

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут філології
кафедра германської філології та перекладу

**СЛОВОТВІРНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ФЕНОМЕНА МОВНОЇ ГРИ В
СУЧАСНИХ НІМЕЦЬКИХ ЗМІ**

Кваліфікаційна робота
освітнього ступеня «бакалавр»
студентки 4-го курсу
освітньої програми
*«Німецька філологія та переклад,
англійська мова»*,
спеціальність – 035.043 «Германські
мови та літератури (переклад
включно, перша– німецька»
Олександра Андріївна КИРША
Науковий керівник:
к.філол.н., ас. Оксана МАРТИНІВ

«Допущено до захисту»

Протокол засідання

кафедри германської філології та перекладу

протокол № 12 від « 12 » серпня 2025 року

завідувач кафедри _____

к.філол.н., доц. Олександр СТАСЮК

КИЇВ
2025

Анотація

У роботі досліджено словотвірний потенціал феномена мовної гри в сучасних німецькомовних засобах масової інформації як інструменту лінгвокреативної діяльності. Актуальність теми зумовлена зростанням зацікавленості до креативних процесів у медійному дискурсі, а також необхідністю систематизованого аналізу сучасних словотвірних тенденцій у німецькій мові.

Об'єктом дослідження виступає мовна гра як прояв креативного мовлення, тоді як предметом є словотвірні засоби реалізації мовної гри у ЗМІ. Мета дослідження полягає у виявленні способів реалізації мовної гри на словотвірному рівні та аналізі її потенціалу як засобу впливу на комунікативний процес.

Для досягнення поставленої мети були визначені наступні завдання: охарактеризувати теоретичні підходи до мовної гри, описати її функції в медійному дискурсі, класифікувати словотвірні моделі та виявити прийоми і типи словотвірної мовної гри у публіцистичних текстах.

Методологічну основу дослідження склали описовий метод, метод лінгвістичного спостереження й інтерпретації, контекстуально-семантичний аналіз, а також елементи кількісного аналізу.

Результати роботи засвідчують, що мовна гра у німецьких ЗМІ активно функціонує як засіб впливу на емоційно-оцінну сферу адресата та формування актуального інформаційного поля. У межах дослідження класифіковано основні моделі словотвору, простежено вплив мовної гри на розвиток неологізмів, а також окреслено лінгвокреативний потенціал сучасної німецької мови. Практичне значення дослідження полягає в можливості його використання у викладанні курсів з німецької мови, стилістики, журналістики та аналізу медіатекстів.

Ключові слова: мовна гра, словотвір, німецька мова, засоби масової інформації, лінгвокреативність, медіадискурс, оказіоналізми, заголовки.

Abstract

The paper investigated the word-formation potential of the phenomenon of language play in the modern German-language media as a tool of linguistic creativity. The relevance of the topic is due to the growing interest in creative processes in media discourse, as well as the need for a systematic analysis of modern word-formation trends in the German language.

The object of the study is language play as a display of creative speech, while the subject is the word-formation means of implementing language play in the media. The purpose of the study is to identify ways of implementing language play at the word-formation level and to analyse its potential as a means of influencing the communication process.

To achieve this goal, the following tasks were identified: to characterise theoretical approaches to language play, describe its functions in media discourse, classify word-formation models and identify techniques and types of word-formation language play in journalistic texts.

The methodological basis of the study is based on the descriptive method, the method of linguistic observation and interpretation, contextual and semantic analysis, as well as elements of quantitative analysis.

The results of the study show that language play in the German media actively functions as a means of influencing the emotional and evaluative sphere of the addressee and forming the actual information field. The study classifies the main models of word formation, traces the influence of language play on the development of neologisms, and outlines the linguistic and creative potential of the modern German language. The practical significance of the study lies in the possibility of its use in teaching courses in German, stylistics, journalism and media text analysis.

Keywords: language play, word formation, German, mass media, linguistic creativity, media discourse, occasionalisms, headlines.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МОВНОЇ ГРИ В АСПЕКТІ СЛОВОТВОРУ	8
1.1. Мовна гра як лінгвістичний та комунікативний феномен.....	8
1.2. Функції мовної гри в ЗМІ.....	13
1.3. Словотвірний потенціал німецької мови.....	16
1.4. Словотвір як основний механізм реалізації мовної гри у мас медіа.....	20
Висновки до першого розділу	25
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СЛОВОТВОРЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ МОВНОЇ ГРИ В СУЧАСНИХ НІМЕЦЬКОМОВНИХ ЗМІ	26
2.1. Види мовної гри у публіцистичних заголовках німецьких медіа.....	26
2.2. Аналіз прийомів словотвірної гри в ЗМІ.....	34
Висновки до другого розділу	51
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	52
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	54
ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ	57
ZUSAMMENFASSUNG	63
ДОДАТКИ	65

ВСТУП

У сучасному інформаційному просторі засоби масової інформації відіграють ключову роль у формуванні мовних тенденцій, актуалізації лінгвістичних інновацій та поширенні неологізмів. Одним із яскравих проявів мовної креативності, що активно використовується в медіа-дискурсі, є мовна гра. Вона не лише збагачує мову новими лексичними одиницями, але й слугує ефективним інструментом впливу на аудиторію через залучення уваги і виклик емоцій.

Феномен мовної гри, зокрема на словотвірному рівні, є особливо цікавим для лінгвістичного аналізу, оскільки дозволяє простежити нестандартні механізми творення нових слів, зміну усталених словотвірних моделей, а також виявити прагматичні й стилістичні функції новотворів у медійному контексті. У німецьких ЗМІ словотвірна гра часто використовується для створення заголовків, слоганів, реклами, сатиричних чи політичних коментарів, що свідчить про її важливу роль у сучасному дискурсі.

Актуальність теми зумовлена зростанням інтересу до креативних мовних процесів у публічному мовленні, зокрема у ЗМІ, та необхідністю систематизації й аналізу новітніх словотвірних тенденцій. Особливої уваги заслуговує словотвір як механізм реалізації мовної гри, що дає змогу простежити нестандартні шляхи творення нових лексем, зрозуміти комунікативні інтенції мовця та оцінити потенціал німецької мови до лінгвокреативності.

Практичне значення роботи полягає в можливості застосування її результатів у викладанні курсу німецької мови, стилістики, лексикології, у практиці журналістики, а також при укладанні навчальних посібників з аналізу медійного тексту.

У процесі дослідження було опрацьовано низку теоретичних праць, присвячених мовній грі (Л. Вітгенштайн, Ф. Хаусман, Е. Пірайнен, І. Сніховська, А. Тепшич), словотвору (В. Фляйшер, Е. Хеншель, С. Штайн, А. Мак, Б. Шлюкер), а також прикладним аспектам мовної гри в публіцистиці та ЗМІ (Н. Третьак, Т. Крутько, С. Лазаренко, О. Назаренко).

Метою дослідження є виявлення словотвірного потенціалу мовної гри як засобу лінгвокреативної діяльності в сучасних німецьких ЗМІ та аналіз способів реалізації мовної гри на словотвірному рівні.

Для досягнення зазначеної мети розв'язували такі **завдання**:

1. Проаналізувати основні теоретичні підходи до трактування феномена мовної гри.
2. Розглянути функції мовної гри в медійному дискурсі.
3. Визначити основні типи словотвірних моделей у німецькій мові та їх потенціал до креативного використання.
4. Класифікувати основні прийоми мовної гри у ЗМІ на словотвірному рівні.
5. Проаналізувати приклади реалізації мовної гри в німецькомовних публіцистичних текстах (на прикладі газетно-журнальної та інтернет-преси).

Об'єктом дослідження є мовна гра як феномен креативного мовлення.

Предметом дослідження виступають словотвірні засоби реалізації мовної гри в сучасних німецькомовних засобах масової інформації.

Наукова новизна дослідження полягає у спробі комплексного аналізу словотвірного потенціалу мовної гри в медійному дискурсі Німеччини. Уперше здійснено класифікацію словотвірних прийомів, що реалізують мовну гру в заголовках і текстах німецькомовної публіцистики періоду 2020–2025 рр., а також проаналізовано їхні прагматичні й стилістичні функції.

Для розв'язання поставлених завдань було використано такі **методи дослідження**: описовий метод (для аналізу словотвірних процесів та типів мовної гри); метод лінгвістичного спостереження й інтерпретації (під час аналізу заголовків і медіатекстів); контекстуально-семантичний аналіз (для встановлення значення оказіональних утворень); елементів кількісного аналізу (для класифікації найбільш уживаних прийомів мовної гри у медіа).

Результати дослідження було **апробовано** у вигляді тез («Мовна гра в комунікативному просторі сучасних німецьких ЗМІ») на ІХ Всеукраїнських наукових читаннях за участю молодих учених «Філологія ХХІ століття: нові

дослідження і перспективи», які відбулися у Навчально-науковому інституту філології 10–11 квітня 2025 року.

Структура роботи. Наукова праця складається зі вступу, двох розділів, супроводжуваних висновками, загальних висновків, списку використаної літератури. Повний обсяг дослідження – 65 сторінок, з яких 53 сторінки основного тексту.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МОВНОЇ ГРИ В АСПЕКТІ СЛОВОТВОРУ

1.1. Мовна гра як лінгвістичний та комунікативний феномен

Поняття «мовна гра» було запроваджене у теорію мови і лінгвофілософію Людвігом Вітгенштайном, австро-англійським філософом, який сприймав усю вербальну діяльність людини як сукупність мовленнєвих ігор і стверджував, що «термін “мовна гра” покликаний підкреслити той факт, що мовлення є частиною діяльності, способу життя» [Вітгенштайн 1995, с.101], а також що «нове (спонтанне, “специфічне”) завжди є мовною грою» [Вітгенштайн 1995, с.304]. Однак складність і багатогранність цього феномена не дозволяють надати йому однозначного тлумачення [16, с.2]. У цьому контексті обґрунтованим є використання визначення мовних ігор французького філософа Ж.-Ф.Ліотара як «гетерогенних» і твердження про те, що кульмінаційний момент сучасної дискусії полягає в тому, що гетерогенність мовних ігор робить міжсуб'єктивність, легітимацію і критику вкрай необхідними – і одночасно неможливими: адже мовна гра, яка намагається це зробити, «чинить насильство над гетерогенністю мовних ігор» [33, с.245].

Існує ряд інших трактувань мовної гри, наприклад німецький дослідник Ф. Хаусман вважає, що «мовна гра, як розумова дивергенція обернено пропорційна мовному вираженню і за визначенням є загадкою, розв'язання якої вимагає інтелектуальної роботи на метамовному рівні» [26, с.126].

Відмінне тлумачення цього мовного явища пропонує Е. Пірайнен, яка наголошує на тому, що «мовна гра це креативна метамовна діяльність, продуктом якої є оказіональні, одноразові утворення, що вимагають декодування з боку реципієнта» [Piirainen 1999, с.264].

Г. Вільперт у «Sachwörterbuch der Literatur» визначає мовну гру як «дотепне використання мовної багатозначності для досягнення комічного ефекту» [Wilpert 1989, с.1037], а «Metzler Literatur Lexikon» [Metzler Literatur

Lexikon 1990, с.505] – як «гру зі змінністю значень, багатозначністю та звуковою різноманітністю мови», яка завжди служить виявленню подвійного сенсу, амбівалентності висловлювання.

Про багатогранність терміна і складність його систематизації свідчить і той факт, що він не має відповідників у німецькій та англійських мовах. Так у працях з англістики дослідники використовують такі терміни, як «*language play*», «*language game*», «*linguistic game*», «*word play*», або «*speech play*» [16, с.2]. У працях з германістики також використовується цілий ряд термінів, які наголошують на різних аспектах мовної гри, зокрема: «**Sprachspiel**», «**Sprachspielerei**», «**Sprachscherz**», «**Sprachwitz**», «**Sprachspaß**», «**Sprachhumor**» і відповідні комбінації із «*Wort-*» як першою компонентою існують паралельно. Проте термін «*Sprachspiel*» багатьма німецькомовними дослідниками вживається як загальний [23, с.41-42]. У вітчизняному мовознавстві так само поряд із терміном «мовна гра» використовуються такі терміни, як «мовленнєва гра» або «гра слів» [19, с.31]. Також в деяких працях можна зустріти терміни «словесна гра» та «каламбур». При цьому зауважимо, що серед цього різноманіття термінів, «мовна гра» вважається більш повним та загальним.

Очевидно, що питання лінгвістичного статусу мовної гри є предметом наукових дискусій серед зарубіжних та вітчизняних дослідників (передусім лінгвістів та філософів). Зокрема у своїх працях цю тему досліджували Г.Гадамер («*Wahrheit und Methode. Grundzüge einer philosophischen Hermeneutik*», 1960), Д.Крістал («*Language Games*», 1980), О.Фінк («*Grundphänomene des menschlichen Daseins*», 1979), Ж.-Ф.Ліотар («*La Condition postmoderne: rapport sur le savoir*», 1979), Ж.Дельоз («*Logique du sens*», 1969), Ж.Дерріда («*La structure, le signe et le jeu dans le discours des sciences humaines*», 1967), Т.Космеда («Мовна гра у системі лінгвістичних термінів», 2011), О.Халіман («Мовна гра в парадигмі інтерпретативної лінгвістики», 2013), О.Дерпак («Застосування принципів мовної гри у рекламі банківських послуг», 2013), А.Синиця («Концепція “мовної гри” Л. Вітгенштейна», 2008) та інші [11, с.55; 7, с.141]. Прикметно, що все частіше для вивчення феномену мовної гри

мовознавці обирають рекламні та публіцистичні тексти (І. Лакомська, Н. Третяк, Н. Непийвода, Т. Крутько, Н. Кондратенко) [13, с. 49].

Особливого значення вивчення гри, зокрема і мовної, набуває в епоху постмодернізму, коли з'являється вироблення абсолютно ігрового ставлення до дійсності, створення карнавальної культури і формування нового типу ігрової особистості [19, с.27]. Для цієї епохи характерно визначати феномен мовної гри за рядом дискурсивних функцій, таких як естетична, емотивно-експресивна, персуазивна, аргументативна, поетична, фатична, функція створення комічного ефекту тощо, при цьому провідною комунікативно-прагматичною ознакою виступає прагмагедоністична спрямованість мовної гри (обдумане використання мовної гри задля отримання естетичного чи емоційного задоволення) [16, с. 4-5].

Якщо спробувати систематизувати широкий спектр досліджень, що стосуються лінгвістичного аспекту гри, можна виявити наявність двох протилежних підходів до цього явища: мовна й мовленнєва гра підпорядковуються своїм власним правилам, одночасно звертається увага на те, що така гра передбачає порушення існуючих правил. Аналіз наукових праць лінгвістів дозволяє зробити висновок, що традиційним підходом до вивчення феномена «мовної гри» є лінгвостилістичний, що об'єднує всі існуючі інтерпретації цього явища, зосереджуючи увагу переважно на його девіантній природі. Мова йде про змінний характер мовної гри, її функціональну парадоксальність, відхилення від норми та про мовну гру як прояв неконвенціонального, неканонічного лінгвокреативного мислення мовленнєвої особистості [16, с. 2-3].

Розуміння мовної гри як свідомого порушення мовної норми з метою досягнення певного естетичного ефекту неподільно пов'язане з системно-структурним підходом у лінгвістиці. Структуралізм, як метод аналізу творів, дає змогу розглядати мовну гру через призму її місця в мовній системі. В такому контексті мовну гру трактують як аномалію, що знаходиться на периферії мови як системи, протиставлену нормі. У сучасній лінгвістиці прояви мовної гри зазвичай класифікують за рівнями мовної системи, тобто вона може відбуватися

на лексичному, синтаксичному, фонетичному, словотвірному або графічному рівнях мови [19, с.31-32].

Передусім окремі прояви мовної гри спостерігаються на лексичному рівні, зокрема у вигляді **каламбурів**, що ґрунтуються на комбінаціях слів, що спираються на формальні чи семантичні ознаки: «Чи винний винний магазин?», «– Як справи? – Як справа, так і зліва», «Позиція опозиції» [18, с.37-38]. Це стало підставою для ототожнення термінів «мовна гра» та «гра слів». Однак такий підхід обмежує розуміння мовної гри лише лексичним рівнем мови. Мовні ігри реалізуються також на вищих рівнях мовної системи: синтаксис постмодерністських творів переповнений лінгвістичними експериментами. Важливою особливістю мовної гри є її свідомий та штучний характер, що відрізняє її від випадкових порушень чи девіацій, оскільки вона спрямована на розширення, збагачення чи створення нових семантичних значень [10, с. 160].

