

ALINMA VƏ NEOLOGİZM VASİTƏSİLƏ LEKSİK GENİŞLƏNMƏ

Rəna Hüseynova

Azərbaycan Tibb Universiteti, Bakı, Azərbaycan
e-mail: gunel.v.huseynova@gmail.com

Xülasə. Məqalədə ingilis dilinin leksik genişlənməsində müasir tendensiyaları araşdırılaraq, müasir cəmiyyətdə yeni lüğətin yaranması və yayılması proseslərinə diqqət yetirilmişdir. Tədqiqatın yeniliyi, rəqəmsal kommunikasiya, texnoloji innovasiya, məşhur mədəniyyət və qloballaşmanın ingilis dili lüğətinin dinamik artımına təsiri kimi hadisələrin hərtərəfli təhlilindən ibarətdir. Mövzunun aktuallığı, rəqəmsal mühitin və qlobal mədəni mübadilənin daim yeni leksik vahidlər yaratdığı XXI əsrdə linqvistik dəyişikliklərin sürətlənən tempi ilə müəyyən edilir.

Açar sözlər: Alınma, söz yaratma, ingilis dili, qloballaşma, genişlənmə.

LEXICAL EXPANSION THROUGH BORROWING AND COINAGE

Rena Huseynova

Azerbaijan Medical University, Baku, Azerbaijan

Abstract. This study explores the modern trends in the lexical expansion of the English language, focusing on the processes through which new vocabulary emerges and spreads in contemporary society. The novelty of the research lies in its integrated analysis of recent phenomena such as the influence of digital communication, technological innovation, popular culture and globalization on the dynamic growth of English vocabulary. The actuality of the topic is determined by the accelerating pace of linguistic change in the 21st century, where digital environments and global cultural exchanges constantly generate new lexical items.

Keywords: Borrowing, word formation, English language, globalization, expansion.

ЛЕКСИЧЕСКОЕ РАСШИРЕНИЕ ПОСРЕДСТВОМ ЗАИМСТВОВАНИЙ И НЕОЛОГИЗМОВ

Рена Гусейнова

Азербайджанский Медицинский Университет, Баку, Азербайджан

Резюме. В статье изучаются современные тенденции в лексическом расширении английского языка, уделяя особое внимание процессам, посредством которых появляется и распространяется новый словарный запас в современном обществе. Новизна исследования заключается в его комплексном анализе недавних явлений, таких как влияние цифровой коммуникации, технологических инноваций, популярной культуры и глобализации на динамичный рост словарного запаса английского языка. Актуальность темы определяется ускоряющимися темпами языковых изменений в 21 веке, когда цифровая среда и глобальные культурные обмены постоянно генерируют новые лексические единицы.

Ключевые слова: Заимствование, словообразование, английский язык, глобализация, экспансия.

1. Giriş

Dil dinamik, inkişaf edən bir prosesdir və danışanların üzləşdiyi daim dəyişən reallıqları əks etdirir. Bu dil təkamülünə təkan verən əsas amillərdən biri neologizmlərin yaradılmasıdır; bu, dildəki boşluqları doldurmaq və ya yeni anlayışları ifadə etmək üçün ortaya çıxan yeni söz və ya ifadələr, çox vaxt texnoloji irəliləyişlərə, mədəni dəyişikliklərə və qloballaşmaya cavab olaraq meydana gəlməsidir. Neologizmlər təkcə lüğəti zənginləşdirməklə kifayətlənmir, həm

də dilçilikdə sosial və mədəni kontekstlərə işıq salmaqla zəngin təhlil nöqtəsi təqdim edir. Onlar lingvistik mexanizmlər və mədəni mühit arasındakı qarşılıqlı əlaqəni əks etdirən alınma, birləşmə, qarışdırma və akronim yaradılması kimi müxtəlif proseslər vasitəsilə formalaşır. Alınma bir dildən bir söz və ya ifadənin başqa bir dilə alındığı zaman baş verən lingvistik bir hadisədir. Bu, yeni konsepsiyanın ifadə edilməsi zərurəti və ya mədəni və ya iqtisadi amillərin təsiri kimi müxtəlif səbəblərdən baş verə bilər.

