

UOT -811.11-112

Səhifə: 164-171

<https://doi.org/10.59849/2663-8967.2023.1.164>

*Гюнель Мехдизаде
НАНА, Институт языкознания имени Насими*

АНГЛИЙСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ И СФЕРЫ ИХ УПОТРЕБЛЕНИЯ В РАМКАХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ В НЕМЕЦКОМ И АЗЕРБАЙДЖАНСКОМ ЯЗЫКАХ

Açar sözlər: İngilis dilindən alınmalar, anqlisizmlər, xarici sözlər, ingilis mənşəli terminlər, Azərbaycan dili, anglo-amerikanizmlər.

Ключевые слова: английские заимствования, англицизмы, иностранные слова, термины английского происхождения, азербайджанский язык, англо-американизмы.

Key words: English borrowings, Anglicisms, foreign words, terms of English origin, Azerbaijani language, vocabulary, Anglo-Americanisms.

В развитии и обогащении любого языка наряду с внутренними возможностями этого языка, важную роль играют заимствованные слова. Однако, отношение к заимствованным словам как с научной, так и с общественной точки зрения неоднозначное. В зависимости от общественно-политической и экономической ситуации, появление в языке заимствованных слов вызывает с одной стороны положительное отношение, с другой - негативное.

В настоящее время в мире едва ли найдется язык, который ограничивался бы только своими собственными лексическими единицами. Немецкий и азербайджанский, как и другие языки, подвергаются постоянным изменениям и не являются в этом смысле исключением.

Процесс заимствования англицизмов – очень сложное и многогранное явление, которое не принимается однозначно с научной и социальной точек зрения. В зависимости от обстоятельств заимствованные слова в других языках могут подвергаться различного рода изменениям и наоборот. Целевой язык принимает их, перерабатывает и воссоздает соответственно своим правилам.

Как сложное лексико-семантическое явление, проблема заимствований всегда была одной из самых актуальных тем в современном языкознании, являясь на протяжении многих лет предметом исследований таких известных ученых, как Л.В. Щерба (1958), И.А. Бодуэн де Куртенэ (1963), У. Вайнрайх (1977), Г. Пауль (1995), П. Айзенберг (2001), Б. Карстенсен (2001) и др.

По мнению Л. Блумфилда (2001) и П. Айзенберга (2001), проникновение «чужих» слов в языки и использование их как в устной, так и в письменной коммуникации - является результатом развития и расширения культурных, территориальных и социально-экономических контактов между странами.

Известно, что каждое государство мира в зависимости от своего географического положения и среды имеет свой язык, культуру и религию, свои нравственные и материальные ценности. Даже если это язык, на котором говорят в нескольких странах, в зависимости от региона он приобретает свои особые семантические характеристики.

Катаклизмы, которым подвергаются страны и государства - войны, стихийные бедствия, революции, смена политических режимов - существенно влияют на жизнь и отношения людей в мировом сообществе, способствуя в то же время переходу новой лексики, понятий и форм выражения из одних языков в другие.

Интерес к английскому языку в Германии возрос в XVII веке, однако, заимствования в то время в основном ограничивались политическими терминами, такими как: *House of*

Commons - Палата общин, *Lower House* - Нижняя палата, *House of Lords* - Палата лордов, *Upper House* - Верхняя палата. А XVIII век ознаменовался значительным наплывом английских слов в немецкий язык. В частности, это были термины из области философии, например: *Free thinker* - *Freidenker* – *свободомыслящий*; термины политического характера: *Coalition* - *Koalition* - *коалиция*, *Opposition* – *оппозиция*; термины, относящиеся к торговле: *Import* - *importieren* - *импорт*, *bank note* - *Banknote* – *банкнота*, *Export* - *exportieren* – *экспорт*.

После промышленной революции, начавшейся в Англии в XIX веке, в немецкий язык пришли новые лексемы, такие как *steamship* - *Dampfschiff* - *пароход*, *locomotive* - *Lokomotive* - *локомотив*. В то же время в сфере моды и спорта появились многочисленные англицизмы, такие как: *Pullover* - *пуловер*, *Sweater* - *свитер*, *football* - *Fußball* – *футбол*, *Tennis* - *теннис*, *Sport* - *спорт* и т.д. (1, 183).