Системно-структурний підхід до мовної гри не враховує її прагматичних аспектів у реальних комунікативних ситуаціях. Оскільки мовна гра є продуктом мовленнєвої діяльності, застосування методів комунікативної лінгвістики для її аналізу видається цілком відповідним її природі. Термінологія комунікативної лінгвістики дає змогу глибше зрозуміти взаємозв'язок між мовною грою та мовною нормою в тексті [19, с.32].

Тому паралельно з різними лінгвістичними підходами до вивчення мовної гри, які ми щойно розглянули, сформувався також когнітивно-дискурсивний підхід, що акцентує увагу на ментальних та комунікативних чинниках, які зумовлюють відхилення від мовної норми (адже мовна система надає простір для вільного вияву лінгвокреативного потенціалу мовної особистості). Таким чином мовну гру слід розглядати як свідомо зумовлений та мовнокреативно маркований акт вираження змісту повідомлення, який орієнтує інтерактивну взаємодію на ігровий стиль комунікації. Лише при усвідомленому порушенні мовних норм мовна гра може відображати бажання мовця продемонструвати власну компетенцію в реалізації вербальних можливостей через нестандартну «упаковку» позамовного змісту. Це відбувається за наявності повного розуміння

умовності мовленнєвих актів, спрямованих на те, щоб адресат адекватно сприймав правила гри (лінгвальний код) у поточному спілкуванні та правильно їх інтерпретував. Ефективне порозуміння можливе лише за умови опори на мовний стереотип, деконструкція якого і є суттю парадоксу сприйняття відповідної ігрової тактики [16, с. 4-5].

Для нашого дослідження важливо також згадати про прагматичний аспект мовної гри. Адже мовна гра є одним із методів вираження прагматичного значення оцінки. Лінгвістки Т. Космеда та О. Халіман активно досліджують випадки креативного використання граматичних одиниць та граматики оцінки, під якими розуміються морфологічні та синтаксичні засоби, що забезпечують вираження суб'єктивного ставлення мовця до змісту висловлення. У сучасному літературному дискурсі письменники вибирають конкретні стратегії комунікації з читачем, свідомо маніпулюючи мовними одиницями, що дозволяє їм досягати бажаних прагматичних цілей. Залежно від інтенції автора така стратегія може бути зорієнтована як на співпрацю з читачем, так і на її порушення. Проте остаточне тлумачення комунікативної гри залишається за реципієнтом, адже саме він вирішує, чи приймати запропоновані правила [19, с.33-34].

Отже, проаналізувавши основні підходи до вивчення феномена мовної гри, можна виокремити її ключові риси: неконвенційність, парадоксальність, креативність, інтенційність, підпорядкованість власним правилам гри та всебічну зрозумілість у межах комунікативного акту. Таким чином у цьому дослідженні мовна гра визначається як свідомий і цілеспрямований процес лінгвокреативної діяльності, що полягає в нестандартному варіюванні одиниць мови через навмисне порушення загальноприйнятих норм. Водночас мовна гра виконує важливу прагматичну функцію в процесі комунікації, слугуючи засобом впливу на емоційно-оцінну або інтелектуально-інтерпретативну сферу адресата. За таких умов ефективність реалізації мовної гри значною мірою залежить від наявності спільного фону знань між учасниками комунікації та від їхньої здатності розпізнавати умовність ігрових механізмів мовлення.

Принципово також варто наголосити, що розуміння мовної гри як свідомого й навмисного порушення мовних норм дозволяє чітко відмежувати її від звичайних мовних помилок. Це вказує на те, що не кожне відхилення від мовної норми є мовною грою – до неї належать лише ті явища, які мають цілеспрямований характер і сприймаються як осмислене повідомлення [1, с. 8].

1.2. Функції мовної гри в ЗМІ

Мовна гра набула широкого застосування у сучасному медійному просторі, що зумовило зростання інтересу науковців до аналізу публіцистичних текстів. Як зазначалося вище, мовна гра виступає інструментом комунікативного впливу, а публіцистика, орієнтована на прагматичність і ефективну взаємодію з масовим адресатом, створює сприятливий ґрунт для її реалізації.

У межах сучасного, так званого демократичного суспільства сформувався новий тип мовної особистості – більш вільної у самовираженні, відкритої, невимушеної, неупередженої й наділеної креативним потенціалом. Слід підкреслити, що сучасна мовна поведінка все виразніше відображає соціальну свободу мовної свідомості, що й зумовлює активне зростання кількості ігрових елементів у просторі масової культури [9, с. 165]. Таким чином, сучасні автори, зокрема автори інтернет-статей, прагнуть виявити свою «лінгвокреативність», і мовна гра стає тим засобом, який дозволяє їм реалізувати цей потенціал.

Слід зауважити, що сьогодні ЗМІ формують загальне комунікативне середовище, яке функціонує і розвивається за власними правилами та володіє специфічними механізмами впливу на суспільну думку, соціальні інститути і культуру. В публіцистичному дискурсі мовна гра є одним із інструментів масового **комунікативного впливу** [21, с.309]. Звідси випливає, що мовну гру активно впроваджують у мову ЗМІ, що свідчить про її значні прагматичні можливості, використання яких допомагає конкретним мас-медіа зберігати та зміцнювати свою конкурентоспроможність. Представлення інформації через мовну гру сприяє також оптимізації інформаційного впливу на її одержувача. У

ієрархії функцій мовної гри в дискусійному просторі ЗМІ основну роль відіграє функція впливу, якій підпорядковується естетична функція. В результаті цих функцій виникає світоглядна функція, що відображає оцінний характер інформації та стилістичну манеру її подачі [21, с.313]. Зокрема ігрові форми слів дозволяють акцентовано висловити власну думку автора, поєднуючи її з **особистісною оцінкою**. Проникнення розмовної мови у журналістські тексти забезпечує те, що останнім часом мовна гра включається до стратегій, специфічних для медіатекстів [25, с.37].

Як свідчать спостереження, новини, а також короткі інформаційні повідомлення та звіти, належать до текстів, орієнтованих передусім на **інформування**. Їх основний намір пов'язаний із обов'язковою стилістичною ознакою— актуальністю. Відповідні мовні засоби включають неологізми (утворені шляхом словосполучення), які завдяки своїй морфосемантичній мотивованості сприяють ще одній важливій характеристиці— зрозумілості. Це означає, що мовна гра, представлена такими неологізмами, є типовою для текстів ЗМІ будь-якого різновиду [25, с.38].

Мовні ігри загалом є невід'ємною частиною публічного життя. Вони виступають важливим інструментом у нових медіа та у нових жанрах текстів і дискурсивних традиціях, таких як Twitter, чат-комунікація або інтернет-меми, і можуть мати вірусний ефект. Мовні ігри, які зустрічаються в рекламі та пресі, не лише **привертають увагу** читачів і слухачів, а й можуть **покращити запам'ятовування** повідомлень [43, с.1]. Мовна гра у рекламі також широко використовує форми вербального впливу, яким притаманні експресивність, оригінальність та новизна і які покликані привернути й утримати увагу адресата реклами. Така психофізіологічна реакція зумовлена тим, що поява нового стимулу потребує від адресата додаткових зусиль і часу для його обробки [12, с. 210]. Схожу функцію виконує мовна гра і у пресі.

Зауважимо також, що у багатьох випадках використання мовної гри в рекламі або ЗМІ ми маємо справу не з одним видом мовної гри, а з поєднанням різнорівневих ігрових засобів, які знаходяться в одному контексті і це значною

мірою підвищує виразність звернення. За допомогою поєднання декількох прийомів мовної гри максимально ефективно досягається завдання змусити читача або потенційного споживача по-перше, звернути увагу на продукт чи новину, по-друге, запрограмувати його на прочитання чи придбання того чи іншого товару або послуги [20, с.302].

Водночас слід відзначити певну суперечність, що зумовлена природою і внутрішніми характеристиками текстів ЗМІ: з одного боку, як ми вже зазначали, вони вирізняються експресивністю, емоційністю, та маніпулятивністю, тобто завдання адресанта змусити адресата визнати авторську позицію як єдину правильну та єдиноможливу, привернути його на свій бік; з іншого боку, ці тексти належать до інституціональних, що певним чином обмежує свободу адресанта у використанні певних мовних засобів для вираження своїх думок. Подолати цю суперечність допомагає мовна гра, яка дозволяє створювати ефектні висловлювання, які містять імплікатуру (семантико-прагматичний компонент, що спрямовує адресанта на підтекст) і зумовлюють маніпуляції свідомістю реципієнта. Використання мовної гри в тексті ЗМІ дає автору можливість імплікувати свою точку зору та подати її настільки ефектно і виразно, що реципієнт невідворотно залучається до розшифровки прихованих значень, і в його свідомості формуються необхідні для адресата уявлення [13, с. 49-50].

Немало важливою функцією мовних ігор в цілому, а в прагматично спрямованих текстах зокрема, є **комічна функція**. М. Пелльман характеризує функцію мовних ігор наступним чином: «Мовні ігри можуть надати тексту динамічності та легкості. Вони привертають увагу реципієнта, можуть бути веселими чи комічними, вони можуть викликати “ага” ефект і часто спонукають до подальших роздумів.» [35, с.228].

У рецепційно орієнтованому підході ігровий аспект мовних ігор є частиною їхньої риторичної сили впливу. Вони, хоча й звертаються загалом до ігрового потягу чи ігрового інстинкту, але не головним чином; ефект каламбуру значною мірою зумовлений іншими механізмами задоволення потягів [27, с.18].

Отже, мовна гра в дискурсі ЗМІ виконує комплексну функцію, охоплюючи інформативний, естетичний, впливовий, комічний і маніпулятивний аспекти. Її впровадження у публіцистичний простір є не лише показником стилістичної виразності, а й ефективним інструментом досягнення прагматичних цілей.

1.3. Словотвірний потенціал німецької мови

Словотвір розглядається як синтаксико-семантичний процес, як у граматиці DUDEN 1966 року, згідно з якою складні слова розглядаються як продукт правил словотворення. Теорія словотворення давно привертає увагу багатьох лінгвістів, і існує безліч її визначень. Якоб Грімм присвятив цій темі два томи у своїй «Німецькій граматиці», однак не давши чіткого визначення. Відтоді думки щодо визначення словотвору дуже різнилися. Хоча існує багато робіт з розробки визначень, ми обмежимося простим визначенням: Словотвір – це виробництво слів або одиниць іменування з існуючого мовного матеріалу [30, с.11-12].

Українські лінгвісти також подають такі визначення: «Словотвір – розділ науки про мову, що вивчає структуру похідного слова і способи утворення нових слів» (визначення Л. Вакарюк, С. Панцьо), або «Словотвір – це розділ мовознавства, у якому вивчають закономірності творення слів і ті засоби, що використовують для цього» (визначення А. Кващук). Деякі мовознавці позначають словотвір терміном «дериватологія» – це «самостійний розділ мовознавства, тісно пов'язаний із морфемікою і лексикологією, об'єктом якого є вивчення закономірностей творення нових слів» (визначення М. Жовтобрюх) [6, с.106].

Український мовознавець І.Ковалик підкреслював, що поняття «словотвір» вживається у трьох різних значеннях: «1) це сама система словотвірної будови мови, яка утворювалася за своїми внутрішніми законами протягом усього історичного розвитку мови; 2) учення про словотвірну будову мови як мовознавчу дисципліну; 3) сам процес творення слів. На його думку, для

збереження термінологічного принципу однозначності треба за терміном словотвір закріпити лише поняття «система словотвору», процес словотвору позначати терміном словотворення, а вчення про словотвір іменувати дериватологія.» [6, с.107].

Німецькі мовознавці вважають, що словотвір «є центральним об'єктом германістичного мовознавства» [36, с.10] і що «словотвору в німецькій мові [...] належить визначне значення» [40, с.225]. Фляйшер В., Барц І., Мюллер П., Онгайзер І., Олсен С. і Райнер Ф. розглядають словотвір як «вузлову точку», оскільки він виконує роль стику між такими мовними рівнями, як фонологія, флексійна морфологія, синтаксис, семантика, лексикологія та прагматика [41, с.290].

У німецькій мові широко використовується можливість словотворення. Німецьку мову навіть називають «словотвірною мовою», оскільки вона демонструє специфічне та широке використання морфологічної комбінаторики, що зрештою призводить до появи нових слів. Для таких нових розробок доступний великий арсенал основних структурних елементів. Залежно від того, як підрахувати, словниковий запас німецької мови складається від 300 000 до 500 000 слів, хоча ядро словника, за винятком регіональних виразів і технічних термінів, значно менше і, ймовірно, містить менше 100 000 слів. Проте це теж чимала сума [28, с.12].

У результаті словотворення в основному виникають лексеми таких частин мови, як іменник, прикметник, дієслово та прислівник. Оскільки словотворення як у попередні періоди розвитку мови (про це ми ще згадаємо згодом), так і в сучасній німецькій мові є найпотужнішим засобом збагачення лексики, набагато потужнішим, ніж інші способи, більшість повнозначних слів у німецькій мові є результатом словотворення [25, с.2]. Можна зробити висновок, що словотвір є основним способом розширення словникового запасу німецької мови і тому відіграє важливу роль у використанні мови та системі мови [31, с. 103].

До основних типів словотвору в німецькій мові належать словоскладання та деривація. Спеціальними видами є зрощення (одночасне складання і

деривація), конверсія (перенесення на іншу частину мови) і аббревіація або скорочення слів. Деякі автори також розрізняють внутрішню або імпліцитну деривацію (за допомогою аблаута), одночасну префіксацію та суфіксацію (з префіксом і суфіксом одночасно) і контамінацію (схрещування двох слів для утворення нового слова або портманто) [5, с. 96-99].

Спостереження за сучасною системою словотворення німецької мови дозволяють зробити висновок, що кількість складених слів значно зросла. Також з'явилися нові продуктивні моделі, і це стосується не тільки складання слів. Крім того, словотворення, на відміну від морфології чи синтаксису, стало систематичніше включатися до мовних порівнянь лише в останні роки. Наразі спостерігається тенденція до утворення нових слів у німецькій мові через **фразове словотворення** (Лавренц Б.) («eine Knapp-vorbei-Antwort»), **універсивізацію** (Бусман Х.) («wieder sehen – wiedersehen»), **номінальну деривацію: деривація за допомогою суфікса -er** (експліцитна деривація) від дієслів на -ieren (Барц І.) («Boykottierer»), **дієслівну деривацію** (Хеншел Е.) («legalisieren»), **прикметникову деривацію** (Доналіс Е.) («empathisch»), **прислівникову деривацію** (Доналіс Е.) («probehalter»), **дієслівну конверсію** (Доналіс Е.) («schulmeistern»), **утворення суфіксоїдів** (Кюнгольд І., Путцер О., Веллманн Х.) («kochfest»), **словоскладання** (Хеншел Е.) («Politprofi»), **скорочене словотворення** (Фляйшер В., Барц І.) («Rote Armee Fraktion– RAF»), **моцію** (Доналіс Е.) («Professor– Professorin»), запозичення в німецькому словотворенні (Зайфферт А., Герінгер Х.) («Einbett – Monobett») [24, с.62–69].

Деривація дозволяє значно розширити словниковий запас. Наприклад від лексеми дієслова «ziehen» існує близько 200 деривацій та близько 800 складених слів. Очевидно, що деривації складають основну частину словотворення, особливо в чисто комунікативних текстах, які вимагають точних значеннєвих диференціацій, таких як звіти, коментарі, дискусії, наукові виклади. Однак і значна частина художньої літератури та реклами надає перевагу похідним словам. Особливо активними в дериваціях є прикметники та іменники [39, с. 207].

