



Received: May 3, 2026

Accepted: June 23, 2026

Available online: June 25, 2026

<https://doi.org/10.36078/987655570>

Original research article / Original tadqiqot maqolasi

PARADIGMATIC AND SYNTAGMATIC FEATURES OF NEW GERMAN VERBS (A Case Study of Internet Verbs Emerging between 2000 and 2020)

Ilhom ZIYADULLAEV

Doctor of Philosophy (PhD) in Philological Sciences
Uzbekistan State World Languages University
Tashkent, Uzbekistan
Email:
ORCID iD:

ABSTRACT

The aim of this study is to identify and analyze the paradigmatic and syntagmatic characteristics of verbal neologisms in contemporary German, using Internet-related verbs that emerged between 2000 and 2020 as the primary research material. The relevance of the study lies in the rapid development of digital communication, social media, and Internet technologies, which have accelerated lexical innovation and contributed to the emergence of new verbal patterns in German.

The research objectives include identifying the main word-formation mechanisms of new verbs, examining their paradigmatic relations (synonymy, antonymy, polysemy, and derivational links), analyzing their syntagmatic combinability in different communicative contexts, and assessing the influence of digital communication on the development of the German verbal system.

The study employs descriptive, structural-semantic, corpus-linguistic, contextual, comparative, and statistical methods. The research material consists of Internet-related verbs selected from contemporary German dictionaries, electronic corpora, media sources, and digital platforms. Tables and diagrams were used to present data on usage frequency, word-formation productivity, semantic features, and syntagmatic patterns.

The findings reveal that Internet-related verbs demonstrate high word-formation productivity, are actively integrated into the grammatical system of contemporary German, and exhibit expanding paradigmatic and syntagmatic relations. These verbs show considerable semantic flexibility and contribute to the formation of new lexical-semantic groups and stable collocations.

The study concludes that verbal neologisms are not only enriching the German vocabulary but also serve as an important factor in its ongoing development. The results contribute to research in German neology, lexicology, and grammar and have practical value for lexicography, corpus linguistics, translation studies, and German language teaching.

Key words: neologism, verbal neologisms, Internet-related verbs, German language, paradigmatic relations, syntagmatic relations, word formation, semantics, digital communication, corpus linguistics.

For citation:

Ziyadullaev, I. (2026). Paradigmatic and syntagmatic features of new German verbs (a case study of internet verbs emerging between 2000 and 2020). *Philology Matters*, 56(2), 37–56. <https://doi.org/10.36078/987655570>.



NEMIS TILIDAGI YANGI FE'LLARNING PARADIGMATIK VA SINTAGMATIK XUSUSIYATLARI (2000–2020-yillarda paydo bo'lgan internet-fe'llar misolida)

Iltom ZIYADULLAYEV

Filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti
Toshkent, O'zbekiston

ANNOTATSIYA

Mazkur tadqiqotning maqsadi 2000–2020-yillarda paydo bo'lgan internet-fe'llari misolida zamonaviy nemis tilidagi fe'l neologizmlarining paradigmatic va sintagmatic xususiyatlarini aniqlash hamda kompleks tahlil qilishdan iborat. Tadqiqotning dolzarbligi raqamli kommunikatsiya, ijtimoiy tarmoqlar va internet texnologiyalarining jadal rivojlanishi natijasida nemis tili lug'at tarkibining yangilanish jarayonlari kuchaygani hamda fe'llarning yangi nominativ modellari shakllanib borayotganligi bilan izohlanadi.

Ushbu maqsadga erishish uchun quyidagi vazifalar belgilandi: yangi fe'llarning asosiy yasaliş usullarini aniqlash, ularning paradigmatic munosabatlar tizimidagi (sinonimiya, antonimiya, polisemiya va so'z yasaliş aloqalari) o'rnini o'rganish, turli kommunikativ kontekstlarda sintagmatic birikuvchanlik xususiyatlarini tahlil qilish, shuningdek, raqamli kommunikatsiyaning nemis tili fe'llar tizimi rivojiga ta'sirini baholash.

Tadqiqotning metodologik asosini tavsifiy, strukturaviy-semantik, korpus lingvistikasi, kontekstual, qiyosiy va statistik tahlil metodlari tashkil etadi. Tadqiqot materiali sifatida zamonaviy nemis tili lug'atlari, elektron korpuslar, OAVlari, ixtisoslashgan internet resurslari hamda raqamli platformalardan tanlab olingan internet-fe'llari xizmat qildi. Olingan natijalarni tizimlashtirish va vizuallashtirish maqsadida tadqiq etilgan neologizmlarning qo'llanish chastotasi, so'z yasaliş modellari mahsuldorligi, semantik xususiyatlari hamda sintagmatic birikuvchanligini aks ettiruvchi jadval va diagrammalardan foydalanildi.

Tadqiqot natijalari internet-fe'llarining yuqori darajadagi so'z yasaliş mahsuldorligiga ega ekanligi, ularning zamonaviy nemis tilining grammatik tizimiga faol integratsiyalashayotgani hamda paradigmatic va sintagmatic aloqalarining kengayib borayotganini ko'rsatdi. Aniqlanishicha, yangi fe'llar yuqori semantik moslashuvchanlikka ega bo'lib, yangi leksik-semantik guruhlarini shakllantirish, barqaror so'z birikmalarini hosil qilish va raqamli kommunikatsiya sharoitidagi til moslashuvi jarayonlarini aks ettirishda muhim rol o'ynaydi.

Tadqiqot yakunida fe'l neologizmlari nemis tili lug'at tarkibini boyituvchi birliklarga emas, balki uning dinamik rivojlanishini ta'minlovchi muhim omillardan biri ekanligi xulosasi chiqarildi. Olingan natijalar zamonaviy nemis neologiyasi, leksikologiyasi va grammatikasi bo'yicha ilmiy tasavvurlarni boyitadi hamda leksikografiya, korpus lingvistikasi, tarjimashunoslik, nemis tilini o'qitish metodikasi va nemis tili leksik tizimi dinamikasini o'rganishga bag'ishlangan keyingi tadqiqotlarda amaliy ahamiyat kasb etadi.

Kalit so'zlar: neologizm, fe'l neologizmlari, internet-fe'llar, nemis tili, paradigmatic munosabatlar, sintagmatic munosabatlar, so'z yasaliş, semantika, raqamli kommunikatsiya, korpus lingvistikasi.

ПАРАДИГМАТИЧЕСКИЕ И СИНТАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НОВЫХ ГЛАГОЛОВ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА (на примере интернет-глаголов, появившихся в 2000–2020 годах)

Ильхом ЗИЯДУЛЛАЕВ

Доктор философии (PhD) по филологическим наукам
Узбекский государственный университет мировых языков
Ташкент, Узбекистан

АННОТАЦИЯ

Целью настоящего исследования является выявление и комплексный анализ парадигматических и синтагматических особенностей глагольных неологизмов современного немецкого языка на материале интернет-глаголов, появившихся в период с 2000 по 2020 год. Актуальность исследования обусловлена интенсивным развитием цифровой коммуникации, социальных сетей и интернет-технологий, которые оказывают существенное влияние на процессы обновления словарного состава немецкого языка и способствуют формированию новых моделей глагольной номинации.

