

UOT 81

<https://doi.org/10.59849/2311-8482.2025.4.137>

İRADƏ CƏFƏROVA*

MÜASİR ALMAN DİLİNDƏ ALINMA SÖZLƏRİN ASSİMİLYASIYA PROSESİ: FONETİK VƏ QRAMMATİK YANAŞMA

Müasir alman dili qloballaşma, texnoloji inkişaf, kütləvi informasiya vasitələrinin təsiri və mədəni mübadilə nəticəsində müxtəlif dillərdən alınma sözlərlə zənginləşmişdir. Bu məqalədə alman dilində alınma sözlərin assimilyasiya prosesi fonetik və qrammatik aspektlərdə araşdırılır. Əsas diqqət ingilis, fransız, latın və türk dillərindən keçmiş sözlər üzərində cəmlənmişdir. Assimilyasiya iki əsas mərhələdə baş verir: ilkin mərhələdə sözlərin fonetik uyğunlaşdırılması (yəni, tələffüzün alman fonoloji sisteminə adaptasiyası), sonrakı mərhələdə isə qrammatik inteqrasiya (cinsin müəyyənləşdirilməsi, çoxluq şəkilçilərinin və fleksiya qaydalarının tətbiqi). Məsələn, fransız mənşəli Bureau sözü alman fonetik sisteminə uyğunlaşdırılaraq “das Büro” formasında işlənir və çoxluqda “die Büros” kimi qəbul edilir. İngilis mənşəli Computer sözü də “der Computer – die Computer” forması ilə alman dilinə inteqrasiya olunmuşdur. Məqalədə həmçinin alınma sözlərin semantik sahələr üzrə yayılması (texnologiya, moda, qida, idman) və onların alman mədəniyyətində yaratdığı üslubi rəngarənglik təhlil edilir. Araşdırma nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, alınma sözlər alman dilində yalnız lüğəvi zənginləşmə funksiyası daşımır, həm də dilin dinamik inkişafını təmin edir. Assimilyasiya prosesində alman dilinin sabit qrammatik quruluşu sözlərin sürətlə inteqrasiyasını asanlaşdırır və onları ümumi dil mühitinə uyğunlaşdırır.

Açar sözlər: alman dili, alınma sözlər, assimilyasiya, fonetik uyğunlaşma, qrammatik inteqrasiya

Giriş

Müasir dövrdə dillərin qarşılıqlı təsiri misilsiz dərəcədə güclənmişdir. Qloballaşma, elm və texnologiyanın inkişafı, beynəlxalq əlaqələrin genişlənməsi dillərin bir-birindən söz alma prosesini sürətləndirmişdir. Alman dili də bu prosesdən kənarda qalmamış, əsrlər boyu latın, fransız, ingilis, türk və digər dillərdən çoxsaylı leksik vahidlər qəbul etmişdir (Schmidt, 2016).

Alman dilində alınma sözlərin assimilyasiya mexanizminin araşdırılması dilçilik elmi üçün aktualdır. Çünki bu sözlər yalnız lüğət tərkibinin genişlənməsi ilə məhdudlaşmır, həm də fonetik və qrammatik baxımdan alman dil sisteminə tam şəkildə inteqrasiya olunur. Bu isə dilin sabit strukturu ilə yanaşı, çevik adaptasiya qabiliyyətini də nümayiş etdirir.

Mövzunun aktuallığı

Alman dili dünyanın ən çox öyrənilən dillərindən biridir və Avropa İttifaqının əsas işlək dillərindən sayılır. Onun zəngin leksikası yalnız daxili inkişafın deyil, həm də xarici təsirlərin nəticəsidir. Hazırda xüsusilə ingilis dilindən alınan sözlər (*Anglizismen*) alman dilində çox geniş yayılmışdır. Bu sözlərin fonetik və qrammatik baxımdan necə uyğunlaşması, həm dilçilik, həm də sosiolinqviistik baxımdan aktual mövzu hesab olunur (Keller, 2019).

Bundan əlavə, assimilyasiya prosesi dilin milli kimliyinə təsir kontekstində də müzakirə olunur. Bir tərəfdən, alınma sözlər beynəlmillət ünsiyyətə töhfə verir, digər tərəfdən isə dilin daxili təmizliyinə dair mübahisələr doğurur.