Особливе місце у творенні конструктів в німецькій мові займає словоскладання. Як один із видів словотвору, він почав розвиватись у 16-18 століттях, проте невелика кількість сполук, переважно утворених з іменників, існувала в німецькій мові й раніше, ще в період старовірхньонімецької у 8-11 століттях. Ці сполуки склалися з чистих коренів слів (наприклад, *gasthūs*) і в науковій літературі їх зазвичай називають за Гримальом «справжніми» або «істинними» складеними словами [2, с.130]. Уже на цих найстаріших етапах розвитку німецької мови зафіксовані також різні підкласи словоскладань, такі як іменникові композити з іменниковим, дієслівним, прикметниковим або прийменниковим першим елементом, а також прикметниково-прикметникові та іменниково-прикметникові композити [37, с.4].

Словоскладання є одним із найпродуктивніших способів словотворення в сучасній німецькій мові. Це пов'язано з тим, що складні слова, утворені з двох або більше компонентів, дозволяють ефективно та лаконічно передавати складні поняття, причому комбінаційні семантичні можливості їхніх складових майже не мають меж. Основними типами складних слів є детермінативні композити, серед яких виділяють атрибутивні, пояснювальні, зондеркомполити та фразові композити; сурядні композити, а також окремі випадки зрощень [29, с.75].

Наразі активним дослідженням словоскладань у німецькій мові, особливо іменникових композитів, займаються німецькі мовознавці Мартін Неф, Сусанна Боргвальдт, Кармен Шерер, Беттіні Морцинек, Гізела Цифонун, Сюзан Ольсен, Бйорн Ротштейн, Лівіо Гаєта, Амір Зельдес, Вольфганг У. Дреслер та Карл Гайнц Мертг [37, с.14-15]. Такий інтерес до теми свідчить про її актуальність та важливість для німецької мови.

Отже, така сильно виражена здатність німецької мови до утворення складених слів призводить до надзвичайно широкого розширення словникового складу. Так, німецька мова вирізняється з поміж інших мов— де інші мови змушені використовувати словосполучення, німецька послуговується словоскладанням (наприклад: нім. *Eisenbahn* – англ. *rail way* – укр. залізниця дорога) [2, с.129-130].

1.4. Словотвір як основний механізм реалізації мовної гри у мас медіа

Технологічні та культурні зміни, а також політичні трансформації стимулюють постійне створення нових слів. Як абсолютно новий комунікативний простір, інтернет-мережа та мас-медіа стають джерелом неологізмів, які позначають різні явища. Таким чином, ми стикаємося з новою проблемою словотворення, особливо коли мова йде про «одноразові» слова, які утворюються відповідно до типових моделей словотворення, але водночас знаходяться на межі порушення норми. Більшість таких «одноразових» слів слід трактувати як результат мовної гри, як демонстрацію творчого мислення та творчого потенціалу мовної особистості. У XXI столітті, через глобалізацію, мовна гра призводить до такого специфічного явища, як блендинг, що складається з рідних і запозичених компонентів. Ці частини слів є «представниками» різних мов та культур, які поєднуються в одному слові [32, с.83].

Словотвірна гра є використанням мовних засобів, які пропонує система мови, засобів потенційних або реально можливих у межах цієї системи. Відповідно, розрізняють два типи словотворення – стандартне (системне, узувальне) та нестандартне (несистемне, оказіональне). Потенційні слова створюються за продуктивними моделями словотворення і їхня структура цілком відповідає структурі реальних слів. Моделі, за якими ці слова утворюються, містяться у свідомості носіїв мови, тому їх створення певною мірою нагадує відтворення вже існуючих лексичних одиниць. Специфіка оказіональних слів полягає у їхній «незапрограмованості» в межах словотвірної системи, а також у незвичності і несподіваності їх структури. Створення нестандартних слів завжди є індивідуальним творчим актом, де комбінуються наявні в мові морфєми, створюючи нові, незвичні для сучасного словотворення форми [19, с.53].

У сучасному мовознавстві існує ряд термінів на позначення слів, які створені для певного контексту і ймовірність їхнього входження до загального словникового складу мови є мінімальною. Такі слова називають оказіональними словами, оказіоналізмами, авторськими новотворами, авторськими неологізмами, одноразовими неологізмами, тощо [15, с.130]. Українська дослідниця О.Турчак характеризує оказіоналізми як незвичні та експресивно забарвлені слова, які оригінально, по-новому називають явища і предмети дійсності; вони утворення з порушенням мовної норми та існують тільки в тому контексті, в якому виникли; авторські новотвори характеризуються утворюваністю, одноразовістю, нерегулярністю використання, належністю до мовлення, залежністю від контексту, ненормативністю, новизною, незвичністю, експресивністю й індивідуальною належністю [14, с.150].

Вивчення ролі, яку новостворені слова виконують у мові та мовленні, є важливою складовою сучасних лінгвістичних досліджень [15, с.130]. Так, вивченню словотвірного потенціалу новостворених слів присвятили свої праці Г.Вокальчук, Ж.Колоїз, А.Нелюба, О.Тараненко та інші [14, с.149]. Більшість оказіоналізмів використовується тільки в деяких випадках і з часом, ймовірно, вийдуть з ужитку. Проте є й такі, які стають популярними і їхнє сприйняття стимулює подальшу деривацію [15, с. 130].

Загалом виникнення оказіоналізмів зумовлюється як зовнішніми (екстралінгвальними), так і внутрішніми (інтралінгвальними) чинниками. До зовнішніх факторів належать різноманітні аспекти суспільного життя, зміни у навколишньому світі, результати пізнавальної діяльності людини тощо. Стрімкий темп сучасного життя, активність соціальних процесів і постійна оцінка подій та явищ сприяють появі нових лексичних одиниць, які не вписуються в усталені мовні норми. Саме тому поява оказіональних утворень у засобах масової інформації є надзвичайно частим явищем. Авторські неологізми створюються як засіб вираження особливостей людського існування, індивідуального стилю й оригінальності мислення митця. Разом із тим, виникнення такої лексики зумовлене не лише зовнішніми чинниками – вона

також є результатом внутрішнього розвитку мовної системи. Оказіональні значення або контекстуальні вживання сприяють оновленню мовлення, надають йому образності, експресивності та елементу новизни [14, с.151-152].

Розрізняють два види способів словотвору – морфологічний та неморфологічний. Усі новотвори належать до того чи іншого словотвірного типу. Серед неморфологічних способів словотвору найпродуктивнішим є лексико-семантичний спосіб: фонетична оболонка твірного слова не змінюється, проте набуває нового значення. До морфологічного відносяться творення складних та складноскорочених слів, а також способи творення простих слів за допомогою афіксальних морфем. Дослідники виокремлюють також морфологічно-синтаксичний та лексико-синтаксичний способи творення новотворів. Морфологічно-синтаксичні похідні утворюються внаслідок переходу слів або словоформ з однієї частини мови до іншої. Лексико-синтаксичні новотвори виникають шляхом зрощення двох або більше слів одного словосполучення чи навіть речення [19, с.53-55].

Здатність словоскладань поєднувати кілька уявлень в одне має стильовий ефект, що проявляється в тому, що висловлення виглядають більш стиснутими, а звуково й уявно – як накопичені. Звичайне поєднання окремих слів не може досягти цього ефекту, так само як і доповнення слова пояснювальними словами. Стильова корисність композитів підвищується тим, що вони дозволяють створювати як контекстуальні чи ситуаційно зумовлені форми, так і повторювані сталі лінійні й лексичні одиничні утворення. Саме в таких несподіваних новоутвореннях багато авторів, зокрема поети, вбачають можливість для вираження думки без кліше [39, с.209].

Щодня виникають безліч нових утворень, особливо в текстах преси, реклами та політики. Оскільки більшість складених слів не ускладнюють розуміння, а навпаки, полегшують його, деякі автори надають перевагу таким формам для того, щоб точніше сформулювати певні факти або виразніше їх охарактеризувати. Деякі з комбінацій у мові преси служать економії мови, інші, зокрема для характеристики осіб, не позбавлені сатиричного підтексту. Щоб

розшифрувати ці підтексти читач має розуміти контекст [39, с.211]. Згадування заслуговують також композити з дефісом, яким віддають перевагу деякі автори, коли мають місце менш стійкі або менш підпорядковані чи менш визначені комбінації. У більшості випадків це спонтанні номіналізуючі неологізми. Комунікативно вони корисні, стилістично менш рекомендовані [39, с.212].

До okazіональних способів словотвору належать **тмезис, субституція, псевдомотивація, контамінація, псевдоабрєвіація, членування та злиття**. Псевдомотивація та членування мають подібний механізм дії – зіставлення співзвучних слів. Псевдомотивація – це мовна гра з внутрішньою структурою слова, коли автор створює нову основу слова, використовуючи звукові асоціації, що надає йому нове значення. Такі мотивації зазвичай мають іронічний відтінок і не відповідають справжньому значенню слів. Прийом членування передбачає експериментування з формою слова, де автор створює незвичні мовні одиниці через особисті асоціації між значенням вихідного слова і похідних форм. Його протилежність – це злиття, коли автори виражають своє ставлення до героїв розповіді чи певних явищ [19, с.55-56].

Псевдоабрєвіація – це явище, яке полягає в «розшифруванні» частин абрєвіатур чи графічних скорочень або звичайних слів, надаючи їм вигляд початкових елементів нових номінативних одиниць. Таке «розшифрування» часто має гумористичний або іронічний характер. З іншого боку, «зашифрування» компонентів абрєвіатур під виглядом початкових елементів певних слів часто має серйозний відтінок і прагне спонукати читача до розкриття глибшого значення або символіки. Контамінація – це процес створення нового слова шляхом поєднання двох чи більше слів із подібними звуковими елементами. У таких новотвореннях зберігаються формальні ознаки вихідних слів, а значення переплітаються. Серед продуктивних прийомів мовної гри на рівні словотворення також виділяються субституція – заміна місцями морфем або частин слів, та тмезис – створення нового слова через вставку афікса чи частини слова в інше слово [19, с.56-57].

Отже, оказіоналізми, створені такими нестандартними способами, стають безмежним джерелом експресивності. Їхня експресивність полягає в несподіваних мовних рішеннях та здатності створювати складні художні образи [19, с.57], за допомогою таких оказіоналізмів автор також може висловити своє ставлення, в цьому також проявляється експресивна функція новотворів. І основними засобами реалізації їх експресивності є способи словотвору, які включають в себе елементи гри слів [15, с.131]. Безсумнівно, словотворення є проявом ігрової природи мови, воно виконує не лише функцію самовираження, а й слугує інструментом для позначення нових явищ, передачі думок і психоемоційного стану, хоч і в межах конкретного контексту [8, с. 318].

У результаті словотворення з'являється нове, виразне слово, яке привертає увагу адресата вдалою формою, оригінальним змістом або нестандартним поєднанням кількох понять, що сприяє його запам'ятовуванню. Такий спосіб подачі змісту не лише викликає емоційний відгук у реципієнта, а й робить нову лексичну одиницю помітною, легко впізнаваною та здатною, у деяких випадках, стати крилатим висловом, який згодом закріплюється в мовній системі [8, с. 322].

Висновки до першого розділу

Мовна гра постає як складне й багатовимірне явище, що охоплює лінгвістичний, філософський і комунікативно-прагматичний рівні. Від Вітгенштайнівської концепції мовної гри як частини життєдіяльності до сучасних інтерпретацій, акцент робиться на її неконвенційності, інтенційності, креативності й здатності впливати на реципієнта в межах конкретного дискурсу.

У сучасному медіапросторі мовна гра виконує низку важливих функцій: естетичну, маніпулятивну, комічну, емотивно-експресивну та ідеологічну. Саме публіцистичні тексти надають простір для реалізації мовної гри як способу лінгвокреативного впливу на масову свідомість. У цьому контексті особливо значущим є словотвір як механізм реалізації мовної гри.

Словотвір у німецькій мові, зокрема деривація, словоскладання, контамінація, псевдоаббревіації, okazіоналізми, демонструє високу продуктивність і відкриває великі можливості для вираження нових змістів, стилістичної гри та інтелектуального впливу. Такі ігрові форми створюють мовну експресію, викликають емоційний відгук і сприяють глибшому засвоєнню інформації в умовах інформаційного перевантаження.

Таким чином, поєднання мовної гри як комунікативної стратегії та словотвору як мовного механізму засвідчує здатність мови не лише передавати інформацію, а й створювати нову реальність через гру, інтерпретацію та смислове оновлення. У цьому сенсі мовна гра та словотвір функціонують як ключові інструменти сучасного дискурсивного творення.

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ СЛОВОТВОРЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ МОВНОЇ ГРИ В СУЧАСНИХ НІМЕЦЬКОМОВНИХ ЗМІ

2.1. Види мовної гри у публіцистичних заголовках німецьких медіа

Німеччина має найбільший газетний ринок у Європі та п'ятий в світі після Сполучених Штатів Америки, Японії, Індії та Китаю. При цьому німецькі медіа є надзвичайно демократичними, адже вони перебувають під владою приватних медійних компаній а не політичних урядів чи партій, таким чином забезпечується максимальна свобода слова [22, с.148]. Зокрема існують навіть сайти і журнали, такі як «Der Postillon» і «Titanic-Magazin», які позиціонуються як сатиричні, в них немає цензури і тому вони часто опиняються в центрі скандалів.

Тому мовна гра як вияв свободи мови та лінгвокреативності має надзвичайно широке використання у мові німецьких ЗМІ. Як ми вже зазначали вона може виконувати інформативну, розважальну, маніпулятивну, стилістично-естетичну функції, функцію привертання уваги читача, запам'ятовування інформації, створює креативний образ теми а також нерідко використовується для вираження іронії чи сатири.

Щоденне використання медіа в Німеччині перевищує 7 годин, що свідчить про їхній потужний суспільний вплив. Вцілому в цій країні видається 339 газет, накладом близько 15 мільйонів, та 7000 журналів, як галузевої так і загальної тематики [22, с.150-151]. У рамках дослідження проаналізовано публікації провідних ЗМІ Німеччини за 2020-2025 роки: «Der Spiegel», «Süddeutsche Zeitung», «Die Zeit», «Bild», «Focus», «Deutsche Welle», «Die Welt» та інші.

Аналіз показав, що найпоширенішими видами мовної гри в сучасних німецьких ЗМІ виявилися параномазія, алітерація, полісемія, розділення слова, гра з крилатими висловами, параграми, омофони і власне словотворення, головним чином завдяки словоскаданню. Для привернення уваги читача мовна

гра використовується в основному в заголовках, тому у цьому дослідженні найбільша увага звертається на них.

Найлегше декодувати мовну гру на **фонетичному рівні**, адже під час прочитання одразу зрозуміло, що відбулася певна гра зі звучанням слів, як наприклад використання одних і тих самих звуків, або й римуванням. Так, у новині від «Heidenheimer Zeitung» про вдалу футбольну гру і вихід Чехії до однієї восьмої фіналу автор використав у заголовку алітерацію «Tscheche Schick schockt Schottland» [101]. Надмірне використання звуку «sch» відразу привертає увагу читача, таким чином автор по-перше використовує функцію привернення та утримання уваги, а по-друге підсилює ефект висловлюваного, підкреслюючи вдалу гру футболіста чеської команди та надає емоційності цій події: Шик «шокує» Шотландію своїм забитим голом. Також алітерація у цьому випадку надає ритмічності висловлювання, що в свою чергу підсилює ефект шоку від неочікувано хорошої гри.

У заголовках до статей «Krach ums Kracherl» [80] і «Chic, dieses Chicken» [48] використовується алітерація для досягнення такого ж ефекту образності. У першому повідомленні йдеться про конфлікт щодо назви фірмового газованого напою, подвійне використання складу «krach-» вказує на серйозність і гучність скандалу. У другому повідомленні «chic-» використовується для виокремлення курятини як одного з основних інгредієнтів у рецепті супу. Якби в обох випадках не була використана мовна гра, повідомлення не надавали б такого чіткого розуміння про що далі буде йти мова.

Одразу привертає увагу **графічна мовна гра**, у німецьких ЗМІ це найчастіше виділення або відділення складу слова за допомогою певних графічних знаків або написання з великої літери. За Таран А.: «Графічні окаяніалізми є вербалізаторами незвичних значень, спрямованих на переосмислення навколишнього світу, засобом вираження гостроти й дотепності думки з ефектом несподіваності. Гра слів на морфемному рівні супроводжується графічними видозмінами семантично акцентованих і переосмислюваних

компонентів, завдяки чому вони стають увиразненішими й отримують більше шансів привернути до себе увагу читачів та глядачів.» [Таран 2020, с.89].