Вплоть до Первой мировой войны британский английский был основным источником притока англицизмов, а после Второй мировой войны американское влияние на немецкий язык усилилось. В это время было еще больше слов было заимствовано как из американского, так и из британского английского, однако, их очень трудно было различить. В британском английском встречаются следующие американизмы: *Star*- *звезда*, *Beat* - *бит*, *Hit* - *хит*, *Quiz* - *викторина*, *Party*- *вечеринка*, *Jazz* - *джаз*, *Song* - *песня*, *Jeans* - *джинсы*, *Make-up* - *макияж*, *Job* - *работа*, *Trend* - *тренд*, *Manager* - *менеджер*, *Boss* – *босс*, *Interview* - *интервью* и т. д. (2, 4).

Немецкий и английский еще больше сблизилась во второй половине XX века на основе различных событий - политического, промышленного, технического, военного и научного господства США, распространения американской культуры и образа жизни, появления Европейского Союза, развития науки и техники, изобретения компьютера и интернета.

Что касается азербайджанского языка, то можно сказать, что азербайджанский язык в процессе исторического развития, в зависимости от возникших общественных и экономических ситуаций, обогащал свой словарный состав, подвергаясь постоянному наплыву заимствованных слов. Это были слова арабского и персидского происхождения, однако, в период советской власти в лексическом составе азербайджанского появились слова из русского языка, включая множество слов, заимствованных из языков Западной Европы. В эпоху Сефевидов (XVII век), благодаря культурным и экономическим связям с народами Европы, в азербайджанский язык проникло большое количество слов и выражений европейского происхождения.

Интенсивное развитие прессы и печати в Азербайджане в начале XX века привело к появлению в азербайджанском языке заимствованных слов англо-американского происхождения. Обретение независимости Азербайджаном положило начало новому этапу вхождения заимствованных слов в различные сферы жизнедеятельности.

Прибытие большой британской делегации в Азербайджан и установление нашей страной дипломатических отношений с 11 иностранными компаниями (Amoco, BP, McDermott, Statoil и др.), представляющими семь стран мира (США, Великобритания, Россия, Турция, Норвегия и Саудовская Аравия), способствовали использованию в исторических документах ряда английских и европейских слов. Нынешний этап англо-азербайджанских отношений берет свое начало с момента подписания «Контракта века» от 1994 года, связанного с эксплуатацией богатых месторождений Азербайджана. В терминологических словарях азербайджанского языка того времени наблюдается ряд терминов английского происхождения, таких как: /*business* – *biznes*/, /*broker* – *broker*/, /*marketing* – *marketing*/, /*manager* – *menecer*/ и др. Однако, в последнее десятилетие XX века эти термины стали использоваться гораздо чаще (3, 264-265).

Англицизмы в немецком часто встречаются в сфере косметологии, где зачастую по историческим причинам товары имеют в основном французские названия. К ним относятся, например: *Cellular Performances*, *Anti-Aging Care*, *Daily Treatments*, *Lip Gloss* и т. д. Помимо

этого наблюдается большое количество заимствований в области техники, не имеющие немецких эквивалентов. Прежде всего, это слова - американизмы, не имеющие своего названия, написания и звучания в немецком языке, например: *Online, Hotline, Software, Laptop, E-Mail, Beamer, Helpdesk, Investment* и др.

В прессе очень часто встречаются слова, интегрированные в немецкий язык, и не воспринимаемые носителями языка как иностранные. Некоторые из этих слов уже упоминались выше, например: *Star, Expert, Internet, Click, Trainer, Club, software, pop, team, code*.

Англицизмы встречаются практически во всех областях немецкой прессы. Срв.:

● Политика и общественная жизнь: *Comeback* - возвращение, *Hardliner* –хардлайнер, *Image* -имидж, *Politprominenz* - политическая известность, *Revival* – возрождение, *Splittergruppe* - отколовшаяся группа, *Trend* - тенденция;

● Бизнес и финансы: *Budget* - бюджет, *Cash* - касса, *Crash* - столкновение, *Clearing* - клиринг, *Deal* - сделка, *designer* - дизайнер, *E-Commerce* - электронная коммерция, *E-Mail* - электронная почта, *E-Banking* - электронный банкинг, *Joint Venture* – совместное предприятие, *Know-how* - ноу-хау, *Leasing* - лизинг, *Marketing* - маркетинг, *Onlineshopping* - интернет-магазины, *outsourcen* - аутсорсинг, *Safe* -сейф, *Shareholder* - акционер, *Trust* - доверие;