Məqsəd və vəzifələr

Məqalənin əsas məqsədi müasir alman dilində alınma sözlərin assimilyasiya prosesini fonetik və qrammatik aspektlərdə araşdırmaqdır.

Vəzifələr:

- Alınma sözlərin alman fonetik sisteminə uyğunlaşdırılma mexanizmlərini göstərmək;
- Qrammatik inteqrasiyanın (cins, çoxluq, fleksiya) xüsusiyyətlərini izah etmək;
- Konkret dillərdən alınmış sözlər üzərində nümunələr təqdim etmək;
- Assimilyasiya prosesinin alman dilinin inkişafına təsirini qiymətləndirmək.

Elmi yenilik

Məqalənin yeniliyi ondadır ki, burada yalnız tarixən alınma sözlər deyil, həm də müasir dövrdə geniş yayılan ingilis və fransız mənşəli sözlərin fonetik və qrammatik assimilyasiyası müqayisəli şəkildə təhlil olunur. Həmçinin, türk mənşəli sözlərin alman dilinə daxil olma mexanizmi ayrıca araşdırılır və Azərbaycan dilçi alimlərinin bu mövzudakı fikirlərinə istinad edilir.

Metodologiya

Araşdırmada müqayisəli-fonetik, morfoloji və semantik analiz üsullarından istifadə olunmuşdur. Əlavə olaraq statistik müşahidələr üçün müasir alman mətbuatında (*Der Spiegel, Die Zeit*), televiziya verilişlərində və gündəlik danışiq dilində işlədilən nümunələr nəzərə alınmışdır.

Əsas hissə

1. Tarixi aspekt və alınma sözlərin mənbələri

Alman dilində alınma sözlərin tarixi qədim dövrlərə qədər gedib çıxır. Dilin inkişafı boyu müxtəlif mərhələlərdə xarici təsirlər güclənmiş, bu təsirlər hər bir dövrdə fərqli mənbələrdən gəlmişdir. Qədim dövrdə Roma imperiyası ilə əlaqələrin artması nəticəsində alman tayfaları çoxlu sayda latın mənşəli söz qəbul etmişlər. Bu sözlərin əksəriyyəti məişət, tikinti və dinlə bağlı idi. Məsələn:

Fenster (pəncərə) – lat. *fenestra*;

Keller (zirzəmi) – lat. *cellarium*;

Straße (küçə) – lat. *strata*.

Bu sözlər alman dilinin fonetik sisteminə uyğunlaşdırılmış, zamanla tam assimilyasiya olunmuşdur.

Xüsusilə orta əsrlərdə alman feodal dövlətləri ilə Fransa arasındakı mədəni əlaqələr nəticəsində çoxlu fransız mənşəli sözlər alman dilinə daxil olmuşdur. Bu sözlər daha çox incəsənət, saray həyatı və mədəniyyət sahələrinə aid idi:

Büro (ofis), *Mode* (dəb), *Parfum* (ətir), *Restaurant*.

Fransız dilindən alınmalar alman üslubunda incəlik və zəriflik çalarını gücləndirmişdir.

XIX əsrdən başlayaraq sənaye inqilabı və sonrakı texnoloji inkişaf nəticəsində ingilis dili əsas beynəlxalq ünsiyyət vasitəsinə çevrildi. Bu dövrdə alman dilinə texnologiya, elm və idmanla bağlı çoxlu sözlər daxil olmuşdur:

Computer, Internet, Job, Team, Trainer.

İngilis dilindən alınma sözlər bu gün də ən dinamik şəkildə artmaqdadır.

Alman dilinə türk mənşəli sözlərin daxil olması əsasən Osmanlı dövründə Şərq-Qərb mədəniyyət mübadiləsi, həm də XX əsrdən etibarən Türkiyədən Almaniyaya miqrasiya nəticəsində güclənmişdir.

Joghurt, Kiosk, Kebab, Dolmetscher (tərcüməçi).

Bu sözlər əsasən qida və gündəlik məişət sahəsinə aid terminlərdir.