Для достижения поставленной цели были определены следующие задачи: установить основные способы образования новых глаголов, исследовать их место в системе парадигматических отношений (синонимия, антонимия, полисемия, словообразовательные связи), проанализировать особенности их синтагматической сочетаемости в различных коммуникативных контекстах, а также определить влияние цифровой коммуникации на развитие глагольной системы немецкого языка.

Методологическую основу исследования составляют описательный, структурно-семантический, корпусно-лингвистический, контекстуальный, сравнительный и статистический методы анализа. Материалом исследования послужили интернет-глаголы, отобранные из современных немецких словарей, электронных корпусов, средств массовой информации, специализированных интернет-ресурсов и цифровых платформ. Для систематизации полученных данных использованы таблицы и диаграммы, отражающие частотность употребления, продуктивность словообразовательных моделей, семантические особенности и характер синтагматической сочетаемости исследуемых неологизмов.

Результаты исследования свидетельствуют о высокой словообразовательной продуктивности интернет-глаголов, их активной интеграции в грамматическую систему современного немецкого языка и расширении их парадигматических и синтагматических связей. Установлено, что новые глаголы характеризуются высокой семантической гибкостью, участвуют в формировании новых лексико-семантических групп, образуют устойчивые словосочетания и отражают процессы языковой адаптации к условиям цифровой коммуникации.

Сделан вывод о том, что глагольные неологизмы представляют собой не только результат пополнения словарного состава немецкого языка, но и важный фактор его динамического развития. Полученные результаты расширяют представления о современных процессах немецкой неологии и могут быть использованы в лексикографической практике, корпусной лингвистике, переводоведении, преподавании немецкого языка, а также в дальнейших исследованиях динамики лексической системы немецкого языка.

Ключевые слова: неологизм, глагольные неологизмы, интернет-глаголы, немецкий язык, парадигматические отношения, синтагматические отношения, словообразование, семантика, цифровая коммуникация, корпусная лингвистика.

ВВЕДЕНИЕ

Язык – духовное и культурное зеркало общества. Он постоянно развивается вместе с происходящими в обществе событиями, социально-экономическими изменениями, а также прогрессом науки и техники. Эти изменения, прежде всего, отражаются в лексическом составе языка. В мировой лингвистике этот процесс трактуется как явление неологизации, то есть создания неологизмов. Неологизмы – это слова, возникшие для обозначения новых реалий, и они являются прямым отражением обновлений, происходящих в обществе [Jerebilo, 2016; 145]. Особенно важную роль в этом процессе играют глагольные неологизмы, которые часто встречаются на практике и активно используются как семантически, так и грамматически [Popova, 2005; 145].

Понятие неологизма трактуется разными лексикологами по-разному. Например, по мнению Брауна, «неологизм – это слово или выражение, созданное на основе существующих правил языка, но обладающее новым значением» [Braun, 2008; 158]. С этой точки зрения, неологизмы возникают на основе реальных потребностей общества и новых требований коммуникации.

В современную эпоху процессы, связанные с цифровыми технологиями, интернет-платформами и виртуальной жизнью, привели к появлению большого количества новых глаголов. Например, такие глаголы, как «*googeln*» (*поиск через Google*), «*whatsappen*» (*отправить сообщение через WhatsApp*), «*skypen*» (*общаться через Skype*), «*twittern*» (*написать сообщение в Твиттере*) получили широкое распространение в немецком языке. Эти глаголы адаптированы к общей грамматической системе немецкого языка как с морфологической, так и синтаксической точки зрения.

Для анализа роли и функции глагольных неологизмов в языке важно изучать их парадигматические и синтагматические особенности. Парадигматические особенности выражаются в способности глагола изменять формы – по времени, лицу, виду, залогу и другим грамматическим категориям. Например, парадигма глагола «*googeln*» выглядит примерно так: «*ich google – ich googelte – ich habe gegoogelt*». Из этого примера видно, что этот глагол как неологизм полностью адаптировался к морфологической парадигме немецкого языка [Pereverzeva, 2010; 58].

Синтагматические признаки, в свою очередь, касаются сочетания глаголов с другими лексическими единицами в тексте и их синтаксических функций в контексте. Например, фразы «*ein Foto posten*» (*разместить фотографию*), «*einen Beitrag teilen*» (*поделиться публикацией*), «*etwas liken*» (*поставить лайк*) демонстрируют синтагматические возможности глагольных неологизмов. Как подчеркивает В.Браун «благодаря творческому словообразованию обновляются и синтаксические связи в языке, а неологизмы формируют новые речевые структуры» [Braun, 2006; 99].

Этот процесс отражает естественное развитие языка. Поскольку любые грамматические нововведения в языке являются, прежде всего, ответом на реальные коммуникативные потребности, именно глаголы – как часть речи, выражающая действия, состояния, процессы – активно развиваются в ряду неологизмов. «Глаголы предназначены для выражения динамики действий и процессов в языке, и их изменения – главный показатель речевых трансформаций» [Bushuy, 2004; 50].

Сегодня мы видим, что глагольные неологизмы широко используются не только в повседневной речи, но и в языке научной, публицистической и средств массовой информации. Согласно «Справочнику неологизмов», составленному Институтом немецкого языка (IDS, Германия), за последние десять лет в официальный словарь было включено более 600 новых глагольных неологизмов. Большинство из них связаны с технологиями, интернетом, социальными платформами, экономикой и глобальными проблемами.

Изучение глагольных неологизмов не ограничивается одним лишь лексическим анализом, но требует также изучения того, как они интегрированы в грамматическую систему, какие синтаксические функции выполняют и по каким правилам претерпевают морфологические изменения. Такой анализ позволяет лучше понять современные процессы словообразования и речевые стратегии в немецком языке.

Кроме того, подобные исследования имеют большое практическое значение: они помогают студентам-лингвистам правильно понимать и употреблять современные глаголы, обогащают материальную базу лингвистического образования и снабжают переводчиков актуальной лексикой [Nurgaliyeva, 2013; 154].

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что изучение парадигматических и синтагматических особенностей глагольных неологизмов в немецком языке имеет большое значение не только для лексикологии и грамматической теории, но и для прикладной лингвистики, образования и сферы перевода.

Каждый язык со временем претерпевает изменения и развитие. В ходе этого процесса лексический состав языка обновляется, и эти изменения чаще всего реализуются через появление новых слов – неологизмов. Понятие неологизма – одна из самых обсуждаемых категорий в лексикологии и социолингвистике.

