

УДК 811.112.2'373.47'373.6  
DOI <https://doi.org/10.32782/fohium/2026.8.9>

## ВЕРБАЛІЗАЦІЯ ЕМОЦІЙНО-ОЦІННОГО ВИСЛОВЛЮВАННЯ В СЕМАНТИКО-СЛОВОВІРНОМУ ВИМІРІ (НА ПРИКЛАДІ НІМЕЦЬКИХ ПЕСТЛИВИХ ЗВЕРТАНЬ-ПРІЗВИСЬК)

**Ольга Добринчук**

*кандидат філологічних наук, доцент,  
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка  
ORCID ID 0000-0002-3304-3811  
dobrynychuk.olga@ukr.net*

**Тетяна Калинюк**

*кандидат педагогічних наук, доцент,  
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка  
ORCID ID 0000-0001-8696-3286  
kalyniuk@kpmi.edu.ua*

**Ключові слова:** *пестливі звертання, звертання-прізвиська, емоційно-оцінна семантика, тип словотвору, семантична група, німецькомовний.*

Статтю присвячено комплексному лінгвістичному аналізу німецьких пестливих звертань (Kosenamen), зокрема звертань-прізвиськ (Übernamen), у сучасному німецькомовному просторі. Актуальність дослідження зумовлена необхідністю систематизації семантичних і словотвірних характеристик пестливих номінацій як важливого складника мовного етикету, приватної комунікації та репрезентації міжособистісних стосунків. У межах антропоцентричної парадигми сучасного мовознавства такі одиниці розглядаються як засіб вербалізації емоційно-оцінної семантики та інструмент конструювання інтимного дискурсивного простору. Мета дослідження – виявити структурно-семантичні особливості Kosenamen, установити їхні основні тематичні групи та визначити продуктивні типи словотворення. Матеріалом дослідження слугували 344 одиниці пестливих звертань, дібрані з німецькомовних електронних ресурсів. Виокремлено десять семантичних груп звертань-прізвиськ. Продуктивними є номінації, пов'язані з гастрономічною сферою (передусім солодощами) та зоонімами, що відображає тенденцію до метафоризації позитивно маркованих ознак. Значну частку становлять звертання з казково-міфологічною, природною, соціально-рольовою, жартівливо-іронічною та еротичною семантикою. Установлено, що домінантними способами словотворення є словоскладання та афіксальна деривація із залученням демінутивних суфіксів (-chen, -lein, -i, -li), тоді як редуплікація, контамінація, скорочення й регресивна деривація функціонують менш продуктивно. Активний вплив англомовних запозичень свідчить про динамічність і відкритість сучасного німецькомовного приватного дискурсу. Доведено, що Kosenamen виконують експресивно-оцінну, прагматичну та соціально-маркувальну функції, відображаючи взаємодію мовної традиції, культурних моделей і креативності мовців.

**VERBALIZATION OF EMOTIONAL AND EVALUATIVE UTTERANCES  
IN THE SEMANTIC AND WORD-FORMATION DIMENSION  
(ON THE EXAMPLE OF GERMAN AFFECTIONATE NICKNAMES)**

**Olha Dobrynychuk**

*Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,  
Kamianets-Podilskyi Ivan Ohienko National University*

**Tetaina Kalyniuk**

*Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor,  
Kamianets-Podilskyi Ivan Ohienko National University*

**Key words:** *terms of endearment, petnames, affectionate nickname, emotional-evaluative semantics, type of word formation, semantic group, German.*