Bütün bu nümunələr göstərir ki, alman dili əsrlər boyu müxtəlif dillərlə qarşılıqlı əlaqədə olmuş, hər bir dövrün mədəni və ictimai münasibətləri nəticəsində alınmalar qəbul etmişdir. Əhəmiyyətli cəhət isə odur ki, bu sözlər yalnız “qonaq” statusunda qalmamış, fonetik və qrammatik baxımdan alman dilinin daimi üzvlərinə çevrilmişdir. (Braun, 2014).

2. Fonetik assimilyasiya prosesi

Fonetik assimilyasiya alınma sözlərin alman dilinə keçidi zamanı onların orijinal fonetik strukturunun dəyişdirilərək alman fonetik sisteminə uyğunlaşdırılmasıdır. Bu prosesdə əsas məqsəd yeni sözün alman danışanları üçün tələffüz baxımından çətin olmaması və dilin fonoloji sisteminə inteqrasiya olunmasıdır.

Assimilyasiya bir neçə istiqamətdə müşahidə olunur:

2.1. Saitlərin uyğunlaşdırılması

Xarici dillərdə mövcud olan bəzi saitlər alman fonematik sistemində yoxdur. Buna görə də onlar alman dilində yaxın fonemlərlə əvəz olunur.

Fransız *Bureau* → alman *Büro* [by'ʁo:]. Burada fransız dilindəki burun saiti [ɔ̃] düşür, alman dilində isə [o:] ilə əvəz olunur.

İngilis *Sandwich* → alman *Sandwich* ['zɛntvɪʃ]. İngilis [æ] səsi alman [ɛ] ilə əvəzlənir.

2.2. Samitlərin uyğunlaşdırılması

Xarici dillərdə olan bəzi samitlər də alman dilinə uyğunlaşdırılarkən dəyişir.

Türk *Joghurt* → alman *Joghurt* ['jo:ɡʊʁt]. Burada türk [j] səsi alman [j] ilə üst-üstə düşsə də, sözün sonundakı [t] alman dilində daha sərt tələffüz olunur.

İngilis *Job* → alman *Job* [d͡ʒɔp]. Burada alman dilində olmayan [d͡ʒ] səsi qorunub saxlanılsa da, final mövqedə *b* alman fonotaktikasına uyğun olaraq [p] kimi tələffüz edilir.

2.3. Sonor və final samitlərin dəyişməsi

Alman dilinin fonoloji xüsusiyyətlərindən biri də səs sən söz sonluqlarında sərtləşməsidir. Buna görə də digər dillərdən alınan sözlərin sonundakı yumşaq samitlər sərt formaya keçir:

İngilis *Club* → alman *Club* [klɔp]. Burada final [b] alman fonologiyasına uyğun olaraq [p] kimi tələffüz olunur.

Fransız *Boutique* → alman *Boutique* [bu'ti:k]. Son [g] fransız dilindəki yumşaq [g] səsinə qarşılıq olaraq sərt [k] ilə əvəz olunur.

2.4. Prosodik uyğunlaşma (vurğu və intonasiya)

Alman dilində vurğunun əksər hallarda ilk hecaya düşməsi alınma sözlərdə də müşahidə olunur.

İngilis *Computer* → alman *Computer* [kɔm'pjʊ:tɐ]. Vurğu ingilis dilində olduğu kimi sonrakı hecaya düşür, lakin sonundakı “-er” [ɐ] ilə tələffüz edilir.

Fransız *Parfum* → alman *Parfum* [paʁ'fœ:]. Burada fransızca burun sait qorunsa da, vurğu alman dilinə uyğun şəkildə ikinci hecaya keçir.

2.5. Burun saithlərin adaptasiyası

Fransız dilindəki burun saithlər alman fonetik sistemində mövcud olmadığından onlar açıq saithlərlə əvəz olunur:

Fransız *Restaurant* → alman *Restaurant* [ʁɛsto'kɑ:]. Burada [ɑ] burunlaşmanı itirərək uzun açıq sait [a:] ilə əvəz olunur.