Яскравими прикладами є заголовки «vom „Ei“nkauf bis zur Zuber„ei“tung» [98], «Zeig mir deine Wunde_r» [111], «Sp*innen die?» [96]. У новині про купівлю та приготування яєць виділення складу «„Ei“» в обох словах підкреслює універсальність яйця в різних аспектах життя, від покупки до приготування та створює асоціації з яйцем на кожному етапі, привертаючи увагу до його значення в кулінарії. У слові «Wunde_r» відділяється частина «Wunde» – «рана», таким чином автор закликає до подвійного прочитання слова, спонукає до роздумів про особисті та соціальні бар'єри. У заголовку «Sp*innen die?» використовується зірочка «*» для інклюзивного позначення всіх статей у слові «Spinnen», натякаючи на політичну ситуацію в Австрії та загострюючи увагу на проблемі інклюзивності мови.

У мовних іграх «Kehr-Aus» [77] та «SchMerz» [94] графічна акцентуація відбувається за допомогою написання частин слів з великої літери. У випадку з «Kehr-Aus» присутнє додаткове розділення дефісом, ця гра зі словом «Kehraus» наголошує на страйку працівників комунальних служб, на їхньому «виході» з робочих повноважень. Мовна гра зі словом «Schmerz» є одразу зрозумілою і вдалою за рахунок виділення «-Merz» у цьому слові – автор критикує або й насміхається над політикою Фрідріха Мерца. Отже, графічні мовні ігри виконують функції привернення уваги, критики та стимулювання роздумів, використовуючи гру слів для передачі глибших значень і контекстів. «Виділення частини лексеми фокусує увагу реципієнта на формі й змісті цієї частини, збуджує інтерес до встановлення причин візуалізації, виводить на авторський підтекст» [13, с.53].

Поширеним прийомом в німецьких публіцистичних текстах є **парономазія**, фігура мовлення, за якої у висловлюванні використовуються два або більше схожих за звучанням, але відмінних за значенням слів. За Ганжело С.: «... парономазію використовують у своїх творах поети і письменники, а також журналісти для посилення виразності своєї мови, тобто парономазія як

стилістичний прийом полягає в комічному або образному зближенні (уживанні) слів-паронімів у рамках певного контексту.» [Ганжело 2019, с.82-83]. У «Hacker gegen Trecker» [66] парономазію використали не як засіб зближення а навпаки для підкреслення контрасту між кіберпростором («хакер») і аграрною сферою («трактор»). У заголовку статті «War Hitler wirklich ein Linker?» [106] парономазія використовується для підкреслення абсурдності твердження що Гітлер нібито був соціалістом. В обидвох повідомленнях слова які мають схоже звучання також утворюють риму, такий прийом також використано і в заголовку «Pflug und Trug» [89]. Тут римуються слова «плуг» («Pflug») і «обман» («Trug»), посилюючи емоційний зміст через гру слів.

Креативно виглядають наступні заголовки: «Sieht harmlos aus? Meint: Hitlergruß» [95] та «Macht Trump uns arm?» [83], які за допомогою парономазії звучать ритмічно й інтригуюче і тому привертають увагу читача. У першому випадку наголошується на контрасті між зовнішнім виглядом і справжнім значенням, у другому – ставиться під сумнів політичний вплив Дональда Трампа та дієвість його політики. Отже, за допомогою парономазії автори так само привертають увагу, стимулюють до роздумів, висловлюють своє ставлення та закладають додаткові сенси повідомлення, граючи зі звучанням та ритмом та римою слів.

Цікавим та частовикористовуваним прийомом мовної гри, який присутній в мові німецьких ЗМІ, є **полісемія**, її складніше декодувати ніж попередні прийоми гри зі словами, адже потрібно володіти достатнім рівнем мови, щоб зрозуміти неоднозначність повідомлення. Це типовий журналістський прийом для створення заголовків, які зачіпають увагу читача, викликаючи когнітивну напругу між прямим і фігуральним значенням.

Яскравим прикладом є заголовок «Gar, nicht so schlecht!» [70], де «Gar» може мати два значення: «взагалі», «навіть» як прислівник і «готовий», «приготований» як прикметник/дієприкметник. Мовна гра тут на перетині значень: «Gar nicht so schlecht» як ідіоматичний вислів – «не так уже й погано»,

але в контексті швидкоготувальних каструль («Schnellkochtöpfe») – слово «gar» актуалізує значення «готовий», «зварений», тобто «добре приготований».

Ще одну цікаву гру зі значенням можна побачити у статті від «Süddeutsche Zeitung»: «Die größten Mücken-Mythen in zehn Stichpunkten» [107]. «Stichpunkte» перекладається як «ключові моменти» або «тези», проте у цьому контексті можна побачити натяк на комарині укуси, адже «Stich» перекладається в першу чергу як «прокол», «вколювання», що в німецькій мові використовується часто на позначення укусів від комах.

Полісемія також часто застосовується як інструмент гумору, певної насмішки. До прикладу у статті «Der Präsident hat keine Eier» [53] від «Das Parlament» цей вираз явно має подвійне значення. По-перше йдеться про пряме значення, а саме що в Сполучених Штатах Америки стався дефіцит яєць, по-друге ідіоматичне значення цього виразу «не мати сміливості» і це значення ідеально підходить для висміювання боягузливої поведінки Трампа, який не здатний протистояти агресивній політиці Росії та погрожує іншим країнам анексією.

Вдалий приклад гри з полісемією ілюструє фотографія з журналу «Titanic-Magazin» [85]:



Ілюстрація 1.

Тут відбувається гра зі словом «Blackout»: у прямому значенні – це велике відключення електроенергії, що часто асоціюється з катастрофами, технічними

аваріями або стихійними лихами; у переносному – алкогольне затьмарення свідомості, коли людина втрачає пам'ять чи контроль через надмірне вживання алкоголю. Автор іронізує над ситуацією, яка відбулася в Іспанії– несподіваний блекаут. Серйозний журналістський заголовок «Katastrophe in Spanien» викликає очікування реальної трагедії, але фото й підпис «Mega-Blackout auf Mallorca!» подають абсолютно побутову, кумедну ситуацію.

Інший приклад такого гумору з полісемією використаний у заголовку до випуску журналу «Der Spiegel» за 12.08.2023: «Riskanter Zug – Kiffen nach Vorschrift – Wie die Regierung Cannabis legalisieren will» [93]. Тут відбувається гра з інтерпретацією слова «Zug», яке має багато значень в німецькій мові і в цьому контексті може розглядатись як «хід», «рух», «рішення», щоб вказати на ризикованість дій уряду. Друге значення, використане в цьому заголовку є саркастичним, адже «Zug» може також перекладатись як «тяга» або «затяжка», що підкреслює небезпечність рішення легалізувати канабіс. Ілюстрація до цього випуску промовисто натякає на друге тлумачення слова «Zug», зображуючи членів уряду які вживають канабіс.



Ілюстрація 2.

Для створення комічного ефекту у текстах ЗМІ нерідко використовується **параграма**, часто у сталих виразах. Комічність досягається за рахунок зміни звичних слів, таким чином новина відразу привертає увагу, зміна викликає ефект несподіванки та наводить на відповідні асоціації. У статті «Du sollst nicht löten» [60] мовна гра ґрунтується на заміні слова «töten» («вбивати») на «löten»

(«п'яти»), що створює гумористичний ефект, поєднуючи релігійне заборонне «не вбивати» з технічним «не п'яти». У статті «Persona non Greta?» [88] за допомогою параграми обігрується вираз «Persona non Grata», що означає «небажана персона». Так автор новини креативно підкреслив засудження Грети Тунберг за її однобоку пропалестинську позицію щодо близькосхідного конфлікту. Ще одна така гра у статті «Söder und Aiwanger – die beiden Dauerkollisionäre» [97], яка змінює слово «Koalitionäre» («коаліціонери») на «Dauerkollisionäre» («постійні конфліктники»), підкреслюючи сталі суперечності між Губертом Айвангером та Маркусом Зедером, членами Бундесрату Німеччини.

В іграх зі **сталими та крилатими виразами** дуже часто використовується не просто заміна літер у слові, а й заміна цілого слова чи слів, тобто парафрази. Зрозуміти наявність мовної гри у таких випадках буває важко, адже треба мати відповідні попередні знання, щоб зрозуміти що обігрується якийсь відомий вираз. Наприклад у новині про Горста Зеєгофера, німецького політичного діяча, «Ein ewig Rätsel wird er bleiben» [63], автор використав відомий вираз короля Людвіга II «Ein ewig Rätsel will ich bleiben mir und anderen». Таким чином він порівняв здобутки та непередбачуваність дій обох постатей.

Гарним прикладом комічного обігрування крилатого виразу є заголовок «Sag zum Abschied leise Virus» [64], який обігрує слова відомої сентиментальної німецької пісні «Sag zum Abschied leise Servus». Автор в гумористичній формі говорить про прощання з додатком «Corona-Warn», який повинен був стримувати поширення Covid-19, проте за час свого існування був малоефективним. Заголовок звучить досить пафосно, оскільки про застосунок говориться як про людину, і водночас комічно і тому привертає увагу.

Іншим більш іронічним прикладом є обігрування рекламного слогану «Red Bull»: «Red Bull verleiht Flügel» [92]. Заголовок «Red Bull verbiegt Flügel» – «Red Bull згинає крила» натякає на скандал у Формулі-1, де команда Red Bull використовувала гнучкі задні крила, що дозволило зменшити аеродинамічний опір. Так автор в жартівливій проте трохи саркастичній формі підкреслив цю

ситуацію. Відбулася деконструкція бренду та переосмислення його головного символу: крила – більше не ознака сили, а об'єкт підозри.

Більш саркастично ніж комічно звучить наступний заголовок: «Make America go away» [84], який є алюзією до відомого політичного гасла Дональда Трампа «Make America great again». Гасло, яке зазвичай асоціюється з націоналізмом, самоствердженням і ностальгією, перетворилося на відторгнення США, зокрема їх геополітичної ролі, експансіонізму та внутрішньої політики. Ця мовна гра використовує мінімальну лексичну зміну для створення максимального семантичного контрасту – і в такий спосіб досягає сильної емоційної, критичної та навіть геополітичної реакції.

Іронічним є заголовок «Klub ohne Eigenschaften» [79], який є алюзією на назву роману Роберта Музіля «Der Mann ohne Eigenschaften». У статті розглядається ситуація з клубом TSG Hoffenheim, якому закидають відсутність виразної ідентичності. Клуб фінансується мільярдером і не має традиційного «клубного духу», що викликає суперечки в середовищі німецьких уболівальників. Така мовна гра іронічно підкреслює слабку айдентику клубу, а звернення до літературного канону надає заголовку елітарного, філософського відтінку.

Яскравим обігруванням вигуку «Hurr, Hurr, Hurra!», який немає ні іронічного ні саркастичного підтексту, є підзаголовок статті про вдалу гру німецької жіночої футбольної команди, зокрема Александри Попп, – «Popp, Popp, Hurra!» [50]. Це вдала мовна гра, яка базується на фонетичному повторі, інтертекстуальності та емоційному акцентуванні. Такий заголовок одразу впадає в око і виражає підтримку та гордість за команду.

Іноді в мові медіа використовують гру з **омофонами**, щоб проявити креативність та викликати комічний ефект. У новині «Kann man Yamal so machen» [76], «Yamal» – фамілія футболістки, співзвучне з «ja mal», що в німецькій мові може означати «колись» або «можливо». В цьому контексті використання схожих за звучанням слів створює звукову гру, що привертає увагу до мови та її можливостей.

У прикладі «Eau là là!» [62] увага більше акцентується на гумористичній складовій повідомлення. «Eau» з французької перекладається як «вода» і це слово співзвучне з вигуком «oh» у відомому французькому виразі «Oh là là». Автор цієї статті висміює вічну проблему Парижа – забруднену Сену, і те, як Олімпійські ігри 2024 року допомогли владі звернути на це увагу і хоч трохи вирішити цю проблему. В цій мовній грі використана французька мова для надання повідомленню шарму і автентики а також легкої іронії.

Часто автори журналістських статей використовують одразу **декілька мовних ігор**. Заголовок «Finlands Nahtod-Erfahrung, Finlands Nato-Hoffnung» [69] є прикладом ефективного використання мовних ігор на різних рівнях мови. Він поєднує фонетичну схожість слів «Nahtod» і «Nato» – паронوماзію, синтаксичне повторення та семантичний контраст, що разом створює емоційно насичений та інформативний заголовок. Такий підхід не лише привертає увагу читача, але й стимулює його до подальшого ознайомлення зі змістом статті.

Отже в німецьких медіа активно використовуються різноманітні мовні ігри, в яких беруть участь всі рівні мови, найпродуктивнішим є лексичний рівень: паронوماзія, полісемія, гра з крилатими висловами, параграма. За допомогою мовних ігор автори проявляють свою лінгвокреативність, зокрема часто при цьому використовують не лише ресурси німецької мови а й інших мов. Функції, які виконують мовні гри в медіа, є різноманітними, зокрема це привернення уваги, комічність, вираження власного ставлення, формування емоційної реакції, стимулювання критичного сприйняття і так далі.

2.2. Аналіз прийомів словотвірної гри в ЗМІ

У сучасному німецькомовному медійному дискурсі okazionale словотворення засвідчує високу продуктивність (див. Додаток 1). Особливо активно словотвірна гра, як засіб привернення уваги аудиторії, створення експресивного ефекту і демонстрації креативності автора, використовується в заголовках, слоганах, коментарях і блогах, де важливо за короткий час вплинути

на читача, викликати емоцію чи навіть сформувані ставлення до події або явища. Вона сприяє формуванню нових смислів, актуалізує культурні контексти, а також формує нові ідентичності в межах публічного дискурсу.

Оцінка потенціалу оказіональних словотворень потрапити до словника німецької мови залежить від кількох факторів: частотність вживання у ЗМІ і соцмережах, суспільна релевантність теми, прозорість семантики, морфологічна відповідність нормам німецької мови, тривалість актуальності (чи є явище довгостроковим чи короткочасним). Більшість проаналізованих нами неологізмів на основі мовної гри мають низький потенціал усталення в мові, адже утворені від власних назв і для опису конкретних ситуацій, проте є й такі, які все ж можуть потрапити у вжиток.

Найчастіше для творення нових слів автори німецьких ЗМІ використовують словоскладання або контамінацію, псевдомотивацію, морфологічні трансформації, елементи інших мов, каламбурне зближення близьких за звучанням слів, абрєвіацію і композити з дефісом (див. Додаток 2). Нерідко для посилення бажаного ефекту застосовуються одразу декілька видів словотвірних ігор. Зроблений нами аналіз підтверджує це.

Одним із найпоширеніших прийомів є **словоскладання**, тобто поєднання частин двох або більше слів з метою створення нової одиниці, що викликає певні асоціації. Умовно цей тип утворення слів можна позначити так: $A + B \rightarrow AB$, це найпродуктивніша модель в німецькій мові.

Наприклад у новині про активістів Берна, які борються за біорізноманіття у своєму місті, висвітлена ситуація з використанням слова «Pflanzenrassismus» [75]. Поєднання слів «Pflanzen» («рослини») та «Rassismus» («расизм») створює нове поняття, яке вказує на упереджене ставлення до певних видів рослин. Така мовна гра провокаційно привертає увагу до екологічної теми через соціальну аналогію – «Rassismus». Оскільки цей неологізм використовується в рамках екодискурсу для відображення конкретної ситуації, він навряд чи стане усталеним терміном у загальному вжитку.

Хорошим прикладом okazіонального словоскладання є неологізм «Buchtelolymp» [45], де поєднали два слова «Buchtel» (традиційна солодка випічка) і «Olymp». Проте потенціалу закріпитися у словнику в цього терміна немає, адже це одноразова культурна метафора: йдеться про відвідування кафе «Hawelka» у Відні де подають австрійські булочки. Завдяки використанню мовної гри автор створює ностальгійний, гумористичний ефект, іронізує, водночас акцентує увагу на «культовості» місця, сакралізує його, оскільки раніше його відвідували в основному лише видатні письменники. Отже, за допомогою вдалого поєднання слів досягається одразу декілька ефектів.

