

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра німецької філології

Курсова робота з перекладознавства
на тему:
«Гра слів: шляхи аналізу та перекладу»

студентки групи **МЛнім 10-20**
факультету германської філології і
перекладу
освітньо-професійної програми
Німецька мова і література, друга
іноземна мова, переклад
за спеціальністю **035 Філологія**
спеціалізація **035.043 Германські**
мови та літератури (переклад
включно), перша –німецька
ОСИПЬОНОК Владислави

Науковий керівник:
д. філол. наук, проф. Білоус О. М.

Національна шкала _____
Кількість балів _____
Оцінка ЄКТС _____

Члени комісії:

Київ – 2023

**NATIONALE LINGUISTISCHE UNIVERSITÄT KYJIW LEHRSTUHL
FÜR DEUTSCHE PHILOLOGIE**

**Semesterarbeit
in Translationswissenschaft zum Thema:
"Wortspiel: Wege der Analyse und Übersetzung"**

**von der Studentin
des 3. Studienjahres
der Seminargruppe Nr. Mlnim. 10-20
Fach: 035 „Philologie“,
Spezialisierung: 035.043 Germanische
Sprachen und Literaturen (inklusive Translation)
Ausbildungsprogramm: Deutsche Sprache und
Literatur, zweite Fremdsprache, Translation**

Wladyslava OSYPÖNOK

Wissenschaftliche(r) Betreuer(in):

Prof. Oleksandr BILOUS

Nationale Bewertungsskala _____

Punktzahl _____

EKTS-Note _____

Kommissionsmitglieder:

INHALT

EINLEITUNG.....	3
KAPITEL 1.....	5
1.1.....	5
1.2.....	8
Schlussfolgerungen zum Kapitel 1.....	12
KAPITEL 2.....	13
2.1	13
2.2	14
Schlussfolgerungen zum Kapitel 2.....	19
KAPITEL 3.....	20
3.1.	20
3.2.	23
SCHLUSSFOLGERUNGEN.....	28
PE3IOME.....	27
RESÜMEE.....	28
LITERATURVERZEICHNIS.....	29

EINLEITUNG

Das Wortspiel gilt als eines der komplexesten sprachlichen Phänomene. Mit Hilfe von Wortspielen lassen sich Kultur und Geschichte darstellen, daher muss der Übersetzer für eine adäquate Übersetzung in eine andere Sprache nicht nur ein Kenner zweier Sprachen sein, sondern auch ein Verständnis für die Kultur, Sitten und Gebräuche der Länder haben, deren Sprachen sprechen er übersetzt. In der modernen Welt werden Wortspiele und Wortspiele in verschiedenen Lebens- und Tätigkeitsbereichen verwendet, beispielsweise in Literatur, Werbung, sozialen Netzwerken, Fernsehserien, Filmen, Anekdoten usw. Mit Hilfe eines Wortspiels wird ein humorvoller, ironischer oder satirischer Effekt erzeugt, aber mit seiner Hilfe kann man auch einen Teil der verbotenen oder anstößigen Informationen "verbergen". Darauf beruhen zahlreiche Anekdoten. Wortspiele können auch verwendet werden, um Sprachsensibilität zu entwickeln, da ihr Verständnis nicht nur Sprachkenntnisse erfordert, sondern auch die Fähigkeit, Sprachspiele zu verstehen und mit Sprache zu spielen. Im Allgemeinen trägt das Studium der Wortspiele dazu bei, die Vielschichtigkeit der Sprache und ihre Möglichkeiten aufzuzeigen. Die Verbreitung von Wortspielen im Alltag bestimmt **die Aktualität** dieses Themas.

Die weite Verbreitung von Sprachspielen beim Sprechen und Schreiben erklärt das Interesse der Linguisten. Zu diesem Thema sind die wissenschaftlichen Arbeiten von V. Vynogradov, E. M. Beregovska, B. B. Norman O. V. Paducheva, D. Crystal, T. Kosmeda, Zh. V. Koloiz, O. Khaliman zu erwähnen. Darüber hinaus nimmt das Studium von Sprachspielen einen wichtigen Platz in der modernen Linguistik und insbesondere in der Übersetzung ein. Viele berühmte Autoren wie Ivan Franko, Lesya Ukrainka, Franz Kafka verwendeten Sprachspiele in ihren Werken. Das Studium von Sprachspielen hilft, komplexere Aspekte der Sprache und ihrer Verwendung in verschiedenen Kontexten zu verstehen.

Der Gegenstand der Arbeit ist die Untersuchung der Verwendung von Wortspielen in verschiedenen Arten der mündlichen und schriftlichen Rede. Es werden verschiedene Arten von Wortspielen analysiert, einschließlich verbaler und

lauter Wortspiele, und ihre Verwendung in verschiedenen Textgattungen wie Poesie, Prosa, Werbung, Comics. Die Studie umfasst eine Analyse der kognitiven und ästhetischen Aspekte des Wortspiels, insbesondere seiner Reflexion von Denken, Kreativität und Humor.

Das Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, das linguistische Phänomen "Wortspiel" zu untersuchen und die Anwendungs- und Übersetzungsmöglichkeiten des "Wortspiels" zu analysieren. Um das gesetzte Ziel zu erreichen, wird die Arbeit verschiedene Quellen verwenden, darunter literarische Werke, Werbetexte, Dialoge aus Filmen und Fernsehserien, Witze. Untersuchung der Wahrnehmung des Sprachspiels durch Menschen aus verschiedenen Ländern sowie verschiedenen Sprachgruppen, um festzustellen, ob es einen Unterschied zwischen der Wahrnehmung dieses Sprachphänomens durch Vertreter verschiedener Sprachgruppen gibt.

Das Ziel bestimmt die konkreten Aufgaben:

- Die Systematik des 'Wortspiels' als Übersetzungsproblem;
- Die Besonderheiten der Verwendung von 'Wortspielen' in der literarischen Gattung;
- Die Merkmale der Verwendung von 'Wortspielen' in der Popkultur (Witz, Gleichnisse, Comics, Werbung, Internetberichte);
- Die Pragmatik der Verwendung von 'Wortspielen';
- Die Wege zur Übersetzung von 'Wortspielen'.

Zur Lösung der gestellten Aufgaben wurden allgemeine wissenschaftliche Methoden verwendet - Beobachtung, Vergleich, Analyse, sowie spezielle linguistische Methoden Komponentenanalyse, Kontextanalyse, Interpretationsanalyse, etymologische Analyse. Der Einsatz verschiedener Methoden ermöglicht eine umfassende und tiefgehende Analyse des Wortspielphänomens und seiner Verwendung in der Sprache.

KAPITEL 1 DAS KONZEPT DES SPRACHSPIELS, SEINE FUNKTIONEN UND ARTEN

1.1. Wissenschaftliche Interpretation des Begriffs „Sprachspiel“

Sprache ist nicht nur ein unerschöpfliches Kommunikationsmittel. Sprache spiegelt die Lebenserfahrung der Menschen von der Antike bis heute wider. Gleichzeitig reflektiert die Sprache nicht nur das, was an der Oberfläche liegt, sondern auch das, was für das Auge unsichtbar ist, das innere Wesen der Dinge. Dies kann von selbst geschehen oder vom Autor bewusst geschaffen werden. Unvollständige Offenlegung von Bedeutung kann den Leser zum Nachdenken oder Lachen bringen. In fiktiven und umgangssprachlichen Genres und sogar im Journalismus werden Sprachtechniken wie Wortspiel oft verwendet, um verschiedene Arten von Comic-Effekten zu erzeugen.

Seit Mitte des 20. Jahrhunderts ziehen Stilmittel wie „Kalauer“ (andere Namen sind „Wortspiel“ oder „Sprachspiel“) die Aufmerksamkeit von Wissenschaftlern auf sich. Der Begriff „Sprachspiel“ wurde erstmals von dem österreichischen Philosophen Ludwig Wittgenstein in dem 1921 erschienenen Werk „Tractatus logico-philosophicus“ verwendet. Der Wissenschaftler nannte das Sprachspiel eine Kombination aus Sprache und Tätigkeit. Wittgensteins Abhandlung gab Anstoß für weitere Forschungen, ist aber für eine linguistische Auseinandersetzung mit dem Thema Sprachspiele nicht wertvoll. (Wittgenstein, L. (1921). Tractatus logico-philosophicus.)