The article is devoted to a comprehensive linguistic analysis of German pet names (Kosenamen), in particular affectionate nicknames (Übernamen), in the contemporary German-speaking space. The relevance of the study is determined by the need to systematize the semantic and word-formation characteristics of affectionate terms of address as an important component of speech etiquette, private communication, and the representation of interpersonal relationships. Within the anthropocentric paradigm of modern linguistics, such units are considered as a means of verbalizing emotional and evaluative semantics and an instrument for constructing an intimate discursive space. The aim of the study is to identify the structural and semantic features of Kosenamen, to establish their main thematic groups, and to determine productive types of word formation. The research material consists of 344 units of pet names selected from German-language online resources. Ten semantic groups of affectionate nicknames were identified. Productive are terms of endearment related to the gastronomic sphere (primarily sweets) and zoonyms, which reflects a tendency toward the metaphorization of positively marked features. A significant proportion are terms with fairy-tale and mythological, natural, social-role, humorous-ironic, and erotic semantics. It has been established that the word formation processes are compounding and derivation with the use of diminutive suffixes (-chen, -lein, -i, -li), while reduplication, contamination, abbreviation, and regressive derivation are less productive. The active influence of English borrowings testifies to the dynamism and openness of contemporary German-language private discourse. It has been proven that Kosenamen perform expressive-evaluative, pragmatic, and socially marking functions, reflecting the interaction of linguistic tradition, cultural models, and the speakers' creativity.

**Вступ.** Звертання як важлива складова мовного етикету виконує конкретні функції, має певну структуру, семантичні ознаки та національний колорит. Вибір форми звертання мовцем може передати його почуття, настрої та емоційне ставлення до співрозмовника, розповісти про їхні взаємини чи стосунки. З їх допомогою можна виразити повагу або ступінь близькості, а також упорядкувати структуру висловлювання. Предметом наукових досліджень як вітчизняних, так і німецьких науковців є особливості використання звертань у різних функціональних стилях мовлення, зокрема в епістолярному (Г. Івасюк, А. Даммель, І. Нікренц, А. Рапп, Єва Л. Вюс, діловому (М. Горюнова, І. Стогній, Н. Райнкен),

а також у художній літературі (Д. Дмитрієва, Т. Чубань, Л. Кардаш) тощо. Як соціокультурний і етнокультурний компонент мовного етикету звертання розглядаються у працях О. Меншикової, Н. Величко, Д. Нюблінг, Г. Зімон, Б. Шпілльнер, оскільки в різних мовах вони реалізуються по-різному та характеризуються специфічними національно зумовленими особливостями. Пестливі звертання, як одна із форм звертань відображають не лише індивідуальні емоції мовців, а й соціокультурні норми, гендерні особливості, традиції та цінності суспільства. Попри активне використання пестливих звертань (Kosenamen) у німецькомовному середовищі у повсякденному мовленні, художній літературі та

медіадискурсі, їх комплексне лінгвістичне осмислення, зокрема в семантичному та словотвірному аспектах, залишається актуальним і потребує вивчення.

**Мета дослідження** – виявити та охарактеризувати семантичні особливості й словотвірні способи утворення німецьких пестливих звертань (Kosenamen), зокрема пестливих звертань-прізвиськ (Übernamen) у сучасній німецькій мові.

Матеріал і методи дослідження. Матеріалом дослідження слугували списки пестливих звертань (Kosenamen), представлені на вебсторінках Callie, Westwig, а також на форумі Reddit. Загалом проаналізовано 344 одиниці пестливих звертань, включно з їхніми словотвірними варіаціями. Для досягнення поставленої мети використовувалися такі методи дослідження, як описовий метод (для систематизації та узагальнення семантичних особливостей пестливих звертань), метод лінгвістичного спостереження та аналізу (для виявлення особливостей функціонування пестливих звертань у сучасному німецькомовному просторі), словотвірний аналіз (для встановлення основних способів і моделей утворення пестливих звертань), а також статистичний метод (для визначення кількісних і відсоткових показників окремих семантичних груп та словотвірних типів). Комплексне застосування зазначених методів дозволило виокремити та проаналізувати основні семантичні групи пестливих звертань у сучасній німецькій мові, а також окреслити словотвірні способи, характерні для пестливих звертань-прізвиськ.