Ще одним прикладом такого неологізму є «Solarboom» [108], який позначає різке зростання популярності сонячної енергетики та підкреслює динамічний розвиток індустрії. В цілому він використовується в позитивному контексті, проте у статті від «Deutsche Welle» з назвою: «Wie Europa seinen Solarboom finanziert» вбачаємо також легку іронію щодо такого різкого «зростання» використання сонячних панелей. Цей термін вже активно використовується у ЗМІ та аналітиці, проте з окремим написанням слів, тому він має усі шанси потрапити до словника німецької мови ще й у такому вигляді.

Неологізм «Duzmännerfreundschaft» [61] від політика Маркуса Зедера має всі шанси потрапити у вжиток, оскільки він вже розлетівся по шпальтах німецьких новин. На одній із пресконференцій після виборів до Бундестагу Маркус Зедер вдало пожартував про стосунки між Фрідріхом Мерцом і Ларсом Клінгбайлом, назвавши їх взаємини «Duzmännerfreundschaft». Слово утворене зі сполучення «duz» (неформальне звертання на «ти» в німецькій мові) та «Männerfreundschaft» («чоловіча дружба»). Така комбінація натякає на начебто тісну, але, ймовірно, нещире або поверхневу дружбу. У німецькому політичному контексті «Duzfreundschaft» часто використовується для позначення відносин, які демонструються як дружні, проте насправді можуть мати стратегічний або показовий характер. Ця мовна гра натякає на публічну демонстрацію єдності між Клінгбайлом і Мерцом, зокрема в контексті висунення Мерца кандидатом у канцлери.

Популярність може отримати й оказіоналізм «Zuschauerflop» [103] («Zuschauer» – «глядач» і «Flop» – «провал»), який одночасно є лаконічним, яскравим і висловлює оцінку (розчарування або сарказм). Такий новотвір може легко стати медіаштампом або неологізмом в індустрії, що позначає провал у глядацькому рейтингу будь-якого шоу чи телевізійного проєкту.

«Zollwütig» [112] – вдалий приклад словоскладання («Zoll» – «мити» і «wütig» – «злий»), яке одночасно містить параграму від слова «tollwütig» («скажений»), оскільки йдеться про роздратування від податкового законопроєкта Дональда Трампа. Такий неологізм показує в першу чергу критичне ставлення автора і є актуальним лише в цьому контексті. Проте він також має потенціал до усталення в економічному словнику.

Заголовок «Zwei zweischneidige Zweizuzweis» [113] привертає увагу за допомогою використання алітерації та словоскладання «Zweizuzweis» (злиття числівників і прийменника, що позначають футбольний результат 2:2 (два до двох)). Така лаконічна, експресивна форма передає складний футбольний наратив із гумором, іронією та аналітичним навантаженням і має великі шанси потрапити до словників спортивної тематики.

Слова, утворені шляхом **контамінації** можна позначити так: $A + B \rightarrow C$, у мові медіа цей тип використовується дуже часто. На просторах інтернету а також на новинних сайтах, які висвітлювали цю проблему, можна зустріти такий приклад контамінації – «Syltokalypse» [44], де поєдналися слова «Sylt» – назва німецького острова та «Apokalypse». Це поєднання стисло і коротко передає ситуацію на острові– перенаселення, буквально «апокаліпсис». Таким чином подія гіперболізується, щоб підкреслити масштаб явища, адже йдеться про цілу катастрофу, викликає сенсаційність та іронічне ставлення, привертає увагу. Якщо в майбутньому тема «туристичної навали» на Зюльт залишиться актуальною, термін може закріпитися в журналістиці, оскільки комбінація топоніму і гіперболи звучить дуже вдало.

Ще один приклад мовної гри на основі контамінації, яка може стати поширеною це «Kenbassador» [102] – поєднання слів «Ken» та «Ambassador»,

якщо термін повторюватиметься у кампаніях бренду «Barbie». У квітні 2025 року баскетболіст ЛеБрон Джеймс став першим чоловіком, який отримав таке почесне звання, представлений лялькою Ken у своєму стилі. Мовна гра «Kenbassador» справляє на читача дотепне, привітне й креативне враження, виконуючи водночас кілька комунікативних і психологічних функцій. Поєднання слів створює неологізм, який виглядає свіжо й інтригуюче. Це одразу привертає увагу читача, особливо у заголовку, і викликає бажання дізнатися, у чому суть цієї «посади». Така словотвірна гра руйнує стереотипи, популяризує інклюзію, а також покращує імідж бренду та його посланців.

Щотижнева газета «die Zeit» проявляє свою лінгвокреативність у назвах ігор, які знаходяться у категорії «Zeit Spiele»: «Buchstabiene» [46] і «Wortiger» [110]. «Buchstabiene» – це мовна онлайн-гра, де гравець повинен утворити якомога більше слів з 9 літер, обов'язково використовуючи центральну букву. Гра слів, утворена шляхом поєднання німецьких слів «Buchstabe» («буква») та «Biene» («бджола»). Назва створює асоціацію з працьовитістю бджіл, а також грає на милозвучності та метафоричності. Вона викликає позитивні емоції, додає гри легкості, дружелюбності та робить її привабливою для дітей і дорослих. Гра «Wortiger» також базується на відгадуванні гравцем слів із заданих літер. Цей неологізм утворений від слів «Wort» («слово») та «Tiger» (тигр), його можна інтерпретувати як «словесний тигр» або «той, хто вправний зі словами», – можливо, для позначення кмітливого, «хижого» в мовному сенсі персонажа або учасника гри. Назва викликає асоціацію з силою та енергією мовлення, створює живий, жартівливий образ. Проте вузьке функціональне застосування обмежує розширене вживання обох термінів.

«Kühling» [74] – це чудовий приклад сучасної німецької мовної гри, яка передає емоційне ставлення до теми, розважає і водночас інформує. Слово «Kühling» – неологізм, утворений шляхом злиття двох німецьких слів: «kühl» («прохолодний») і «Frühling» («весна»). Цей термін з'явився у повідомленні про прогноз погоди перед Великоднем, коли погода в Німеччині була нестабільною: в одних регіонах ще прохолодно, а в інших уже тепло. Замість звичайного опису

«незвично холодна весна» вжито ігровий, влучний термін, що свідчить про мовну вигадливість. Такі словотворчі новотвори добре запам'ятовуються, особливо в медіа-контексті – вони поживляють мову новин. В слові «Kühling» також прихована іронія очікування: весна – пора тепла, але маємо прохолоду. Цей термін цілком може закріпитися для передання подібних погодних умов у подальшому.

Яскравим прикладом також є «Heterror» [58] – поєднання «Hetero» і «Terror». У статті «Dieser unerträgliche Heterror» авторка аналізує популярні реаліті-шоу на Netflix, зокрема «Love Is Blind», «The Ultimatum» та «Love Never Lies», і критикує їхній підхід до зображення стосунків. Вона зазначає, що ці шоу пропагують традиційну гетеронормативну модель стосунків, де акцент робиться на моногамних, гетеросексуальних парах, що призводить до ігнорування інших форм стосунків. Через несподіване поєднання слів авторка створює іронічно-саркастичну, навіть провокаційну оцінку соціального явища – гетеронормативного диктату в масовій культурі. Тема є релевантною, тому цей термін може закріпитися у мові.

«Scheineisheilig» [86] – okazіоналізм, утворений шляхом контамінації: «scheinheilig» («лицемірний») і «Eis» («морозиво»). У тексті йдеться про культ морозива в Мюнхені – іронічну медіа-рефлексію на тему того, як мешканці міста одержимо обирають улюблену морозиварню, незалежно від реальної якості продукту. Такий новотвір немає шансів широкого використання, адже вказує на конкретну ситуацію.

Дуже часто у засобах масової інформації Німеччини можна зустріти і інший вид okazіонального словотвору – з **дефісом**, умовно позначимо так: $A + B \rightarrow A-B$. Такі неологізми легко утворити і вони дозволяють перетворити цілу поведінкову або ідеологічну позицію в одне влучне, узагальнююче слово, тому їх люблять використовувати автори журналістських повідомлень. До прикладу «Die »Das wird man doch noch sagen dürfen«-Fraktion» [54] влучний неологізм, який поєднує в собі цілу цитату («Та це ж ще можна сказати!») та основу «-Fraktion». Мовна гра тут використовується саркастично, щоб позначити групу

публічних осіб – здебільшого коміків, акторів або інтелектуалів, які використовують дискримінаційні висловлювання, а після критики у свій бік скаржаться на «cancel culture» і заявляють, що в сучасному суспільстві «вже нічого не можна сказати». Хоч цей термін доволі великий, проте він містить в собі елемент узагальнення, тому в подальшому може використовуватись у ЗМІ або соцмережах на позначення такого типу людей.

Ще один неологізм «Handy-Jahre» [47] утворений з двох частин: «Handy» («мобільний телефон») і «Jahre» («роки»). Це своєрідне скорочення або семантичне ущільнення, що узагальнює довгий період, коли політична діяльність Ангели Меркель тісно пов'язувалась із її специфічною мобільною комунікацією. Оформлення композита через дефіс надає словосполученню вигляд цілісного іменника, який легко вставити в заголовок; дозволяє передати часовий вимір через предмет: мобільний телефон стає маркером епохи; створює асоціативну рамку: так, як кажуть наприклад «Revolutionsjahre». У поєднанні з іронічним, але серйозним підзаголовком створюється якісний приклад політичної журналістики, де форма підсилює зміст. Шанс закріпитися у словнику в такого терміна також є.

Композит «Dürre-Insel» [55] можна перекласти як «острів посухи» або «посушливий острів». За допомогою цього словоскладання автор стисло й ефектно описує екологічну проблему, що стала визначальною для всього острова; викликає емоційну реакцію, адже слово «Dürre» асоціюється з виснаженням, загрозою, кліматичною тривогою; звертає увагу на Кіпр як символ боротьби з кліматичними наслідками – не просто географічну локацію, а вразливий живий організм. Цей термін може використовуватись в подальшому для позначення островів з такою проблемою, проте у інших контекстах використання неможливе.

Влучним прикладом новоствореного okazionalizmu з дефісом є термін «Macho-Medizin» [82] в якому поєднуються «Macho» – слово іспанського походження, що в німецькій мові набуло значення стереотипного, домінантного, самовпевненого чоловіка, який зневажає жінок або відкидає жіночу перспективу

і «Medizin» – медицина. Разом цей новотвір можна перекласти як «мачо-медицина» або «чоловікоцентрична медицина». Він вдало вказує на недоліки сучасної медицини, яка орієнтована переважно на чоловічий організм та ігнорує жіночі фізіологічні особливості. Використання цього слова провокує: завдяки контрасту між сферою, яка має бути нейтральною та об'єктивною (медицина), і словом «мачо», і одночасно спонукає до переосмислення системи. Оскільки тема є актуальною, у цього терміна є велика ймовірність закріпитися як мінімум у фахових словниках.

Тимчасовими okazіоналізмами, які точно не зможуть увійти до загального вжитку є ті, які утворені від власних імен та назв. До прикладу «Trump-Dilemma» [72] – вдалий композит, проте з чіткою прив'язкою до конкретної людини – Дональда Трампа, а тому актуальний лише на період його знаходження при владі. Але заголовок з цим okazіоналізмом привертає увагу, підкреслює, що дії Дональда Трампа створюють серйозні виклики для інших країн, створює емоційний відгук і надає контекст для обговорення ширших тем, таких як суверенітет, міжнародні відносини та геополітичні стратегії.

Інший приклад – «Klima-Shakira» [78] – жартівливо-медійне прізвисько для екологічної активістки Ані Віндль, яка стала помітною постаттю в русі «Letzte Generation». Ім'я «Shakira» надає персонажці публічності та індивідуального шарму, показує, що вона – «зірка» свого руху, як і Шакіра у музиці. Зіставлення з попзіркою викликає цікавість навіть у тих, хто не цікавиться кліматичною політикою, це наближає складну тему до ширшої аудиторії. Проте у порівнянні також криється і легка іронія, можливо навіть критика: мовляв, активістка стає настільки публічною, що наближається до медійної персони, а не лише борця за клімат. Цей новотвір чітко вказує на Аню Віндль, оскільки вона отримала своє прізвисько в першу чергу завдяки своїй зовнішній подібності до співачки, тому його використання на жаль обмежене.

Доволі часто об'єднання слів поєднується із **псевдомотивацією**. Наприклад у слові «Hin-Richter» [57] поєднали два слова: «Hinrichten» («стратити») і «Richter» («суддя»). У слові «Richter» немає негативного

сміслового навантаження, однак перший компонент «Hin-» приносить конотацію насильницької смерті, виконаної з санкції суду. Отже цей неологізм створює в читача враження, що йдеться не про нейтрального суддю, а про карача, виконавця смертного вироку. Це слово перетворює суддю на активного співучасника вбивства, підкреслює дегуманізацію судової влади в умовах нацизму. Подальше використання цього терміна можливе у контексті висвітлення схожих випадків.

Контамінацію разом із псевдомотивацією можна зустріти у заголовку журналу «Der Spiegel»: «Gezwister» [71], що поєднує слова «der Zwist» («суперечка») і «die Geschwister» («рідні брати і сестри»). Цей неологізм транслює соціально-психологічну напругу, що супроводжує сімейні відносини, він також викликає легку критичну усмішку над тим, як рідні можуть бути найзапеклішими суперниками. Цей термін стає інструментом концептуалізації родинної динаміки, а тому може активно використовуватись і надалі.

Слово «Oscar-reif» [87] формально виглядає як стійке словосполучення або прикметник, що вказує на високу якість, гідну премії «Оскар» (реальне значення фразеологізму «oscarreif» – «оскароносний», «нагородо-гідний»). Але тут відбувається семантичне перетлумачення через співпадіння з ім'ям гонщика Формули 1 – Оскара Піастрі. У свідомості читача запускається псевдомотивація: ім'я Оскар дорівнює нагороді, отже ім'я стає наче поясненням оцінки його виступу. У цьому прикладі можна також говорити про членування (розчленування цілісного фразеологізму «oscarreif» на частини, де «Oscar» набуває реального іменного значення). Утворений від власного імені, цей оказіоналізм немає шансів вирватись за межі теми Формули 1.

Інший приклад зі словом «Abkanzler» [51], зовні воно виглядає як похідне від «Kanzler», проте перша частина («ab-») викликає асоціацію з дієсловом «abkanzeln», а не з префіксом «ab-» у сенсі «відхід». У цьому випадку «Kanzler» нібито псевдомотивується від «abkanzeln», тобто подається так, ніби «канцлер» – це той, кого публічно розкритикували або вигнали. Тут використовується іронічна мовна гра, яка знущається з фігури канцлера, який втратив авторитет

або зазнав політичної поразки не просто як «той, що йде», а як той, кого образливо відчитали або «з ганьбою вигнали». Цей неологізм може увійти до словників у розділі політичної сатири, якщо подібна ситуація буде повторюватися.

Два цікавих приклади, в яких поєднався механізм контамінації і псевдомотивації: «Zoohause» [109] і «Muhnarch» [52]. У поєднанні «Zoo» («зоопарк») і «Zuhause» («дім») виникає псевдологіка: наче «дім-зоопарк» це будинок, схожий на хаотичний зоопарк. Цей неологізм справляє іронічне та емоційне забарвлення, відчуття знайомої реальності, але переосмисленої через мовну гру. У «Muhnarch» відбулось злиття ономаатопеї «Muh» (мукання корови) з «Monarch» («монарх»). Основа «Monarch» замінилась на співзвучне «Muh», що викликає комічну асоціацію з коровою, але й водночас зберігається образ влади – «коров'ячий монарх». Контекстом є візит короля Чарльза на біоферму, тому ця мовна гра не випадкова – вона створює іронічний образ сільського «монарха» серед корів, де «мукаюча влада» стає метафорою ситуації. Якщо розбирати входження цих обидвох термінів до словників, то у «Zoohause» він однозначно вищий, оскільки тут йдеться про узагальнений досвід, а «Muhnarch» відповідає одноразовій події, тому використання в широкому контексті неможливе.