Der britische Linguist David Crystal (2006) schreibt, dass der Raum, den das Sprachspiel einnimmt, und die Formen seiner Darstellung grenzenlos sind, ebenso wie der Raum die Sprache als Kommunikationsmittel einnimmt. Der Wissenschaftler schreibt in „The Cambridge Encyclopedia of Language“: „Das Spielen mit Wörtern ist eine universelle menschliche Aktivität ... Menschen nehmen gerne Wörter und erschaffen sie auf eine neue Art und Weise, arrangiere sie in raffinierten Mustern, finde verborgene Bedeutungen und Versuche sie nach

eigenschaffenen Regeln auf unterschiedlichste Art und Weise einzusetzen". (David Crystal, 2006, S. 64).

T. Kosmeda (2013) schreibt, dass Moderne exquisite Rede wird auf eine exquisite sprachliche Persönlichkeit projiziert, die als ein "linguistischer Gourmet" nominiert wird: eine solche sprachliche Persönlichkeit strebt nach Ausdruck sprachlicher Kreativität, Repräsentation nicht nur relevant Informationen, aber auch der Ausdruck ihrer Gefühle und Emotionen, Modellierung und Wahrnehmung des Sprachspiels, die Carnivalisierung der Sprache; es ist in der Lage, verborgene tiefe Bedeutungen zu konstruieren, zu interpretieren und zu entschlüsseln. (Kosmeda, 2013, S. 257 – 258).

Im Bereich der Sprachspiele können verschiedene Formen der Sprachschöpfung unterschieden werden, wie beispielsweise Unsinn, Parodien, Wortspiele, Wiederholungen, Witze, Anagramme, Akrostichen, Palindrome, humoristische Appelle, Slogans und Schlagzeilen. Bei Sprachspielen muss der Sprecher den kulturellen Kontext berücksichtigen und ob der Rezipient über das nötige Hintergrundwissen verfügt, um das Gehörte richtig zu interpretieren.

Die Frage des Wortspiels ist in der modernen ukrainischen Linguistik eine der ersten, die von T. Kosmeda und O. Khaliman ausführlich analysiert wird. In ihrer Studie "Sprachspiel im Paradigma der interpretativen Linguistik" kamen die Wissenschaftlerinnen zu dem Ergebnis, dass Sprachspiele auf allen Ebenen des Sprachsystems vorkommen, einschließlich der phonetischen, lexikalisch-semantischen und phraseologischen Ebene. Sie sind auch in der Morphemik, Wortbildung und Grammatik, jedoch seltener anzutreffen. (Космеда & Халиман, 2013, S. 185-215).

Da das Sprachspiel ein relativ neues Phänomen in der Linguistik ist, bleibt die Hauptdebatte unter Wissenschaftlern die Frage nach der Identität der Konzepte von "Kalauer" und "Wortspiel": einige glauben, dass diese Konzepte mit der gleichen stilistischen Technik synonym sind, während andere die Idee unterstützen, dass diese Begriffe bestimmte Unterschiede in ihren Definitionen haben (es wird angenommen, dass "Wortspiel" eine engere Bedeutung hat als "Sprachspiel").

In der terminologischen Enzyklopädie von O. Selivanova „Moderne Linguistik“ sticht nur als Wortspiel hervor, das mit einem Sprachspiel gleichgesetzt wird. Die bulgarische Forscherin L. Tsoneva (2000) bemerkt dagegen: „Das traditionelle Verständnis eines Sprachspiels als Kalauer (Wortspiel) sollte als begrenzt und veraltet angesehen. Ein Sprachspiel wird im weitesten Sinne als Abweichung von Sprachnormen interpretiert, um eine bestimmte Ästhetik (häufiger Comic-Effekt) zu erzeugen. (Цонева, 2000, S. 162 -165)

Der ukrainische Linguist O. Taranenko beharrt in seinem Artikel „Das Wortspiel“ darauf, dass der Kalauer nicht mit einem Wortspiel gleichzusetzen ist. Der Linguist schreibt, dass Wortspiel eine besondere Verwendung des Klangs lexikalische oder grammatische Form von Wörtern, sowie Teile der Wörter phraseologische Einheiten von syntaktischen Konstruktionen ist, um bestimmte phonetische und semantisch-stilistische Phänomene basierend auf dem Vergleich und Umdenken zu schaffen eng klingende oder monotone Spracheinheiten mit unterschiedlichen Bedeutungen auszuspielen. Eine der Varianten des Wortspiels, die darin besteht, einen komischen und satirischen Effekt zu erzeugen, ist Kalauer. (Тараненко, 2016)

Heutzutage haben Forscher keine einheitliche Definition des Kalauers. Das Duden-Wörterbuch enthält folgende Definition: "Kalauer – nicht sehr geistreicher, meist auf einem Wortspiel beruhender Witz".

„Kalauer – ist ein auf Mehrdeutigkeit beruhendes Stilmittel, bei dem das Wortspiel (Homonyme, Paronyme, Wiederholungen, jegliche Formen der Mehrdeutigkeit) den Effekt einer doppelten Semantik hervorruft, das Auftreten von Phraseologieeinheiten, Neologismen, bewirkt oft in Comics und in satirischen Kontexten verwendet. (Ю. І. Ковалів, 2007, S. 453).

Das online Cambridge Dictionary gibt den Begriffen "Kalauer" (pun) und "Wortspiel" (play on words) dieselben Definitionen - eine humorvolle Verwendung eines Wortes oder einer Phrase, die mehrere Bedeutungen hat oder wie ein anderes Wort klingt. Beide Stilmittel – Wortspiel und Kalauer – haben viele Gemeinsamkeiten, wie Struktur, sprachliche Grundlage, Effekt falscher Erwartung,

Mehrdeutigkeit und den Zweck, einen komischen Effekt zu erzeugen. Die Folge dieser Ähnlichkeiten ist, dass die meisten Forscher nicht zwischen diesen beiden Konzepten unterscheiden. (Cambridge Dictionary)

O. Tymchuk (2009) schreibt, dass in einem breiten Spektrum von Ausdrucks- und Bildmitteln der Sprache das Phänomen des Wortspiels einen herausragenden Platz einnimmt, das in „der besonderen Verwendung auch der lautlichen, lexikalischen oder grammatikalischen Form von Wörtern besteht als Wortbestandteile, phraseologische Einheiten, syntaktische Konstruktionen zur Schaffung bestimmter phonetischer und semantisch-stilistischer Phänomene, die auf dem Vergleichen und Uminterpretieren, dem Spielen ähnlich klingender oder monophoner Spracheinheiten mit unterschiedlichen Bedeutungen beruhen“. (Тимчук, 2009, S. 122-124)

Der Begriff „Wortspiel“ bezeichnet somit das Spielen sprachlicher Einheiten nicht nur auf der lexikalischen Ebene, wie sich aus seinem engeren Verständnis ergibt, sondern auch auf anderen sprachlichen Ebenen. Die Forscherin betrachtet das Wortspiel als eine der Spielarten des Phänomens des Wortspiels, das darin besteht, die äußere Ähnlichkeit oder Identität sprachlicher Einheiten zu nutzen, um eine humorvolle (humorvolle, ironische, satirische) Wirkung zu erzielen.

Nach der Analyse der Meinungen verschiedener Forscher können wir also zu dem Schluss kommen, dass die semantische Grundlage von Wortspielen und Wortspielen Mehrdeutigkeit ist. Kalauer kann als eine Art Sprachspiel betrachtet werden, das eher dazu dient, einen komischen, satirischen oder ironischen Effekt zu erzeugen. Das Wortspiel kann für breitere Zwecke verwendet werden – als Ausdruck sprachlicher Kreativität, als Möglichkeit, die eigene Persönlichkeit durch Sprache auszudrücken oder um Informationen zu verbergen.

1.2 Arten, Funktionen und Pragmatik des Wortspiels

Verschiedene Wissenschaftler haben unterschiedliche Ansichten zur Klassifizierung von Wortspielen sowie zu Definitionen. Laut Delabastita (1996) ist Kalauer in vier Kategorien unterteilt.

1. Homonymie (identische Geräusche und Rechtschreibung);
2. Homophonie (identische Geräusche, aber verschiedene Schreibweisen);
3. Homographie (verschiedene Klänge, aber identische Schreibweise);
4. Paronymie (es gibt geringfügige Unterschiede sowohl in der Rechtschreibung als auch in der Klang). (Debastita, 1996, S. 128)

In der Arbeit von Meri Giorgadze "Sprachmerkmale des Wortspiels, seiner Typologie und Klassifizierung" bestimmt die Autorin, die verschiedene Studien analysiert hat, 3 Haupttypen von Wortspiel.