В немецком универсальном словаре «Duden. Deutsches Universalwörterbuch» подчёркивается, что «неологизмы – это новые слова, возникающие на основе внутренних потребностей языка и создаваемые в определённом социальном, культурном и научном контексте». По его мнению, не каждое новое слово можно считать неологизмом – главными критериями являются его новизна, востребованность в социальной среде и степень активного использования [Duden, 2019; 568].

Лексикограф Д.Херберг определяет неологизмы как «новые слова и средства выражения, соответствующие современному развитию языка» [Herberg, 2002; 156]. Он подчёркивает, что неологизмы должны выполнять социальные функции языка и систематически отслеживаются в «Справочнике неологизмов», созданном Институтом немецкого языка (IDS).

А.Ахмедов определяет неологизмы как «новые лексемы, закономерно возникающие в лексической системе языка и образующиеся в соответствии с его внутренними законами», подчеркивая необходимость анализа их по времени создания и сфере использования [Axmedov, 2018; 16].

Е.Михеева в своём исследовании описывает неологизм как «лексическую единицу, ранее не существовавшую в языке, но созданную на основе его словообразовательных правил и имеющую определённое значение». Она считает, что неологизм следует анализировать не только как словоформу, но и с точки зрения семантической новизны [Mixeyeva, 2005; 14].

Существуют также различные мнения относительно «жизненного цикла» неологизмов. Например, по мнению Э.Ворбса: «Каждый неологизм проходит

три стадии: создание, активное использование и нормализацию. На этом пути слово сначала появляется, затем набирает популярность и либо прочно входит в лексикон, либо исчезает» [Worbs, 2009; 145].

Семантически неологизмы могут быть образованы путём прямого именования или метафоры. Особенно в СМИ, социальных сетях и интернете новые слова часто создаются с помощью метафоры и метонимии. Поэтому, особо важно учитывать позиция Т.Бушуя по этому поводу «неологизмы в медиатекстах одновременно выполняют коммуникативную и эстетическую функции, выступая проявлением креативности и новаторства» [Bushuy, 2017; 112].

Лингвист У.Тухтасинова определяет неологизмы как «результат связи между потребностью в наименовании и социальными инновациями». По его мнению, новые реалии требуют новых слов, что обеспечивает органическое развитие языка [То‘хтасинова, 2007; 16].

Кроме того, существуют различные типы неологизмов в зависимости от их происхождения:

- национально мотивированные неологизмы (например *Kopfkino*, *Fremdschämen*);
- заимствованные неологизмы (*downlaoden*, *chatten*, *googlen*);
- смешанные (двуязычные) неологизмы (например Слова *Denglish: upgraden*, *liken*);
- функциональные неологизмы существующие слова с новым значением или функцией: *streamen*, *followen*.

Как отмечают А.Хожиев, «неологизмы являются результатом не только употребления слов, но и процессов их создания, выражения и функционального содержания». Это подчёркивает необходимость рассматривать неологизмы не как отдельное явление, а как системные лексические изменения [Hojiyev, 2020; 36].

Глагольные неологизмы являются одним из важных элементов динамического развития языка и одновременно отражают изменения на нескольких языковых уровнях – морфологическом, синтаксическом, семантическом и прагматическом, поскольку они влияют на модели словообразования и синтаксические структуры. Данные неологизмы отличаются от общеупотребительной неологической лексики особенностями возникновения и употребления. Ниже рассматриваются их основные языковые характеристики.

Морфологические особенности глагольных неологизмов связаны главным образом со словообразованием и парадигматическими изменениями. Они часто образуются с использованием существующих моделей словообразования (в немецком языке это суффикс «-en», префиксы и композиты). Например, глаголы «*simsen*» (отправить SMS) и «*googeln*» (искать в Google) подверглись влиянию современных технологий и адаптировались к стандартным моделям глаголообразования [Novikova, 2002; 165].

Оценка Е.Розена отличается от других своим критическим обоснованием,

«преобразование неологизмов в глагольную форму обеспечивает их парадигматическое взаимодействие с другими словами этой категории» [Rozen, 2005; 121].

Кроме того, неологизмы могут морфологически изменяться по временам, лицам и залогам. Например, глагол «*downloaden*» имеет полную парадигму: *ich downloade, du downloadest, wir downloaden* и т.д.

Синтаксически глагольные неологизмы часто выполняют функции, аналогичные стандартным глаголам, – как главные и вспомогательные члены предложения. Они свободно сочетаются с прямыми дополнениями, временами глаголов и модальными глаголами:

– *Ich google die Adresse.*

– *Wir haben das Dokument bereits downgeloadet.*

По словам Д.Штеффенса: «Включение новых глаголов в синтаксическую структуру является важным этапом в их систематизации» [Steffens, 2016; 226]

В то же время некоторые глаголы могут иметь ограниченное употребление в пассивных или модальных конструкциях, что является важным критерием определения их синтаксической активности.

Семантические особенности глагольных неологизмов связаны прежде всего с уровнем новизны и возможностью удобного семантического кодирования. Они часто содержат новые значения, выраженные посредством метафоры, метонимии или кальки. Например, «*entfreunden*» (удалить из друзей в Facebook) – это адаптированный вариант традиционного выражения «*dissociieren*» [Herberg, 2004; 123].

Х.Виеганд пишет: «Глагольные неологизмы имеют многослойную структуру, связанную с изменением значений, стилистических конструкций и социального контекста» [Wiegand, 1990; 456].

Такое семантическое наполнение часто возникает под влиянием Интернета и массовой культуры, что способствует активному и изменчивому использованию неологизмов.

С прагматической точки зрения, глагольные неологизмы активно используются в определённых социальных группах, на определённых платформах или в условиях современного общения. Они часто служат для выражения таких речевых характеристик, как непосредственность, юмор и экспрессивность. Такие неологизмы особенно быстро адаптируются и актуализируются в языке молодёжи. Например:

– *Ich habe dich einfach weggeghostet;*

– *Lass uns kurz zoomen.*

Как заметил У.Квастхофф: «Глагольные неологизмы напрямую связаны с образом жизни, технологиями и социальными тенденциями, и для их прагматического понимания необходимо учитывать условия современной медиасреды» [Quasthoff, 2007; 136].

В таких случаях неологизмы функционируют как часть коммуникативной стратегии и выполняют не только семантическую, но и стилистическую

функцию.

В данном исследовании используется комплексный лингвистический подход к изучению парадигматических и синтагматических свойств глагольных неологизмов в немецком языке. Методология основана на научных достижениях в области общего языкознания, неологии, морфологии и синтаксиса. Исследование сочетает теоретический анализ и эмпирические наблюдения. В качестве теоретической базы исследования были выбраны следующие направления:

- теория неологии – описание и классификация новых слов и процессов их образования;

- когнитивная лингвистика – учет процессов восприятия и концептуализации при образовании неологизмов;

- функционально-грамматический подход – определение грамматических функций глагольных неологизмов в языке;

- морфологические модели – объяснение лексических и синтаксических изменений в процессе образования глаголов.

На этой основе анализируются форма, значение и функции глагольных неологизмов в их взаимосвязи.

