzolaqlı İnternetin inkişaf perspektivləri: mövcud vəziyyət, problemlər və həlli yolları // İnformasiya cəmiyyəti problemləri, 2014, №1, 21-32.
34. ITU, Impact Of Broadband On The Economy, Telecommunication Development Sector, April 2012, 136 p.
35. British Council, The English Effect, 2013, 24 p.
36. Arcandi J.-L., Grinii F. Language in economic development: Is English special and is linguistic fragmentation bad? // English and Development. Policy, Pedagogy and Globalization, Bristolç 2013, p. 243-266.
37. Coulmas F. Language and Economy, Blackwell, 1992, 377 p.
38. McCormick C. Countries with Better English Have Better Economies // Harvard Business Review, November 15, 2013, <https://hbr.org/2013/11/countries-with-better-english-have-better-economies>
39. Beadle Sh., Scott D. Languages in Education and Training: Final Country Comparative Analysis, ICF GHK, 2014, 68 p.
40. British Council, Appraisal Report (1934 – 2016), November 2016, 52 p.
41. Internet World Stats, <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>
42. The Language Services Market: 2016, <http://www.common senseadvisory.com/AbstractView/tabid/74/ArticleID/36540/Title/TheLanguageServicesMarket2016>

43. Qlobal Market Insights, <https://www.gminsights.com/industry-analysis/machine-translation-market-size>
44. Sin-wai Ch. *The Future of Translation Technology: Towards a World Without Babel*, Taylor & Francis, 2016, 316 p.
45. Grand View Research, *Machine Translation Market Size & Share, MT Industry Report, 2022*, <http://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/machine-translation-market>
46. Rao M.N. *Cloud Computing*, PHI Learning Pvt. Ltd., 2015, 204 p.
47. DOCEBO, *E-learning Market Trends And Forecast 2017-2021*, 50 p.
48. TEFL Courses in the United States, <https://www.gooverseas.com/tefl-courses/united-states-america>
49. Teach English in Canada, <https://www.gooverseas.com/teach-abroad/canada>
50. Wise Guy Repots, *Online Language Learning Market in the US 2017-2021*, <https://www.wiseguyreports.com/reports/809513-online-language-learning-market-in-the-us-2017-2021>
51. Huttner-Koros A. *The Hidden Bias of Science's Universal Language*, 2015, <https://www.theatlantic.com/science/archive/2015/08/english-universal-language-science-research/400919>
52. van Weijen D. *The Language of (Future) Scientific Communication // Country trends*, Issue 31, November 2012
53. IEEE, *10 most popular programming languages*, <http://opensourceforu.com/2017/03/most-popular-programming-languages>
54. WB, *Scientific and technical journal articles*, <https://data.worldbank.org/indicator/IP.JRN.ARTC.SC?end=2013&start=1981&view=chart>
55. <http://www.scimagojr.com/countryrank.php>
56. OECD and SCImago Research Group (CSIC), *Compendium of Bibliometric Science Indicators*. OECD, Paris, 2016, 66 p.
57. Gordin M.D. *Scientific Babel: How Science Was Done Before and After Global English*, University of Chicago Press, 2015, 415 p.
58. Pitte P., Wild A., Autin P. *The Language Learning, Sustainability Project 2017*, Sprachcaffe Language Sustainability Team, 2017, 24 p.
59. *Who Speaks English?*, http://www.thehistoryofenglish.com/history_today.html
60. *The Times of India*, <https://timesofindia.indiatimes.com/india/English-edge-Those-who-speak-the-language-fluently-earn-34-more-than-others/articleshow/28414991.cms>
61. W3Techs, *Usage of content languages for websites*, https://w3techs.com/technologies/overview/content_language/all
62. Internet World Stats, *Internet World Users by Language*, <http://www.internetworldstats.com/stats7.htm>
63. *New Horizons English, English Language Teaching Market Leaders*, <https://www.newhorizonsenglishfranchise.com/signals-of-growth-in-the-english-language-teaching-franchise-business>
64. World Economic Forum, *The world's 10 biggest economies in 2017*, <https://www.weforum.org/agenda/2017/03/worlds-biggest-economies-in-2017>
65. British Council, *Languages for the Future*, 2013, 48 p.
66. Ricento T. *Political Economy and English as a "Global" Language // Critical Multilingualism Studies*, 2012, Vol 1, No 1, pp. 31-56.
67. Xiao J., Niannian Z. *Chinglish in the oral work of non-English majors // CELEA Journal*, 2006, Vol. 29, No. 4, pp.15-20.
68. Richler H. *Global Mother Tongue: The Eight Flavours of English*, Véhicule Press, 2006, *Language Arts & Disciplines*, 169 p.