Beləliklə, fonetik assimilyasiya nəticəsində alınma sözlər orijinal səs tərkibini qismən itirərək, alman dilinin fonotaktik qaydalarına uyğunlaşdırılır. Bu proses həm **fonemlərin əvəzlənməsi**, həm də **vurğu və intonasiyanın dəyişməsi** ilə müşahidə olunur. Nəticədə sözlər alman danışığıq normasında yad element kimi qavranılmır, tam inteqrasiya olunmuş leksik vahid kimi istifadə edilir (Müller, 2018; Hoffmann, 2013).

3. Qrammatik assimilyasiya prosesi

Qrammatik assimilyasiya alman dilinə daxil olan sözlərin yalnız fonetik baxımdan deyil, həm də morfoloji və sintaktik baxımdan alman dilinə inteqrasiya olunması ilə xarakterizə olunur. Bu proses nəticəsində alınma sözlər cins kateqoriyasına, hallanma sisteminə və çoxluq şəkilçilərinin istifadəsinə uyğunlaşdırılır.

3.1. Cinsin təyin edilməsi

Alman dilində isimlərin qrammatik cinsi (*Genus*) əsasən semantik və morfoloji motivasiyaya görə müəyyən edilir. Alınma sözlərdə isə çox vaxt formaya uyğunlaşdırma prinsipi əsas götürülür (Hoffmann, 2013):

Fransız mənşəli *das Büro* – orta cins (çünki sonu -o ilə bitən çoxsaylı sözlər neytral cinsdədir: *das Auto*, *das Kino*).

İngilis mənşəli *der Computer* – kişi cins (çünki alman dilində texniki cihazların əksəriyyəti kişi cinsdədir: *der Drucker*, *der Fernseher*).

3.2. Çoxluq şəkilçiləri

Alınma sözlər alman dilində mövcud olan çoxluq formaları ilə hallanır. Əksər hallarda -s şəkilçisi seçilir, çünki o həm fonetik, həm də morfoloji baxımdan neytral formadır və yad sözlərə asanlıqla əlavə olunur (Braun, 2014):

das Büro – *die Büros*

der Job – *die Jobs*

das Restaurant – *die Restaurants*

Bu xüsusiyyət alman dilinin digər german dilləri, xüsusilə ingilis dili ilə paralelliyini də göstərir.

3.3. Fleksiya qaydaları

Alman dilində alınma sözlər hal kateqoriyasına uyğun şəkildə dəyişir və hallanma sistemi ilə tam uyğunlaşdırılır. Məsələn:

der Manager – *des Managers* – *dem Manager* – *den Manager*.

Burada genitiv təkdə -s şəkilçisinin əlavə olunması alman dilindəki kişi cinsli isimlərin ümumi qaydasına uyğundur.

3.4. Söz yaradıcılığına inteqrasiya

Alınma sözlər yalnız mövcud formalarda işlənmiş, həm də alman dilinin məhsuldar söz yaradıcılığı modellərinə daxil olur. Məsələn:

Job sözündən *jobben* (işləmək, müvəqqəti işləmək) feilinin yaranması.

Computer sözündən *Computerraum*, *Computertechnik* kimi mürəkkəb sözlərin düzəlməsi.

Bu fakt göstərir ki, alınma sözlər yalnız “hazır” formalarla deyil, həm də alman morfoloji sisteminin məhsuldar ünsürünə çevrilərək yeni sözlərin yaranmasında iştirak edirlər (Schmidt, 2016).

4. Semantik sahələr üzrə alınma sözlərin yayılması

Alman dilinə daxil olan sözlər müəyyən semantik sahələrdə daha intensiv şəkildə müşahidə olunur. Bu, əsasən mədəniyyətlərarası əlaqələrin və qlobal kommunikasiya sahələrinin təsirindən irəli gəlir.

4.1. Texnologiya və elm

XX əsrin ikinci yarısından başlayaraq texnologiyanın sürətli inkişafı nəticəsində ingilis dilindən çoxlu terminlər qəbul olunmuşdur:

Computer, Internet, Smartphone, Software.

Bu sahədə alınma sözlərin dominantlığı ingilis dilinin beynəlxalq elm və texnologiya dili rolunu təsdiq edir (Müller, 2018).