Alınma sözlər alınma dilinin normalarına uyğunlaşmaq üçün tələffüz, yazılış və ya mənada dəyişikliklərə məruz qala bilər. “Leksik sistem dilin digər bölmələrindən daha çevikdir və müxtəlif dəyişikliklərə daha çox meyllidir” [4, s.9]. Leksik alınma dilin başqa dildən söz və ya ifadələri götürərək öz leksikasına daxil etməsi prosesidir. Bu, müxtəlif səbəblərə görə baş verə bilər: yeni konsept və ya ideyaları ifadə etmək ehtiyacı, mədəni və ya iqtisadi amillərin təsiri və ya başqa dillərdə danışanlarla ünsiyyət qurmaq istəyi. Alınma sözlər alınma dilin fonoloji, qrammatik və semantik quruluşuna uyğunlaşdırıla və ya ilkin forma və mənasını saxlaya bilər.

Alınmalar dillərdə böyük rol oynayır. Hazırda elə bir dil yoxdur ki, onun lüğəti öz sözlərindən ibarət olsun. Əgər varsa, deməli, inkişaf etməmiş dildir. Müasir inkişaf əlaqədar olaraq dünya xalqları bir-biri ilə iqtisadi, elmi, siyasi cəhətdən sıx bağlıdır. Bu proses dillərin yaxınlaşması üçün zəmin yaradır, bu da sözlərin bir-birindən alınmasına gətirib çıxarır. Belə bir şəraitdə Q. Vandersenin sözü yerinə düşür: Ola bilməz ki, hər hansı bir dil başqa bir dildən təsirlənmədən inkişaf edə bilsin. Əksinə, onun inkişafında qonşu dillərin təsiri böyük rol oynamışdır. Dillərin qarşılıqlı zənginləşməsi tarixi labüddür və bu əlaqələr mütləq olaraq bu dillərin hər birinin zənginləşməsinə səbəb olmuşdur. Oxşar fikirləri Q. Vandersendən əvvəl Boduen du Kurtene və Q. Şuxardt ifadə edərək, qarşılıqlı zənginləşmə nəticəsində dillər arasında əlaqə probleminin bu gün xüsusi aktualıq qazandığını qeyd etmişdir.

Neologizmlərin və ya dildə yaranan yeni sözlərin tədqiqi son vaxtlar geniş vüsət almış və dilçilərin diqqətini cəlb etmişdir. Aydınır ki, neologizmlər maraq hissi oyadır, çünki onlar tez-tez doğma dildə danışanların lüğətində birdən-birə meydana gəlir. Bu səbəbdən tədqiqatçılar onların necə yaradıldığını izah etməyə çalışmış, eyni zamanda yavaşmaları həmişə üst-üstə düşməsə də, onları müxtəlif kateqoriyalara təsnif etməyə çalışmışlar. Gündəlik istifadə etdiyimiz neologizmlərin mənası haqqında ümumi bir anlayış olsa da, tədqiqatçılar onların yaranma səbəblərini, bu yeni sözlərin rəqabət aparan formaları arasında ana dilində danışanların üstünlüklərini və onların necə inkişaf etdiyini araşdırmışlar.

Neologizmlər danışanların dildə yaratdığı yeni sözlərdir. Onlar yeni vəziyyətlər səbəbindən meydana gəldiyi üçün dili yeni texnologiyalar, siyasətdəki yeni vəziyyətlər və yeni inkişaf işığında aktual saxlamağa xidmət edir. Danışanlar hər yerdə, məsələn xəbərlərdə, sosial mediada və reklamda neologizmlər yaradır. Beləliklə, neologizmlərin öyrənilməsi xüsusi maraq doğurur, çünki onlar danışanların yeni reallıqlar və situasiyalar haqqında danışdıqları dili əks etdirir.