Одразу привертають увагу і почасти створюють комічний ефект ігри з **морфологічними трансформаціями**, адже до звичних слів додаються або переінакшуються афікси чи частини цих слів, умовно можна позначити так: «базове слово» + «афікс/морфема/частина слова» або навпаки. Тому такі мовні ігри часто використовуються в рекламі, медіа, дитячій культурі чи публіцистиці, щоб посилити емоційне сприйняття та викликати усмішку або подив у читача чи глядача. За умови вдалої трансформації, вони також можуть доволі легко закріпитися у словниках як слова з гумористичним чи сатиричним підтекстом.

Яскравим прикладом такої мовної гри є «Nikolausis» [49], утворене від «Nikolaus» («Святий Миколай»). Тут додано латинізоване або дитинно-жартівливе закінчення «-is». Штучне створення нового іменника з неіснуючим, але стилістично знайомим суфіксом створює інфантильне, гумористичне та

іронічне враження, ніби Святий Миколай «олюднений» у просторі дитячих свят. За допомогою цієї гри підкреслюється комічність і наївність сучасного трактування християнських образів у споживацькій культурі.

Відомим прикладом морфологічної трансформації є слово «goldbärig» [104], яке використовується у рекламі бренду «Haribo». До іменника «Goldbär» додали прикметниковий суфікс «-ig», що порушує стандартні морфологічні норми. Таким чином створюється власне слово з рекламною експресією – щось на кшталт «по-золотоведмежому». Мета такої зміни емоційно окреслити продукт, викликати асоціації зі смаком, дитинством, фірмовістю; можливо – грайливе підсилення бренду.

Слово «Billiönchen» [100] у політично-сатиричній карикатурі від Томаса Пласманна є яскравим прикладом мовної гри з морфологічною трансформацією:



Ілюстрація 3.

«Billiönchen» – зменшувально-пестлива форма від «Billion» («трильйончик»). Слово «Billiönchen» створює комічний ефект, адже йдеться про астрономічні суми грошей, які тут знецінюються, ніби це дріб'язок. Це сатирична критика політичного лідера (Дональда Трампа) та його стилю керування. У контексті карикатури мовна гра також підсилює сатиричне зображення американського президента як самодура, який грається з економікою.

За допомогою додавання префікса вираженого запереченням «nicht-» до слова «Licht» утворилася мовна гра «Nichtlicht» [59]. Це неприродне утворення, бо в німецькій мові такого слова немає, і воно не є стандартним антонімом до «Licht». Виникає новий концепт, щось на кшталт «антисвітла» або «відсутності просвітлення/надії» – ідеально пасує до сатиричного політичного контексту. За допомогою нього автор вдало іронічно посилює критику, робить алюзію на «морок» у політиці. Оскільки цей неологізм утворений за простою схемою, є коротким і влучним, він може використовуватись у соціально-політичних контекстах й надалі.

Іноді поряд з контамінацією у мові новин можна зустріти і **псевдоаббревіацію**, коли читачу треба «розгадати» частини аббревіатур або скорочень у новоствореному слові. Хорошу ілюстрацію цього можна зустріти у заголовку «Ferrari wird E-rriari» [68]. Тут присутня як контамінація– поєднання «E-» (від «електро») та «Ferrari», так і псевдоаббревіація– літера «E» подається як ніби офіційна аббревіатура електричності, що стає частиною імені бренду. Ця гра виконує одразу декілька функцій: натякає на трансформацію гіпермаскулінного бренду на «м'який» електромобіль; така форма легко стає інтернет-мемом, назвою для обговорень; вона звучить як рев мотору («rrari»), який замінено «безшумним» електро; відображає перехід до нових цінностей (екологія, інновації). Актуальність і вдалість цієї словотвірної гри дозволяє цьому слову й надалі використовуватись та закріпитись саме в такому варіанті.

Ще один приклад з псевдоаббревіацією, проте у сфері політики, бачимо у заголовку «Es ist eine SchroKo» [67], де «SchroKo» це скорочення (аббревіатура) від «schwarz-rote Koalition», тобто коаліції між консервативним блоком (CDU/CSU – чий колір чорний) і соціал-демократами (SPD – червоні), у цьому випадку маємо злиття перших частин слів. Така мовна гра надає складній політичній реалії більш легку, іронічну форму, яка легко запам'ятовується. Таким чином, «SchroKo»– це вдала мовна гра, яка поєднує інформативність із стилістичною економією, має легкий гумористичний відтінок, може стати і вже використовується як частина політичного сленгу сучасної Німеччини.

Окремо варто згадати словотвірні мовні ігри в яких активну участь беруть слова **іншомовного походження**, найчастіше це англійські слова або конструкти. Вони надзвичайно добре поєднуються з культурними реаліями, власними назвами та матеріалом німецької мови і відображають тенденцію до частого використання німцями, особливо молоддю, англійської мови, тому в німецькомовних новинах виглядають дуже органічно, проте також і привертають увагу.

Наприклад у заголовку «Vom Lockdown zum Lock-in» [105] обігрується англійське слово «lockdown» і за допомогою заміни закінчення на «-in» відбувається переосмислення залежності від цифрової ізоляції після пандемії. Тут відбувається стимулювання критичного мислення про цифрову безпеку та звертається увага на потенційні проблеми в цифровізації охорони здоров'я. Ця мовна гра потенційно може потрапити до загального вжитку на ряду зі словом «lockdown» для опису закритості сучасного суспільства.

Цікава гра відбулася у новині з назвою «Quatback des Quaggas» [91]. Це приклад контамінації та псевдомотивації. Поєднання англійського слова «comeback» («повернення») та «quagga» (вимерлий підвид зебри) створює нове слово «Quatback». Таке поєднання створює гумористичний ефект та робить цю тему доступнішою для мас. Проте оскільки тема є доволі вузькою, шансів бути доданим до словника німецької мови у цього новотвору немає. Таким же способом утворений okazionalizm «Boomeran» [65] (англійські «boomer» і «Superman»). У статті описано тенденцію, за якою представники покоління 50+ охоче створюють свої аватари у вигляді штучно згенерованих супергероїв. Авторка критично і з гумором ставиться до цієї хвилі, вказуючи на спробу покоління Boomer саморепрезентувати себе у вигляді культурного архетипу через сучасні технології. Неологізм може закріпитися у контексті протистояння поколінь.

Сімейний магазин «Heinemann» отримав у ЗМІ репутацію «Duty-Free-König» [56], маючи свої магазини в аеропортах по всьому світу. У цій назві поєднались англійський термін «Duty-Free» («безмитний») та німецьке слово

«König» («король»), що разом створюють образ «короля безмитної торгівлі», таким чином підкреслюється першість магазину у своїй сфері. Поєднання англійського та німецького слів робить термін зрозумілим і впізнаваним для широкої аудиторії, тому він може й надалі використовуватись для позначення мережі цих магазинів.

«Killer-Teenies» [90] – показовий приклад словотвірної гри з використанням дефіса з високим емоційним і маніпулятивним потенціалом, у якому використовуються контрастність («killer» – слово з сильно негативною конотацією, маркер жорстокості, злочинності; «teenies» – зменшувально-пестливе, часто розмовне позначення підлітків), експресивність і стереотипізація як медійні інструменти. Неологізм має низькі шанси закріпитися у словниках з криміналістики, оскільки утворений від розмовної форми слова.

У новинному випуску «Der Spiegel» за 2020 рік про демістифікацію президента-популіста Дональда Трампа, використана максимально влучна гра з використанням англійського слова, яке ідеально підходить для опису ситуації у США – «Presidend» [99]. Тут поєднано два англійських слова: «president» («президент») та «end» («кінець»), у результаті утворено контамінацію, що створює псевдомотивоване слово – воно звучить знайомо, але має нове, алюзійне значення. Слово наче «розкриває» новий зміст знайомого поняття, імпліцитно натякає на занепад, втрату авторитету чи навіть на політичний фінал Дональда Трампа. Воно може використовуватись і в подальшому, для позначення президентів, чия політика виявилась невдалою.

Інші два схожі випадки з поєднанням контамінації, псевдомотивації, структури слів англійської мови та власними іменами, які відповідно не можуть бути в подальшому загального вжитку – це «Семпріон» [73] і «Come-Becker» [81]. Поєднання імені політика «Сем Özdemiр» та англійського слова «champion» («чемпіон») створює нове слово «Семпріон». Поєднання англійського слова «come» («приходити») та прізвища «Becker», яке створює асоціацію з англійським «back», утворює нове слово «Come-Becker», ніби «Бекер, що

повертається». Обидві мовні ігри справляють однаковий ефект легкості сприйняття, значущості постатей та легкої іронії з гумором.

Отже, проаналізовані нами мовні ігри демонструють, наскільки багатофункціональним може бути оказіональний словотвір у сучасному німецькомовному медіадискурсі. Мовна гра через оказіональний словотвір – це не лише стилістичний прийом, а й засіб соціального коментування. Вона виконує функції інтерпретації дійсності, впливає на сприйняття інформації, посилює емоційну залученість читача й одночасно розширює межі мови. Ці приклади показують, що сучасний німецькомовний медіадискурс активізує ресурси словотвору, зокрема із залученням інтерлінгвістичних (англійських) елементів, щоб реагувати на виклики часу – критично, креативно й дотепно.

Проведений аналіз можна підсумувати наступною таблицею:

№	Тип	Умовна формула	Приклади	Характеристика	Потенціал усталення
1	Словоскладання	A + B → AB	Pflanzenrassismus, Buchtelolymp, Solarboom, Duzmännerfreundschaft, Zuschauerflop, zollwütig, Zweizuzweis	Найпродуктивніший тип; викликає асоціації, експресію, актуалізує теми	Середній — Високий
2	Контамінація	A + B → C	Syltokalypse, Kenbassador, Buchstabiene, Wortiger, Kühling, Heterror, Scheineisheilig, Booerman, Quamback, Cempion, Muhnarch, Zoohaus	Поєднання частин двох слів для створення нового смислу, часто іронічного або сатиричного	Середній

3	Композит з дефісом	A + B → A- B	Das wird man doch noch sagen dürfen-Fraktion, Handy-Jahre, Dürre-Insel, Macho-Medizin, Trump-Dilemma, Klima-Shakira, Duty-Free-König, Come-Becker, Killer-Teenies	Влучна передача складних понять, іноді з іронічним або саркастичним підтекстом	Середній — Високий
4	Морфологічна трансформація	Слово + афікс	Nikolausis, goldbärig, Billiönchen, Nichtlicht, Abkanzler	Додавання суфіксів/префіксів для створення нового значення, комічного чи емоційного ефекту	Середній
5	Псевдомотивація	Перевизначення	Hin-Richter, Oscar-reif, Abkanzler, Zoohaue, Muhnarch, Presidend, Gezwister, Cempion, Come-Becker	Нове тлумачення вже відомого слова або імені через формальну/звукову подібність	Низький — Середній
6	Псевдоабревіація та скорочення	Абревіатура	E-rrari, SchroKo	Частини слів або літер імітують офіційні скорочення, часто у	Високий

				політичному чи технічному контексті	
7	Гра з іншомовн ими елемента ми (переваж но англ.)	Міжмовна гра	Lock-in, Kenbassador, Quamback, Duty-Free- König, Presidend, Сempion, Come-Becker, Killer-Teenies, Boomerman	Використан ня англіцизмів і калькування слів для створення нових значень; часто пов'язано з культурним и змінами	Середній — Високий
8	Оказіона лізми з власних імен	Власне ім'я + X	Trump-Dilemma, Klima- Shakira, Oscar-reif, Сempion, Come-Becker	Прив'язка до конкретних осіб або подій; короткотрив ала актуальність	Низький

Таблиця 1.

Висновки до другого розділу

Аналіз сучасних німецьких ЗМІ засвідчив, що мовна гра є важливим і багатофункціональним інструментом лінгвокреативного впливу, який активно використовується в медіадискурсі. У демократичному суспільстві, де гарантовано свободу слова, вона виконує не лише розважальну, а й критичну, сатиричну, інформативну й маніпулятивну функції, сприяючи формуванню громадської думки та залученню реципієнта до інтерпретаційної взаємодії з текстом. Особливо активно мовна гра реалізується в заголовках, де вона посилює експресивність, змістову насиченість і емоційний вплив.

У межах дослідження було виокремлено основні типи мовної гри – параномазію, полісемію, алітерацію, графічні модифікації, параграми, гру з крилатими виразами, омофони, а також словотвірні інновації, зокрема словоскладання. Журналісти широко використовують ресурси як німецької, так і інших мов (зокрема англійської та французької), що дозволяє створювати багатозначні, інтертекстуальні й культурно марковані конструкції. Особливе місце посідає оказіональний словотвір, який поєднує естетику, комунікативну ефективність і соціальну чутливість, часто формуючи нові смисли й когнітивні рамки сприйняття реальності.

Найпоширенішими прийомами словотвірної гри є словоскладання, контамінація, псевдомотивація, морфологічні трансформації, дефісне словотворення, а також використання іншомовних елементів і псевдоаббревіацій. Більшість новотворів мають оказіональний характер, але деякі демонструють потенціал до усталення, особливо в разі високої частотності, суспільної актуальності або глибокого емоційного й смислового навантаження.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження було реалізовано мету виявлення способів реалізації та потенціалу словотвірної мовної гри. Зроблений аналіз дозволив системно охарактеризувати словотвірний потенціал мовної гри в сучасних німецькомовних засобах масової інформації. Відповідно до поставлених завдань було досягнуто наступних результатів.

У межах першого завдання – аналізу основних теоретичних підходів до мовної гри – було з'ясовано, що цей феномен охоплює філософський, лінгвістичний та комунікативно-прагматичний аспекти. Мовна гра постає як свідоме, цілеспрямоване порушення мовних норм задля створення нових смислів, інтелектуального або емоційного ефекту. Вона характеризується креативністю, парадоксальністю та ігровим ставленням до мовлення, що робить її важливим елементом сучасної комунікації.

Друге завдання передбачало вивчення функцій мовної гри в медійному дискурсі. У результаті встановлено, що вона виконує комплексну функцію, зокрема: маніпулятивну, комічну, ідеологічну, естетичну та емоційно-експресивну. Мовна гра дозволяє ефективно впливати на аудиторію, підвищувати виразність повідомлення та підкреслювати індивідуальний стиль подачі інформації.

У межах третього завдання – дослідження типів словотвірних моделей – було визначено, що найпродуктивнішими у німецькій мові є деривація, словоскладання, контамінація та скорочення. Ці моделі забезпечують гнучкість і відкривають широкі можливості для мовної креативності, сприяючи активному формуванню нових слів та оказіональних утворень у публіцистиці.

Розв'язуючи четверте завдання, було здійснено класифікацію основних прийомів словотвірної мовної гри в ЗМІ. Серед них: словоскладання, контамінація, дефісне словотворення, псевдомотивація, морфологічні трансформації, а також запозичення іншомовних елементів і утворення псевдоаббревіацій. Ці засоби дозволяють авторам впроваджувати нові слова, наділені експресією та стилістичною виразністю.

У межах п'ятого завдання було проаналізовано практичне втілення мовної гри в текстах сучасних німецьких ЗМІ (2020-2025 рр.). Встановлено, що особливо активно ігрові форми реалізуються у заголовках, де вони підсилюють емоційний вплив, акцентують смисл і забезпечують краще запам'ятовування повідомлення. Мовна гра виступає не лише засобом мовної економії, а й інструментом формування критичного або оцінного ставлення до подій.