1. Lexikalisch-semantisches Wortspiel;
2. Strukturell-syntaktisches Wortspiel;
3. Strukturell-semantisches Wortspiel;

Die lexikalisch-semantischen Wortspiele basieren auf semantischer Unsicherheit. Auch innerhalb dieser Gruppe kann man Unterscheidungen treffen:

- ein Wortspiel, das auf lexikalischen Polysemie basiert;
- Phraseologische Wortspiele - basierend auf dem Spielen des Werts der phraseologischen Einheit;
- Homophone Wortspiele: Diese Art von Wortspielen verwendet Homophone;
- Homographische Wortspiele: Diese Art von Wortspielen verwendet Wörter, die gleich geschrieben werden, aber unterschiedlich klingen. Sie werden oft geschrieben, anstatt gesprochen, um den Empfänger zu verwirren, der den "falschen" Klang liest;
- Komplexe Wortspiele: Diese Art von Wortspiel kombiniert mehrere Wortspiele miteinander. (Giorgadze, 2014, S. 273).

Bei der Analyse des Wortspiels fällt auf den ersten Blick auf, dass es an einem klaren System von Funktionen mangelt. Das Wortspiel als Funktionseinheit, das auf unterschiedlichen Sprachebenen umgesetzt wird, hat ein breites Funktionsspektrum. Es dient als Mittel zur Erstellung von Comics, erfüllt verschiedene Ausdrucksfunktionen in Texten verschiedener funktionaler Stile,

implementiert Textorganisationsfunktionen und basiert auf der beabsichtigen oder unbeabsichtigten Kollision von zwei oder mehr Bedeutungen auf der Ebene eines Wortes, einer Wortkombination, einer Wendung, eines einzelnen Textelements oder gesamten Textes. Das Wortspiel kann somit das wortbildende Potenzial des Sprachsystems ausschöpfen.

Besonders aufschlussreich ist hier die Untersuchung der Rolle und Funktionsweise des Wortspiels in Werbetexten. Oliver Nord (2006) schreibt, dass das Wortspiel solche Eigenschaften hat wie eine besondere Fähigkeit, die Aufmerksamkeit des Rezipienten (auf den Text und den Bezug der Anzeige) zu gewinnen, mnemonische Intensität (d. h. übermäßige Ausdruckskraft, die in besonderer Weise wirkt sich auf das Gedächtnis des Empfängers des Werbetextes aus) und auch auf die Visualisierung von Argumenten. Offensichtlich sind diese Definitionen zu unzureichend, um das Wesen des untersuchten Phänomens zu verstehen, obwohl sie seinen Funktionsumfang aufgrund der Wirkungen erweitern, die dieses Instrument auf die Rezipienten von Werbetexten hat, und insbesondere seinen nicht-komischen Charakter aktualisieren (der Comic-Effekt ist optional für Wortspiele).

Wissenschaftler unterscheiden folgende Funktionen des Wortspiels, die Werbetexten innewohnen:

1. die Funktion "Aufmerksamkeitserregung";
2. die Funktion "Interesse wecken";
3. die Funktion "Steigerung der Aussagekraft der Botschaft";
4. Funktion "Steigerung der Sympathie";
5. Funktion "Erweitern des Empfängerkreises";
6. die Funktion "Ökonomie der Ausdrucksmittel";
7. "Gedächtnisintensivierungs-Funktion";
8. die Funktion "Argumentationsvisualisierung";
9. Identifikationsfunktion.

Auf der Ebene eines künstlerischen Textes werden folgende Funktionen des Wortspiels unterschieden:

1. Strukturbildende (thematische) Funktion;
2. Anspielungsfunktion;
3. Assoziative Funktion;
4. Ironische Funktion;
5. Funktion, eine Atmosphäre der Absurdität zu erzeugen;
6. Funktion eines intellektuellen Spiels mit dem Leser;
7. die Funktion des Merkmals (Autorenmerkmale) des Charakters;
8. Bewertungs- und Tendenzfunktion;
9. die Funktion, den psycho-emotionalen Zustand der Figur zu zeigen;
10. die Funktion, die verborgene Anwesenheit des Autors oder die verborgene Anwesenheit der einen oder anderen Figur zu markieren;
11. Ornamentale Funktion;

die Funktion der rhythmischen und klanglichen Instrumentierung des Textes.

(Nord, 2006).

Entsprechend seiner pragmatischen Ausrichtung wird das Wortspiel zu einem Stilmittel, das ähnlich wie andere rhetorische Figuren wie Zeugma oder Oxymoron funktioniert. Mit anderen Worten: Unter Berufung auf eine schier endlose Reihe von Definitionen der ästhetischen Kategorie des Komischen lässt sich feststellen, dass der Kontrast, der ein charakteristischer Effekt des Wortspiels ist, von seiner Natur her eine der folgenden Formen des Gegensatzes darstellt : das Hässliche – das Schöne (Aristoteles), das Wertlose – das Erhabene (Kant) oder das Unvernünftige – das Kluge (Schopenhauer).

Schlussfolgerungen zum ersten Kapitel

Sprachspiele sind eine Form der sprachlichen Kreativität, bei der Wörter und Sprache auf neue Weise verwendet werden, um unterschiedliche Wirkungen zu erzielen. Sie können humorvoll, poetisch oder kritisch sein. Die Verwendung von Sprachspielen ist nicht auf fiktionale oder umgangssprachliche Genres beschränkt,

sondern kann in allen Bereichen der Sprache eingesetzt werden. Sprachspiele können viele Formen annehmen, darunter Nonsens, Parodie, Wortspiele, Wiederholungen, Witze, Anagramme, Akrostichon, Palindrome, humoristische Appelle, Slogans und Schlagzeilen. Die Interpretation von Sprachspielen erfordert oft ein Verständnis des kulturellen Kontexts und Hintergrundwissens des Empfängers. In der Wissenschaft wird immer noch über den Unterschied zwischen "Kalauer" und "Wortspiel" diskutiert und darüber, ob es sich um Synonyme handelt. Sprachspiele sind ein relativ neues Phänomen in der Linguistik, aber sie werden zunehmend untersucht und analysiert.

KAPITEL 2 ÜBERSETZUNG DES SPRACHSPIELS

2.1 Probleme der Übersetzung des Wortspiels

Das Hauptziel eines jeden Übersetzers ist es, den Inhalt der in der Originalsprache enthaltenen Informationen genau und angemessen wiederzugeben. Wortspiele sind auch eine Wiedergabe der Kultur und Tradition der Originalsprache. Daher ist es selten, dass der vollständige Text ohne Änderung des Satzes übertragen wird. In der Regel muss der Übersetzer den Text anpassen, um eine angemessene Übersetzung zu erreichen, da verschiedene Sprachen Unterschiede in grammatikalischen Strukturen, Semantik usw. aufweisen. Bei der Arbeit mit Wortspielen steht der Übersetzer vor einem weiteren Problem, das in der Struktur der Rezeption selbst besteht: Ein Wortspiel baut nicht nur auf der Bedeutung von Wörtern auf, sondern auch auf ihrer Form. Anders als bei der Übersetzung eines gewöhnlichen Textes, bei dem nur der Inhalt übermittelt werden muss, muss bei der Übersetzung eines Wortspiels auch dessen Form erhalten bleiben. Aus diesem Grund ist der Übersetzer oft gezwungen, die Bedeutung des Textes zu ändern.

Nora Căpâpână schreibt, dass die schwierige Aufgabe des Übersetzers besteht darin, nicht nur den Inhalt des ausgangsprachlichen Ausdrucks wiederzugeben, sondern auch die relevanten formalen Elemente im Original nach Möglichkeit in die Zielsprache hinüberzuretten. Es leuchtet wohl ein, dass gerade dadurch die Übersetzbarkeit besonders beeinträchtigt ist, da hier selten Entsprechungen in der Zielsprache vorhanden sind. (Căpâpână, 2013, S. 56).

Außerdem ist die Auffassung weit verbreitet, dass Wortspiele nur von Muttersprachlern verstanden werden können, sodass sie die Nuancen verstehen können. Das liegt daran, dass die Nuancen unverkennbar in der Sprache und der Kultur einer Person verankert sind. Folglich können sie nicht übersetzt werden. Eine Ausnahme besteht, wenn zufällige Ähnlichkeiten oder Parallelen struktureller Art bestehen struktureller Art zwischen der Ausgangs- und Zielsprache oder deren und der Zielsprache oder ihrer Kultur bestehen.

Dennoch können selbst Muttersprachler, auf deren Grundlage das Wortspiel geschaffen wurde, es nicht immer verstehen, da der Autor einen bestimmten eigenen Namen, ein historisches Ereignis oder die Handlung eines wenig bekannten Werkes schlagen kann.

Interessanterweise sind viele Linguisten und Übersetzungstheoretiker skeptisch, was die Übersetzbarkeit von Sprachspielen angeht. Im Gegensatz dazu sind Übersetzungskritiker und -praktiker optimistischer und verweisen auf kompensatorische Verfahren zur Erhaltung der Rhetorik. „Infolge der engen Bindung an die sprachlichen Gegebenheiten und Vorstellungsinhalte ist das Wortspiel fast nie in eine andere Sprache übersetzbar“ (Wilpert, 2001, S.647).