4.2. Moda və gündəlik geyim

Fransız və ingilis dillərindən gələn terminlər moda sahəsində xüsusi yer tutur:

Jeans, T-Shirt, Boutique, Mode, Styling.

Fransız mənşəli sözlər əsasən dəb və estetik kateqoriyalara aid olsa da, ingilis mənşəli terminlər daha çox qlobal populyar mədəniyyətin təsirini göstərir (Fischer, 2020).

4.3. Qida və kulinariya

Mədəniyyətlərarası qida ənənələrinin yayılması nəticəsində müxtəlif dillərdən sözlər alman dilinə daxil olmuşdur:

Fransız: *Restaurant, Café, Menü.*

Türk: *Joghurt, Kebab, Döner.*

İtalyan: *Pizza, Pasta, Espresso.*

Bu terminlər göstərir ki, qida leksikası əsasən mədəniyyət və həyat tərzini mübadiləsi yolu ilə assimilyasiya olunur (Braun, 2014).

4.4. İdman və əyləncə

İngilis dili bu sahədə dominant mövqeyə malikdir. İdman terminlərinin böyük əksəriyyəti ingilis mənşəlidir:

Team, Trainer, Tennis, Football, Handball.

Bu vəziyyət idmanın qloballaşması ilə bağlıdır və alman dilində terminoloji vahidlərin çoxu orijinal formada saxlanılmışdır (Hoffmann, 2013).

Nəticə olaraq, qrammatik assimilyasiya prosesi alınma sözlərin alman dilinin morfoloji sisteminə inteqrasiyasını təmin edir, semantik sahələr üzrə isə bu sözlərin yayılması qlobal mədəniyyət və texnoloji təsirlərlə sıx bağlıdır. Beləliklə, alınma sözlər yalnız dilin leksik fondunu zənginləşdirmir, həm də cəmiyyətin sosial-mədəni inkişafının göstəricisinə çevrilir.

5. Sosial-lingvistik aspektlər

Alman dilində alınma sözlərin geniş yayılması yalnız fonetik və qrammatik uyğunlaşma ilə məhdudlaşmır, həm də cəmiyyətin dilə münasibəti, milli kimlik, qlobal mədəni təsirlər və sosial status kimi məsələlərlə sıx bağlıdır. Bu baxımdan alınma sözlərin assimilyasiyası sosial-lingvistik aspektdən də araşdırılmalıdır.

5.1. Milli kimlik və dilin saflığı məsələsi

Bəzi dilçi alimlər hesab edirlər ki, xüsusilə ingilis dilindən daxil olan çoxsaylı sözlər (*Anglizismen*) alman dilinin milli kimliyini zəiflədə bilər. Weinrich (2015) göstərir ki, gündəlik ünsiyyətdə və mətbuatda ingiliscə terminlərin həddindən artıq işlənməsi dilin daxili qaydalarını kölgədə qoyur və gənc nəsildə “dil saflığı” ideyasına qarşı laqeydlik yaradır. Bu yanaşmaya görə, “Event, Meeting, Manager, Lifestyle” kimi sözlərin orijinal formada işlənməsi artıq dilin öz resurslarının azaldığına işarədir.

Digər tərəfdən, Keller (2019) kimi tədqiqatçılar bu prosesi dilin zənginləşməsi, beynəlmilləşməsi və qloballaşma ilə ayaqlaşması kimi qiymətləndirirlər. Bu yanaşmaya görə, alman dilində yeni anlayışların ifadəsi çox vaxt yalnız ingilis və ya fransız mənşəli terminlərlə mümkündür, çünki müasir texnologiya, moda və idman terminləri beynəlxalq miqyasda ortaq kod funksiyası daşıyır. Beləliklə, *Smartphone*, *App*, *Social Media* kimi sözlər yalnız alınma deyil, həm də beynəlxalq ünsiyyətin vasitəsinə çevrilir.