● Наука и техника: *Computer* - компьютер, *Flipchart* - флипчарт, *Hacker* - хакер, *Keyboard* - клавиатура, *Laser* - лазер, *Mikroprozessor* - микропроцессор, *Recycling* - переработка, *Software* - программное обеспечение, *Test* - тест;

● Развлечения и досуг: *Bar* - бар, *Bestseller* - бестселлер, *Big Brother* -Большой Брат, *Breakdance* – брейк-данс, *Comics* - комиксы, *Festival* - фестиваль, *Nonstop Kino* – круглосуточное кино, *Nightclub* – ночной клуб, *Party* - вечеринка, *Pub* - пивная, *Quiz* - викторина, *Show* - шоу, *Western* - вестерн;

● Мода и одежда: *Bluejeans* - синие джинсы, *Deodorant* - дезодорант, *Jumper* - джемпер, *Look* - образ, *Lotion* лосьон, *Make-up* - макияж, *Nylon* - нейлон, *Outdoorbekleidung* - верхняя одежда, *Piercing* - пирсинг, *Pullover* - свитер, *Shorts* - шорты, *Slip* - трусы, *Spray* - спрей, *T-Shirt* - футболка, *Tweed* - твид;

● Продукты питания и напитки: *Brunch* - бранч, *Cheeseburger* - чизбургер, *Chips* - чипсы, *Cocktail* - коктейль, *Coke* – кола, *Curry karri*, *Gin Tonic* – джин с тоником, *Grapefruit* - грейпфрут, *Hot Dog* - хот-дог, *Junkfood* - нездоровая пища, *mixen* - смешивать, *Popcorn* - попкорн, *Shake* -шейк, *Snack* -закуска, *Toast*- тосты;

● Спорт: *Aerobics* - аэробика, *Baseball*- бейсбол, *Bodybuilding* - бодибилдинг, *Bowling* - боулинг, *Bungy-jumping* - банджи-джампинг, *Coach* - тренер, *Curling* - керлинг, *Fitness* - фитнес, *Fan* - фанат, *Game* - игра, *Jetboat* - водный мотоцикл, *joggen* – бег трусцой, *kicken* - удары ногами, *Rafting* - рафтинг, *Skate* - board скейтбординг, *Squash* сквош, *Surfing* серфинг, *Team* - команда, *Trainer* - тренер, и т.д. (1, 184)

Что касается спортивной лексики, то мы можем использовать слова и понятия, именно относящиеся к американским видам спорта, которые облегчают общение и взаимопонимание между игроками и болельщиками: *Penalty, Fan, Finish, Match, Cross, Freestyle, Badminton, Sprint, Team, Handicap* (4).

Английский язык играет выдающуюся роль в области поп-музыки, как и в языке современной молодежи. Например: *рок-музыка, компакт-диски, рэп, техно, хард-рок, хэви-метал, хип-хоп, диск-жокей* и др.

Следует отметить, что особенно богата англоязычными заимствованиями техническая и научная лексика. Примером могут служить слова, классифицированные Р. Корром: *E-Mail* - электронная почта, *Homepage* - домашняя страница, *Internet* - интернет, *Notebook, Laptop* - ноутбук, *Scanner* - сканер, *Software* - программное обеспечение; *Mausklick* (mouse click - щелчок мышью (щелчок мыши), *Passwort* (pass word) - пароль (пароль), *Webseite* (website)- веб-сайт (веб-сайт), *Dateiname* (file name) - имя файла (имя файла), *Benutzer* (user) - пользователь (пользователь), *Drucker* - принтер (принтер), *Rechner* (computer)- калькулятор

(компьютер), Speicher (memory) scannen (to scan) - memory (память) для сканирования и т. д. (5, 118ff.) Некоторые примеры взяты из «Универсального немецкого словаря Duden» Kunkel-Razum et al. 2007 г. (6).