Ehtimal edilir ki, dillərdə ildə 3000 yeni söz yaranır, düzdür, onların bəziləri sürətlə yaranıb yoxa çıxmağa meyilli olduğundan onların dəqiq ölçülməsi çətinidir. Bir dildə demək olar ki, bütün sözlər müəyyən bir nöqtədə neologizm idi, bununla belə, bunların əksəriyyəti zaman keçdikcə neologizm olmağı dayandırır. Bununla belə, neologizmin neologizm hesab edilməsi üçün nə qədər vaxt keçməli olduğu barədə fikir bitkinliyi yoxdur.

Neologizmlər müxtəlif yollarla, məsələn alınma, birləşmə, qarışdırma və qısaltmaların yaradılması kimi müxtəlif proseslərlə formalaşır. Bütün bu mexanizmlər dil qənaəti və dilin təkamülünü aparan ekspressivliyi əks etdirir. İsmaylova və başqaları [5] dil və onun fəaliyyət göstərdiyi xüsusi mədəni kontekstlər arasında davamlı qarşılıqlı əlaqəni vurğulayaraq, neologizmlərin sosial ehtiyaclar və texnologiyadakı dəyişikliklər nəticəsində ortaya çıxdığını təqdim edir. İstər dil, istərsə də ekstralingvistik elementlərin təsirindəki bu ikilik yeni sözlərin həm lüğət tərkibini zənginləşdirmək, həm də dövrün ruhunu ifadə etmək funksiyalarını necə yerinə yetirdiyini vurğulayır.

2. Alınma və neologizm vasitəsilə leksik genişlənmə

Yeni sözlərin əmələ gəlməsi prosesləri, onların nitqdə istifadəsi alimləri və dil tədqiqatçılarını həmişə maraqlandırmışdır. Sivilizasiyanın indiki inkişafı mərhələsində müxtəlif dillərdə danışanların artan qarşılıqlı əlaqəsi, getdikcə daha çox yeni adlar tələb edən fəal inkişaf edən texnologiyalar baxımından reallıqda, ətraf aləmdə və cəmiyyətdə baş verən dəyişikliklərlə bağlı neologizmlərin davamlı axınından danışmaq olar.

Leksik alınma dili zənginləşdirmə üsullarından biridir, onun spesifikliyini və orijinallığını itirməsinə səbəb olmur. Norman fəthindən sonra ingilis dilində olduğu kimi, lüğətdə xeyli sayda əcnəbi söz olsa belə, dilin inkişafı özünəməxsus qanunlara uyğun olaraq davam edir [9]. Alınmış sözlərin “taleyi” müxtəlif ola bilər: onlardan bəziləri qəbuledici dildə möhkəm şəkildə qurulub orada ümumi dilin tərkib hissəsi kimi qalır, digərləri xüsusi təyinatlı sözlər mövqeyində qalır, digərləri isə ünsiyyət məqsədlərinə xidmət etməyi dayandıraraq, tədricən işləklidən çıxır, sonra isə tamamilə yox olur.

Yazılı alınmalar həm alınma lüğətin korpusunda, həm də alıcı dildə assimilyasiyanın fonoloji və morfoloji nümunələrində daha çox sabitliyi ilə səciyyələnir. Yazılı mənbələrdən söz almada dilə daxil olma və assimilyasiya prosesləri şifahi nitq vasitəsilə alınmalara daha sistemli prosesdir.

Xarici sözlərin ana dilə nüfuz etməsini altı növ yazılı alınmalara bölmək olar. Bu təsnifat A.V. Superanskaya tərəfindən hazırlanmışdır, lakin mübahisəsiz olmasa da, xarici sözlərin ana dilə uyğunlaşdırılması yollarının və vasitələrinin kifayət qədər siyahısını təmsil edir [7, s.42].

