

## Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317  
ISI (Dubai, UAE) = 1.582  
GIF (Australia) = 0.564  
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912  
ПИИЦ (Russia) = 3.939  
ESJI (KZ) = 8.771  
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630  
PIF (India) = 1.940  
IBI (India) = 4.260  
OAJI (USA) = 0.350

SOI: [1.1/TAS](#) DOI: [10.15863/TAS](#)

## International Scientific Journal Theoretical & Applied Science

p-ISSN: 2308-4944 (print) e-ISSN: 2409-0085 (online)

Year: 2023 Issue: 04 Volume: 120

Published: 15.04.2023 <http://T-Science.org>

Issue

Article



Zera Ismetovna Shabidinova  
Chirchik State Pedagogical University  
Teacher  
[z.shabidinova@cspi.uz](mailto:z.shabidinova@cspi.uz)

## GENETIC ANALYSIS OF NEOSEMANTISM OF GERMAN YOUTH

**Abstract:** According to their origin, there are two large groups of neologisms: German lexemes and hybrid lexemes. These two groups are represented in large numbers. German neo-semanticisms are understood to mean those that consist of grassroots German tribes (*das Auseinanderdriften, das Fünfsternhaus, die Realwirtschaft, unternehmensberaten*). Most neoplasms are of German origin (54%). Hybrid formations consist of basic foreign and German morphemes (*der Freundschafts-Joint, die Langzeit-Multiplayer-Spiele, der 60-Stunden-Job, der Online-Auftritt*). Hybrid neoplasms are also represented in large numbers (46%). The overwhelming majority of the borrowed component comes from the English language and is found both in the first and in the second link (*der Cola + der Trinker → der Colatrinker, mega + stark → megastark*).

**Key words:** German lexemes, hybrid lexemes, neosemanticisms, borrowings, structural analysis, verbal neoplasms.

**Language:** Russian

**Citation:** Shabidinova, Z. I. (2023). Genetic analysis of neosemanticism of German youth. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 04 (120), 201-204.

**Soi:** <http://s-o-i.org/1.1/TAS-04-120-37> **Doi:**  <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2023.04.120.37>

**Scopus ASCC:** 3300.

## ГЕНЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ НЕОСЕМАНТИЗМОВ НЕМЕЦКОЙ МОЛОДЕЖИ

**Аннотация:** По своему происхождению выделяют две большие группы неологизмов: немецкие лексемы и гибридные лексемы. Эти две группы представлены в большом количестве. Под немецкими неосемантизмами понимаются те, которые состоят из низовых немецких племен (*das Auseinanderdriften, das Fünfsternhaus, die Realwirtschaft, unternehmensberaten*). Большинство новообразований имеют немецкое происхождение (54%). Гибридные образования состоят из основных иностранных и немецких морфем (*der Freundschafts-Joint, die Langzeit-Multiplayer-Spiele, der 60-Stunden-Job, der Online-Auftritt*). Гибридные новообразования также представлены в большом количестве (46%). В подавляющем большинстве заимствованный компонент происходит из английского языка и встречается как в первом, так и во втором звене (*der Cola + der Trinker → der Colatrinker, mega + stark → megastark*).

**Ключевые слова:** немецкие лексемы, гибридные лексемы, неосемантизмами, заимствования, структурный анализ, словесные новообразования

### Введение

Что касается частей речи новых образований, то существительные составляют подавляющее большинство – (88,5%) (*der Rucksackbomber, das Rücknahmesystem, die Schleusekriminalität*). Гораздо меньшую группу составляют прилагательные (8,5%) (*mikrig, ultraweich, wohligscheurig, kissenschwanger*). Глаголы также образуются не так часто (3%) (*wunschlösen, immobilienvermarkten, luststeigen, rumtrüffeln*).

