



**СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ
ФОРМИРОВАНИЯ МОЛОДЁЖНОЙ ЛЕКСИКИ
(НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА)**

Национальный Университет Узбекистана

имени Мирзо Улугбека Факультет зарубежной филологии

Кафедра немецкой филологии

студентки 4-курса направления

“Филология и обучение языкам (немецкий язык)”

Омонова Дурдона Гайрат кизи, Рузиева Феруза Баходир кизи

Научный руководитель: преп. Саидова Дурдона Акром кизи

Abstract: The article is devoted to the analysis of socio-cultural factors determining the lexical composition of contemporary youth speech in Germany. Drawing on the data from the annual Youth Word of the Year competition held by Langenscheidt publishing house, as well as the research of German sociolinguists (E. Neuland, N. Bahlo), the study examines factors such as the need for self-identification, the influence of globalization and digital communication, media environment, subcultural practices, and age-related psychological traits. Special attention is paid to Anglicisms, borrowings from Turkish and Arabic, as well as regional variants of youth language. It is concluded that German youth vocabulary constitutes a dynamic system reflecting the transformation of society and the value orientations of Generations Z and Alpha.



Keywords: German youth vocabulary, youth language, sociolinguistics, Youth Word of the Year, Anglicisms, globalization, subculture, digital communication.

Аннотация: Статья посвящена анализу социально-культурных факторов, определяющих лексический состав современной молодёжной речи в Германии. На основе данных ежегодного конкурса «Молодёжное слово года» (Jugendwort des Jahres) издательства Langenscheidt, а также исследований немецких социолингвистов (Е. Нойланд, Н. Бало) рассматриваются потребность в самоидентификации, влияние глобализации и цифровых коммуникаций, а также воздействие мультикультурной среды. Отдельное внимание уделяется англицизмам, заимствованиям из турецкого и арабского языков, а также субкультурным практикам. Делается вывод о том, что немецкая молодёжная лексика представляет собой динамическую систему, отражающую трансформацию ценностных ориентаций поколений Z и Alpha.

Ключевые слова: немецкая молодёжная лексика, молодёжный язык, социолингвистика, молодёжное слово года, англицизмы, глобализация, субкультура, цифровая коммуникация.

Вопрос о том, что и как формирует речь молодого поколения, занимает сегодня одно из центральных мест в современной социолингвистике. В германистике исследованиям молодёжного языка уделяется особое внимание, начиная от первых словарей ученического жаргона и заканчивая масштабными проектами, такими как работа Е. Нойланд «Deutsche Schülersprache» [1], охватившая более тысячи учащихся в девяти федеральных землях Германии.

Наиболее заметным явлением в публичной сфере стал ежегодный конкурс издательства Langenscheidt «Молодёжное слово года», в котором



молодые люди от 11 до 20 лет выбирают наиболее репрезентативные лексические единицы [2]. В 2025 году было подано почти два миллиона голосов, что свидетельствует о высокой значимости этой темы для самих носителей языка. Под молодёжной лексикой в данной работе понимаются слова и выражения, используемые преимущественно людьми в возрасте 11–25 лет в неформальном общении.

Как отмечает Н. Бало, не существует одной «единой» молодёжной речи - это спектр стилей, варьирующихся в зависимости от времени, ситуации, социокультурного контекста и региона [3;45].

Цель статьи - систематизировать и проиллюстрировать на немецком материале основные социально-культурные факторы, влияющие на формирование этой динамичной лексической подсистемы.

Как и в любом другом языке, немецкая молодёжная лексика выполняет функцию символической границы между поколениями. Для подросткового возраста характерны высокая степень эмоциональности и экспрессивности, которые находят выражение в языковых маркерах. Когда молодой человек вместо стандартного «Das ist gut» говорит «Das ist crazy» или «Das ist endgeil», он не просто передаёт информацию, но и демонстрирует принадлежность к своей возрастной группе.

Характерным примером служит эволюция обращений. Ещё в 1990-е годы стандартным было слово *Alter* («чувак»). Сегодня это слово считается устаревшим. Ему на смену пришли *Digga* (также варианты *Digger*, *Diggah*), происхождение которого лингвисты связывают с гамбургским диалектным *Dicker* («толстяк»), но которое сегодня полностью утратило первоначальное значение и используется как универсальный аналог английского «bro».



Для немецкой молодёжной лексики также характерна высокая степень креативности и языковой игры. Подростки не просто заимствуют готовые слова, но творчески их переосмысливают. Один из ярких примеров - глагол *merkeln*, образованный от фамилии бывшего канцлера Ангелы Меркель. Он означает «тянуть время», «избегать принятия решений», то есть именно ту модель поведения, за которую политика часто критиковали. Пример использования: «*Komm schon, willst du merkeln oder willst du endlich handeln?*» («Ну давай, ты будешь тянуть или наконец начнёшь действовать?»).

Другой пример - глагол *tindern*, образованный от названия приложения *Tinder* и означающий «сидеть в приложении для знакомств». Важно отметить, что немецкая молодёжная речь сильно дифференцирована по субкультурным предпочтениям. Геймеры используют одну лексику (например, *NPC* - «неигровой персонаж», используемый для обозначения скучного, неоригинального человека; *verbuggt* - «глючный»), поклонники рэпа - другую (*Aura*, *flexen*).

При этом некоторые субкультурные термины со временем становятся общеупотребительными. Оценки типичности тех или иных слов напрямую зависят от субкультурных предпочтений, возраста и социального окружения.