**Результати та обговорення.** Вибір звертання залежить від віку, статусу, характеру стосунків та індивідуальних особливостей мовців, і тому формами звертання можуть виступати власні імена, професії/посади, звання/титули, звертання, пов'язані зі статусом, яке комуніканти займають в сім'ї по відношенню один до одного, назви осіб за національною або віковою ознакою, а також особові займенники. Звертання допомагають встановити контакт, окреслити роль адресата, визначити тон висловлювання та регулювати соціальну дистанцію. Таким чином, звертання є інструментом, який забезпечує не лише змістову, а й соціально-прагматичну організацію мовлення.

Дослідниця Н. Величко вважає, що найчастіше пестливі звертання та імена вживаються у родинному спілкуванні. На її думку, «вибір звертань залежить від сімейних традицій, виховання, вподобань і роду діяльності учасників комунікації» (Величко, 2017: 7).

Д. Ньюблінг поділяє пестливі звертання (Kosenamen) на три основні типи: звертання-прізвиська (Übernamen), модифікації особових імен

та прізвищ (Namenmodifikationen) і новоутворення або неологізми (Neuschöpfungen) (Nübling, 2015). Відповідно до цієї класифікації здійснено аналіз та семантичну класифікацію пестливих звертань-прізвиськ (Übernamen). У результаті аналізу виокремлено десять семантичних груп пестливих звертань-прізвиськ, які розглядаються далі, а саме: зооніми; номінації, пов'язані з їжею; звертання, що характеризують зовнішність; казково-міфічні образи; номінації, пов'язані з природою; дитячі звертання та Lallformen; звертання, що виражають найвищий ступінь прихильності; професійні та соціальні звертання; жартівливі й іронічні звертання; відверті та еротичні звертання.

Як свідчать кількісні дані (рис. 1), найчисельнішу семантичну групу пестливих звертань-прізвиськ становлять Kosenamen, утворені на основі лексики на позначення *гастрономічних виробів*, з виразною домінантою назв солодощів (95 одиниці). Переважання саме цієї підгрупи зумовлене стійкими когнітивними асоціаціями між смаком і емоційною оцінкою: солодке асоціюється із задоволенням, із чимось приємним та бажаним. Відповідно, такі звертання виконують передусім експресивно-оцінну та афективну функції, вербалізуючи ніжність, прихильність і любов.

До цієї групи належать номінації, що апелюють до кондитерських виробів та десертів (Zuckerpuppe, Honig-Butter-Keks, Karamellkuss, Sahneschnitte, Praline, Cupcake, Muffin, Keksstreusel), солодких інгредієнтів (Honig, Zucker, Karamell, Toffee), а також фруктів і ягід (Erdbeere, Kirsche, Pfirsich, Zuckerpflaume). У семантичному плані вони активують ознаки м'якості, естетичної привабливості та емоційного комфорту, що сприяє позитивній концептуалізації адресата. Варто також відзначити наявність іронічно-жартівливих та гротескних номінацій (Affenmuffin, Keksmooster, Krümelmonster, Chicken Nugget, Lammkotelett), у яких позитивна оцінка поєднується з елементами мовної гри та легкої пародійності. Подібні звертання функціонують як маркери високого рівня довіри та невимушеності у стосунках.

Таким чином, Kosenamen, що походять від назв гастрономічних виробів, репрезентують метафоричну модель «кохана/коханий як солодкий об'єкт», яка ґрунтується на перенесенні гастрономічного досвіду у сферу міжособистісних почуттів. Ця семантична група є показовою для аналізу емоційної, когнітивної та культурної складових пестливих звертань у сучасному німецькомовному дискурсі, оскільки поєднує традиційні асоціації, інноваційні мовні практики та індивідуальну креативність мовців.