Анализ показал, что по своему происхождению, как правило, выделяют две большие группы неологизмов: 1) немецкие лексемы, 2) гибридные лексемы. Под немецкими новыми образованиями понимаются те, которые состоят из основных немецких структур, например: *das Auseinanderdriften, das Fünfsternhaus, die Realwirtschaft, unternehmensberaten* и т. д.

## Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317  
ISI (Dubai, UAE) = 1.582  
GIF (Australia) = 0.564  
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912  
РИИЦ (Russia) = 3.939  
ESJI (KZ) = 8.771  
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630  
PIF (India) = 1.940  
IBI (India) = 4.260  
OAJI (USA) = 0.350

## АНАЛИЗ ЛИТЕРАТУРЫ И МЕТОДОЛОГИЯ

С точки зрения генетического анализа, большинство новых образований имеют немецкое происхождение – 54% от общего числа, например:

*der Kopfbahnhof + die Lösung → die Kopfbahnhoflösung*

*die Chemikalien + die Politik → die Chemikalienpolitik*

*wegfahren + die Sperre → die Wegfahrsperr*

*alles + der Trinker → der Allestrinker* и т. д.

Гибридные образования состоят из иностранных и немецких основных морфем, таких как: дружеское общение, долгосрочные многопользовательские игры, 60-часовая работа, онлайн-выступления и др. Гибридные новообразования также представлены в большом количестве - 46% подтверждающих документов. В основном это заимствования из английского языка. Например:

*der Cola + der Trinker → der Colatrinker*

*mega + stark → megastark*

*das Doping + der Jäger → der Doping-Jäger*

*online + der Auftritt → der Online-Auftritt* и др.

Словообразование молодежных языковых новообразований

Структурный анализ исследованных образований доказал, что новые слова возникают с помощью деривации (*skandalisieren, der Kombiniierer, ultraweich, die Hyperaktivität*) и состава (*der Bahnhof + der Gegner → der Bahnhofsgegner, das Projekt + der Ausstieg → der Projektausstieg, der Titel + der Autor → der Titelauteur*). В большинстве этих композиций используется ограниченная группа начальных компонентов, например Handy-, High-, Online-, Top-, Marketing-. Als Zweitkomponente kommen - Manager, - Job, - Shop,-Team, -Fan, - Look. Подавляющее большинство новообразований представляют собой составные слова – (95%), а незначительную долю составляют производные – (5%). В проанализированных текстах также присутствуют некоторые синтаксические связи или словосочетания (*das Reich-Heiraten, der Putz-und-Wasch-und-Räume-und-Sorge-und-Hege-Trieb, das Fremde-Menschen-Sehen, das Immer-nur-Lächeln*).

## РЕЗУЛЬТАТЫ

В случае сложных слов (композиции) значение конкретного слова может быть передано в концентрированном и сжатом виде с помощью соответствующего элемента. При этом сознательное связывание семантически несвязанных, несвязанных лексем вызывает эффект неожиданности, а вновь образованные слова обладают сильным экспрессивным эффектом, например, путешествие по менапаузальному туннелю было успешно

перенесено. В контексте композиции, как наиболее продуктивного способа словообразования неологизмов, определяется различная продуктивность по частям речи. В подавляющем большинстве проанализированных композиций представлены 1) существительные новообразования (автомобильная усталость, многоходовые мужчины, поставщик услуг идентификации), их доля составляет (95%), 2) прилагательные – (2%), (*pferdehaarig, kissenschwanger, unternehmensbereit*), 3) словесные новообразования - (3%), (*unternehmensberaten, immobilienvermarkten, rumtrüffeln*). Новые существительные образуются по следующим моделям: 1) существительное + существительное (*der Werbespot, der Akzeptanztest, die Leasingrate*). В этой модели часто встречаются композиции, состоящие из имени собственного + общего (*das Merkel-Fernsehen, der Fiat-Chef, der BMW-Chef*), 2) числительных + существительное (*die Fünfzig-Plus-Testosteronbombe, die Fünfsternerhäuser*), 3) местоимение + существительное (*der Allestrinker*), 4) Предлог + существительное (*der Nachnutzer*).