С. К. Хильгендорф указывает, что немецкие ученые в научных кругах и немецкие сотрудники, работающие в немецких филиалах за границей, общаются с иностранцами, которые могут говорить по-немецки, в основном на английском языке. Отчасти это вопрос престижа, отчасти это связано с английской технической терминологией. В последнем случае, однако, речь идет еще и о том, что когда оба партнера используют иностранный язык, то они говорят медленнее и четче. В результате, они могут избежать недоразумений, которые могут иметь серьезные последствия в рабочих отношениях (7, 141).

В немецких журналах, часто используются англицизмы в разделе рекламы. Основной их целью является привлечь внимание потенциальных клиентов к рекламируемой продукции. Англицизмы в данном вопросе приходятся очень к месту, поскольку они короткие и лаконичные.

Англицизмы вызывают большой резонанс в СМИ немецкоязычных стран. В работах по теме англицизмов существуют различные мнения. Некоторые авторы опасаются, что в результате немецкий язык окажется под угрозой исчезновения (8, 65), в то время как другие считают англицизмы естественным и неизбежным явлением. Даже бывший председатель немецкого Бундестага Вольфганг Тирзе высказался против законодательного ограничения использования англицизмов. По его мнению, «англицизмы и американизмы дополняют немецкий язык, расширяют образ мышления людей и обогащают культуру в целом» (9, 189).

По мнению немецкого ученого, Р. Хохенхауза изменения в немецком языке под влиянием английского языка не столь драматичны, как утверждают критики нынешнего потока англицизмов. Несмотря на лексическое изменение, ученый считает, что немецкий остался немецким; в частности, грамматическая система не повреждена, и ей не угрожают заимствования английского происхождения (11,86).

Выступая в защиту английского языка, Д. Кристал, отмечает, что «единственная причина, по которой язык становится мировым, это «количество людей, которые на нем говорят». В настоящее время более 1400 миллионов человек говорят по-английски (для 400 миллионов он первый язык, для 400 миллионов - второй и для 600 миллионов - иностранный язык). Это связано с историческим развитием, которое сделало Великобританию и Соединенные Штаты крупнейшими политическими, техническими и культурными державами мира. (12, 30).

Что касается отношения немцев к англицизмам, то можно сказать, что мнения немного расходятся. Пессимисты, т.е. противники англицизмов, очень опасаются наплыва заимствований из английского языка, оптимисты, т.е. их защитники, напротив, считают их появление нормальной тенденцией, которая существует и в других языках. В целом англицизмы вносят важный вклад в обогащение лексики немецкого языка.

Вопреки приведенным выше оптимистичным мнениям, другие опасаются, что немцы потеряют свою национальную идентичность в результате наплыва англицизмов. В 1997 году была основана «Ассоциация немецкого языка». Этот период совпал с возрождением пуристской критики англицизмов. Члены ассоциации выражали свою позицию следующим образом: «Мы хотим противостоять англизации немецкого языка и напоминать людям в Германии о ценности и красоте их родного языка» (<http://www.vds.ev.de>).

Согласно А.Гардту и В.Хюппауфу (9, 8), растущее распространение англицизмов часто осуждается как «колонизация через американизацию мира», что может привести к «потере идентичности, к гомогенизации и многоязычию в глобализованном мире. "Некоторые противники англицизмов (например, D. Zimmer 1997) даже говорят о них (10).

Другим важным фактором в нынешней волне отказа от англицизмов является феномен Denglisch, который в качестве популярного термина представляет собой смесь немецкого и английского языков.

По мнению Б. Карстенсена хотя ни один другой язык не повлиял на немецкий больше, чем английский, и ни один из них не оказывает на него большего влияния сегодня, отношение и реакция на англицизмы в Германии остаются весьма неоднозначными. Английский язык продолжает оставаться популярным средством международного общения (13, 43).

А. Ониско считает, что нынешнее развитие растущей интернационализации, мобильности Европы, расширение Европейского Союза, вероятно, еще больше укрепит позиции английского как международного языка (14, 322).

Как в немецком, так и в других языках, межъязыковой контакт служит одной из важных причин появления англицизмов. Диахроническое развитие англицизмов показывает, что вначале религия, торговля, мореплавание, политика, а позже новые изобретения, распространение американской культуры и образа жизни способствовали проникновению английских слов в другие языки.

В настоящее время, в результате глобализации и американизации мира, англицизмы можно встретить во всех сферах жизни, начиная с информационных технологий и научных исследований, заканчивая сферой развлечений и спорта.