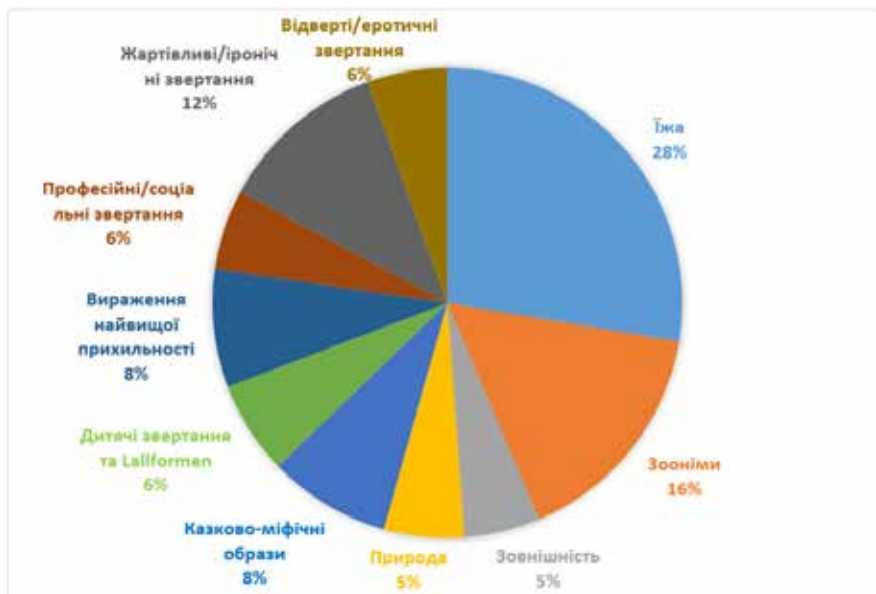


Рис. 1. Семантичні групи пестливих звертань-прізвиськ

До однієї з найпродуктивніших і семантично показових груп німецьких пестливих звертань належать *зооніми* (55 одиниці) – *Kosenamen*, утворені на основі назв тварин. Їхня поширеність зумовлена високим метафоричним потенціалом зоолексикі, яка дозволяє репрезентувати емоційно значущі риси зовнішності, характеру та поведінки адресата через узагальнені, культурно закріплені образи тварин. У межах цієї групи спостерігається чітка перевага позитивно маркованих асоціацій, пов'язаних із ніжністю, лагідністю, турботою та емоційною близькістю. Так, звертання *Maus*, *Mausi*, *Mäuschen* характеризують адресата як тендітну, беззахисну істоту, яка потребує опіки через «малий розмір», «ніжність», «вразливість». Подібну функцію виконують і форми *Küken*, *Fischchen*, *Biene/Bienchen*. Зооніми *Hase/Hasi/Häschen* і *Spatz/Spatzi/Spätzchen* є типовими маркерами інтимності у партнерських стосунках і вирізняються високою частотністю в німецькомовному просторі. Вони символізують ласку та емоційну близькість.

Окрему підгрупу становлять звертання із лексемою *Bär* (*Bärchen*, *Kuschelbär*, *Schmusebär*, *Papabär*, *Knuddelbär*), в яких зоометафора актуалізує образ сили, надійності та захищеності, поєднаних із м'якістю та турботою. Таким чином, їх семантика ґрунтується на поєднанні традиційно «сильних» і «ніжних» характеристик, що є показовим для сучасних уявлень про емоційну близькість у партнерстві.

Варто зазначити, що у вживанні пестливих звертань-зоонімів спостерігається певна закономірність: назви великих тварин частіше вживаються як пестливі звертання до чоловіків (*Bärli*, *Schmusetiger*), тоді як назви дрібних тварин

є типовими для звертань до жінок (*Kätzchen*, *Bienchen*).