Выявлены и неосемантизмы, одна часть которых состоит только из начальной буквы, то есть из аббревиатуры, другие части – из полных форм слов или их слогов (*die DB-Kompetenz, der IT-Bereich, die G-8-Protteste*). Большинство новых лексем образованы по модели „существительное + существительное“, которая допускает богатые морфологически-семантические вариации словообразовательных продуктов. Определить продуктивность отдельных словообразовательных моделей композиции проблематично, поскольку целый ряд композиций представляет собой многосоставные образования, в составе которых иногда встречаются три или более частей речи, такие как, например, *die Selbst-Mega-Stars, der 5-Sitzer-Auto* и др.

Сложные слова (композиции), определенные в немецком языке как неологизмы последних времен, представляют собой -1) двухкомпонентные образования – (68,5%), например, *der Klimakiller, die Daimler-Tochter, der Geldgigant*, 2) трехкомпонентные образования - (23%), например, *der Wechseljahr-Tunnel, die Komplett-Weg-Variante, die Gefühls-Rockbands*, 3) четырехкомпонентные образования – 14, например, *die Insektenlooksonnenbrille, die Hochglanz-Fotostrecke, der Identifikations-Dienstleister*, 4) Пятикомпонентные образования - 3, например, *der Best-Choice-Universalgutschein, die Weitwinkel-Panorama-Frontscheibe*, 5) Шестикомпонентные образования – 3, например, *Drivers-Choice-Universal-Tankgutschein, der Eierschalensollbruchstellenverursacher*.

## ОБСУЖДЕНИЕ

## Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317  
ISI (Dubai, UAE) = 1.582  
GIF (Australia) = 0.564  
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912  
РИИЦ (Russia) = 3.939  
ESJI (KZ) = 8.771  
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630  
PIF (India) = 1.940  
IBI (India) = 4.260  
OAJI (USA) = 0.350

Частота использования различных конструктивных моделей также неодинакова. Наиболее обширную группу составляют композиции, состоящие из двух компонентов – 176, следующей по численности группой являются трехкомпонентные образования – 60, остальные модели представлены в меньшей степени. Было показано, что производное является непродуктивным способом словообразования при образовании новых слов. Здесь названы лишь некоторые префиксные образования, в основном это образования со странными приставками hyper- (hyper matt, die Hyper-Arbeitslosigkeit), mega- (megahart, megastark), super- (superschick, die Super-Scheibe), ultra- (ultrastark, ultraweich). Суффиксальные образования используются лишь в отдельных случаях, это существительные с суффиксами -er (der Kombiniierer) и -in (die Chatterin, die Onlinerin).

Тематический анализ языковых новообразований молодежи

Неологизмы такого рода обозначают различные сферы человеческой жизни. Изучаемые новообразования подразделяются на следующие тематические группы:

1) социальная и общественная жизнь (der Wahlkampfeschlager, der Rucksackbomber),

2) Экономическая жизнь (die Ausstiegskosten, das Marketing-Problem, die Marketing-Bedingungen),

3) Мультимедиа (das Bezahlfernsehen, die 3-Megapixel-Kamera),

4) Досуг и развлечения (die Langzeit-Multiplayer-Spiele, das Konsolenspiel, das WM-Fanmeilen-Deutschlands),

5) Автомобиль (das Testsiegermodell, die Einfach-Autos, die Billigmarke),

6) Мода (superschick, ultraweich, die Insektenlooksonnenbrille),

7) Компьютерные технологии, инновации (Computertechnik, Innovationen (die Datenautobahn, der High-Tech-Bereich, das Mobilnetz),

8) человеческие отношения (die Teamfähigkeit, der Teamgeist, das Teamleben),

9) Обозначения личности (der Mitte-des-Lebens-Karrieremann, die Babyboomer-Generation, der Colatrinker),

10) Продукты питания и удовольствия (der Appetithemmer, der Dursthemmer),

11) Музыка (die Chartshitliste, der Kuschelrock, die Gefühlsrock-Bands).