Die Unübersetzbarkeit von Wortspielen wird jedoch durch die Übersetzungspraxis relativiert, da literarische Werke, die solche rhetorischen und ästhetischen Stile enthalten, ständig durch andere Sprachen und Kulturen ersetzt werden. Übersetzungskritik und vergleichende Übersetzungsstudien können Aufschluss darüber geben, wie die Übersetzung von Wortspielen angegangen werden kann und welche Verfahren und Mechanismen es gibt, um die spezifischen Elemente von Humor und Ironie in die Zielsprache zu übertragen.

2.2 Wege zur Übersetzung eines Wortspiels

Es gibt eine Meinung unter Wissenschaftlern, dass jedes Wortspiel aus einem Kern besteht (zwei Komponenten, die durch die Ähnlichkeit der phonetischen oder grammatische Merkmale, die sich jedoch in ihrer Bedeutung unterscheiden) und einen grundlegenden Kontext, der die Bedingungen für die Implementierung von Kernelementen in einem Wortspiel schafft. Die Schwierigkeiten bei der Übersetzung von Wortspielen entstehen aufgrund fehlender semantischer oder emotionaler Bedeutungen in verschiedenen Sprachen, die im Kern des Wortspiels stehen.

Bei der Übersetzung eines Wortspiels beginnt man in der Regel mit den Elementen des Kerns. Die Unterstützung für die Übersetzung kann durch Folgendes erfolgen:

- a) Semantik beider Kernelemente;
- b) Semantik eines der beiden Elemente;
- c) eine neue semantische Basis.

Eine Übereinstimmung der Semantik beider Kernelemente ist sehr selten aufgrund sprachlicher Unterschiede. Wenn die Kernelemente keine Entsprechungen in der Zielsprache haben, erstellen Übersetzer ein Wortspiel auf der Grundlage eines Elements, das dem ursprünglichen Element in der Form, aber nicht in der Bedeutung entspricht. Vor dieser Entscheidung steht eine gründliche Analyse des Originals, um festzustellen, ob die Semantik eines der Elemente geändert werden kann.

Es sollte jedoch berücksichtigt werden, dass es Situationen geben kann, in denen keines der Elemente ersetzt werden sollte. Wenn keines der Elemente des Kerns verwendet werden kann, kann ein Wortspiel auf einer völlig neuen semantischen Basis erstellt werden. Dabei wird vor allem das Vokabular gesucht, das in einer gattungsspezifischen Beziehung zu den Elementen des Kerns steht.

Für die korrekte Übersetzung des Wortspiels müssen folgende Faktoren sorgfältig analysiert werden:

- die Signifikanz des Wortspiels aus der Sicht:

- a) Thematik (wie eng ist das Wortspiel allgemein mit dem Kontext verwoben?);

- b) Semiotik (beruht das Wortspiel auf einem nonverbalen Kontext, der materiell fixiert werden kann, wie es bei der Übersetzung von Filmen und Theateraufführungen der Fall ist?);

- c) Rhetorik (welcher pragmatische Zweck wird mit dem Wortspiel verfolgt; soll das Wortspiel beispielsweise einen humorvollen Untertext enthalten oder soll es eine günstige Atmosphäre für den erfolgreichen Verkauf von Waren während ihrer Werbung schaffen?);

- Die Reichweite der Verwendung von Wörtern, die zu einer angemessenen Definition der Semantik von Ausdrücken beitragen/der Skopus/Skopos/, d. h. welche Funktion der humorvoll-witzige Text für die Empfänger erfüllen sollte;

- Bestehende Übersetzungsstandards;

- Die Akzeptabilität Wortspiele in der Kultur oder Subkultur der Sprache der Übersetzung und Wahrnehmung des semantischen Inhalts von Wortspielen (z.B. werden Doppelhinweise in verschiedenen Kulturen unterschiedlich wahrgenommen);

Es gibt keine gemeinsam anerkannten Empfehlungen für die Übersetzung von Wortspielen. Der Übersetzer muss in dieser Angelegenheit kreativ sein. Die Hauptsache ist, sich daran zu erinnern: das Wichtigste ist, die semantischen und rhetorischen Funktionen des Wortspiels zu erhalten. Wissenschaftler, die sich mit Wortspielen beschäftigten, versuchten jedoch, die Wege der Übersetzung von Wortspielen zu systematisieren. Die wichtigsten sind :

1. **Wortspiel** → **Wortspiel**, d. h. das Wortspiel im ausgangssprachlichen (AS) Text wird durch das zielsprachliche (ZS) Wortspiel übersetzt, das sich in Form, Semantik, Texteinfluss teilweise vom AS-Wortspiel unterscheiden kann;

2. **Wortspiel** → **Nicht-Wortspiel**: Wenn ein Wortspiel durch einen Ausdruck übersetzt wird, dem Wortspielemente fehlen, dieser Ausdruck jedoch beide Wortspielbedeutungen aufgrund einer Nicht-Wortspielkombination beibehält, oder wenn eine der beiden Wortspielbedeutungen geopfert wird;

3. **Wortspiel** → **ein ähnliches rhetorisches Mittel**: wenn ein Wortspiel mit einem ähnlichen rhetorisches Mittel übersetzt wird; zum Beispiel die Verwendung von Wiederholungen, Alliteration, Reim, Ironie, poetische Metapher, Paradox und so weiter.

4. **Wortspiel** → **keine Übersetzung**: Das Textfragment mit dem Wortspiel wird weggelassen.

5. **AS-Wortspiel** → **ZS-Wortspiel**: Der Übersetzer gibt das AS-Wortspiel in seiner ursprünglichen Form und, wenn möglich, dem unmittelbaren Kontext wieder, in dem es in der AS verwendet wird, d. h. eine unzureichende Übersetzung.

6. **Kein Wortspiel** → **Wortspiel**: Der Übersetzer kompensiert den Verlust des Wortspiels im übersetzten Text, wo eine Übersetzung nicht

möglich war, mit Wortspiel an anderer Stelle im übersetzten Text, wo Wortspiel im Originaltext fehlt.

7. **Fehlendes Wortspiel → Wortspiel:** Der Übersetzer fügt ein völlig neues Textfragment hinzu, das ein im Originaltext kaum wahrnehmbares Wortspiel enthält und den vorherigen Verlust kompensiert.

8. **Redaktionstechnik:** Der Übersetzer verwendet Notizen/Fußnoten, Erklärungen mit verschiedenen zusätzlichen Lösungen für die Probleme der Originalsprache usw. (Delabastita, 1993, S. 191-221).

Es wird angenommen, dass der erste Faktor in der Übersetzung, die Der Übersetzer muss die Funktion berücksichtigen, die das Wortspiel in der dialogischen oder monologen Rede der Figur ausübt.

Die Übersetzung von Wortspielen auf Titelebene wird für den Übersetzer aufgrund von Elementen der Intertextualität zu einer schwierigeren Aufgabe. Ein Beispiel ist der Titel von Edward Albees Stück „Who is Afraid of Virginia Woolf“. Der Autor spielt mit dem Wort Wolf und dem Nachnamen eines berühmten Schriftstellers – Woolf. Dank des zweideutigen Titels dieses Stücks wird das Interesse potenzieller Zuschauer geweckt. Aufgrund von Virginia Woolfs Berühmtheit könnte das Publikum denken, dass das Stück von ihr handeln wird oder dass sie in einer der Hauptrollen spielen wird. Mit Hilfe von Wortspielen regte der Autor das Publikum zum Nachdenken und Interesse an. Schon beim Betrachten des Stückes wird das versteckte Wortspiel im Titel aufgedeckt. Die Hauptfigur (Martha) singt oft das Lied "Who is afraid of Virginia Woolf, Virginia Woolf, Virginia Woolf", das eine Parodie auf den Kinderlied "Who's Afraid of the Big Bad Wolf" aus dem Disney-Zeichentrickfilm "Die drei kleinen Schweinchen" ist. Bei der Übersetzung ins Ukrainische gab Yaroslav Stelmakh den Titel als "Не боюсь Вірджинії Вульф" wieder. In diesem Fall beruht die Funktion des intellektuellen Spiels mit dem Betrachter nur auf der Wahrscheinlichkeit des Bewusstseins des Betrachters für das Werk von Virginia Woolf. Marthas ständige Wiederholung des Gedichts "Не боюсь Вірджинії Вульф, Вірджинії Вульф, Вірджинії Вульф" scheint etwas absurd und unverständlich, weil sonst Virginia Woolf nicht im Text erwähnt

wird. Bei der Anpassung dieser Übersetzung an die Produktion des ukrainischen Regisseurs Andrii Zholdak wurde der Titel komplett geändert. Das Stück erschien unter dem Titel „Не боюся сірого вовка“, der eine Anspielung auf verschiedene Kindermärchen, Gedichte, Spiele ist. Mit dieser Adaption ging die Funktion des intellektuellen Spiels mit dem Betrachter verloren. Der Name erscheint sehr kindisch und weckt kein solches Interesse. Ein solcher vereinfachter Name ermutigt die Zuschauer nicht zum Nachdenken oder zum Interesse an diesem Stück.