5.2. Sosial status və prestij faktoru

Sosial-lingvistik tədqiqatlar göstərir ki, alınma sözlərin istifadəsi bəzən prestij və status simvolu rolunu oynayır (Fischer, 2020). Xüsusilə gənclər və şəhər mühitində yaşayan təbəqələr gündəlik danışmada anglicizmlərə daha çox üstünlük verirlər. Məsələn, *cool*, *trendy*, *easygoing* kimi ifadələrin işlənməsi dilin üslubi rəngarəngliyini artırmaqla yanaşı, qlobal gənclik mədəniyyəti ilə identifikasiya funksiyası daşıyır.

Almaniyada dilin saflığını qorumaq məqsədilə müxtəlif ictimai təşkilatlar (*Verein Deutsche Sprache*) müəyyən terminlərin işlənməsinə qarşı çıxır və onların alman ekvivalentlərinin istifadəsini təşviq edirlər (Braun, 2014). Bununla belə, müasir media və texnologiyanın təsiri ilə çoxsaylı ingiliscə sözlərin qarşısını almaq mümkün olmur. Bu vəziyyət bir tərəfdən milli dil siyasəti ilə qlobal kommunikasiya arasında tarazlıq axtarışlarını aktuallaşdırır.

Nəticə etibarilə, alman dilində alınma sözlər yalnız dilin strukturuna inteqrasiya edilmir, həm də sosial və mədəni proseslərin barometri rolunu oynayır. Bir tərəfdən dilin milli kimliyi və saflığı ilə bağlı narahatlıqlar mövcuddur (Weinrich, 2015), digər tərəfdən isə qloballaşmanın gətirdiyi beynəlmillət ünsiyyət imkanları dilin inkişafının ayrılmaz hissəsi kimi qiymətləndirilir (Keller, 2019; Fischer, 2020).

Nəticə

Məqalədə göstərildi ki, müasir alman dilində alınma sözlərin assimilyasiyası çoxsahəli və kompleks prosesdir. Bu proses həm fonetik, həm də qrammatik səviyyədə baş verir və dilin morfoloji, semantik və sosial strukturlarına dərin inteqrasiya ilə müşahidə olunur.

Fonetik baxımdan, xarici sözlər alman fonologiyasına uyğunlaşdırılır. Sait və samitlərin adaptasiyası, vurğu və intonasiya dəyişiklikləri, burun saitlərin sadələşdirilməsi, son samitlərin sərtləşdirilməsi kimi dəyişikliklər alınma sözlərin alman danışanları üçün oxunaqlı və asan tələffüz edilən formada olmasını təmin edir (Müller, 2018; Hoffmann, 2013). Bu, eyni zamanda, dilin fonetik normativliyinin qorunması və milli kimliyin saxlanılması baxımından əhəmiyyətlidir.

Qrammatik baxımdan, alınma sözlər alman morfoloji sisteminə tam uyğunlaşdırılır. Onlar cins kateqoriyasına, çoxluq şəkilçilərinə və hallanma sisteminə daxil edilir, həmçinin məhsuldar söz yaradıcılığı mexanizmlərinə inteqrasiya olunurlar. Məsələn, *der Manager* sözü yalnız fleksiya qaydalarına tabe olmaqla kifayətlənmir, həm də *Managerbüro* və ya *managen* kimi mürəkkəb formalarla alman söz yaratma sistemi daxilində istifadə olunur (Schmidt, 2016; Braun, 2014).

Semantik və sosial-lingvistik baxımdan, alınma sözlər müxtəlif sahələrdə – texnologiya, moda, qida, idman – geniş yayılmışdır. Bu, alman dilində beynəlxalq təsirin güclü olmasını göstərir, eyni zamanda sosial status və prestij faktorları ilə sıx bağlıdır (Fischer, 2020; Keller, 2019). Gənc nəsil və şəhər mühitində yaşayan təbəqələr tərəfindən bu sözlərin istifadəsi dilin üslub rəngarəngliyini artırır və qlobal mədəniyyətlə identifikasiyanı təmin edir.

Nəticə etibarilə, alınma sözlər alman dilində yalnız lüğəvi zənginlik təmin etmir, həm də dilin dinamik inkişafını, morfoloji məhsuldarlığını, fonetik normativliyini və sosial-mədəni adaptasiyasını dəstəkləyən mühüm elementlərdir. Bu proses alman dilinin dünya dilləri ilə qarşılıqlı əlaqəsini nümayiş etdirir, qlobal kommunikasiya sistemində rolunu gücləndirir və müasir dövrdə beynəlxalq ünsiyyət üçün funksional vasitə kimi çıxış edir.