Существует ряд неологизмов, которые сложно систематизировать по темам, например die Paradebeispiele, die Hochglanz-Fotostrecke, der Infostress, der Obama-Auftritt, die Merkel-Vorstellungen, das Ägypten-Risiko. Выделенные лексико-семантические группы различаются по

количеству принадлежащих им лексем. Это связано с несколькими факторами. Прежде всего, семантика новообразований зависит от специфики редактируемых текстов. В этом контексте уместен тот факт, что тематические группы „социальная и общественная жизнь,, , „экономическая жизнь,, , „медиа,, , "человеческие условия", "автомобиль", "компьютер " представлены в большем количестве, чем лексемы, обозначающие продукты питания или музыку.

Неосемантизмы - это неологизмы, образованные путем перекомбинации уже известных слов. Основным источником является родной язык, но иностранные языки также играют важную роль. При этом неологизмы возникают преимущественно на пути словообразования (состав, производное, аббревиатура). Многие заимствования представляют собой заимствованные переводы (или калькуляции). В формировании семантических неологизмов новогерманского языка значительную роль играет расширение значения слова, гипогиперонимические (артгенерические) отношения, метафоризация. По своему происхождению выделяют две большие группы неологизмов: 1) немецкие лексемы и 2) гибридные лексемы. Анализ показал, что по своему происхождению, как правило, выделяют две большие группы неологизмов: 1) немецкие лексемы, 2) гибридные лексемы. Под немецкими новообразованиями понимаются те, которые произошли от немецких базовых племен.

Неологизмы такого рода обозначают различные сферы человеческой жизни. Изучаемые новообразования подразделяются на следующие тематические группы:

1) общественная и общественная жизнь;

2) Экономическая жизнь;

3) Средства массовой информации;

4) Досуг и развлечения;

5) Автомобиль;

6) Режим;

7) Компьютерные технологии, инновации;

8) человеческие отношения;

9) Обозначения людей;

10) Продукты питания и развлечения;

11) Музыка.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Структурный анализ исследованных образований доказал, что новые слова возникают с помощью деривации (skandalisieren, der Kombiniierer, ultraweich, die Hyperaktivität) и композиции (der Bahnhof + der Gegner → der Bahnhofsgegner, das Projekt + der Ausstieg → der Projektausstieg, der Titel + der Autor → der Titelauteur).

## Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317  
ISI (Dubai, UAE) = 1.582  
GIF (Australia) = 0.564  
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912  
PIHLI (Russia) = 3.939  
ESJI (KZ) = 8.771  
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630  
PIF (India) = 1.940  
IBI (India) = 4.260  
OAJI (USA) = 0.350