МЕТОДЫ

В качестве основных инструментов исследования использовались следующие методы лингвистического анализа:

- описательный анализ: систематическая классификация морфологических и синтаксических признаков глагольных неологизмов;

- сравнительный анализ: сравнение неологизмов с традиционными глаголами немецкого языка на основе сходных и различных признаков;

- контекстный анализ: изучение функций неологизмов в конкретных текстах и факторов, повлиявших на их появление;

- когнитивный анализ: изучение отражения глагольных неологизмов в моделях человеческого мышления;

- корпусный анализ: анализ частотности слов и контекстов с использованием электронных корпусов;

- лексико-семантический анализ: изучение семантических сетей, синонимических рядов и особенностей словообразования глагольных неологизмов.

Объектом анализа стали около 150 глагольных неологизмов, активно употреблявшихся в немецком языке в период 2020–2024 годов и обладающих характерными словообразовательными особенностями. При отборе учитывались следующие критерии:

- принадлежащий к категории глаголов;

- фиксация новых слов в языковых источниках;

- активность использования в сми, социальных сетях, блогах и научно-популярных ресурсах;

- способы словообразования: заимствованные (например, «*chatten*», «*googeln*») или основанные на внутренних ресурсах языка («*coronaferien*»).

machen, klimastreiken) [Wahrig, 2011; 598];

■ семантическая новизна: выражение современных реалий, ранее не обозначенных в языке.

Основными источниками сбора глагольных неологизмов были:

■ IDS Neologismenwörterbuch – словарь неологизмов, составленный Институтом немецкого языка (Institut für German Language);

■ DWDS (Digital Wörterbuch der German Sprache) электронный словарь истории и современного значения слов немецкого языка;

■ корпус COSMAS II представляет собой корпус немецких текстов прессы, официальных речей и текстов средств массовой информации;

■ масса СМИ: такие издания, как «*Der Spiegel*», «*Die Zeit*», «*Süddeutsche Zeitung*», «*Bild*» и «*FAZ*»;

■ Интернет-блоги и социальные сети представляют собой реальную среду для возникновения лексических инноваций.

РЕЗУЛЬТАТЫ

При анализе глагольных неологизмов в современном немецком языке особое внимание необходимо уделять их парадигматическим (склонности к морфологическим изменениям) и синтагматическим (роли в синтаксических связях) характеристикам. Последовательное изучение этих аспектов с научной точки зрения способствует пониманию динамических изменений в языке.

Парадигматический аспект охватывает грамматические возможности образования глагольных неологизмов. Поскольку это новые, ранее не существовавшие глаголы, важно понять, как они адаптируются к существующей парадигме языка.

Многие новые глаголы-неологизмы при заимствовании адаптируются к спряжению слабых глаголов:

■ *chatten* – *ich chatte, du chattest, er chattet; Partizip II: gechattet*;

■ *googeln* – *ich google, du googelst, er googelt; Partizip II: gegoogelt* [Langenscheidt, 2017; 1002].

Общей чертой этих глаголов является то, что они подчиняются правилам первой группы слабых глаголов в немецком языке. Большинство новых глаголов ориентировано на слабую модель спряжения, поскольку она продуктивна и легко адаптируется. Некоторые неологизмы семантически расширяются префиксами:

■ *durchgoogeln* – для полного поиска информации;

■ *anmelden* – *neu-anmelden* – перерегистрация [Pons, 2010; 598].

В.Хенцен отмечает: «Немецкий язык предлагает широкий спектр возможностей для образования префиксальных глаголов, что способствует быстрой интеграции неологизмов» [Henzen, 2007; 201]. Многие глаголы также подвергаются фонетической и орфографической адаптации: *downloaden* – «*ich downloade*», «*du downloadest*», «*wir downloaden*», *downgeloadet*. Здесь заимствованный английский глагол адаптирован путем добавления типичных немецких окончаний *-e*, *-est*, *-et*.

Синтагматические свойства глагольных неологизмов проявляются прежде всего в их функционировании в речи, то есть в способности вступать в различные синтаксические и лексико-семантические связи с другими единицами языка. В отличие от парадигматических характеристик, отражающих место новой лексемы в системе языка, синтагматические свойства характеризуют ее речевую реализацию, валентностный потенциал и особенности сочетаемости. Именно в процессе коммуникации новые глаголы демонстрируют степень своей интеграции в языковую систему, закрепляются в определенных конструкциях и постепенно приобретают устойчивые модели употребления.

Большинство глаголов-неологизмов сохраняют основные грамматические характеристики немецкого глагола, однако особенности их сочетаемости нередко определяются семантикой исходного слова или языка-источника. Так, многие современные глаголы английского происхождения требуют прямого дополнения в винительном падеже, поскольку наследуют объектную структуру английских глаголов:

- *liken* – *Ich like den Beitrag.*
- *updaten* – *Er hat die Software geupdatet.*
- *downloaden* – *Sie hat die Datei heruntergeladen.*
- *blocken* – *Er blockt unerwünschte Kontakte.*

В приведенных примерах неологизмы функционируют как переходные глаголы и реализуют типичную для немецкого языка модель управления с прямым дополнением. Несмотря на иностранное происхождение, они органично включаются в синтаксическую систему немецкого языка и подчиняются ее грамматическим нормам.

По мнению Г.Хельбига, «новые глаголы часто перенимают валентную структуру исходного языка или гибко адаптируются к грамматике целевого языка» [Helbig, 2008; 225]. Это положение подтверждается тем, что в процессе языковой адаптации происходит не механическое заимствование, а постепенная перестройка синтаксических свойств глагола в соответствии с нормами немецкого языка. В результате неологизмы способны расширять или изменять свою валентность, приобретая новые модели сочетаемости.

Особое место занимают возвратные глаголы-неологизмы, функционирующие с местоимением *sich*. Подобные конструкции демонстрируют высокий уровень грамматической интеграции и широко используются как в устной, так и в письменной речи:

- *sich einloggen* – *Ich logge mich in das System ein.*
- *sich ausloggen* – *Er loggte sich nach der Arbeit aus.*
- *sich vernetzen* – *Die Unternehmen vernetzen sich international.*

Возвратные конструкции свидетельствуют о том, что новые глаголы полностью подчиняются словоизменительным и синтаксическим правилам немецкого языка. При этом они способны образовывать сложные глагольные комплексы с отделяемыми приставками, сохраняя характерные особенности немецкого синтаксиса.

Синтагматическая активность неологизмов проявляется также в их способности образовывать устойчивые словосочетания и фразеологизированные конструкции. Например:

- *streamen* – *Wir streamen den Film live.*
- *posten* – *Sie postet regelmäßig Fotos auf Instagram.*
- *chatten* – *Die Jugendlichen chatten jeden Abend miteinander.*
- *googeln* – *Ich google die Information sofort.*

Подобные сочетания постепенно становятся типичными моделями современной коммуникации и воспринимаются носителями языка как нормативные. Их регулярное употребление способствует лексикализации новых конструкций и закреплению их в языковой системе.