Alınmanın kəmiyyəti və növlərini izah etmək üçün bir sıra sosial amillər müzakirə edilmişdir. Məsələn, Tomason və Kaufman [8, s.65] (a) əlaqənin intensivliyi və müddətini; (b) hər variantda danışanların nisbi sayı; (c) bir qrup danışanların mədəni və siyasi (bələliklə, iqtisadi) üstünlüyü və s. olduğunu göstərir. Bu amillərin ziddiyyət təşkil etdiyi situasiyalarda, məsələn siyasi cəhətdən dominant qrup tabeliyində olan qrupdan sayca aşağı olduqda, alınma

üsulları fərqli ola bilər. Siyasi və sayca dominant qrupun tabeliyində olan əhaliyə mədəni təzyiqi də azlıq dilində danışanların əksəriyyətin, üstünlük müxtəlifliyini öyrənməsinin, dominant qrupun üzvləri isə azlıq dilini mənimsəməkdə ikidilli olmamalarının izahı kimi göstərmişlər.

İngilis dili həmişə başqa dillərdən sözlərin qəbuluna açıq olmuşdur. Kristal [3, s.23] 350 dil haqqında danışır, bu dillərin elementləri ingilis dilinin ayrılmaz hissəsinə çevrilmişdir. Bununla belə cavablandırılması lazım olan vacib sual budur: ingilis dili başqa dillərdən sözləri niyə, nə vaxt və necə alır? Bou and Keybl [1, s.1] görə ingilis dilinə yol tapan sözlərlə nəticələnən mədəni müxtəliflik bizə ingilis dilinin tarixinin əslində uzun illər ərzində təmasda olan mədəniyyətlərin tarixi olduğunu xatırlatdığını qeyd etmişlər. Ona görə də linqvistik səbəblərlə yanaşı, başqa dillərdən sözlərin qəbulunda mühüm rol oynamış ekstralingvistik səbəbləri də (siyasi, iqtisadi, sosial, texnoloji və hərbi) nəzərə almaq lazımdır.

“Yeni həmişə reallığı daha dərinlən dərk etmək (yenidən düşünmək), bilinən obyektlərin əvvəllər məlum olmayan xassələrini və xüsusiyyətlərini kəşf etmək nəticəsində yaranır” [13, s.331]. A. Martine deyir ki, “...dəyişən ünsiyyət ehtiyaclarının təzyiqi altında, bir tərəfdən, səylərin qənaəti ilə digər tərəfdən, ənənə ilə daim ziddiyyət təşkil edən dil dəyişir” [14, s.90].

Tarix boyu dil dövrün mədəni və texnoloji tərəqqilərini əks etdirən əhəmiyyətli dəyişikliklərə məruz qalmışdır. Yeni söz və ifadələrin yaradılması və onların əsas cərəyana keçməsi, əsasən, böyük sosial dəyişikliklərin baş verdiyi zaman baş verir. Bu mövzunu təmsil edən iki tarixi dövr: sənaye inqilabı və rəqəmsal dövrür.

XVIII və XIX əsrlərdəki “Sənaye inqilabı” həyatı bu qədər fərqli edən yeniliklər və həyat tərzində dəyişiklikləri üçün yeni söz ehtiyatı tələb etmək üçün texnologiya və sənayedəki sürətli yeniliklərdən istifadə etdi. Yeni anlayışlar, təcrübələr və mexanizmlərlə fərqli terminlər tələb olundu. Məsələn, bu dövrü müəyyən edən bu yeni istehsal sahələrini təyin etmək üçün “factory” termini var idi. “Steam engine” və “railway” kimi sözlər də nəqliyyat və istehsalı dəyişdirdiyi üçün gündəlik işlənən sözlərə çevrildi.