## References:

1. Androutsopoulos, J. (2001). *Deutsche Jugendsprache: Untersuchungen zu ihren Strukturen und Funktionen*, Frankfurt a. (p.130). M: Peter Lang.
2. Augenstein, S. (2005). *Funktionen von Jugendsprache. Studien zu verschiedenen Gesprächstypen des Dialogs Jugendlicher mit Erwachsenen*, Tübingen. Max Niemeyer Verlag, p. 95.
3. Bahlo, N. (2019). *Jugendsprache: Eine Einführung*. (p.78). Stutt.: Metzler.
4. Braun, P. (1993). *Tendenzen in der deutschen Gegenwartssprache: Sprachvarietäten*. 3. erw. Aufl, (p.180). Stuttgart: W.Kohlhammer.
5. Dittmar, N. (1992). *Grundlagen der Soziolinguistik - Ein Arbeitsbuch mit Aufgaben*. — Tübingen. Max Niemeyer Verlag, p.99.
6. Ehmman, H. (1992). „Jugendsprache und Dialekt: Regionalismen im Sprachgebrauch von Jugendlichen“, Opladen. Westdeutscher Verlag GmbH, p. 213.
7. Ehmman, H. (2005). *Endgeil. Das voll korrekte lexikon der Jugendsprache*, München. (p.104). Ismaning.
8. Elsen, H. (2004). *Neologismen. Formen und Funktionen neuer Wörter in verschiedenen Varietäten des Deutschen*, Tübingen. (p.255). Gunter Narr Verlag.
9. Fleischer, W. (1992). *Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache*. — Tübingen. Max Niemeyer Verlag, p. 384.
10. Großegger, B., & Heinzlmaier, B. (2001). *Jugendkultur-Guide*, Wien. Redline GmbH, p. 10.
11. Henne, H. (1986). *Jugend und ihre Sprache*, Berlin, New York, p.216.
12. Herberg, D. (2001). Neologismen der Neunzigerjahre. I I Neues und Fremdes im deutschen Wortschatz. Aktueller lexikalischer Wandel. *Jahrbucher des Instituts flir Deutsche Sprache*, 2000, Berlin / New York: de Gruyter, 2001.1. pp. 89-104.
13. Kinne, M. (1998). *Neologismus und Neologismenlexikographie im Deutschen: Zur Forschungsgeschichte und zur Terminologie*, Teubert, p.70.
14. Lapp, E. (1945). Jugendsprache: Sprechart und Sprachgeschichte seit 1945. Ein Literaturbericht“. *Sprache und Literatur in Wissenschaft und Unterricht*, № 63, Paderborn, pp.77-80.
15. Neuland, E. (1994). Jugendsprache und Standardsprache. *Zum Wechselverhältnis von Stilwandel und Sprachwandel*. *Zeitschrift für Germanistik*, №1, pp.78-98.
16. Schippan, T. (1992). *Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache*. — Tübingen. Max Niemeyer Verlag, p. 206.
17. Stedje, A. (1999). *Deutsche Sprache gestern und heute: Einführung in Sprachgeschichte und Sprachkunde*. 4. Aufl. -München: Wilhelm Fink Verlag, p.169.
18. Stefanie, W. (2006). *Veränderungen im Wortschatz der deutschen Sprache*. Grin Verlag, (p.32). München.
19. Zimmermann, K. (1993). *Einige Gemeinsamkeiten und Differenzen der spanischen, französischen und deutschen jugendsprachlichen Varietäten: Studien zum romanisch-deutschen Sprachvergleich*, Tübingen. pp.121-130.
20. Rozen, E.V. (1975). Podrostkovo-molodezhnyj slovesnyj repertuar (na materiale sovremennogo nemeckogo jazyka). *Inostr. jaz. v shk.*, №12, pp.14-15.
21. Olejnik, O. V. (2007). *Nemeckie slengizmy v svete neologicheskoy teorii*. Avtoreferat dis. k. f. n, Samara.
22. Shemchuk, Jy. M. (2006). *Modernizacija sushhestvuushhej leksiki sovremennogo nemeckogo jazyka*. Avtoreferat dis. dokt. fil. n, M.
23. Shabidinova, Z.I. (2022). Grammaticheskie i leksikologicheskije osobennosti slenga sovremennoj nemeckoj molodjozhi. *Central Asian Research Journal for Interdisciplinary Studies (CARJIS)*, 2 (8), 74-81.
24. Shabidinova, Z. I. (2021). *Osobennosti distancionnogo obuchenija inostrannym jazykam*. Academic research in educational sciences, 2 (CSPI conference 2), 460-465.
25. Shabidinova, Z. (2022). *Die Besonderheiten der jugendsprachlichen Lexik*. Roman-german filologiyasining dolyarb muammolari.
26. Shabidinova, Z. (2022). Die jugendsprache ist ein linguistisches phänomen 2022. *Academic research in educational sciences*, 3 (11), 454-460.
27. Shabidinova, Z.I. (2022). Molodezhnyj jazyk i upadok jazyka 2022, *European Journal of Interdisciplinary Research and Development*, 10, 446-448.