ƏDƏBİYYAT

1. Schmidt, P. (2016). *Geschichte der deutschen Sprache*. Frankfurt: Suhrkamp.
2. Keller, R. (2019). *Anglizismen im Deutschen: Chancen und Risiken*. Tübingen: Narr.
3. Braun, H. (2014). *Fremdwörter im Deutschen*. Berlin: De Gruyter.
4. Müller, S. (2018). *Phonologische Anpassung von Lehnwörtern*. Leipzig: Universitätsverlag.

5. Hoffmann, L. (2013). *Fremdwort und Lehnwort im Deutschen*. Heidelberg: Winter.
6. Fischer, A. (2020). *Sprachwandel und Globalisierung*. München: Beck.

**Naxçıvan Dövlət Universiteti
Email: iradeceferova@ndu.edu.az*

Irada Jafarova

ASSIMILATION PROCESS OF LOAN WORDS IN MODERN GERMAN: PHONETIC AND GRAMMATICAL APPROACH

Modern German has been enriched with numerous loanwords due to globalization, technological development, the influence of mass media, and cultural exchange. This article examines the assimilation process of borrowed words in German from phonetic and grammatical perspectives. Special attention is given to words borrowed from English, French, Latin, and Turkish. Assimilation occurs in two main stages: first, phonetic adaptation (integration of pronunciation into the German phonological system), and second, grammatical integration (assignment of gender, plural formation, and application of inflection rules). For instance, the French-origin *Bureau* has been adapted into German as “das Büro” and forms the plural “die Büros.” Similarly, the English word *Computer* has been fully integrated as “der Computer – die Computer.” The study also analyzes the distribution of loanwords across semantic fields (technology, fashion, food, sports) and their contribution to stylistic diversity in German culture. The findings reveal that loanwords in German not only serve as lexical enrichment but also support the dynamic development of the language. The stability of German grammar facilitates the rapid integration of borrowed words and their adaptation to the overall linguistic environment.

Keywords: *German language, loanwords, assimilation, phonetic adaptation, grammatical integration*

Ирада Джафарова

ПРОЦЕСС АССИМИЛЯЦИИ ЗАИМСТВОВАННЫХ СЛОВ В СОВРЕМЕННОМ НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ: ФОНЕТИЧЕСКИЙ И ГРАММАТИЧЕСКИЙ ПОДХОД

Современный немецкий язык обогатился множеством заимствованных слов благодаря глобализации, технологическому развитию, влиянию средств массовой информации и культурному обмену. В данной статье рассматривается процесс ассимиляции заимствованных слов в немецком языке с фонетической и грамматической точек зрения. Особое внимание уделяется словам, заимствованным из английского, французского, латинского и турецкого языков. Ассимиляция происходит в два основных этапа: первый — фонетическая адаптация (включение произношения в фонологическую систему немецкого языка), второй — грамматическая интеграция (определение рода, образование множественного числа и применение правил склонения). Например, слово французского происхождения *Bureau* было адаптировано как «das Büro» с формой множественного числа «die Büros». Аналогично, английское слово *Computer* полностью интегрировано как «der Computer – die Computer». Также в статье анализируется распределение заимствованных слов по семантическим сферам (технологии, мода, еда, спорт) и их вклад в стилистическое разнообразие немецкой культуры. Результаты исследования показывают, что заимствованные слова в немецком языке не только обогащают лексику, но и способствуют динамичному развитию языка. Стабильность

грамматической системы немецкого языка облегчает быструю интеграцию заимствований и их адаптацию к общей языковой среде.

Ключевые слова: немецкий язык, заимствования, ассимиляция, фонетическая адаптация, грамматическая интеграция.

Filologiya üzrə fəlsəfə doktoru Rəşad Zülfüqarov tərəfindən təqdim edilmişdir.

İlk daxilolma tarixi: 12.10.2025

Son daxilolma tarixi: 19.11.2025