Что касается частей речи, можно сказать, что существительные составляют самую большую группу англицизмов. Это, пожалуй, неудивительно, поскольку большинство заимствований обозначают новые предметы и явления, впервые появившиеся в Англии или США, и не имевшие в то время лексического эквивалента в немецком языке. Без сомнения, интеграция англицизмов в немецкий язык наиболее ярко проявляется в лексике, так как часто закрывает пробел в словарном запасе. Следует, однако, отметить, что эти заимствования оставляют более или менее нетронутым синтаксис немецкого языка.

В азербайджанском языке английские заимствования в основном встречаются в сфере политики, спорта, банковского дела, экономики и средств массовой информации.

Термин *briefing* - «брифинг» английского происхождения стал одним из самых популярных терминов на радио и в прессе на фоне политических событий 1990-х годов в общественной жизни Азербайджана. Военный перевод слова «брифинг» означает инструктаж. В качестве журналистского термина это слово относится к встрече государственных политиков и общественных деятелей с прессой для освещения или выдачи указаний по проблеме или политической ситуации.

Англицизм *outsider* «аутсайдер» в азербайджанском языке имеет много значений: не профессионал, не знаток, чужой, дилетант, необразованный человек. Слово аутсайдер попало в азербайджанскую спортивную терминологию через русский язык в значении «спортсмен или команда, не имеющие шансов на победу в соревновании и занимающие последние места в турнирной таблице». Это слово ранее употреблялось как экономический термин в значении не монополистического капиталистического хозяйства.

Иногда англицизмы в азербайджанском языке помимо своего основного значения приобретают и другие смысловые значения. Например, основное значение слова *leader* «лидер» - «лидер политической партии», а его вторичные значения в азербайджанском языке: «высший спортсмен, т.е. «спортсмен, выигравший соревнование», «первый в очереди». В современном азербайджанском языке это слово приобрело новое значение «национальный политический лидер», которое употребляется исключительно на местном уровне.

Можно найти много изменений в значении слова *boycott* «бойкот», пришедшего в азербайджанский язык для обозначения формы политической и экономической борьбы. В настоящее время смысловая сфера употребления этого слова была изменена, так при сохранении основного значения, это слово часто употреблялось в сфере обслуживания. В азербайджанском языке есть и другие словосочетания с этим словом, такие как: «политический бойкот», «политика бойкота»; «призвать к бойкоту», «бойкот в международных отношениях», «объявить бойкот», «отменить бойкот» и многие другие. Новые оттенки заимствованного слова очень тесно связаны с изменениями в обществе, в

международных отношениях и в расширении межъязыковых связей. Расширение семантической структуры англицизмов в азербайджанском языке происходит в процессе натурализации этих слов в различных областях. В этом контексте значение этих слов меняется, они теряют свое первоначальное значение и в процессе приобретают новое. В некоторых случаях это значение остается неизменным. В качестве примера можно привести слово «бизнес», пришедшее в азербайджанский язык через русский язык и имеющее следующие значения: бизнес, деловая деятельность, коммерческая деятельность, предпринимательская деятельность, торговля, коммерция, деловые дела. «Бизнесмен» означает человека, который занимается бизнесом. В настоящее время это слово в азербайджанском языке означает прибыльную работу и частота употребления этого слова очень высока. Как экономический термин слово «бизнес» имеет много лексических значений.

Booklet “буклет” на азербайджанском языке означает либо «картинную брошюру», либо иллюстрированное информационное издание, напечатанное в большом формате. Comfort “комфорт” означает комфортные условия жизни или все условия для комфортных условий жизни. Под словом radar “радар” в азербайджанском языке мы понимаем собственно значение слова, а также устройство для измерения скорости автомобилей, которое используется при проверках полиции. Слово market «рынок» является примером, когда семантика меняется, а структурный вид слова остается неизменным. На азербайджанский язык это слово переводится, как продуктовый магазин.

Следует отметить, что азербайджанский язык обогатился за счет прямых и косвенных заимствований, когда термины английского происхождения проникают в азербайджанский язык через русский язык. Напр.: *leader, charter, beat, cross fit*. Сегодня иностранные слова в лексике азербайджанского языка происходят непосредственно из английского языка, т.е. роль русского языка в процессе заимствования не столь значительна.