Хоча кількісно група «Зооніми» майже вдвічі поступається групі «Їжа», саме вона репрезентує ядро найчастотніших пестливих звертань у німецькомовному просторі. За даними соціологічних опитувань агентства NAMBOS naming & Research, порталу befragmich.de та аналітичної платформи Lingoda до найуживаніших *Kosenamen* стабільно належать *Hase/Hasi/Häschen*, *Bär/Bärchen/Bärli*, *Maus/Mausi/Mäuschen*, що свідчить про їх високу частотність, загальноприйнятність і міжпоколінну стабільність. Це свідчить про те, що зоонімні звертання виконують функцію базових, соціально закріплених форм емоційної адресації, які зберігають свою актуальність незалежно від індивідуальної креативності мовців і конкурують з більш численними, але менш усталеними семантичними групами.

До групи пестливих звертань «Із жартівливо-іронічним забарвленням» (40 одиниць) належать слова на кшталт *Mülleimer*, *Stinkerchen*, *Quatschkopf*, *Ulknudel*, *Witzbold*, *Spaßvogel*, *mein kleiner Tweaker*, що формально апелюють до недоліків або комічних рис адресата (неохайність, дивакуватість, несерйозність, забудькуватість), однак у реальному комунікативному контексті позбавлені негативної оцінки. Навпаки, такі звертання виконують функцію афективної інверсії, коли потенційно негативна номінація переосмислюється як маркер близькості, прийняття та емоційної прихильності. Такі звертання виконують функцію емоційної гри та взаємного «дражнення», яке не руйнує, а навпаки зміцнює міжособистісний зв'язок.

Вони є індикатором довіри, спільного гумору та стабільності стосунків, демонструючи, що в німецькомовній комунікативній культурі пестливі звертання поєднують ніжність із іронією без втрати позитивної прагматичної функції.

У групі «Казково-міфічні образи» (29 одиниць) представлені пестливі звертання, утворені на основі назв персонажів міфів, казок, художньої літератури, кіно- та масової культури (*Engel, Elfe, Fee, Einhorn, König/Königin, Prinz/Prinzessin, Hulk, Tarzan* тощо). Вони мають виразно образний характер і слугують засобом підвищеної позитивної оцінки адресата, апелюючи до ідеалізованих, фантастичних або героїчних рис персонажів. Семантика цієї групи ґрунтується на метафоричному перенесенні характеристик вигаданих образів на реального партнера. Так, звертання *Engel/Engelchen/Englein, Lebender Engel* актуалізують моральні якості (доброту й турботу); *Elfe, Fee, Zauberin* – легкість, чарівність і загадковість; *König/Königin, Göttergatte/Götterprinz, Göttin* – велич, домінантність і соціальну винятковість. Образи *Prinz/Prinzessin, Märchenprinz, Perfekter Prinz, Traumfrau/Traummann* виразно романтизують партнерські стосунки, відтворюючи ідеал коханого як здійснення мрії або казкового сценарію.

Окрему підгрупу становлять звертання, запозичені з попкультури та масмедійного дискурсу (*Hulk, Tarzan, Drama-Queen, Boogie, Snookums*), які поєднують ідеалізацію з ігровим або іронічним компонентом. Такі номінації не лише підкреслюють фізичну силу, емоційність або харизматичність адресата, а й свідчать про спільний культурний простір комунікантів. Номінації цієї підгрупи виконують функцію романтизації та символічного піднесення комунікативної ситуації, створюючи емоційно насичений, «позареальний» простір взаємодії.

До семантичної групи «Вираження найвищої прихильності» (28 одиниць) належать номінації, які слугують мовними маркерами глибокої любові та відданості у міжособистісних стосунках, зокрема *Liebe, Herz, Schatz, Baby*. Звертання на основі лексеми *Liebe* (*Liebe, Liebelein, Liebe meines Lebens, Meine Geliebte, Liebes, Lieb-ling, Liebster*) вербалізують абсолютну цінність адресата для мовця, часто надаючи йому статус центральної своєї фігури життя. Аналогічну функцію виконують номінації із компонентом *Herz* (*Herz, Herzchen, Herzelein, Herzblatt, Herzstopper*), у яких адресат виступає як емоційне ядро, джерело життєвої енергії та почуттів. Лексема *Schatz* та її варіанти (*Schatzi, Schätzchen*) репрезентують партнера як унікальну, безцінну «цінність», що підсилює семантику ексклюзивності та значущості стосунків. Вони виконують

функцію максимальної емоційної концентрації, слугуючи мовним інструментом закріплення близьких партнерських стосунків.