Проведене дослідження відкриває широкі можливості для подальшого наукового осмислення мовної гри як багатофункціонального явища сучасного медіадискурсу. Перспективним напрямом є більш глибоке вивчення когнітивних механізмів сприйняття мовної гри, зокрема словотвірних неологізмів, з урахуванням психологічного впливу на аудиторію. Крім того, актуальним є подальший моніторинг процесів лексикалізації окремих okazionalizmів, створених через мовну гру, з метою фіксації змін у німецькому лексиконі та вивчення їхнього впливу на мовну норму. Залучення корпусних технологій, машинного аналізу текстів і цифрових баз даних сприятиме об'єктивізації результатів і розширенню емпіричного матеріалу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Ачилова О.Л. Мовна гра в гумористичних текстах спортивної тематики. Дослідження з лексикології і граматики української мови: зб. наук. пр. / за ред.проф. А. М. Поповського. – Д.: Видавець Біла К. О., 2012. – Вип. 11. С.3-9
2. Білоус О.М. Порівняльна лексикологія (курс лекцій німецькою мовою): Навчальний посібник: видання 2-ге доопрацьоване та доповнене. – Кіровоград, РВВ КДПУ імені Володимира Винниченка, 2013. 244 с.
3. Вітгенштайн Л. Tractatus Logico-Philosophicus; Філософські дослідження.— К.: Основи, 1995. 311 с.
4. Ганжело С.М. Парономазія як один із прийомів трансформації фразеологізмів у німецькій мові. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2019 № 43 том 2– Одеса. С. 82-84
5. Гінка Б.І. Лексикологія німецької мови: лекції та семінари : навч. посібн. : вид. 4-те, пере- робл. і доп. / Б.І. Гінка. – Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2015. 420 с.
6. Гримашевич Г. І. Морфемологія та дериватологія (курс лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня освіти). Житомир: Вид-во ЖДУ імені Івана Франка, 2023. 156 с.
7. Дорошенко К.С. Мовна гра як теоретична проблема. Літературний процес: методологія, імена, тенденції. Філологічні науки. - 2014. - № 4. С. 140-143
8. Дюндик О.А. Прецедентні імена як інструмент мовної гри у словотворенні (на матеріалі романів Євгена Пашковського). Національна академія наук України. Київ, 2015. С.311-323
9. Колоїз Ж.В. Мовна гра як вияв креативності в сучасній афористиці. Філологічні студії: Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету, 15, Кривий Ріг, 2016. С.163-185
10. Кондратенко Н.В. Внутрішнє мовлення у постмодерністському тексті. Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. Серія 8, Київ, 2009. с.160
11. Кравченко О.Л., Федотова Н.М. Мовна гра в інтернетних постфольклорних текстах періоду російсько-української війни// Лінгвістика. – 2022. – №2 (46). С. 60–70
12. Крутько Т.В. Мовна гра як спосіб досягнення прагматичного ефекту рекламного тексту. Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи. — Київ: Логос, 2012. С. 209-216
13. Лазаренко С.В., Назаренко О.М. Мовна гра в сучасному газетному тексті: особливості реалізації та функціональне навантаження. Вчені записки

- ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика, Київ, 2021. С.49-54
14. Манохіна Ю.Є. Оказіональні іменники із семантикою збірності в художніх текстах. Дослідження з лексикології і граматики української мови: зб. наук. пр. / за ред. проф. А. М. Поповського. – Д.: Видавець Біла К. О., 2012. – Вип. 11. С.149-157
 15. Сабан О. В. Функційно-прагматичні особливості відепонімних оказіоналізмів та неологізмів у сучасній англійській мові. Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія». Острог : Вид-во НаУОА, 2018. Вип. 1(69), ч. 2, березень. С. 129-132
 16. Сніховська І.Е. Гра як феномен мовної картини світу *Nomo Loquens*. Житомирський державний університет імені Івана Франка, Житомир, 2018. с. 2
 17. Таран А.А. Мовна гра як засіб творення вторинної номінації. Мовознавчий вісник. - 2020. - Вип. 29. - Черкаси. С. 87-91
 18. Тараненко О. Гра слів. Культура слова. 1997. Вип. 50. С. 37–41.
 19. Тепшич А.І. Мовна гра як домінанта постмодерного дискурсу (на матеріалі прозових творів представників станіславського феномена): монографія; [наук. і відп. ред. А. П. Загнітко]. - Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2017. 192 с.
 20. Телетова С.Г. Мовна гра як засіб підвищення ефективності рекламного тексту. Сучасний рух науки: тези доп. XI міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 8-9 жовтня 2020 р. – Дніпро, 2020. – Т.2. С.300-302
 21. Третяк Н.В. Мовна гра як засіб комунікативного впливу на читача (на матеріалі ЗМІ). Мова і суспільство. Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка. 2012. Випуск 3. С. 309–314
 22. Факти про Німеччину. Видання 2023 р. с.183
 23. Căpățână O.N. Das Wortspiel und seine Übersetzung. Germanistische Beiträge. Lehrstuhl für Germanistik an der Lucian-Blaga-Universität Sibiu/Hermannstadt. Universitätsbibliothek Johann Christian Senckenberg, Sibiu / Hermannstadt, 2005. S.40-85
 24. Dargiewicz A. Die Sprache lebt und verändert sich. Zu Neuesten Tendenzen in der deutschen Wortbildung. Acta Neophilologica, XIV (1), UWM Olsztyn, 2012. S.61-76
 25. Fleischer W./ Barz I. Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache 4. Auflage; völlig neu bearbeitet von Irmhild Barz unter Mitarbeit von Marianne Schröder. 483 S.
 26. Hausmann, F. J. (1974). Studien zu einer Linguistik des Wortspiels. Das Wortspiel im "Canard enchaîné". Tübingen: Max Niemeyer Verlag. 166 S.

27. Heibert F. Das Wortspiel als Stilmittel und seine Übersetzung : am Beispiel von sieben Übersetzungen des “Ulysses” von James Joyce. - Tübingen: Narr, 1993. 319 S.
28. Hentschel E. Basiswissen deutsche Wortbildung. Narr Francke Attempto Verlag, Tübingen 2020. 241 S.
29. Karpiuk V.A. Die Klassifikation der Zusammensetzungsarten in der deutschen Gegenwartssprache. Філологічні студії.. – Вип. 14. Структура і семантика мовних одиниць. Криворізький державний педагогічний університет. Кривий Ріг, 2016. S.75-81
30. Kotulkova V. Deutsche Determinativkomposita und ihre Entsprechungen im Tschechischen. Würzburg, 2004. 141 S.
31. Mac A. Einige Überlegungen zur Wortbildungslehre im fremdsprachlichen Deutschunterricht. 2018, Glottodidactica. An International Journal of Applied Linguistics. S.103-115
32. Mirzoyeva L. and Syurmen O., Blended Neologisms and Multilingualism: Breaking Rules or New Literacy? in Convention 2019 “Modernization and Multiple Modernities”, KnE Social Sciences, 2020. p. 83–91
33. Niedermair K. Sprachspiel, Sprachsystem, Sprachideal: über die Möglichkeit einer selbstreferentiellen Sinntheorie im Anschluß an Ludwig Wittgenstein. In Theo Hug, Die soziale Wirklichkeit der Theorie. Beiträge zur Theorievermittlung und -aneignung in der Pädagogik. München: Profil.1990. S. 237-249
34. Piirainen E.(1999). Usualisiertes Wortspiel in der deutschen Phraseologie. Schneider Verlag Hohengehren GmbH. S.263–264
35. Rykalová G. Wortspiele und idiomatische Wortverbindungen als harte Nuss für Übersetzer. ACC Journal 2017, Volume 23, Issue 3, Liberec, 2017. S.227-235
36. Scherer C. 2009. Sammelrezension Wortbildung. Zeitschrift für Rezensionen zur germanistischen Sprachwissenschaft 1. S.10–17
37. Schlücker B. Die deutsche Kompositionsfreudigkeit. Übersicht und Einführung. 2012, Das Deutsche als kompositionsfreudige Sprache. Strukturelle Eigenschaften und systembezogene Aspekte (ed. by L. Gaeta & B. Schlücker). S.1-22
38. Schweikle G., Schweikle I. Metzler Literatur Lexikon. Begriffe und Definitionen. (1990) Stuttgart: metzlersche Verlagsbuchhandlung. 540 S.
39. Sowinski B. Deutsche Stilistik. Beobachtungen zur Sprachverwendung und Sprachgestaltung im Deutschen. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag, 1973. 341 S.

40. Stein S. 2016. Wortbildung und Wortbildungssemantik. In Inge Pohl & Winfried Ulrich (Hrsg.), Wortschatzarbeit. Baltmannsweiler: Schneider-Verlag Hohengehren. S. 225–255
41. Stumpf S. Wortbildung in der Interaktion. Zeitschrift für Angewandte Linguistik 2022; 77. S. 290–321
42. Wilpert, Gero von (1989): Sachwörterbuch der Literatur. Stuttgart: Kröner Verlag. 1054 S.
43. Winter-Froemel E. Sprach-Spiel-Kunst im Dialog. Ein Dialog zwischen Wissenschaft und Praxis. Walter de Gruyter GmbH, Berlin/Boston, 2018. S. 1-16

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ:

44. Angst vor der Syltokalypse: Wie die Insel bei ihren Touristen haushaltet// WirtschaftsWoche. URL: [28385360.html](https://www.wirtschaftswoche.de/28385360) (дата звернення 02.05.2025)
45. Auf dem Buchtelolymp// Süddeutsche Zeitung. URL: [kuenstlerlokale-wien-hawelka-1.6136517](https://www.sueddeutsche.de/kuenstlerlokale-wien-hawelka-1.6136517) (дата звернення 05.05.2025)
46. Buchstabiene// ZEIT Spiele. URL: [buchstabiene](https://www.zeit.de/buchstabiene) (дата звернення 07.05.2025)
47. Bärbel Bas prämiiert „Handy-Jahre einer Kanzlerin“ mit Medienpreis 2022// Deutscher Bundestag. URL: [kw41-medienpreis-914718](https://www.bundestag.de/kw41-medienpreis-914718) (дата звернення 20.05.2025)
48. Chic, dieses Chicken// ZEIT ONLINE. URL: [tom-kha-gai-thai-suppe-rezept-wochenmarkt](https://www.zeit.de/tom-kha-gai-thai-suppe-rezept-wochenmarkt) (дата звернення 02.05.2025)
49. Christliche Feste: Von Osterhasen und Nikolaus// Frankfurter Rundschau. URL: [christliche-feste-von-osterhasen-und-nikolaus-93683373.html](https://www.frankfurter-rundschau.de/christliche-feste-von-osterhasen-und-nikolaus-93683373.html) (дата звернення 07.05.2025)
50. Das steckt hinter der speziellen Popp-Geste// Bild. URL: [fussball-frauen-wm-dfb-elf-besiegt-marokko-popp-feiert-mit-speziieller-geste-84799042.bild.html](https://www.bild.de/fussball-frauen-wm-dfb-elf-besiegt-marokko-popp-feiert-mit-speziieller-geste-84799042.bild.html) (дата звернення 07.05.2025)
51. Der Abkanzler// Der Spiegel. URL: [index-2025-8.html](https://www.spiegel.de/index-2025-8.html) (дата звернення 20.05.2025)
52. Der Muhnarch// ZEIT ONLINE. URL: [koenig-charles-iii-brandenburg-brodowin](https://www.zeit.de/koenig-charles-iii-brandenburg-brodowin) (дата звернення 05.05.2025)
53. Der Präsident hat keine Eier// Das Parlament. URL: [der-praesident-hat-keine-eier](https://www.dasparlament.de/der-praesident-hat-keine-eier) (дата звернення 11.05.2025)
54. Die »Das wird man doch noch sagen dürfen«-Fraktion// Der Spiegel. URL: [dieter-hallervorden-und-co-die-das-wird-man-doch-noch-sagen-duerfen-fraktion-a-f9890225-d99e-4381-bcde-1bcc96ccd13e](https://www.spiegel.de/dieter-hallervorden-und-co-die-das-wird-man-doch-noch-sagen-duerfen-fraktion-a-f9890225-d99e-4381-bcde-1bcc96ccd13e) (дата звернення 20.05.2025)

55. Die Dürre-Insel: Wie Zypern gegen die Klimafolgen ankämpft// Deutsche Welle. URL: [a-71736120](#) (дата звернення 21.05.2025)
56. Die Leiden des deutschen Duty-Free-Königs// Die Welt. URL: [Flughafenkette-Heinemann-Vom-Krisenmanager-zum-globalen-Duty-Free-Giganten.html](#) (дата звернення 07.05.2025)
57. "Diese Richter waren Hin-Richter"// Süddeutsche Zeitung. URL: [nationalsozialismus-muenchen-justiz-weisse-rose-justizpalast-ausstellung-1.5811091](#) (дата звернення 04.05.2025)
58. Dieser unerträgliche Hetero// ZEIT ONLINE. URL: [netflix-dating-shows-heteronormativitaet-10nach8](#) (дата звернення 21.05.2025)
59. Dunkelmenschen im Nichtlicht// Süddeutsche Zeitung Magazin. URL: [axel-hacke-politik-berlin-sonne-licht-94933](#) (дата звернення 07.05.2025)
60. Du sollst nicht löten...// fluter. URL: [repaircafe-konsum-muell-neukoelln](#) (дата звернення 12.05.2025)
61. „Duzmännerfreundschaft“ und Hektar-Verwirrung: Söder lässt bei Koalitions-Pk den Saal lachen//Merkur.de. URL: [neue-duzmaennerfreundschaft-soeder-laesst-bei-koalitions-pk-den-ganzen-saal-lachen-zr-93675767.html](#) (дата звернення 05.05.2025)
62. Eau là là!// Süddeutsche Zeitung. URL: [paris-2024-ioc-1.6067797](#) (дата звернення 08.05.2025)
63. Ein ewig Rätsel wird er bleiben// ZEIT ONLINE. URL: [horst-seehofer-csu-karriere-1.5473899](#) (дата звернення 16.05.2025)
64. Ende der Corona-Warn-App: Sag zum Abschied leise Virus// RedaktionsNetzwerk Deutschland. URL: [corona-warn-app-wird-eingestellt-ab-1-juni-2023-im-schlafmodus-SKYNPF6ZCBEKDJ4VT4IWTDEIIQ.html](#) (дата звернення 12.05.2025)
65. Endlich Boormermer// Der Spiegel. URL: [ki-generierte-action-figures-sei-mein-boormermer-a-1a698793-d63d-4d8a-9a64-d13f94aa5205](#) (дата звернення 16.05.2025)
66. Erpressersoftware legt Landmaschinenhersteller Fendt lahm// Der Spiegel. URL: [ransomware-landmaschinenhersteller-fendt-und-mutterkonzern-agco-lahmgelegt-a-0b77ecd3-347a-4736-8963-98d8a3f02cba](#) (дата звернення 12.05.2025)
67. Es ist eine SchroKo// Der Spiegel. URL: [news-des-tages-schwarz-rote-koalition-donald-trump-zoelle-china-touristen-in-den-usa-a-6cde5dc8-a99d-4d36-83bd-989346075667](#) (дата звернення 25.05.2025)