Английские односложные слова также очень распространены в азербайджанском языке. Срв.: *box - boks, stretch - strec, club – klub, market - market*. Также очень популярны такие слова, как *Wi-Fi, laser, business lunch, VIP, offset, aspirator, hamburger, computer, internet, market* и т. д. В английском языке слово *magazine* означает журнал, а в азербайджанском - *магазин*.

Многие из заимствованных слов сохраняют свое произношение неизменным в исходном языке. Срв.: *lobby - lobbi, brand - brend, marketing - marketing, computer - komputer, pizza - pizza, hamburger - hamburger, cheeseburger - çizburger, fast-food – fast-fud*.

В азербайджанском языке есть ряд англицизмов, которые приобрели уже гражданство в языке, получив широкое распространение. Эти слова принимаются не как иностранные, а как общеупотребительные. См.: футбол - *football - futbol, волейбол -volleyball - volleybol, баскетбол - basketball - basketbol, гандбол - handball - qandbol, финиш - finish - finiş, кофе - coffee - kofe, парк - park - park, турист - tourist - turist, туннель - tonnel - tunel, бюджет - budget – bücə, вагон - wagon - vaqon, телефон - telephone - telefon* (15). Многие из этих слов были ассимилированы азербайджанским языком по своим фонетическим и грамматическим особенностям. Упомянутые лексические единицы относятся к полностью заимствованным англицизмам (16, 32).

Многие заимствования вошли в оба языка с обозначением предмета из исходного языка. Если взять, к примеру, область питания, то эти англицизмы и в немецком, и в азербайджанском звучат и воспринимаются одинаково, например: *hamburger, cheeseburger, fast-food* и т. д.

Азербайджанский язык, приобретая английские заимствования, обращается с ними особым образом и усваивает их по своим правилам. Есть слова, которые, в зависимости от времени их заимствования, не были полностью усвоены и считаются полузаимствованными словами, например: *буклет - booklet (азерб.: buklet), комфорт - comfort (азерб.: komfort), радар - radar (азерб.: radar), клан - clan (азерб.: klan), дизайн - design (азерб.: dizayn), ковбой - cowboy (азерб.: kovboy), сендвич- sandwich (азерб. sendviç), снайпер - sniper (азерб.:*

snauper) и др. Лингвистический анализ полузаимствованных слов показывает, что эти заимствования в основном остаются неизменными по семантике и меняют свое смысловое значение лишь в редких случаях.

В результате проведенного исследования, можно сделать следующий вывод, что англицизмы не затронули все области азербайджанского языка в одинаковой степени, как это произошло с немецким. Однако, анализ публикаций после обретения Азербайджанской Республикой государственной независимости показывает, что по сравнению с предыдущими годами количество англицизмов в прессе в области политики, науки, техники, экономики, спорта значительно увеличилось, и причиной тому являются продвижение научно-технических новинок, а также различного рода пропаганда в рекламных текстах в связи с переходом к рыночной экономике.