Wenn die Phraseologie der Originalsprache und der Übersetzungssprache dasselbe oder zumindest ein nahes Bild enthält, dann gibt es bei der Übersetzung des Wortspiels keine Schwierigkeiten. Nehmen wir ein Beispiel aus der berühmten amerikanischen Comedy-Serie „Sex and the City“.

«Samantha: Don't play "hard to get" with a man who's hard to get.»

«Саманта: Не корч важкодоступну перед важкодоступним чоловіком.»

Das Wortspiel basiert auf der Redewendung „play hard to get“. Das Cambridge Dictionary definiert dieses Idiom als ein Spiel, das gespielt wird, um vorzugeben, dass du dich für jemanden weniger als für die Realität interessierst, um ihn mehr für dich zu interessieren, besonders zu Beginn einer romantischen Beziehung. In dieser Bemerkung rät Samantha ihrer Freundin, dieses Spiel nicht mit einem Mann zu spielen, der "bereits so schwer zu erobern ist. "Um das Wortspiel zu bewahren und die ursprüngliche Idee zu vermitteln, verwendet der Übersetzer die Technik, ein ähnliches Wortspiel in der Sprache der Übersetzung oder Kompensation zu erstellen.

Schlussfolgerungen zum zweiten Kapitel

Die Übersetzung von Wortspielen ist eine anspruchsvolle Aufgabe für Übersetzer, da sie nicht nur die Bedeutung, sondern auch die Form des Originaltextes vermittelt. Wortspiel ist ein wesentlicher Bestandteil der Kultur und Tradition der Originalsprache und daher ist es selten, dass der gesamte Text übersetzt werden kann, ohne die Satzstruktur zu ändern. Übersetzer verwenden verschiedene Methoden, um Wortspiele zu übersetzen, z. B. die Semantik beider Kernelemente anzupassen, die Semantik eines der Kernelemente zu verwenden oder eine neue semantische Grundlage zu schaffen. Insgesamt erfordert die Übersetzung von Wortspielen kreatives Denken, um die Essenz des Originaltextes zu bewahren und ihn an die Zielsprache und -kultur anzupassen.

KAPITEL 3 WORTSPIEL IN DER POPKULTUR

3.1 Besonderheiten der Verwendung von "Wortspielen" in der Popkultur

In der Werbung ist ein Wortspiel weit verbreitet, weil es Ihnen ermöglicht, Werbung einzigartig und einprägsamer zu machen, um potenzielle Kunden auf ungewöhnliche Weise über Ihre Dienstleistungen zu informieren.

In Werbetexten deckt Sprachspiel grafische, phonetische, lexikalische und grammatische Sprachniveaus ab und ist ein sehr starkes Element der Beeinflussung des Empfängers. Viele weltberühmte Marken verwenden Wortspiel als eine Möglichkeit, ihre eigenen Produkte zu repräsentieren, das Hauptziel ist es, so lange wie möglich im Gedächtnis des Empfängers zu bleiben.

Zum Beispiel "*He гальмуў - снікерсуў*", ein bekannter Werbeslogan für den Schokoriegel Snickers. Aus dem Namen der Bar wurde Verb gebildet und es ist wegen der ungewöhnlichen Natur dieses Ausdrucks, es ist sehr leicht zu erinnern. Auch in diesem Werbeslogan gibt es einen Aufruf zum Handeln, der den Empfänger glauben lässt, dass der Schokoriegel ihm Kraft geben wird.

Der Werbeslogan der amerikanischen Fast-Food-Kette KFC "*Finger-lickin 'good*" ist weltweit bekannt. Mit diesem Ausdruck informiert das Unternehmen den Empfänger, dass das Essen in seinen Restaurants so lecker ist, dass Sie danach Ihre Finger lecken möchten. Auch auf diese Weise zeigen sie, dass sie in ihren Fast-Food-Restaurants keine Tischkleidung verwenden, sondern mit den Händen essen, um Zeit zu sparen.

Menschen aus der ganzen Welt kennen McDonalds Werbeslogan - "*I'm Lovin' It*". In diesem Ausdruck basiert das Wortspiel auf "*I'm Lovin'*", was grammatisch falsch und daher sehr leicht zu merken ist. Mit diesem Ausdruck, das Unternehmen betont auch die emotionale Verbindung der Kunden mit dem Essen, das bei McDonald's und dem Unternehmen selbst zubereitet wird.

Der Werbeslogan des berühmten Coca-Cola-Getränks ist "*Taste The Feeling*". Dieser Slogan verwendet ein Wortspiel auf "taste" und "feeling", das für

den Empfänger betont, dass das Trinken seines Getränks eine Person einen wunderbaren Geschmack fühlt, der ihm positive Emotionen bringt.

Das internationale Zahlungssystem Mastercard hat einen Slogan - "*There are some things money can't buy. For everything else, there's Mastercard*". Mit dem Wortspiel in diesem Ausdruck betont das Unternehmen, dass die Wahl von Mastercard dem Kunden mehr Möglichkeiten, hochwertigen Service und wertvollen Service bietet.

Das phonetische Spiel wird in erster Linie durch Klangwiederholungen (Assonanz, Alliteration), insbesondere Anapher (Wiederholung der ersten Silben von Wörtern) realisiert: "*Суперфрукти для суперволосся*" (Garnier) und Epipher (Wiederholung der letzten Silben): "*Ми зібрали – ви забрали*" (Werbung für Online-Bestelldienste und Selbstbelieferung von Waren an die Silpo-Supermarktkette) mitgenommen. Das phonetische Sprachspiel, das auf Sprachverzerrung beruht, ist immer mit der Verletzung orthografischer Normen verbunden. Das phonetische Spiel beinhaltet auch vorgetäuschte Laute von Tieren, Vögeln oder Insekten. Und die häufigste unter phonetische Spieltechniken sind Reimen: "*Рожевому довіряй – плям більше не май*" (Werbung für Vanish Universal-Fleckenentferner); *Кеш тобі теж* (Alfa Bank-Werbung).

Oft verwenden Vermarkter ein lexikalisches Spiel, das durch ein Spiel mit Polysemie, Homonymie und verwandten Phänomenen (Homoförmigkeiten, Homografen, Homofone), Paronymie, Antonymie, lexikalische Wiederholungen dargestellt wird: "*Вставайте, соні, вмикайте Sony*" (Werbung für Sony-Geräte); "*Головне – пам'ятай про головне*" (Werbung für Kopfschmerzmittel).

Ein weit verbreitetes Mittel des lexikalischen Sprachspiels ist die lexikalische Wiederholung - ein Sprachelement, das betont, die Bedeutung und die emotionale Wirkung von Werbetexten: "*Тут буде чорніше чорного!*" - Black Friday Rabattanzeige.

Morphologisches Spiel besteht in der Verletzung von morphologischen Normen, die Verwendung von Nicht-Standard grammatische Formen von Wörtern

usw. Zum Beispiel: "*Кул прайз на любий сюрпрайз*" (Kette von Haushaltsgeräten "Comfi").

In deutschsprachigen Werbetexten werden Mechanismen eingesetzt, um neue Verben zu erstellen, die nicht nur auf gemeinsamen Substantiven, Deutschen oder Entlehnten basieren, sondern auch auf der Grundlage von Eigennamen und Abkürzungen. Ein Beispiel ist die Werbung für das Chrysler Cruiser Cabrio: "Wie genießt man in einem Auto am stillvollsten die Sonne? Zu viert, mit Gepäck? Ganz einfach. *Cruisen*, statt fahren!" - das Verb wird aus dem Eigennamen des Automodells gebildet.

Oft gibt es eine Tendenz, Verben aus anderen Teilen der Sprache zu bilden, meistens aus den Grundlagen. Ein Beispiel ist die Werbung für das Frühlingsmenü bei McDonald's - "Also, *gemüsen* Sie jetzt, grüner wird's nämlich nicht!". Das Verb *gemüsen* bedeutet sich Gemüse besorgen. Ein weiteres Beispiel ist die Werbung für Danon-Produkte, bei der gefordert wird: "Steigern Sie Ihre Absatzkräfte", aber das Verb steigern wurde durch die neu gebildeten Erdbeeren ersetzt. Der Ausdruck basiert auf dem Spiel des Werbeslogans "Stärkt Ihre Abwehrkräfte", aber Abwehrkräfte wird durch den Konsonanten Absatzkräfte ersetzt. So ändert sich der Adressat, das Unternehmen wendet sich an Verkäufer und bietet ihnen an, mit einem Produkt mit neuem Erdbeergeschmack den Umsatz zu steigern.