69. Pak J. Is English or Mandarin the language of the future?, BBC News, Kuala Lumpur, 22 February 2012, <http://www.bbc.com/news/magazine-17105569>
70. Kassteen J. Global Trends in Foreign Language Demand and Proficiency, <http://studenttravelplanningguide.com/global-trends-in-foreign-language-demand-and-proficiency>
71. <http://www.president.az/articles/4668/print>
72. https://azertag.az/xeber/Krimda_kechirilen_dil_festivalinda_Azərbaycan_dilinin_teqdimati_olmusdur-17655
73. <http://www.respublica-news.az/index.php/muesahib-l-r/item/13024-mustaegillik-doevrundae-azaerbaydzanda-dil-siyasaeti>
74. “Azərbaycanda dövlət dili haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu, 30 sentyabr 2002-ci il, <http://www.meclis.gov.az/?/az/legislation>
75. “Dövlət dilinin tətbiqi işinin təkmilləşdirilməsi haqqında” Fərman, 18 sentyabr 2001-ci il, <http://www.e-qanun.az/framework/3568>
76. Dünya ədəbiyyatının görkəmli nümayəndələrinin əsərlərinin Azərbaycan dilində nəşr edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı, 24 avqust 2017-ci il, <http://www.e-qanun.az/framework/doc/13796>
77. <http://www.aztc.gov.az/az/10>
78. Azərbaycan dilinin qloballaşma şəraitində zamanın tələblərinə uyğun istifadəsinə və ölkədə dilçiliyin inkişafına dair Dövlət Proqramı, 9 aprel 2013-cü il, <http://www.az.president.az/articles/7744>
79. <http://www.vergiler.az/art-view/2917/>
80. <http://www.heritage.gov.az/news-details?id=347>
81. <http://www.justice.gov.az>
82. <http://www.edu.gov.az>

УДК 04:338:81

Алгулиев Расим М.¹, Махмудов Расим Ш.²

^{1,2}Институт Информационных Технологий НАНА, Баку, Азербайджан

^{1,2}secretary@iit.ab.az, depart17@iit.ab.az

Языковая индустрия: возможности, перспективы и проблемы

В статье исследуются суть, особенности, текущее состояние и перспективы языковой индустрии. Показана роль языковых служб в информационном обществе. Языковая индустрия характеризуется как важная область экономики знаний. Кроме того, классифицируются ключевые сегменты языковой индустрии, интерпретируются их характерные особенности. Анализируется важность лингвистической коммуникации в экономике. Показаны перспективы применения информационных и коммуникационных технологий в языковой индустрии. Определена роль языкового фактора в научно-инновационной экономике. Комментируется экономика преподавания иностранных языков, являющаяся одним из ведущих сегментов языковой индустрии. Исследованы перспективы будущего глобального языка общения и его влияние на развитие языковой индустрии. Также изучается текущая ситуация с языковой индустрией в Азербайджане и выдвигаются предложения по развитию этой сферы в нашей стране.

Ключевые слова: языковая индустрия, экономика знаний, лингвистическая коммуникация, лингвистические технологии, машинный перевод, рынок перевода, преподавание иностранных языков.

Rasim M. Alguliyev¹, Rasim Sh. Mahmudov²

^{1,2} Institute of Information Technology of ANAS, Baku, Azerbaijan

^{1,2}secretary@iit.ab.az, depart17@iit.ab.az

Language industry: opportunities, perspectives and problems

Language industry: opportunities, perspectives and problems

The article examines the essence, features, current state and prospects of the language industry. The role of language services in the information society is displayed. Language industry is characterized as an important area of knowledge economy. In addition, key segments of the language industry are classified, their characteristic features are interpreted. The importance of linguistic communication formed on the basis of the language industry in the economy is analyzed. The perspectives of the application of information and communication technologies in the language industry are demonstrated. The role of language factor in the science innovation economy is determined. The economy of foreign language teaching, one of the leading segments of the language industry is interpreted. Future prospects of the global communication language and its impact on the development of the language industry are researched. Also, the current state of the language industry in Azerbaijan is studied and suggestions on the development of this sphere in our country are put forward.

Keywords: language industry, economics of knowledge, linguistic communication, linguistic technologies, machine translation, translation market, foreign language teaching.