Dilçilikdə neologizm mövcud sözlərdən istifadə etmədən tamamilə yeni sözlər yaratmaq deməkdir. Bu, adətən, yeni anlayışı, obyekt, prosesi və ya hadisəni ifadə etmək üçün dil sisteminə yeni terminin daxil olduğu leksik innovasiya prosesidir. Mürəkkəbləşdirmə, qarışdırma və ya affiksəlmə kimi digər söz əmələ gətirmə üsullarından fərqli olaraq, neologizm əvvəlcədən mövcud olan morfemlərə və ya leksik vahidlərə birbaşa əsaslanmayan terminlər yaradır. G.F. Əliəsgərova “yeni yaranmaları” dildə əvvəllər işlənmiş ayrı-ayrı söz və elementlərdən və ya onların yeni birləşməsindən ibarət neologizmlər kimi başa düşür [10, s.227]. İ.V. Arnold hesab edir ki, hər hansı yeni sözün müvəqqəti yenilik konnotasiyası var ki, bu da neologizmin əsas keyfiyyətlərindən biridir [11]. A. Reyə görə, neologizmləri müəyyən etmək üçün heç bir obyektiv meyar yoxdur, ona görə də bu anlayışın hər hansı tərfi natamam olacaqdır [6, s.11]. Yeni obyekt və hadisələrin öyrənilməsi prosesi cəmiyyətin həyatında yeni

bir şeyin yaranması ehtiyacını doğurur, bu da yeni söz və ifadələrin formalaşmasını və ya məlum leksik vahidlərdə yeni mənaların yaranmasına səbəb olur [16, s.7]. E.V. Senko qeyd edir ki, “dillər, ilk növbədə, ünsiyyət aktlarının əsası, praktiki həyata keçirmə vasitəsi olduğuna görə dəyişə bilməz. Neologizmlərin yaranması üçün əsas kimi linqvistik dəyişkənlik özü daim hərəkətdə olan reallığın əksidir” [15, s.177].

Xarici ədəbiyyatı nəzərdən keçirdikdə deyə bilərik ki, onlar “neologizm” və “coinage” anlayışlarını “insanların yaratdığı yeni sözlər” mənasında ekvivalent və bir-birini əvəz edə bilən kimi istifadə etməyə meyllidirlər, bununla belə, birinci termin daha çox istifadə tezliyi ilə qeyd olunur [1, s.53]. Müasir dövrdə neologizm tez-tez texnoloji irəliləyişlər, brendinq və pop mədəniyyəti ilə əlaqələndirilir. Bir çox neologizm əvvəlcə məhsullar, şirkətlər və ya texnologiyalar üçün brend adları kimi görünür, lakin nəticədə gündəlik dilə inteqrasiya olunur. Məşhur bir nümunə əvvəlcə axtarış sisteminin adı olan, sonradan internetdə məlumat axtarmaq mənasını verən “google” feilindən çevrilən “Google”dur. Başqa bir misal əvvəlcə toxumalar üçün bir marka olsa da, Amerika ingiliscəsində ümumi bir terminə çevrilən “Kleenex”dir.

Neologizm üçün motivasiya, adətən, zərurətdən irəli gəlir: yeni ixtira və ya fenomen unikal etiket tələb edir. Bəzi hallarda neologizmlər qəsdən cəlbedici səslənmək, yaddaqalan olmaq və ya təmsil etdikləri konsepsiyaya uyğun gəlmək üçün yaradılır. Məsələn, elmi fantastikada müəlliflər tez-tez gələcək texnologiyaları və ya cəmiyyətləri təsvir etmək üçün yeni terminlər təklif edirlər. Dilçilər qeyd edirlər ki, uğurlu neologizmlər qısa, asan tələffüz olunur və istifadə olunduğu dillə fonoloji cəhətdən uyğun gəlir.

Dilçilik baxımından neologizm sözlərin oynaq və ya eksperimental yaradılmasına aid edilə bilər. Ədəbiyyat xadimləri və şairlər bəzən müəyyən hisslər və ya üslub effektləri oyatmaq üçün sözlər uydururlar. Uilyam Şekspir bu gün də istifadə olunan “bedazzled” və “swagger” kimi çoxsaylı ingilis sözlərini icad etməklə tarixə düşmüşdür.

Neologizmlərin başqa bir ölçüsü onun morfolojiya və semantika ilə əlaqəsidir. Bəzi uydurulmuş sözlər “köksüz” görünə bilər, lakin onlar tanış prefikslərdən, şəkilçilərdən və ya tanınan köklərdən yaradılmamışdır. Bununla belə, onlar hələ də istifadə etdikləri kontekstdən, mədəni və ya texnoloji mühitdən asılı olaraq mənə qazanırlar. Məsələn, fizik Murrey Gell-Mann tərəfindən irəli sürülən “quark” termini təməl hissəciklərə aid edilənə qədər ilkin olaraq heç bir mənası yox idi.