Eine der gebräuchlichsten Stiltechniken für die Erstellung eines Comics ist ein Wortspiel. In einer der berühmten amerikanischen TV-Serie "The Big Bang Theory" Wortspiele werden ziemlich oft verwendet. In einer der Episoden trifft die Hauptfigur Leonard sein geliebtes Mädchen Penny mit einem anderen Mann, danach kommt er düster in die Wohnung, wo er von Nachbar Sheldon mit dem Satz "Penny for your thoughts" getroffen wird. Das Wortspiel mit dem komischen Element basiert auf dem konstanten Ausdruck und Namen des Mädchens.

Viele Witze basieren auf der Verwendung von Wortspielen: "*I'm reading a book on anti-gravity. It's impossible to put down.*" . In diesem Zusammenhang basiert ein Wortspiel auf der polysemischen Bedeutung des Wortes. Es bedeutet "aufhören zu lesen", aber es kann auch bedeuten "physisch etwas zu platzieren".

3.2 Besonderheiten der Verwendung von Wortspielen in der literarischen Gattung

Das Wortspiel ist eine der häufigsten literarischen Techniken, die von Autoren verwendet werden, um künstlerische Effekte zu erzielen, die Ausdruckskraft der Sprache zu erhöhen, den Text besser einzuprägen usw. Diese Technik ermöglicht es Autoren, den Text ausdrucksvoller zu gestalten. Mit Hilfe von Wortspielen können Schriftsteller ihre Gefühle und Emotionen vermitteln, dem Text Sinnlichkeit und Ausdruckskraft verleihen und eine humorvolle Situation schaffen. Wortspiel hilft, eine tiefere Bedeutung des Textes zu bilden, eine bestimmte Symbolik oder Metapher zu schaffen, die Autoren hilft, ihre komplexen Ideen und Konzepte zu vermitteln.

Neben der traditionellen komischen Funktion wirken unkonventionelle Wortspielfunktionen auf der Ebene des künstlerischen Textes. Die Analyse dieser Funktionen kann dem Übersetzer helfen, den kommunikativen und pragmatischen Zweck des Wortspiels zu reproduzieren.

Das Spiel mit der Öffentlichkeit beginnt lange bevor die eigentliche Aufführung beginnt oder ein Buch veröffentlicht wird. Das erste, was dem Betrachter begegnet, ist ein Poster, das die Funktion "Aufmerksamkeit erregen" oder "Interesse wecken" erfüllt". Der Titel aktiviert die Wahrnehmung des Betrachters/Lesers und lenkt seine Aufmerksamkeit auf das, was als nächstes diskutiert wird. Es gehört zu den starken Positionen des Textes, so dass seine Übersetzung besondere Aufmerksamkeit erfordert. Dramatiker verwenden oft Wortspiel auf der Titelebene. Ein klassisches Beispiel ist O. Wildes Stück "The Importance of Being Earnest." Die Konsonanz des Namens *Ernest* und das Wort *earnest* (seriös; überzeugt) erregt die Aufmerksamkeit und das Interesse des Lesers/Zuschauers. Ein vollständiges Verständnis des Wortspiels ist erst nach dem Lesen/Anschauen des Spiels möglich. Die assoziative Funktion manifestiert sich wie die charakterliche Funktion auf der Ebene des gesamten Textes.

Die Funktion, eine Atmosphäre der Absurdität zu erzeugen, ist oft auch schon auf der Ebene des Titels. Vor allem

In den dramatischen Werken von S. Beckett liegt zum Beispiel die Übersetzung des Titels des Stücks "Not I" auf den ersten Blick auf der Hand. Der Text des Stückes enthält auch keinen Hinweis auf ein mögliches Wortspiel. Erst die Anweisungen für die Bühneninkarnation und die Inszenierung des Stückes offenbaren das Wortspiel, das auf der intersemiotischen Ebene stattfindet.

Die Funktionen des intellektuellen Spiels mit dem Leser und die Funktion, die verborgene Präsenz des Autors zu markieren, sind in den dramatischen Werken von T. Stoppard deutlich zu erkennen. Die Hauptfiguren seines Stücks "Rosencrantz and Guildenstern are dead" verwechseln ständig, wer ist wer, so dass es schwierig ist zu sagen, dass das Wortspiel in ihren Zeilen ein Merkmal von irgendeinem von ihnen ist. Vielmehr offenbart das Sprachspiel die Präsenz des Autors selbst, ist ein Spiel, das er mit den Lesern spielt. Oft dienen die Elemente dieses Spiels auch dazu, eine Atmosphäre der Absurdität zu schaffen. Die anspielende Funktion des Wortspiels ist auch ein typisches Phänomen im zeitgenössischen Drama. So ist zum Beispiel in Karris Monolog (T. Stoppards Travesties) der Satz "my art belongs to Dada 'cos Dada 'e treats me well" eine Anspielung auf den berühmten amerikanischen Song "My heart belongs to Daddy" ("cause my Daddy, he treats me so well").

Wortspiel spielt in der Regel eine wichtige Rolle bei der Offenlegung der psychologischen und emotionalen Zustand und Charakter der Charaktere. Im Drama spielen diese Merkmale eine entscheidende Rolle, da die Sprache der Charaktere eines der wichtigsten Mittel ist, Bilder zu schaffen und bestimmte Eigenschaften zu geben. In Ermangelung anderer Mittel der Beschreibung versehen Dramatiker häufig Charaktere mit spezifischen Spracheigenschaften.

Franz Kafka verwendet in seinen Werken häufig Wortspiele, um die Atmosphäre des Werks oder den emotionalen Zustand des Protagonisten zu unterstreichen. Zum Beispiel der Roman "Der Prozeß", der das zentrale Werk von Kafkas literarischem Erbe ist. Schon der Name der Arbeit lässt die Leser darüber nachdenken, welche Art von Prozess im Roman diskutiert wird. Kafka nutzt Gegensätze und Widersprüche, um die Lebenssituation zu betonen, in der sich der laute Held Joseph K. befindet. Ein Wortspiel wird auf den Wörtern "*Tür*" und "*Tor*"

gebildet. Die Tür öffnet sich normalerweise, um den Weg zum Ausgang zu öffnen, während das Tor normalerweise geschlossen ist und den Durchgang verhindert. In "Der Prozeß" sind beide Dinge Hindernisse für die Hauptfigur, die weder ausgehen noch eintreten kann. Mit Hilfe von Wortspielen vermittelt der Autor die Atmosphäre der Hoffnungslosigkeit des Protagonisten.

In Georg Drozdovskys Roman "Damals in Czernowitz und rundum. Erinnerungen eines Altösterreicherers" sind viele Beispiele für ein auf Konsonanz basierendes Sprachspiel: "Ein Hütchen hat sie aufgehabt mit *Kolibris*, dabei würden zu ihrer Masse doch Vögel schwereren *Kalibers* passen!". Die Arbeit enthält auch Fälle der Schaffung eines komischen Effekts mit Paronymie: "In unendlicher Reihe offerierte sich auch irdenes Geschirr – mancher verwechselte das Oben mit dem Erdunten und wünschte irdisches Geschirr zu kaufen". Auch in der Arbeit gibt es ein Beispiel für ein Wortspiel, basierend auf Homonymie: "Von Tauben und Tauben." Im Deutschen bedeutet das Wort Tauben - eine artenreiche Familie der Vögel, sowie Hörbehinderung. So informiert der Autor des Romans die Leser, dass es in dem Abschnitt mit diesem Namen um einen Mann mit Hörbehinderungen sowie um Tauben gehen wird.

Der Text verzichtet auf Wortspiele, die vor allem auf Polysemie beruhen. Der Titel des Abschnitts ist "Abschnitt mit Fettgehalt", der von wohlhabenden Bukowiner erzählt, die sich laut dem Roman "wie ein Fisch in Wasser fühlten". Der Autor betont seine Geschichte mit Hilfe des mehrwertigen Wortes "dick": "Setzen wir noch einen dicken Punkt unter diesen Abschnitt".

Oft ist ein Reim auf dem Prinzip eines Wortspiels aufgebaut, das die komische Etymologie von Wörtern berücksichtigt. Zum Beispiel das Gedicht des ukrainischen Dichters Dmytro Bilous:

З коси бузько летів на балку
(косар косу там брав на брус),
і сів бузько в дворі на балку,
на довгий дерев'яний брус.