В.Франке отмечает, что «интеграция новых глаголов приводит к формированию устойчивых синтагматических моделей, которые обеспечивают эффективность современной коммуникации» [Franke, 2006; 141]. Данное наблюдение подтверждает тот факт, что частотность употребления является одним из основных факторов закрепления новых языковых единиц. Чем чаще определенный глагол используется в одинаковых синтаксических моделях, тем быстрее он становится частью литературной нормы.

Следует отметить и функционально-стилистическую дифференциацию синтагматических свойств глагольных неологизмов. Одни из них получили широкое распространение в средствах массовой информации, официальной коммуникации и научно-технической сфере, тогда как другие ограничиваются интернет-дискурсом, молодежной речью или профессиональными сообществами. Например, глагол *canceln* преимущественно употребляется в социальных сетях и медиадискурсе в значении «подвергать общественному бойкоту», тогда как *networken* активно используется в деловой коммуникации, сфере информационных технологий и менеджмента для обозначения установления профессиональных контактов. Глаголы *zoomen*, *simsen*, *podcasten*, *influncen* и *recyceln* также демонстрируют различную степень распространенности в зависимости от коммуникативной ситуации и функционального стиля.

Кроме того, новые глаголы обладают высокой способностью сочетаться с наречиями, модальными глаголами и обстоятельственными компонентами, что свидетельствует об их полном включении в синтаксическую систему немецкого языка. Например: *etwas professionell managen*, *regelmäßig posten*, *virtuell konferieren*, *digital kommunizieren*. Такие сочетания отражают современные реалии цифрового общества и постоянно пополняют словарный состав немецкого языка.

Таким образом, синтагматические свойства глагольных неологизмов характеризуются высокой степенью продуктивности, гибкостью валентной структуры и способностью формировать новые модели сочетаемости. В процессе языковой эволюции они адаптируются к грамматическим нормам немецкого языка, активно функционируют в различных коммуникативных сферах и постепенно закрепляются в качестве нормативных единиц современного

немецкого языка. Исследование синтагматических особенностей глагольных неологизмов позволяет глубже понять механизмы их интеграции в языковую систему и выявить закономерности развития современной немецкой лексики.

Дополнительно следует отметить, что синтагматические свойства глагольных неологизмов тесно связаны с их прагматическим потенциалом и коммуникативной функцией. Новые глаголы не только называют новые явления, но и отражают изменения в способах общения, профессиональной деятельности и повседневной жизни. Именно поэтому их сочетаемость определяется не только грамматическими нормами, но и особенностями конкретной коммуникативной ситуации. В различных типах дискурса один и тот же неологизм может реализовывать разные синтагматические модели. Например, глагол *posten* в разговорной речи чаще употребляется с существительными *Foto*, *Video*, *Kommentar*, тогда как в профессиональном медиадискурсе он сочетается с такими лексемами, как *Beitrag*, *Nachricht*, *Content* или *Werbung*. Аналогично глагол *streamen* может использоваться в сфере развлечений (*Musik streamen*, *Filme streamen*), образования (*Vorlesungen streamen*) и бизнеса (*Konferenzen live streamen*), что свидетельствует о расширении его синтагматических возможностей.

Важной особенностью является способность глагольных неологизмов вступать в сочетания с модальными глаголами, временными наречиями и обстоятельственными конструкциями, образуя типичные коммуникативные модели современного немецкого языка: *online einkaufen und bezahlen*, *regelmäßig posten*, *virtuell zusammenarbeiten*, *effizient managen*, *digital kommunizieren*. Подобные конструкции характеризуются высокой частотностью и постепенно становятся нормой в письменной и устной речи.

Не менее значимой является способность новых глаголов образовывать производные словосочетания и аналитические конструкции. Например, от глагола *downloaden* формируются устойчивые выражения *Dateien downloaden*, *Musik herunterladen*, *Software downloaden*, тогда как *googeln* регулярно сочетается с существительными *Informationen*, *Adresse*, *Begriff*, *Quelle*. Частотность подобных сочетаний свидетельствует о высокой степени освоенности данных единиц носителями языка и их полном включении в систему немецкой синтагматики.

Современные корпусные исследования немецкого языка показывают, что именно регулярность синтагматических связей является одним из основных показателей закрепления неологизма в языковой системе. Если новая лексическая единица стабильно употребляется в типичных синтаксических моделях и встречается в различных функциональных стилях, вероятность ее перехода из разряда окказионализмов в общеупотребительную лексику значительно возрастает. Таким образом, синтагматический анализ позволяет не только определить особенности функционирования глагольных неологизмов, но и проследить процесс их постепенной кодификации и интеграции в современный немецкий литературный язык.

Парадигматические отношения – это способность лексических единиц заменяться другими словами в языке. Для глаголов это выражается в их спряжении по времени, лицу и наклонению. Глаголы-неологизмы обычно заимствованы из английского языка и склоняются по регулярной (слабой) модели, что облегчает их интеграцию в немецкий язык и повышает их устойчивость в лексиконе [Muxammedova, 2007; 98] (См. Таблицу 1):

Таблица 1. Парадигматические формы глагола-неологизма «googeln»

Время / Форма	Пример	Примечание
Präsens	Ich google jeden Tag.	Настоящее время, 1-е лицо
Präteritum	Ich googelte die ganze Nacht.	Слабое спряжение с суффиксом -te
Perfekt	Ich habe viel gegoogelt.	Partizip II: форма с префиксом ge -
Plusquamperfekt	Ich hatte schon gegoogelt.	Прошедшее время
Futur I	Ich werde googeln.	Намерение совершить действие в будущем
Futur II	Ich werde gegoogelt haben.	Завершение действия в будущем
Konjunktiv II	Wenn ich nur gegoogelt hätte...	Условное наклонение, нереальное действие
Passiv Präsens	Es wird gegoogelt.	Пассивная конструкция с неизвестным подлежащим

Неологизмы, такие как «googeln», в большинстве случаев морфологически без проблем интегрируются в немецкую глагольную систему, поскольку они спрягаются по правилам слабых глаголов. Кроме того, некоторые неологизмы могут образовывать гибридные формы, частично изменяя правила спряжения. Например, глагол «uploaden» иногда употребляется в форме «upgeloadet», а иногда – в форме «geuploadet». Это указывает на разнообразие морфологических вариантов (См. Таблицу 2):

Таблица 2. Параллельные формы Partizip II глагола «uploaden»

Форма	Пример	Примечание
upgeloadet	Ich habe die Datei upgeloadet.	Менее распространенная, гибридная форма.
geuploadet	Я должен загрузить дату.	Более приемлемо, в соответствии с нормой

Такие морфологические варианты, как «upgeloadet» или «geuploadet», показывают, что глагольные неологизмы не всегда интегрируются гладко. Парадигматические признаки глагольных неологизмов:

- чаще всего их изучают как слабые (правильные) глаголы;
- свободно меняться во времени и лицах;
- может иметь двойные формы Partizip II (гибридную и обычную);
- они также используются в пассивных и модальных конструкциях.