Литература

- 1.Kovacs, E.“Anglizismen im Deutschen. Eine Gefahr oder eine natürliche Erscheinung?” Germanistische Studien VII, 2009, S.181-190.
- 2.Hilgendorf, S. K. The impact of English in Germany. English Today12(3), 1996, S. 3-14; 2005, S.3-14.
- 3.Mamedli N. Azərbaycan dilində alınma terminlər, Elm və Təhsil, 2017, 487 s.
- 4.Langenscheidt, Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache, Berlin, 2003, 1253 S.
- 5.Corr R. Anglicisms in German Computing Terminology. 2003, 118 ff. In: <http://www.cs.tcd.ie/courses/csll/corr0203.pdf>.
- 6.Kunkel-Razum K./ Scholze-Stubenrecht W./Wernke M. Duden Deutsches Universalwörterbuch. 6. Aufl. Mannheim/Leipzig/Wien/Zürich: Dudenverlag, 2007.
- 7.Hilgendorf, S. K. English in Germany: contact, spread and attitudes. In: World Englishes 26. 2, 2007, 131–148.
- 8.Meyer H. J. Global English – A New Lingua Franca or a New Imperial Culture. In: Gardt, A./Hüppauf, B. (Hg.): Globalization and the Future of German. Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 2004,65–84.
- 9.Gardt A./Hüppauf B. (Hg). Globalization and the Future of German. Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 2004, 375 S.
10. Zimmer D. E. Neuenglodeutsch – über die Pidginisierung der Sprache. In: Deutsch und anders. Die Sprache im Modernisierungsfieber. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 1997, 7–104. In: <http://www.wissen-im-netz.info/literatur/goethe/maximen/1-11.htm-24k->.
11. Hohenhaus P. Neuenglodeutsch. Zur Vermeintlichen Bedrohung des Deutschen durch das Englische. In: German as a foreign language 1, 57–87. In: <http://www.gfl-journal.de /1-2001/hohenhaus.pdf>. 2001.
12. Crystal D. The Past, Present and Future of World English. In: Gardt, A./Hüppauf, B. (Hg.): Globalization and the Future of German. Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 2004, s.27–46.
13. Carstensen B. Wieder: Die Engländerei in der deutschen Sprache. In: Die deutsche Sprache der Gegenwart: Vorträge gehalten auf der Tagung der Joachim Jungius-Gesellschaft der Wissenschaften Hamburg am 4. und 5. November 1983, S. 43-58. Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht.
14. Onysko A. Anglicisms in German. Borrowing, Lexical Productivity, and Written Codeswitching. Berlin/New York: Walter de Gruyter, 2007, 376 S.
15. Akhundov, A.A. Azərbaycan dilinin izahli lugeti.Elm: Baki, 2005, 452 s.
16. Taghizade, Semantickoe osvoeniye anglicizmov v yazike azerbaydshanskoy pressii. Uchenie zapiski Tavricheskogo nacionalnogo universiteta im. V.I.Vernadskogo. Filologiya socialniye kommunikacii 22(61), No.3, 2009, c.31-36.

Günel Mehdizadə

Alman və Azərbaycan dillərində qloballaşma çərçivəsində ingilis dilindən alınmalar və onların istifadə sahələri

Xülasə

Məqalədə diqqət üç əlaqə dilidir: donor dili kimi ingilis dili, hədəf dili kimi alman dili və ana dili kimi Azərbaycan dili. Genetik cəhətdən əlaqəsi olmayan bu dillərdə başqa dillərdən çoxlu alınma və yad sözlər müşahidə oluna bilər ki, onların arasında anglisizmlər xüsusi yer tutur. Bu anglisizmlərin bəziləri alınma vaxtından asılı olaraq tam mənimsənilir və yarıqarşılıqlı sözlər kimi qalır. Qloballaşma prosesində anglisizmlərin alman və Azərbaycan dillərinə intensiv şəkildə keçməsi, bu dillərdə anglisizmlərin yaranması və inkişafı ilə bağlı problemlərin tədqiqi məqalənin məzmununu təşkil edir.

Гюнель Мехдизаде

Английские заимствования и сферы их употребления в рамках глобализации в немецком и азербайджанском языках

Резюме

В центре внимания статьи находятся три контактирующих языка: английский как язык-донор, немецкий как целевой язык и азербайджанский как родной язык. В этих генетически неродственных языках можно наблюдать множество заимствований и иностранных слов из других языков, среди которых особое место занимают англицизмы. Некоторые из этих англицизмов, в зависимости от времени их заимствования, усваиваются не полностью и остаются как полузаимствованные слова. Интенсивное проникновение англицизмов в процессе глобализации в немецкий и азербайджанский языки, исследование проблем, связанных с возникновением и развитием англицизмов в этих языках, составляют содержание статьи.

Gunel Mehdizade

English borrowings and spheres of their use within the framework of globalization in the german and azerbaijani languages

Summary

The focus of the article is on three contact languages: English as a donor language, German as a target language and Azerbaijani as a native language. In these genetically unrelated languages, one can observe many borrowings and foreign words from other languages, among which Anglicisms occupy a special place. Some of these anglicisms, depending on the time of their borrowing, are not fully assimilated and remain as semi-borrowed words. The intensive penetration of anglicisms in the process of globalization into the German and Azerbaijani languages, the study of the problems associated with the emergence and development of anglicisms in these languages, constitute the content of the article.

Çapa tövsiyə edən:

AMEA, Nəsimi adına Dilçilik İnstitutu

Rəyçilər:

*professor İ.Tahirov
professor S.Sadiqova*