William Shakespeare schuf in seinem Stück "Henry IV, Part 2" ein Wortspiel nicht nur auf dem Spiel der direkten und figurativen Bedeutung, sondern baute mit ihrer gleichzeitigen Aktualisierung verschiedene semantische Ebenen auf. Zum Beispiel: "*PRINZ HENRY: Ich könnte traurig sein und auch traurig*". Mit dem Lexem sad 1) schuldig, traurig; 2) gewichtig, ernst;, der Autor modelliert zwei Kontexte: Prinz Henry, der verbringt seine Zeit in Unterhaltung mit einer zweifelhaften Gesellschaft von Menschen, kann nicht nur wegen der Krankheit seines Vaters traurig sein, sondern auch ernst zu nehmen, wie es sich für den Thronfolger gehört.

Schlussfolgerungen zum dritten Kapitel

Folglich ist Wortspiel in der Popkultur und im literarischen Genre weit verbreitet. Diese stilistische Technik ist Ausdruck sprachlicher Kreativität und trägt zur Sprachentwicklung bei. Wortspiel wird verwendet, um Emotionen beim Betrachter/Leser zu wecken oder um zu betonen, ob die Botschaften Atmosphäre/Text, Film oder Spiel sind. Mit Hilfe von Wortspielen erhält der Autor die Aufmerksamkeit und das Interesse des Betrachters. Neben der Erstellung eines Comics erfüllt Wortspiel viele verschiedene Funktionen. Diese Technik wird oft von Dichtern, Schriftstellern, Vermarktern, Regisseuren usw. verwendet. Man kann Wortspiele verwenden, um kulturelle Unterschiede oder Gemeinsamkeiten zwischen verschiedenen Ländern zu erkunden. Wortspiele sind ein sehr wichtiger Bestandteil jeder Sprache und tragen dazu bei, die Sprache lebendig zu halten.

SCHLUSSFOLGERUNGEN

In dieser Arbeit wird eine Studie zum Wortspiel, zu den Möglichkeiten seiner Analyse und zum systematischen Charakter des Wortspiels als Übersetzungsproblem vorgestellt.

Das Sprachspiel ist eine wichtige Form der sprachlichen Kreativität, die einen kulturellen Kontext, den Ausdruck von Gefühlen, Emotionen, intellektuellem Spiel usw. beinhaltet. Sprachspiele sind auf allen Ebenen des Sprachsystems weit verbreitet, einschließlich der phonetischen, lexikalisch-semantischen und phraseologischen Ebene, während sie in den Bereichen Morphemik, Wortbildung und Grammatik weniger verbreitet sind. Wortspiele als Stilmittel gelten immer noch als unerforscht und verursachen Schwierigkeiten bei der Übersetzung.

Unter Linguisten und Forschern gibt es immer noch eine Debatte über die Identität der Konzepte von "Wortspiel" und "Kalauer". Nach der Analyse der Forschung kann festgestellt werden, dass die allgemeinere Meinung besagt, dass

"Wortspiel " ist ein Konzept eines breiteren Spektrums als "Kalauer".

Bei der Analyse von Wortspielen gibt es kein klares Funktionssystem. Das Wortspiel als funktionale Einheit hat ein breites Spektrum an Funktionen. Sie dient als Mittel zur Gestaltung des Komischen, erfüllt verschiedene Ausdrucksfunktionen in Texten unterschiedlicher funktionaler Stile, setzt die Funktionen der Textorganisation um und beruht auf der Kollision von zwei oder mehr Bedeutungen auf der Ebene eines Wortes, einer Phrase, eines Satzes, eines einzelnen Textelements oder des gesamten Textes. Auf diese Weise kann das Wortspiel das Wortbildungspotenzial des Sprachsystems nutzen.

Sprachspiele können viele Formen annehmen, darunter Nonsens, Parodie, Wortspiele, Wiederholungen, Witze, Anagramme, Akrostichon, Palindrome, humoristische Appelle, Slogans und Schlagzeilen. Die Übersetzung eines Sprachspiels erfordert grundlegende Kenntnisse der Kultur des Empfängers, Kreativität und die Erforschung des Kontexts der Technik.

Eines der Hauptprobleme, mit denen ein Übersetzer konfrontiert ist, wenn es um ein Wortspiel geht, ist, dass die Form genauso wichtig ist wie die Bedeutung. Ein weiteres Problem ist das Fehlen von Entsprechungen zwischen der Originalsprache und der Übersetzungssprache. Aus diesem Grund gibt es unter Wissenschaftlern die Meinung, dass es unmöglich ist, ein Wortspiel zu übersetzen, aber diese Meinung wird widerlegt, weil es Möglichkeiten der Übersetzung gibt.

In der Popkultur werden Wortspiele verwendet, um Aufmerksamkeit zu erregen oder potenzielle Kunden/Zuschauer dazu zu bringen, sich besser an eine Marke, ein Buch, ein Theaterstück usw. zu erinnern. Wortspiele ist ein sehr wirkungsvolles Mittel, um den Empfänger zu manipulieren oder zu beeinflussen.

Viele weltbekannte Marken verwenden in ihren Werbeslogans Wortspiele, um bei den Empfängern Assoziationen zu wecken und sie dazu zu bewegen, mehr von ihren Produkten zu kaufen. Darüber hinaus verwenden Unternehmen in ihrer Werbung Wortspiele, um zu zeigen, welche Dienstleistungen sie anbieten oder welche Produkte sie verkaufen. Eine der Hauptaufgaben des Wortspiels in Werbeslogans besteht darin, einem potenziellen Kunden zu vermitteln, dass eine Dienstleistung oder ein Produkt von hoher Qualität ist.

Wortspiele in Witzen werden verwendet, um einen humorvollen Effekt zu erzielen und die Leser und Zuhörer zu fesseln, z. B. durch Kalauere, Doppeldeutigkeiten und phonologische Veränderungen. Wortspiele können einen Witz witziger und einprägsamer machen, ein klareres Bild der Situation zeichnen und dem Humor ein intellektuelles Element hinzufügen. Wortspiele sind ein wichtiges Element des Humors.

In der Literatur wird das Wortspiel am häufigsten verwendet, um eine Atmosphäre der Absurdität zu schaffen, Intrigen zu spinnen, mit dem Leser/Zuschauer intellektuell zu spielen, geheime Informationen zu vermitteln und die verborgenen Gefühle der Figuren zu zeigen. Mit dieser Technik können die Autoren die allgemeine Atmosphäre des Werks unterstreichen oder die verborgene Präsenz des Autors im Text zum Ausdruck bringen.

РЕЗЮМЕ

Курсова робота присвячена темі «Гра слів: шляхи аналізу та перекладу». Робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, резюме, списку використаних джерел та додатків.

Перший розділ містить інформацію про наукову інтерпретацію термінів “гра слів” та “каламбур”. У розділі розповідається про їх відмінності, функції та види.

Другий розділ присвячений перекладу гри слів. Описується проблематика з якою перекладач може зіштовхнутися при перекладі мовної гри та пропонуються шляхи перекладу гри слів.

У третьому розділі міститься інформація про особливості використання гри слів у поп-культурі та прагматику її вживання. Гра слів досліджується як вияв лінгвокреативності.

У висновках до всієї роботи висвітленні результати даного дослідження.

Дана робота складає разом із списком використаних джерел та вибіркою 36 сторінок, 23 з яких займає головна частина. Список використаних джерел налічує 47 джерел. Загалом було проаналізовано 29 прикладів гри слів.

RESUME

The course work is devoted to the topic "Wordplay: Ways of Analysis and Translation". The work consists of the introduction, three chapters, conclusions, summary, bibliography and appendix.

The first chapter contains information on the scientific interpretation of the terms "play on words" and "pun." The section describes their differences, functions and types.

The second section is devoted to the translation of the play of words. The problems with which the translator may encounter when translating a language game are described and ways of translating a word game are proposed.

The third section contains information about the features of the use of wordplay in pop culture and the pragmatics of its use. Wordplay is investigated as a manifestation of linguistic creativity.

The conclusions to the entire paper highlight the results of this study. This paper, together with the list of references and the sample, runs to 36 pages, 23 of which are taken up by the main body. The list of references includes 47 sources. A total of 29 examples of wordplay were analyzed.