- 68.Ferrari wird E-rrari// Bild. URL: [ferrari-wird-e-rrari-datum-steht-67ff8fe0ba5a92148b2ca978](https://www.bild.de/ferrari-wird-e-rrari-datum-steht-67ff8fe0ba5a92148b2ca978) (дата звернення 12.05.2025)
- 69.Finnlands Nahtod-Erfahrung, Finnlands Nato-Hoffnung// Der Spiegel. URL:[news-finland-will-in-die-nato-erweiterung-uwe-tellkamp-scheitert-am-turmfortsatz-a-28820dfb-de3c-4b66-9ce2-c486de02371c](https://www.der Spiegel.de/news/finnland-will-in-die-nato-erweiterung-uwe-tellkamp-scheitert-am-turmfortsatz-a-28820dfb-de3c-4b66-9ce2-c486de02371c) (дата звернення 08.05.2025)
- 70.Gar, nicht so schlecht!// Der Spiegel. URL: [schnellkochtoepfe-im-test-der-stiftung-warentest-a-f75d65c5-734c-4ade-bdad-5181599d93bf](https://www.der Spiegel.de/schnellkochtoepfe-im-test-der-stiftung-warentest-a-f75d65c5-734c-4ade-bdad-5181599d93bf) (дата звернення 15.05.2025)
- 71.Gezwister// Der Spiegel. URL: [index-2021-51.html](https://www.der Spiegel.de/index-2021-51.html) (дата звернення 14.05.2025)
- 72.Grönlands Trump-Dilemma// Süddeutsche Zeitung. URL: [groenland-wahl-parlament-donald-trump-daenemark-faq](https://www.sueddeutsche.de/groenland-wahl-parlament-donald-trump-daenemark-faq) (дата звернення 17.05.2025)
- 73.Hidden Champion// ZEIT ONLINE. URL: [cem-oezdemir-bundeslandwirtschaftsminister-beliebtheit-die-gruenen](https://www.zeit-online.de/cem-oezdemir-bundeslandwirtschaftsminister-beliebtheit-die-gruenen) (дата звернення 20.05.2025)
- 74.Hier Sommer, da Kühling!// Bild. URL: [wetter-vor-ostern-in-deutschland-hier-wirds-kuehl-hier-sommerlich-67fdf36b3ceb7108c4920c6a](https://www.bild.de/wetter-vor-ostern-in-deutschland-hier-wirds-kuehl-hier-sommerlich-67fdf36b3ceb7108c4920c6a) (дата звернення 03.05.2025)
- 75.Im Einsatz für die Biodiversität// Journal B. URL: [im-einsatz-fuer-die-biodiversitaet](https://www.journalb.de/im-einsatz-fuer-die-biodiversitaet) (дата звернення 12.05.2025)
- 76.Kann man Yamal so machen// 11Freunde. URL: [kann-man-yamal-so-machen-a-21e47030-0004-0001-0000-000008626238](https://www.11freunde.de/kann-man-yamal-so-machen-a-21e47030-0004-0001-0000-000008626238) (дата звернення 14.05.2025)
- 77.Kehr-Aus bei der Münchner Straßenreinigung: Warnstreik zum Faschingsausklang//Merkur.de.URL:[muenchen-warnstreik-der-strassenreinigung-zum-faschingsausklang-ztz-92097879.html](https://www.merkur.de/muenchen-warnstreik-der-strassenreinigung-zum-faschingsausklang-ztz-92097879.html) (дата звернення 04.05.2025)
- 78.Klima-Shakira der Letzten Generation: Das ist Anja Windl// FOCUS online.URL: [klima-shakira-der-letzten-generation-das-ist-anja-windl_159528](https://www.focus.de/klima-shakira-der-letzten-generation-das-ist-anja-windl_159528) (дата звернення 12.05.2025)
- 79.Klub ohne Eigenschaften// Süddeutsche Zeitung. URL: [tsg-hoffenheim-identitaet-krise-li.3239667](https://www.sueddeutsche.de/tsg-hoffenheim-identitaet-krise-li.3239667) (дата звернення 06.05.2025)
- 80.Krach ums Kracherl// OVB HEIMATZEITUNGEN. URL: <https://www.ovb-heimatzeitungen.de/muenchen/2022/06/28/krach-ums-kracherl.ovb> (дата звернення 07.05.2025)
- 81.Lernen mit dem Come-Becker// Süddeutsche Zeitung. URL: [boris-becker-interview-sat-1-tv-kritik-gefaengnis-1.5718792](https://www.sueddeutsche.de/boris-becker-interview-sat-1-tv-kritik-gefaengnis-1.5718792) (дата звернення 02.05.2025)

- 82.Macho-Medizin: Männerfokussierte Forschung produziert „hohe Kosten“// Capital. URL: [macho-medizin--maennerfokussierte-forschung-diskriminiert-frauen-34753292.html](https://www.capital.de/macho-medizin--maennerfokussierte-forschung-diskriminiert-frauen-34753292.html) (дата звернення 02.05.2025)
- 83.Macht Trump uns arm?// ZEIT ONLINE. URL: [index](https://www.zeit.de/index) (дата звернення 04.05.2025)
- 84.Make America go away// ZEIT ONLINE. URL: [groenland-usa-donald-trump-jd-vance-sisimiut-unabhaengigkeit](https://www.zeit.de/groenland-usa-donald-trump-jd-vance-sisimiut-unabhaengigkeit) (дата звернення 15.05.2025)
- 85.Mega-Blackout auf Mallorca!// Titanic-Magazin. Facebook. URL: [photo](https://www.facebook.com/photo) (дата звернення 13.05.2025)
- 86.Münchens Scheineisheilige: Wo Geld keine Rolle spielt// Süddeutsche Zeitung. URL: [eis-eisdielen-eispreis-muenchen-muenchner-momente-li.3229724](https://www.sueddeutsche.de/eis-eisdielen-eispreis-muenchen-muenchner-momente-li.3229724) (дата звернення 11.05.2025)
- 87.»Oscar-reif«// Der Spiegel. URL: [formel-1-in-bahrain-oscar-piastriglaenzt-beim-start-ziel-sieg-pressestimmen-oscar-reif-a-4eb0ae89-b292-4d9b-a79a-52c8bf1999f7](https://www.spiegel.de/formel-1-in-bahrain-oscar-piastriglaenzt-beim-start-ziel-sieg-pressestimmen-oscar-reif-a-4eb0ae89-b292-4d9b-a79a-52c8bf1999f7) (дата звернення 05.05.2025)
- 88.Persona non Greta?// Die Tageszeitung. URL: [!5969483](https://www.die-tageszeitung.de/15969483) (дата звернення 12.05.2025)
- 89.Pflug und Trug// ZEIT ONLINE. URL: [claas-landmaschinenhersteller-russland-sanktionen-produktion-krasnodar](https://www.zeit.de/claas-landmaschinenhersteller-russland-sanktionen-produktion-krasnodar) (дата звернення 14.05.2025)
- 90.Polizei fasst mutmaßliche Killer-Teenies (16)// Bild. URL: [mann-in-gelsenkirchen-erstochen-polizei-fasst-gesuchte-teenies-68010b2c3ceb7108c49560ac](https://www.bild.de/mann-in-gelsenkirchen-erstochen-polizei-fasst-gesuchte-teenies-68010b2c3ceb7108c49560ac) (дата звернення 12.05.2025)
- 91.Quamback des Quaggas// Süddeutsche Zeitung. URL: [quaggas-zebra-ohne-streifen-rueckzuechtung-1.5535077](https://www.sueddeutsche.de/quaggas-zebra-ohne-streifen-rueckzuechtung-1.5535077) (дата звернення 17.05.2025)
- 92.Red Bull verbiegt Flügel// ZEIT ONLINE. URL: [formel-1-streit-mercedes-red-bull-1.5311469](https://www.zeit.de/formel-1-streit-mercedes-red-bull-1.5311469) (дата звернення 04.05.2025)
- 93.Riskanter Zug// Der Spiegel. URL: [index-2023-33.html](https://www.spiegel.de/index-2023-33.html) (дата звернення 06.05.2025)
- 94.SchMerz// Der Spiegel. URL: [index-2025-6.html](https://www.spiegel.de/index-2025-6.html) (дата звернення 15.05.2025)
- 95.Sieht harmlos aus? Meint: Hitlergruß// ZEIT ONLINE. URL: [rechte-codes-social-media-emojis-ideologie-tiktok](https://www.zeit.de/rechte-codes-social-media-emojis-ideologie-tiktok) (дата звернення 12.05.2025)
- 96.Sp*innen die?// Süddeutsche Zeitung. URL: [gendern-fpoe-gruene-oesterreich-niederosterreich-behoerden-1.6073431](https://www.sueddeutsche.de/gendern-fpoe-gruene-oesterreich-niederosterreich-behoerden-1.6073431) (дата звернення 08.05.2025)
- 97.Söder und Aiwanger – die beiden Dauerkollisionäre// Süddeutsche Zeitung. URL: [bayern-soeder-aiwanger-schuldenpaket-beziehung-analyse-li.3220473](https://www.sueddeutsche.de/bayern-soeder-aiwanger-schuldenpaket-beziehung-analyse-li.3220473) (дата звернення 11.05.2025)
- 98.Tipps rund um das Ei – vom „Ei“nkauf bis zur Zuber„ei“tung// Niedersachsen.Klar. URL: [tipps-rund-um-das-ei-vom-einkauf-bis-zur-zubereitung-73954.html](https://www.niedersachsen.klar.de/tipps-rund-um-das-ei-vom-einkauf-bis-zur-zubereitung-73954.html) (дата звернення 03.05.2025)

99. The President// Der Spiegel. URL: [index-2020-31.html](#) (дата звернення 07.05.2025)
100. Thomas Pläßmann. X. URL: [1910420629037482017](#) (дата звернення 06.05.2025)
101. Tscheche Schick schockt Schottland// HEIDENHEIMER ZEITUNG. URL: [tscheche-schick-schockt-schottland-mit-traum-tor](#) (дата звернення 12.05.2025)
102. US-Basketballstar LeBron James wird erster »Kenbassador«// Der Spiegel. URL: [barbie-lebron-james-wird-erster-kenbassador-a-03b11746-6950-41d9-87a1-f2a19cbd762e](#) (дата звернення 08.05.2025)
103. „Verstehen Sie Spaß?“ wird für die ARD zum Zuschauerflop// Die Welt. URL: [Verstehen-Sie-Spass-wird-fuer-die-ARD-zum-Zuschauerflop.html](#) (дата звернення 08.05.2025)
104. Voll goldbärig - HARIBO Goldbären auf dem Tretboot// HARIBO Deutschland. YouTube. URL: <https://youtu.be/oE57rRxdIE4> (дата звернення 09.05.2025)
105. Vom Lockdown zum Lock-in: Warnung vor Software-Abhängigkeit im Gesundheitswesen// heise online. URL: [Vom-Lockdown-zum-Lock-in-Warnung-vor-Software-Abhaengigkeit-im-Gesundheitswesen-9822830.html](#) (дата звернення 02.05.2025)
106. War Hitler wirklich ein Linker?// Bild. URL: [hitler-als-linker-historiker-wolffsohn-widerlegt-alice-weidels-these-6780e80e10218076cf6f1c22](#) (дата звернення 13.05.2025)
107. Was Mücken anzieht// Süddeutsche Zeitung. URL: [muecken-mythen-mueckenstich-mueckenschutz-mueckenfalle-1.5396993](#) (дата звернення 11.05.2025)
108. Wie Europa seinen Solarboom finanziert// Deutsche Welle. URL: [a-71676260](#) (дата звернення 10.05.2025)
109. Wir bleiben Zoohaue!// Der Spiegel. URL: [index-2021-5.html](#) (дата звернення 12.05.2025)
110. Wortiger// ZEIT Spiele. URL: [wortiger](#) (дата звернення 05.05.2025)
111. Zeig mir deine Wunde_r// Artspring Berlin. URL: https://www.artspring.berlin/veranstaltung/zeig-mir-deine-wunde_r/ (дата звернення 09.05.2025)
112. Zollwütig// Süddeutsche Zeitung Magazin. URL: [zoelle-amerika-trump-schmuggler-grenzkontrollen-axel-hacke-politik-94955](#) (дата звернення 07.05.2025)

113. Zwei zweiseidige Zweizweis// Süddeutsche Zeitung.
URL:[bundesliga-spieltag-aktuell-bvb-borussia-dortmund-wirtz-leverkusen-li.3189485](https://www.sueddeutsche.de/sport/bundesliga-spieltag-aktuell-bvb-borussia-dortmund-wirtz-leverkusen-li.3189485) (дата звернення 10.05.2025)

ZUSAMMENFASSUNG

In der heutigen Informationsgesellschaft spielen die Massenmedien eine zentrale Rolle bei der Bildung sprachlicher Tendenzen, der Verbreitung von Neologismen und der Etablierung linguistischer Innovationen. Besonders auffällig ist dabei der kreative Umgang mit Sprache, wobei das Phänomen des Sprachspiels eine bedeutende Stellung einnimmt. Sprachspiele dienen nicht nur der Wortneuschöpfung, sondern auch als wirkungsvolles Mittel zur emotionalen Ansprache und Aufmerksamkeitslenkung im Mediendiskurs.

Im Mittelpunkt der Untersuchung steht das Wortbildungsspiel in den deutschsprachigen Medien. Die Analyse zeigt, dass durch sprachliche Kreativität konventionelle Wortbildungsmodelle modifiziert und neue lexikalische Einheiten geschaffen werden. Sprachspiele erfüllen dabei sowohl stilistische als auch pragmatische Funktionen – insbesondere in Überschriften, Slogans, Werbung und satirisch-politischen Kommentaren.

Das Interesse an diesem Forschungsthema ergibt sich aus der wachsenden Bedeutung kreativer Sprachprozesse im öffentlichen Diskurs sowie aus dem Bedarf an einer systematischen Analyse aktueller Wortbildungstendenzen. Die Arbeit hebt das hohe kreative Potenzial der deutschen Sprache hervor, das sich in der Bildung expressiver, ideologisch gefärbter und kulturell markierter Neologismen manifestiert.

Im Rahmen der Untersuchung wurden folgende Ziele verfolgt: die theoretischen Grundlagen des Sprachspiels zu analysieren, dessen Funktionen im medialen Kontext zu untersuchen, produktive Wortbildungsmuster zu identifizieren, und typische Verfahren des Sprachspiels in Presstexten zu klassifizieren. Anhand zahlreicher Beispiele aus Print- und Online-Medien wurden dabei Wortbildungsstrategien wie Komposition, Kontamination, Bindestrichbildung, Pseudomotivation, morphologische Transformationen sowie die Nutzung von Lehnwörtern und Pseudoabkürzungen untersucht.

Methodisch basiert die Studie auf deskriptiver Analyse, linguistischer Beobachtung und Interpretation, kontextuell-semantischer Untersuchung sowie

Elementen der quantitativen Analyse. Die Ergebnisse wurden auf einer wissenschaftlichen Konferenz vorgestellt.

Die Arbeit zeigt, dass wortbildende Sprachspiele ein dynamisches Mittel zur Gestaltung von Medientexten sind, das neue kommunikative Szenarien erschließt, gesellschaftliche Bewertungen transportiert und sprachliche Reaktionen auf aktuelle Ereignisse ermöglicht. Sie setzen beim Rezipienten hohe sprachliche und kulturelle Kompetenzen voraus und spiegeln gesellschaftliche Wandlungsprozesse wider.

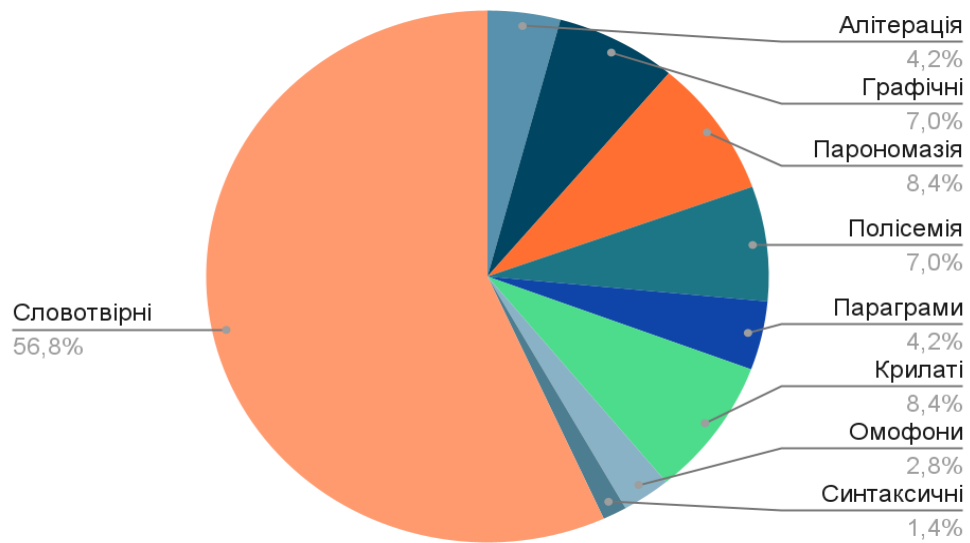
Die Untersuchung liefert wertvolle Impulse für die Lehre (z. B. im Bereich der Sprach- und Medienwissenschaft), für journalistische Praxis sowie für die Erstellung didaktischer Materialien. Perspektivisch erscheint eine vertiefte Erforschung kognitiver Mechanismen bei der Rezeption von sprachspielerischen Neologismen sowie die Nutzung digitaler Korpustechnologien besonders vielversprechend.

ДОДАТКИ

Додаток 1

Діаграма

Кількісний аналіз типів мовних ігор у проаналізованих німецьких ЗМІ



Додаток 2

Відсоток типів словотвірних ігор