Синтагматические отношения играют важную роль в изучении глагольных неологизмов, поскольку каждый глагол, помимо своих потенциальных значений в словаре, подвергается активной лексико-грамматической адаптации посредством связей с другими словами. Синтагматические отношения особенно важны для неологизмов, поскольку новые глаголы часто используются в определённых коммуникативных ситуациях, и их семантический объём формируется именно

в этой среде. В частности, как подчеркивает Г.Хельбиг «синтагматические свойства глагола определяются его валентностью, то есть тем, сколько и какие типы актантов (падежей) он требует» [Helbig, 2008; 233].

Это главный фактор, указывающий на потенциальную возможность неологизмов связываться с другими лексическими единицами. При анализе синтагматических свойств глагольных неологизмов мы обращаем внимание на следующие основные аспекты:

1. Модель валентности (сколько актантов: один, два или три);
2. Виды падежей (именительный, винительный, дательный и т. д.);
3. Совместимость словосочетаний;
4. Фразеологическая/идиоматическая совместимость;
5. Ссылка с пост-или префиксными элементами.

Изменения в модели валентности:

Новые глаголы часто наследуют модель валентности от существующих. Например, глагол «*downloaden*» принимает традиционную двухвалентную модель:

Ich downloade (1) die Datei (2) aus dem Internet.

(я скачиваю файл из интернета) – это двухвалентная модель.

Однако некоторые неологические глаголы имеют дополнительные точки валентности и требуют трёхактантной системы. Например:

Er hat mich (1) geaddet (2) auf Facebook (3).

(Он добавил меня как друга в Facebook).

Таблица 3. Валентные модели синтагматической связи

Нет.	Неологизм	Количество актантов	Случай	Пример использования
1.	googeln	1	Именительный	Ich google jeden Tag.
2.	downloaden	2	Винительный + дательный падеж	Ich downloade das PDF aus dem Netz.
3.	adden	3	Винительный + дательный +	Ich habe ihn bei WhatsApp geaddet.
4.	scrollen	1	Именительный падеж	Er scrollt durch den Feed.
5.	likern	2	Винительный + дательный падеж	Ich like deinen Beitrag auf Instagram.

Одним из важных факторов синтагматической связи является активное употребление глагола, с какими существительными и местоимениями он употребляется.

Например, глагол «*likern*» употребляется преимущественно с объектами в контексте социальных сетей, такими как «*Beitrag*», «*Kommentar*», «*Foto*». Это, в свою очередь, определяет активную среду функционирования неологизма: «*Die Nutzer ungedoblen fast jeden neuen Beitrag*». В таких случаях функция глагола не только грамматическая, но и прагматическая, то есть он оказывает коммуникативное воздействие. Пример: «*Ich chatte gerade mit meinem Freund*».

Подобные закономерности определяют правила употребления глагола, создают синтагматические ограничения. То есть глагольный неологизм может употребляться в активной форме только в сочетании с определённым набором слов.

Синтагматический анализ показывает, что, хотя глагольные неологизмы подчиняются общим грамматическим правилам, их валентность и возможности связей порой сложны и формируются в зависимости от современных языковых тенденций. В этом процессе значительную роль играет языковой материал из СМИ, Интернета и социальных сетей. Например, такие глаголы, как «*twittern*», «*googeln*», «*liken*» и другие, выступают в различных грамматических функциях, отражая динамику языка. Это позволяет глубоко изучать синтагматические особенности глаголов и определять, насколько прочно они занимают своё место в языке.

ОБСУЖДЕНИЕ

Анализ глагольных неологизмов с парадигматической и синтагматической точек зрения демонстрирует меняющуюся динамику современного немецкого языка и его активную роль в коммуникации. Как было показано в предыдущих разделах, подобные неологизмы, возникшие в условиях глобализации, цифровизации и культурных трансформаций, образуют новые функциональные пласты в лексической системе.

С парадигматической точки зрения, неологизмы расширяют существующую глагольную парадигму, то есть создают новые глагольные формы и адаптируются к грамматическим категориям времени, модальности и стратификации. Например, такие глаголы, как «*downloaden*», «*posten*», «*chatten*», выражают действия, ранее не имевшие аналогов в немецком языке, и используются в различных грамматических формах: «*ich downloade*», «*du chattest*», «*wir posten*», что подтверждает их полную парадигматическую адаптацию.

Глаголы, связанные с технологическими изменениями в обществе, часто заимствуются из английского языка. Технологические изменения отражаются не только на лексическом уровне, но и в грамматической динамике. Адаптация новых глаголов подтверждает высокую гибкость парадигматических конструкций в немецком языке.

Синтагматические признаки показывают, какие модели валентности имеют эти глаголы и в какой степени они могут быть связаны с другими классами слов. В частности, глагол «*googeln*» напрямую связан с предикативным объектом (например, *einen Begriff*) в унитарной структуре. Для примера: «*Ich google den Begriff*» или «*Sie hat gestern den Arzt gogoogelt*». Это означает, что данные глаголы органично встраиваются в синтагматическую структуру, т.е. полностью адаптируются к стандартным конструкциям. Это демонстрирует полную интеграцию глаголов в синтаксические структуры языка. Другой важный аспект – валентность, определяющая роль неологизмов в словосочетаниях. Ниже представлена таблица с примерами (См. Таблицу 4):

Таблица 4. Примеры валентных моделей

Неологизм	Объект	Предложное сочетание	Пример
googeln	+ Акк. с.	–	Ich google den Namen.
downloaden	+ Акк. с.	–	Sie downloadet die Datei.
posten	+ Акк. с.	+ auf + Akk.	Er postet das Bild auf Instagram.
streamen	+ Акк. с.	–	Wir streamen den Film.

Данная таблица показывает, что глагольные неологизмы обладают определённой синтаксической структурой и играют чёткую функциональную роль в лексико-структурном механизме. Их валентные признаки обладают способностью образовывать целостную грамматическую связь, подобно традиционным немецким глаголам.

Дискурсивная ценность неологических глаголов наглядно проявляется на примере мультимодальных и цифровых дискурсов современного немецкого языка. Например, новые глаголы широко используются в повседневном общении на интернет-форумах, в социальных сетях, блогах и в СМИ. Это свидетельствует о том, что эти единицы формируются не только как формальные лексические изменения, но и как коммуникативное средство.

С прагматической точки зрения, глагольные неологизмы отражают новаторский подход говорящего к языку. Их использование часто обеспечивает семантическую компактность, то есть одно слово заменяет длинную фразу: «*Ich habe es hochgeladen*» можно заменить на «*Ich habe es geploadet*», что позволяет передать больше информации меньшим количеством языковых элементов. Неологизмы выполняют не только новую семантическую, но и функциональную роль. Они обновляют иерархию понятий в языке.