Самым заметным фактором, влияющим на немецкую молодёжную лексику, является глобализация и доминирование английского языка. Как показывают данные, англицизмы интегрируются не только в имена существительные, но и в глаголы (с добавлением немецкого инфинитивного суффикса *-en*), прилагательные и междометия. Этот процесс активно протекает через медиа, социальные сети и поп-культуру.



Анализ победителей конкурса «Молодёжное слово года» за последние годы наглядно подтверждает данный тезис: *lost*, *cringe*, *smash*, *goofy*, *das crazy* - все эти слова являются английскими заимствованиями или включают английские корни. Это подтверждает статус английского языка как основного донора для немецкой молодёжной лексики. Однако исследователи отмечают, что реальное количество англицизмов в повседневной речи подростков не столь велико, как принято считать в обывательской среде; они составляют лишь небольшую, хотя и наиболее заметную часть лексикона.

Характерной чертой немецкого молодёжного языка является обязательная адаптация английских слов к немецкой грамматике. Глаголы получают немецкое окончание: *canceln* (отменять), *liken* (лайкать), *flexen* (хвастаться, выпендриваться, от англ. *flex*). Существительные могут писаться как с заглавной (по правилам немецкого языка), так и со строчной буквы в неформальной интернет-коммуникации. Прилагательное *cringe* («кринжовый», вызывающий стыд) в немецком языке не склоняется, но активно используется в конструкциях типа «*Das ist so cringe*».

Уникальной особенностью немецкой молодёжной лексики, отличающей её от русской или британской, является значительное влияние турецкого и арабского языков. Это связано с многолетней историей трудовой иммиграции и формированием особого уличного сленга (так называемого *Kiezdeutsch*), особенно в крупных городских агломерациях, таких как Берлин, Кёльн и Франкфурт. Даже подростки без миграционного фона активно используют заимствования из турецко-арабского ареала. Среди наиболее частотных лексем можно выделить следующие: *Yallah* (араб. «давай, пошли»), *Wallah* (араб. «клянусь Аллахом») - междометие для эмоционального подтверждения



правдивости сказанного), Cüs (от тур. cüz - приветствие или восклицание удивления), Науван (тур. «животное», используется как ругательство или фамильярное обращение).

Интернет и социальные сети играют ключевую роль в распространении молодёжной лексики. Именно в цифровой среде новые слова рождаются и вирусно распространяются с беспрецедентной скоростью. Лексические единицы, популярные 3–4 года назад (например, is kla, lauchig), уже сегодня могут восприниматься подростками как устаревшие.

Платформы вроде TikTok, Instagram и YouTube стали главными «фабриками слов». Например, вопрос Checkst Du?, который вошёл в тройку лидеров конкурса 2025 года, активно распространяется именно через короткие видео. Он ставится в конце предложения, чтобы убедиться, что собеседник действительно понял сказанное, представляя собой новую вариацию стандартного «Verstehst du?».

Через социальные сети и видеоигры в обиход вошли такие слова, как NPC (для обозначения людей, которые ведут себя шаблонно и механически). Немецкая рэп-сцена также оказывает колоссальное влияние на молодёжный язык. Исполнители вроде Capital Bra, Shirin David и Ufo361 вводят в оборот новые выражения, которые моментально подхватываются подростковой аудиторией. Например, слово Aura (молодёжное слово 2024 года), обозначающее харизму и статус, активно использовалось в рэп-батлах и треках задолго до официального признания.

Проведённый на материале немецкого языка анализ позволяет сделать вывод о том, что формирование молодёжной лексики представляет собой сложный многофакторный процесс, в котором



переплетаются внутренние (возрастная психология, стремление к самоидентификации, языковая игра) и внешние (глобализация, цифровизация, миграция) детерминанты. Глобализация и доминирование английского языка проявляются наиболее ярко: подавляющее большинство победителей конкурса «Молодёжное слово года» последних лет являются англицизмами, которые проходят грамматическую адаптацию (суффикс -en для глаголов).

Уникальной чертой немецкой молодёжной речи остаётся значительное влияние турецкого и арабского языков, что отражает мультикультурную реальность современной Германии. Цифровые коммуникации (TikTok, Instagram) выступают главным катализатором распространения новых слов, многократно ускоряя ротацию лексического состава. Социолингвистические исследования (Е. Нойланд, Н. Бало) убедительно доказывают, что молодёжная речь неоднородна и варьируется в зависимости от региона, социального происхождения и субкультурных предпочтений.

Молодёжная лексика является не «порчей языка», а живым механизмом языковой динамики и инноваций. Многие слова со временем переходят в общую разговорную норму (как это произошло с междометием *eu* или словом *cool*), обогащая литературный немецкий язык. Перспективы дальнейшего исследования связаны с изучением влияния технологий искусственного интеллекта на коммуникативные практики поколения Alpha.

Список использованной литературы

1. Нойланд Е. Deutsche Schülersprache: Sprachgebrauch und Spracheinstellungen Jugendlicher in Deutschland / E. Neuland. Frankfurt am Main: Peter Lang, 2016.



2. Langenscheidt Verlag. Jugendwort des Jahres 2020–2025: Statistiken und Trends. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.langenscheidt.com/jugendwort-des-jahres>.

3. Бало Н. Социолингвистические аспекты немецкой молодёжной речи / Н. Бало // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2022. № 3.