Ümumiyyətlə, lüğət müəllifləri lüğətə yeni sözlər daxil etdikdə neologizmin ilk yaranma tarixini və onun necə yarandığı barədə izahat verirlər. Lüğət müəllifləri yeni sözün daxil olub-olmaması məsələsinə baxarkən konkret zaman kəsiyində neologizmin tezliyini nəzərə almalıdır. Lüğətlərə neologizmlərin daxil edilməsi danışanlara bu yeni sözlərin varlığından xəbərdar olmağa imkan verir, belə ki, neologizmlər bir çox danışanın gündəlik leksikonunun bir hissəsidir və bu gün media sayəsində onların istifadəsi getdikcə daha çoxalır. Həmçinin internet və sosial media platformaları uydurulmuş sözlərin yayılmasını xeyli sürətləndirir. Yeni jarqon, memə əsaslanan ifadələr və terminlər tez-tez ortaya çıxır, bir neçə gün ərzində cəlbedicilik qazanır, bu da müasir ingilis dilində yeni sözlərin yaranmasının

dinamik və yaradıcı xarakterini göstərir. Neologizmlər dilin inkişafının və uyğunlaşmasının həyati mexanizmidir, onun danışanlarının ixtiraçılığını əks etdirir. Bu, dillərin insan həyatının, texnologiyasının və mədəniyyətinin daim dəyişən reallıqlarına cavab verməsini təmin edir.

Alınma və neologizm dillərin lüğətlərini genişləndirdiyi iki əsas prosesdir, lakin onlar kökündən fərqli mexanizmlərlə fəaliyyət göstərirlər. Alınma başqa dillərdən sözləri qəbul etməyi nəzərdə tutur. Bu, dilin öz dil sisteminə uyğunlaşmaq üçün tələffüz, orfoqrafiya və ya mənada cüzi uyğunlaşmalarla xarici termini özündə birləşdirdiyi xarici prosesdir. Alınma sözlər, adətən, mədəni əlaqə, ticarət, fəth və ya qloballaşmadan yaranır. Məsələn, ingilislər italyan dilindən “piano”, fransız dilindən “balet” və yapon dilindən “sushi” sözlərini götürüblər. Alınma dilə doğma ekvivalenti olmayan yeni ideyalar, obyektlər və ya təcrübələr üçün terminləri tez mənimsəməyə imkan verir.

Neologizmlər bir dildə tamamilə yeni sözlərin daxili yaradılmasıdır. Uydurulmuş sözlər başqa dillərdə mövcud olan terminlərə əsaslanmır, lakin yeni ünsiyyət ehtiyaclarını ödəmək üçün yenidən icad edilir. Məsələn, nümunələr arasında “Google” və “neylon” kimi sözlər daxildir. Neologizm tez-tez brendinq, elmi innovasiya və ya sosial tendensiyalardan yaranır və yeni reallıqları əks etdirən təzə lüğət təqdim edir.

Alınma ilə neologizm arasındakı oxşarlıq ondan ibarətdir ki, hər iki proses dili zənginləşdirir və dəyişən mədəni, texnoloji və sosial şəraitə uyğunlaşmağa imkan verir. Hər ikisi gündəlik ünsiyyətə yeni anlayışlar təqdim edərək, dilin dinamik və ifadəli qalmasını təmin edir. Bununla belə, aşağıdakı fərqlər nəzərə çarpır:

- a) Mənbə. Alınma xarici dillərdən gəlir; neologizmlər daxildə yaradılır.
- b) Uyğunlaşma. Alınma sözlər tez-tez fonoloji və morfoloji düzəlişlərə məruz qalır; neologizmlər doğma fonoloji sistem nəzərə alınmaqla yaradılır.
- c) Motivasiya. Alınma çox vaxt mədəni mübadilədən irəli gəlir; neologizm tez-tez ixtira, brendinq və ya yaradıcılığa cavab verir.