Эти тенденции имеют также лингвокультурологическое значение, поскольку язык является моделью культуры, а глагольные неологизмы отражают технологические и социальные изменения в обществе. Такие глаголы, как « *liken*», «*blockieren*», «*entfreunden*», указывают не только на изменения в языке, но и на глобальные трансформации в социальных отношениях.

При сравнении полученных результатов с другими языками, особенно с узбекским, выявляются определённые различия. В узбекском языке глагольные неологизмы реализуются преимущественно через словосочетания и переводы, что обусловлено, главным образом, слабой словообразовательной способностью и отсутствием чётких грамматических моделей словообразования. Например, широко распространены гибридные конструкции, такие как «*downloaden*», «*streamen*», «*posten*». Хотя это и свидетельствует о функциональном решении в языке, нельзя сказать, что это свидетельствует о полной грамматической адаптации. С этой точки зрения развитие глагольных неологизмов в немецком языке характеризуется высокой динамикой лексической ассимиляции, быстрой адаптируемостью глаголов в парадигматической и синтагматической системе, чёткостью моделей валентности и дискурсивной универсальностью.

ВЫВОДЫ

На основе проведённого анализа стало ясно, что парадигматические и синтагматические особенности глагольных неологизмов в немецком языке играют важную роль в динамике современного немецкого языка. В лексикологии XXI века неологизмы, особенно образующиеся в форме глаголов, выступают в качестве одного из важных средств расширения функциональных возможностей языка. Во-первых, с парадигматической точки зрения, новые глаголы усваиваются в соответствии с существующими моделями глаголообразования в немецком языке. Например, активное использование таких глаголов, как «*googeln*», «*downloaden*», «*skypen*» в различных парадигмах падежа, времени, лица и рода, подтверждает грамматическую ассимиляцию этих неологизмов. Однако некоторые неологизмы (например, «*zappen*» или «*browsen*») на начальном этапе сталкиваются с определёнными трудностями морфологической адаптации, и наблюдаются определённые колебания в их формах времени и лица. В синтагматическом плане неологизмы, с их валентными характеристиками, отражают органическое развитие языка. Появление глагола «*googeln*» с прямым дополнением («*etwas*»), «*googeln*») или синтаксические возможности глагола «*chatten*» с некоторыми другими глаголами («*stundenlang chatten*», «*miteinander chatten*») указывают на степень консолидации этих единиц. Структуры, выявленные с помощью валентных моделей, выявили эффективность этих глаголов в практическом выражении желания.

Другим важным моментом является то, что глагольные неологизмы в немецком языке формируются под влиянием глобальной культуры, цифровых технологий и творческой коммуникации. В частности, глаголы, связанные с информационно-коммуникационными технологиями («*posten*», «*streamen*», «*liken*» и другие), становятся эффективным средством выражения активности в интернете и социальных сетях. Благодаря этим глаголам язык становится не только средством номинации объектов, но и средством воссоздания и перекодирования социальной реальности.

Следует подчеркнуть, что парадигматические и синтагматические особенности глагольных неологизмов имеют решающее значение в их популяризации и стандартизации. Полное грамматико-морфологическое и лексико-синтаксическое усвоение этих особенностей обеспечивает постоянное присутствие глагольных неологизмов в речи.

Также, на основании проанализированных данных и таблиц, глагольные неологизмы включают в себя такие языковые процессы, как семантическое расширение, функциональная омонимия и межжанровая популяризация. Это открывает новые научные и практические направления анализа для неологии, морфологии и синтаксиса лингвистики.

В заключение следует отметить, что изучение парадигматических и синтагматических особенностей глагольных неологизмов позволяет понять динамические изменения в языке. Этот процесс актуален и универсален не только для немецкого языка, но и для любого живого языка. С этой точки

зрения, исследования по данной теме служат важной основой для выявления современных тенденций в лингвистике, разработки новых теоретических подходов и подготовки практических приложений.

LITERATURA

1. Axmedov, A. (2018). *Hozirgi nemis tili leksikasida innovatsion jarayonlar*. Filol. fan. fals. dok. diss. avtoref. Toshkent.
2. Braun, P. (2008). *Tendenzen in der deutschen Gegenwartssprache. Sprachvarietäten*. Stuttgart: Franz Steiner Verlag.
3. Braun, W. (2006). Neuwörter und Neubedeutungen in der Literatursprache der Gegenwart. *Sprachpflege*, 5, 4–11.
4. Bushuy, T. (2004). *Til tizimi va qurilishi*. Samarqand: SamDChTI.
5. Bushuy, T. (2017). *Yazyk i kul'tura*. Tashkent: Fan.
6. Dudenredaktion. (2019). *Deutsches Universalwörterbuch* (9., überarbeitete und erweiterte Auflage). Berlin: Dudenverlag.
7. Dudenredaktion. (2020). *Die deutsche Rechtschreibung: Auf der Grundlage der aktuellen amtlichen Rechtschreibregeln* (28., völlig neu bearbeitete und erweiterte Auflage). Berlin: Dudenverlag.
8. Franke, W. (2006). *Einführung in die Sprachwissenschaft*. Hamburg: Helmut Buske Verlag.
9. Helbig, G., & Schenkel, W. (2008). *Wörterbuch zur Valenz und Distribution deutscher Verben*. Leipzig: Max Niemeyer Verlag.
10. Henzen, W. (2007). *Deutsche Wortbildung*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
11. Herberg, D. (2002). Neologismen in der deutschen Gegenwartssprache. Probleme ihrer Erfassung und Beschreibung. *Deutsch als Fremdsprache*, 4, 125–140.
12. Herberg, D., Kinne, M., Steffens, D. (2004). *Neuer Wortschatz. Neologismen der 90er Jahre im Deutschen*. Berlin; New York: Walter de Gruyter.
13. Hojiyev, A. (2020). *Tilshunoslik terminlarining izohli lug'ati*. Toshkent: O'zbekiston milliy ensiklopediyasi Davlat ilmiy nashriyoti.
14. Jerebilo, T.V. (2016). *Slovar' lingvisticheskikh terminov i ponyatiy* (6-e izd.). Nazran': Pilgrim.
15. Langenscheidt. (2017). *100 Prozent Jugendsprache 2017: Das Buch zum Jugendwort des Jahres*. München: Langenscheidt GmbH & Co. KG.
16. Mikheva, E. (2005). *Neologizmy sovremennogo nemetskogo yazyka: integrativnyy aspekt na materiale imen sushchestvitel'nykh*. Avtoref. diss. kand. filol. nauk. Voronezh: Voronezhskiy gosudarstvennyy universitet.
17. Muxammedova, S. (2007). *O'zbek tilida harakat fe'llarining semantik va valentlik xususiyatlari*. Filol. fan. nomz. diss. avtoref. Toshkent.
18. Novikova, L. (2002). Mesto neologii i neografii v kurse leksikologii sovremennogo nemetskogo yazyka. V kn.: *Rossiya i strany Zapada: Problemy istorii i filologii* (Ch. 1, ss. 302–309). Nizhnevartovsk: Nizhnevartovskiy gosudarstvennyy pedagogicheskiy institut.
19. Nurgalieva, N. (2013). Neologizmy i modeli vozniknoveniya novykh slov v yazyke (na primere empiricheskogo analiza anglitsizmov v korpuse tekstov nemetskogo yazyka). *Vestnik Bashkirskogo universiteta*, 18(3), 849–857.
20. Pereverzeva, N. (2010). *Metaforicheskaya i metonimicheskaya depersonifikatsiya v sovremennom nemetskom yazyke*. Avtoref. diss. kand. filol. nauk. Belgorod.
21. PONS. (2010). *Wörterbuch der Jugendsprache 2011*. Stuttgart: PONS GmbH.
22. Popova, T. (2005). *Neologiya i neografiya sovremennogo russkogo yazyka*. Moskva: Flinta.
23. Quasthoff, U., & Liebold, S. (2007). *Deutsches Neologismenwörterbuch: Neue Wörter und Wortbedeutungen in der Gegenwartssprache*. Berlin: Walter de Gruyter.
24. Rozen, E. (2000). *Na poroge XXI veka. Novye slova i slovosochetaniya v nemetskom yazyke*. Moskva: Prosveshchenie.
25. Steffens, D., & Nikitina, O. (2016). *Deutsch-russisches Neologismenwörterbuch. Neuer*