У групі «Дитячі звертання та Lallformen» налічується 22 одиниці, які вирізняються специфічною фонетичною та словотвірною організацією. Їхньою характерною ознакою є редуплікація (подвоєння) складів або спрощена звукова структура (*Bam Bam, Bubu, Boo-Boo, Num Nums, Blublue*), типова для мовлення, спрямованого на маленьких дітей. В українській мовній традиції такі форми відповідають явищу так званого «сюсюкання» й асоціюються з турботою, ніжністю та емоційною опікою. Окрім власне лалевих форм, до цієї групи входять *Kosenamen*, семантично пов'язані з тілесною близькістю, комфортом та фізичним контактом (*Knuddel, Knutschkugel, Kuschi, Kuschelchen, Knüttelchen, Huschel*), які асоціюються із відчуттям захищеності й емоційної безпеки.

Незважаючи на наявність виразного «дитячого» підтексту, Lallformen активно функціонують у мовленні дорослих, зокрема у партнерських та романтичних стосунках, зазнаючи семантичного зсуву: інфантилізуючий компонент поступається місцем прагматичній функції демонстрації довіри, близькості та безумовного прийняття партнера.

Група «Професійні/соціальні звертання» (19 одиниць) репрезентує соціально-рольові та статусні номінації, які використовуються здебільшого у неофіційному спілкуванні, але ґрунтуються на лексемах формально-офіційного характеру. Їхня специфіка полягає у переосмисленні соціальних ролей, титулів і функцій у напрямі іронізації, інтимізації або ігрової комунікації. Передусім у цій групі виокремлюються рольово-статусні звертання, що походять від назв соціальних ролей і професій (*Chef, Koch, Kumpel, Ehemann, Ehefrau*). У пестливому вживанні такі номінації втрачають своє пряме значення і слугують маркерами партнерської взаємодії, розподілу ролей або емоційної близькості. Наприклад, *Chef* може іронічно підкреслювати домінантність партнера, тоді як *Koch* актуалізує позитивно оцінену побутову функцію.

Другу підгрупу становлять титульні та формально-етикетні звертання (*Herr, Herr Mann, Dame, Lady, Sir, Mr. Nachname, Mrs. Nachname*), які у приватному дискурсі зазнають прагматичного зсуву: офіційність нейтралізується або переосмислюється, перетворюючись на засіб іронічної дистанції, гри з соціальними нормами або стилізації взаємин. Зокрема, вживання формул із прізвищем (*Mr./Mrs.+Nachname*) імітує формальний стиль, але в інтимному контексті виконує радше жартівливо-експресивну функцію.

До семантичної групи «Природа» (19 одиниць) віднесено пестливі звертання-прізвиська, мотивовані номінаціями природних явищ, рослининого світу, небесних тіл, а також природних матеріалів, передусім дорогоцінних і напівдорогоцінних металів та каменів. Ці лексеми апелюють до об'єктів, які сприймаються як унікальні у своєму роді (*Sonne, Himmel, Stern*), естетично привабливі та життєдайні (*Blümchen, Rose / Röschen, Veilchen, Sonnenblume*), або ж як вартісні, рідкісні й цінні (*Diamant, Edelstein, Juwel*). Їх використання у функції пестливих звертань ґрунтується на метафоричному перенесенні позитивно маркованих властивостей природних об'єктів на адресата. Зокрема, звертання *mein Stern / Sternchen, meine Sonne, mein Sonnenschein* характеризують адресата як джерело світла, тепла та емоційної опори, що корелює з аксіологічною домінантою цієї групи. Номінації *Diamant, Diamant-Glitzer, Edelstein, Juwel*, актуалізують семи виняткової цінності та незамінності, підкреслюючи високий ступінь емоційної значущості адресата.