Alınma digər dil icmalarının təcrübəsindən götürülsə də, neologizm dilin daxili yaradıcılığını əks etdirir. Onlar birlikdə insan dilinin çevikliyini və möhkəmliyini nümayiş etdirirlər.

Alınma və neologizm prosesləri ingilis dilinin inkişafına və xarakterinə dərin və uzunmüddətli təsir göstərmişdir. Onlar ingilis dilinin dünyanın ən zəngin və çox yönlü dillərindən birinə çevrilməsinə mühüm töhfə vermişlər. Birincisi, leksik zənginləşmə ən nəzərə çarpan təsirlərdən biridir. İngilis dili alınmalar vasitəsilə digər dillərdən: latın, fransız, norveç, ərəb, hind, yapon və bir çox başqa dillərdən minlərlə sözü mənimsəmişdir. “Restoran” (fransız), “yoqa” (sanskrit) və “sunami” (yapon) kimi sözlər ingilis dilinin lüğətini formalaşdıran qlobal təsirləri əks etdirir. Eyni şəkildə, neologizmlər tamamilə yeni terminlərin yaranmasına səbəb oldu, çox vaxt texnologiya və məşhur mədəniyyət tərəfindən idarə olunan “internet”, “bloq” və “həştəq” kimi sözlərin yaranması buna bir işarədir. Nəticədə, ingilis dili qeyri-adi dərəcədə geniş anlayışları ifadə edə bilən nəhəng və müxtəlif lüğətə malikdir. İkincisi, ingilis dilində

üslubi variantlar genişləndi. Alınma sözlər tez-tez mənbə dilləri ilə əlaqəli konnotasiyalara malikdir və ingilis dilində danışanlara ton, rəsmilik və ya nüans əsasında sözləri seçməyə imkan verir. Məsələn, “ask” (doğma ingilis dili) “inquire” sözündən (latın dili vasitəsilə fransız dilindən götürülmüşdür) daha təsadüfi səslənir. Eynilə, yeni yaranmış sözlər elmi, texnoloji və ya qarşılıqlı əlaqəyə aid olaraq və ingilis dilinin dil istifadəsini müxtəlif kontekstlərə uyğunlaşdırmaq qabiliyyətini artırır. Üçüncüsü, semantik dəyişiklik və yenilik davamlı təsirlərdir. Bəzi alınma və ya icad edilmiş sözlər ingilis dilində istifadə olunduqdan sonra yeni mənalara inkişaf etdirir. Məsələn, “virus” əvvəlcə bioloji infeksiyalara istinad edirdi, lakin indi rəqəmsal təhlükələrə də (kompüter virusları) aiddir. Bu cür çeviklik ingilis dilinin yeni kommunikativ ehtiyacları qarşılamaq üçün sözləri davamlı olaraq necə dəyişdirdiyini göstərir. Dördüncüsü, bu, problemlər və mübahisələr də yaradır. Xarici sözlərin çoxlu axını bəzən əcnəbiçilər arasında “dil təmizliyi” ilə bağlı narahatlıq yaradır. Bununla belə, tarixən ingilis dili əlamətdar açıqlıq və möhkəmlik nümayiş etdirərək, dil müxtəlifliyini təhlükə deyil, güc kimi qəbul etmişdir. Nəhayət, müasir dövrdə leksik genişlənmə sürəti xüsusilə internetin, kütləvi informasiya vasitələrinin və qloballaşmanın yüksəlişi ilə daha da sürətləndi. Yeni terminlər bütün dünyada sürətlə yayılaraq ingilis dilini təkcə yüksək dinamik dilə deyil, həm də qlobal ünsiyyət vasitəsinə çevirir.