- Wortschatz im Deutschen, 1991–2010* (Bd. 1–2). Mannheim: Institut für deutsche Sprache.
26. To‘xtasinova, O. (2007). *O‘zbek tilida leksik okkazonalizmlar va ularning badiiy-estetik xususiyatlari. Filol. fan. nomz. diss.* Toshkent.
 27. Toshaliyeva, S. (1998). *O‘zbek tilida okkazonal so‘z yasalishi. Filol. fan. nomz. diss. avtoref.* Toshkent.
 28. Wahrig. (2011). *Deutsches Wörterbuch*. München: Brockhaus.
 29. Wiegand, H.E. (1990). Neologismenwörterbücher. In *Ein internationales Handbuch zur Lexikographie* (2. Teilband, S. 2185–2187). Berlin; New York: Walter de Gruyter.
 30. Worbs, E. (2009). *Neue Zeiten – neue Wörter – neue Wörterbücher. Beiträge zur Neologismenlexikografie und -lexikologie*. Frankfurt am Main: Peter Lang.

REFERENCES

1. Akhmedov, A. (2018). Innovative processes in the lexicon of contemporary German. *PhD diss. abstr.* Tashkent.
2. Braun, P. (2008a). *Trends in contemporary German language. Language varieties*. Stuttgart: Franz Steiner Publishing House.
3. Braun, W. (2006). New words and new meanings in contemporary literary language. *Sprachpflege*, 5, 4–11.
4. Bushuy, T. (2004). *Language system and structure*. Samarkand: Samarkand State Institute of Foreign Languages.
5. Bushuy, T. (2017). *Language and culture*. Tashkent: Science.
6. Dudenredaktion. (2019). *German universal dictionary* (9th revised and expanded ed.). Berlin: Duden Publishing House.
7. Dudenredaktion. (2020). *German spelling: Based on the current official spelling rules* (28th completely revised and expanded ed.). Berlin: Duden Publishing House.
8. Franke, W. (2006). *Introduction to linguistics*. Hamburg: Helmut Buske Publishing House.
9. Helbig, G., & Schenkel, W. (2008). *Dictionary of valency and distribution of German verbs*. Leipzig: Max Niemeyer Publishing House.
10. Henzen, W. (2007). *German word formation*. Tübingen: Max Niemeyer Publishing House.
11. Herberg, D. (2002). Neologisms in contemporary German: Problems of identification and description. *Deutsch als Fremdsprache*, 4, 125–140.
12. Herberg, D., Kinne, M., & Steffens, D. (2004). *New vocabulary: Neologisms of the 1990s in German*. Berlin; New York: Walter de Gruyter.
13. Hojiyev, A. (2020). *Explanatory dictionary of linguistic terms*. Tashkent: State Scientific Publishing House of the National Encyclopedia of Uzbekistan.
14. Jerebilo, T.V. (2016). *Dictionary of linguistic terms and concepts* (6th ed.). Nazran: Pilgrim.
15. Langenscheidt. (2017). *100 percent youth language 2017: The book of the youth word of the year*. Munich: Langenscheidt GmbH & Co. KG.
16. Mikheva, E. (2005). Neologisms in contemporary German: An integrative approach based on nouns. *Cand. Sci. (Philol.) diss. abstr.* Voronezh: Voronezh State University.
17. Mukhammedova, S. (2007). Semantic and valency features of motion verbs in Uzbek. *Cand. Sci. (Philol.) diss. abstr.* Tashkent.
18. Novikova, L. (2002). The place of neology and neography in the course of contemporary German lexicology. In *Russia and Western countries: Problems of history and philology* (Part 1, pp. 302–309). Nizhnevartovsk: Nizhnevartovsk State Pedagogical Institute.
19. Nurgalieva, N. (2013). Neologisms and models of new word formation in language (based on an empirical analysis of Anglicisms in a corpus of German texts). *Bulletin of Bashkir University*, 18(3), 849–857.
20. Pereverzeva, N. (2010). Metaphorical and metonymic depersonification in contemporary German. *Cand. Sci. (Philol.) diss. abstr.* Belgorod.
21. PONS. (2010). *Dictionary of youth language 2011*. Stuttgart: PONS GmbH.
22. Popova, T. (2005). *Neology and neography of contemporary Russian*. Moscow: Flinta.

23. Quasthoff, U., & Liebold, S. (2007). *German dictionary of neologisms: New words and meanings in contemporary language*. Berlin: Walter de Gruyter.
24. Rozen, E. (2000). *On the threshold of the twenty-first century: New words and expressions in German*. Moscow: Enlightenment.
25. Steffens, D., & Nikitina, O. (2016). *German–Russian dictionary of neologisms: New vocabulary in German, 1991–2010* (Vols. 1–2). Mannheim: Institute for the German Language.
26. Tokhtasinova, O. (2007). Lexical occasionalisms in Uzbek and their literary-aesthetic features. *Cand. Sci. (Philol.) diss.* Tashkent.
27. Toshaliyeva, S. (1998). Occasional word formation in Uzbek. *Cand. Sci. (Philol.) diss. abstr.* Tashkent.
28. Wahrig. (2011). *German dictionary*. Munich: Brockhaus.
29. Wiegand, H.E. (1990). Dictionaries of neologisms. In *An international handbook of lexicography* (Vol. 2, pp. 2185–2187). Berlin; New York: Walter de Gruyter.
30. Worbs, E. (2009). *New times – new words – new dictionaries: Contributions to neologism lexicography and lexicology*. Frankfurt am Main: Peter Lang Publishing House.