LITERATURVERZEICHNIS

1. Баранова, С. В. (2019). Проблеми перекладу форм комічного українською мовою (на матеріалі англомовних телесеріалів). Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія, № 40, том 3.
2. Болдирева, А. Є. (2016). Переклад каламбурів як засобу створення гумористичного ефекту: до постановки проблеми. Записки з романо-германської філології. Режим доступу: <file:///C:/Users/PC/Downloads/93663-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-197383-1-10-20170221.pdf>
3. Блинова І. А. (2014). Мовна гра як створення комічного ефекту (на матеріалі творчості Мюріел Спарк) // Вчені записки Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського. Серія Філологія. Соціальні комунікації, 27(66), 1, 203-208.
4. Білоус, О.М. (2005). Гра слів як перекладацька проблема. Вісник Сумського державного університету. Серія Філологічні науки, №5(77), 35-41.
5. Білоус, Д. (1994). З коси бузько летів на балку. УкрЛіб. Взято з <https://www.ukrlib.com.ua/books/printit.php?tid=15316>.
6. Бугай, Т. (2016). Специфіка перекладу фразеологічних каламбурів. Магістр, 24, 41–43. Взято з <http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/11803/1/Buhay.pdf>
7. Бєлова М. О., Лобзова С. Л. (2021). Каламбур як концептуальний бленд (на матеріалі оповідань М. Бонда про ведмежа Паддінгтона). Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія, № 50, том 1.

8. Гулієва, Д. О. (2019). Семантичні особливості гри слів у неофіційній комунікації (на матеріалі англomовного серіалу «Теорія великого вибуху»). Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія, 41(2).

9. Гнедкова, О. Г., & Карпенко, З. О. (2021). ОСОБЛИВОСТІ УТВОРЕННЯ ТА ПЕРЕКЛАДУ КАЛАМБУРУ ЯК РІЗНОВИДУ МОВНОЇ ГРИ. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика, 32(71), № 1, Ч. 2.

10. Галас, А. С. (2011). Відтворення функцій гри слів у перекладі драми. Вісник Житомирського державного університету, (58). Взято з http://eprints.zu.edu.ua/6370/1/vip_58_25.pdf.

11. Жилін, Р.Г. (2016). Гра слів в англійській мові та труднощі з перекладом на українську мову. Матеріали XIII Міжнародної науково-технічної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених "Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я" (с. 92). Харків: Інженерна академія України. Взято з <http://web.kpi.kharkov.ua/iks/wp-content/uploads/sites/113/2016/12/Sbornik-konferentsii-2016.pdf#page=92>

12. Заполовський, М. В., & Павлюк, А. М. (2021). Лексичні особливості перекладу засобів комічного з німецької на українську мову. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія, 3(48), 123-128.

13. Запорожець, Д., & Стецюк, Ю. (2019). Застосування лексико-семантичних та граматичних трансформацій при перекладі німецьких фільмів. Молодий вчений, 11(75), 951-954. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-11-75-202>

14. Колоїз Ж. В. (2015). Мовна гра як вияв креативності в сучасній афористиці. Філологічні студії: Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету, 15, 163-185.

15. Ковалів, Ю. І. (2007). Літературознавча енциклопедія: у 2 т. Київ: ВЦ «Академія».
16. Космеда, Т. А., & Халіман, О. В. (2013). Мовна гра в парадигмі інтерпретативної лінгвістики. Граматика оцінки. Граматична іграма (теоретичне осмислення дискурсивної практики). Дрогобич: Коло.
17. Кондратенко, Н. В. (2019). Мовна гра в рекламному теледискурсі як вияв лінгвокреативу. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія, 3(38).
18. Лоленко, О.О. (2019). Функціональні особливості гри слів. Наукові праці, 70(57).
19. Матеріали IV Всеукраїнського науково-практичного симпозіуму "Концептуальні проблеми розвитку сучасної гуманітарної та прикладної науки" (2020, 15 травня). Івано-Франківськ: Редакційно-видавничий відділ Університету Короля Данила.
20. Носенко, М.М. (2013). Лінгвокогнітивний аспект реалізації мовної гри у німецькому словотворі (на прикладі рекламних текстів). [Лінгвокогнітивний аспект реалізації мовної гри у німецькому словотворі (на прикладі рекламних текстів)]. Взято з <https://rep.btsau.edu.ua/bitstream/BNAU/3372/5/Lingvokognitivni.pdf>
21. Наукові записки. (2011). Випуск 95 (1). Серія: Філологічні науки (мовознавство). У 2 ч. Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка.
22. Орел І. (2012). Вплив мовної гри на реалізацію прагматичних функцій фразеологічних одиниць сучасної німецької мови (на матеріалі публіцистичних текстів). Учені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації, 25(64), 200-205.
23. Олексин, О. З. (2016). Зіставлення основ Шекспірової гри слів в оригіналі та українських перекладах. Science and Education a New Dimension. Philology, IV(20), Issue: 85.

24. Селіванова, О.О. (2008). Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: Підручник. Полтава: Довкілля-К.
25. Телетов, О. С., & Телетова, С. Г. (2020). Особливості реалізації прийомів мовної гри в рекламних текстах. Вісник Хмельницького національного університету, № 5. Отримано з <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/01/43-16.pdf>
26. Тараненко, О. (2016). Гра слів. *Культура мови*, 50, 47-50. Режим доступу до ресурсу: <http://kulturamovy.univ.kiev.ua/КМ/pdfs/Magazine50-10.pdf>.
27. Цонева Л. (2000). *Езыковая игра в современната публицистика*. В. Търново: Faber.
28. Albert Sándor (2014). *Transfert Nec Mergitur*. Szeged.
29. Anz, T. (2013). *Handbuch Literaturwissenschaft*. Deutschland: J.B. Metzler.
30. Brown, J. (1956). Eight Types of Puns. *Transactions and Proceedings of the Modern Language Association of America*, 71, 14-26.
31. Căpârbăna, N. (2013). *Das Wortspiel und seine Übersetzung*. Retrieved from file:///C:/Users/PC/Downloads/Das_Wortspiel_und_seine_Ubersetzung.pdf
32. Crystal, D. (2006). *The Cambridge Encyclopedia of Language* (2nd ed.). Cambridge University Press.
33. Delabastita, D. (1996). Wordplay and Translation: Introduction. In *The Translator: Studies in Intercultural Communication* (Vol. 2, No. 2, Special Issue, pp. 129-134). Manchester: St. Jerome Publishing.
34. Folger Shakespeare Library. (n.d.). *Henry IV, Part 2 - Characters in the Play*. Retrieved from <https://www.folger.edu/explore/shakespeares-works/henry-iv-part-2/read/characterList/>
35. Giorgadze, M. (2014). Linguistic Feature of Pun, Its Typology and Classification. *European Science Journal*, 2(Special Edition), 271-275.

36. Heibert, F. (1993). Das Wortspiel als Stillmittel und seine Übersetzung (am Beispiel von sieben Übersetzungen des "Ulysses" von James Joyce). Tübingen: Günter Narr Verlag.

37. Hollnbuchner, D. (2016). No worries oder doch Grund zur Sorge? Die Problematik beim Übersetzen von Kulturspezifika und Wortspielen anhand des Beispiels von Terry Pratchetts Scheibenweltroman *The last Continent* vorgelegt von Doris HOLLNBUCHNER am Institut für Theoretische und Angewandte Translationswissenschaft Begutachterin.

38. Jacobs, S. (2018). Abenteuer verfremdender Sprache: Über die Möglichkeiten des Übersetzens bei Tawadas sprachlich und interlingual fundierten Wortspielen.

39. Knieja, J., Krajka, J., & Maziarczyk, A. (2022). *Lublin Studies in Modern Languages and Literature*.

40. Kafka, F. (1925). *Der Prozeß*. Berlin: Verlag Die Schmiede.
Retrieved from https://onemorelibrary.com/index.php/ru?option=com_djclassifieds&forat=raw&view=download&task=download&fid=16601.

41. Nord, O. (2006, October 5). Die Funktion von Wortspielen in Werbeanzeigen: Untersuchungen zur Werbewirksamkeit von Wortspielen anhand eines Zeitschriftenkorpus.

42. Schmidt, M., et al. (2013). Kulturspezifik in der europäischen Wirtschaftskommunikation. In *Europäische Kulturen in der Wirtschaftskommunikation* (pp. 1-15). Springer Fachmedien Wiesbaden.

43. Wirth, U. (2017). *Komik*. Springer-Verlag GmbH Deutschland.

44. Wilpert, G. von. (2001). *Sachwörterbuch der Literatur*. Stuttgart: Kröner.

45. Wittgenstein, L. (1921). *Tractatus logico-philosophicus*. Abgerufen am 30. April 2023, von <http://www.philsci.univ.kiev.ua/biblio/vitgen.html>.

WÖRTERBÜCHER

46. Duden. Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache. URL:
<https://www.duden.de/>

47. Cambridge Dictionary. Digitales Wörterbuch der englischen
Sprache. URL:

<https://dictionary.cambridge.org/>