Son illərin neologizmlərinin təhlili göstərdi ki, müasir dilin lüğət ehtiyatının doldurulması bu yollarla baş verir: ekstralingvistik (xarici) və intralingvistik (daxili). Xarici amillər dilə yeni hadisələrin, obyektlərin və anlayışların, məsələn: avtomobil, noutbuk, mikrodalğalı sobanın daxil edilməsi ilə əlaqələndirilir. Daxili səbəblər artıq mövcud olan predmet və hadisələrdə ifadə olunur, lakin onlar belə ləksəmə yeni emosional konnotasiya gətirir [12, s.62].

Nəticə. Neologizmlər dil və cəmiyyət arasında qarşılıqlı əlaqədə iştirak edən dinamik proseslərə “pəncərə”ni təmsil edir; müasir sosial, mədəni və texnoloji dəyişikliklər işığında sözlərin necə yarandığını, qəbul edildiyini və uyğunlaşdığını nümayiş etdirirlər. Müzakirələr inkişaf etdikcə aydın olur ki, neologizmlər təkcə sözlər deyil, həm də insanların müəyyən sosial qruplara aidlik hissini göstərmək üçün istifadə etməyi xoşladığı “eyniyyət işarələri”dir.

Alınmalar və neologizmlər ingilis dilini dünyada çevik, ifadəli və dominant etmişdir. Onlar ingilis dilinin müasir qloballaşan və rəqəmsallaşan dünyaya cavab olaraq böyümək, uyğunlaşmaq və yenilik etmək qabiliyyətini nümayiş etdirir. İngilis dili sürətli və dinamik leksik genişlənməni yaşayır. Bir sıra müasir tendensiya yeni sözlərin dilə daxil olma və inkişaf yollarını formalaşdırır. İngilis dilində müasir leksik genişlənmə sürət, yaradıcılıq, qloballaşma və texnoloji təsir ilə xarakterizə olunur. Sürətlə dəyişən dünyanın ehtiyaclarını ödəmək üçün daim inkişaf edən bir dili əks etdirir.

Ədəbiyyat

1. Baugh A.C., Cable T. (1993), A History of the English Language, fourth edition. Routledge: Taylor & Francis Group.
2. Crystal D. (1997), The Cambridge Encyclopedia of the English Language. Cambridge University Press, 506.
3. Crystal D. (2003), English as a Global Language. Cambridge University Press.
4. Əliyeva N. (2023), İngilis dilində alman dilindən alınmalarının dinamikası. Filologiya Məsələləri, No.11, 9-15.
5. Ismoilova K.R., Shamsiddinova G.Z., Maxsudova N.A., Turg'unova M.Z. (2023), Neologism in english language and its influence on linguistics. Journal of Advanced Zoology, Vol.44, No.6, 1790-1796.
6. Rey A. (1995), The Concept of Neologism and the Evolution of Terminologies in Individual Languages. Amsterdam: John Benjamins Publishing, 9-28.
7. Superanskaya A.V. (1962), Lexical Borrowing and Practical Transcription. Moscow.
8. Thomason S.G., Kaufman T. (1988), Language Contact, Creolization and Genetic Linguistics. Berkeley: University of California Press.
9. Volodina M.N. (2000), Cognitive and Informational Nature of the Term. Moscow.
10. Алиаскарова Г.Ф. (2007), Сравнительный анализ неологизмов в современном русском и немецком языках. Вестник СГТУ, No.4, 226-231.
11. Арнольд И.В. (2012), Лексикология Современного Английского Языка. Москва: Флинта, 376.
12. Брагина А.А. (2000), Неологизмы в Русском Языке. Москва: Просвещение, 310.
13. Касьянова Л.Ю. (2009), Когнитивно-дискурсивные проблемы неологизации в русском языке конца XX - начала XXI века. Диссертации доктор филологических наук, Астрахань.
14. Мартине А. (1972), Новое в Лингвистике. Москва, 6.
15. Сенько Е.В. (2000), Неологизация в современном русском языке конца XX века: Межуровневый аспект. Диссертации доктор филологических наук, Волгоград.
16. Тропина И.А. (2007), Наречия-инновации: Лингвопрагматический аспект. Диссертации доктор филологических наук, Ростов-на-Дону.