Окрему підгрупу становлять звертання, мотивовані назвами дрібних природних об'єктів або процесів (*Tautropfen, Kieselsteine, Sprießen, Sparky*), які акцентують крихкість, ніжність або динаміку розвитку.

У групі «Зовнішність» (18 одиниць) звертання виконують описову функцію, відображаючи фізичні/естетичні риси співрозмовника, н-д особливості зовнішності, зросту, краси або привабливості (*Babygesicht, Beautiful, Hübsche/Hübscher, Gorgeous, Schönste/Schönster, Schöner Mann/Schöne Frau*), а також такі, що відзначають специфічні деталі зовнішності чи тілесної будови (*Dickerchen, Großer Löffel, Kleini, Welpengesicht*). Семантична функція таких номінацій полягає у компліментарному підкресленні позитивних рис співрозмовника, створенні емоційної прихильності та зміцненні міжособистісного контакту. Деякі звертання можуть містити елемент ігрової або жартівливої оцінки (*Matschig, Buben*), що пом'якшує потенційний індивідуальний або соціальний тиск і сприяє невимушеності комунікації.

Окрему семантичну групу становлять «Відверті/еротичні звертання» (19 одиниць), до якої віднесено пестливі звертання-прізвиська з виразною еротичною конотацією. Ці номінації безпосередньо або імпліцитно акцентують сексуальність адресата, його/її тілесну привабливість, еротичну бажаність та здатність викликати сильне чуттєве збудження. У структурному та семантичному плані ці номінації можуть бути згруповані за кількома домінантними мотивами: 1) звертання, що прямо вказують на сексуальну

привабливість адресата (*Sexy, Sexy Mama, Scharf, Hottie McHotpants, Freches Hottie*); 2) метафоричні номінації, побудовані на образах інтенсивності та вибухової енергії (*Bombe, Feuerball, Traummaschine, Fuzzy-Liebesmaschine*), які концептуалізують адресата як джерело сильного еротичного впливу; 3) зооморфні та характерологічні образи (*Wildes Ding, Wilde Katze, Playboy*), що актуалізують асоціації з неконтрольованою пристрастю та сексуальністю. Звертання на кшталт *Heiße Lippen, Üppige Lippen, Bootylicious* фокусують увагу на тілесних рисах, що підсилює об'єктивацію адресата та підкреслює тілесний вимір еротичної комунікації. Номінації *Lover Boy / Lover Man, Captain Hottie Nose* поєднують еротичну семантику з елементами іронії або гри, що свідчить про можливу багатшаровість прагматичного ефекту таких звертань.

Зазначимо, що поряд із традиційними німецькими лексемами виявлено значну кількість запозичень (*Baby/Babe, Darling, Love, Mi amor, Amor de mi vida, Habibi, Main Squeeze*), які свідчать про глобалізацію інтимного дискурсу та активний вплив англомовної й романської мовних культур. З 344 проаналізованих пестливих номінацій 73 одиниці (21%) походять з інших мов, переважно з англійської.

Встановлено, що серед іншомовних пестливих звертань-прізвиськ фіксуються також номінації, утворені на основі назв відомих торговельних марок, зокрема *Hubba Bubba, Num Nums, Pop-Tart, Tutti Frutti, Tootsie Roll*, а також назв страв і солодоців (*Pudding-Pop, Tater Tot, Snickerdoodle, Toffee*). Їх використання зумовлене передусім формальними характеристиками, а саме редуплікацією складів, фонетичною подібністю або ритмічною організацією, а також милозвучністю. Такі фонетичні властивості сприяють виникненню асоціацій із дитячою мовою, безпосередністю та емоційною теплотою.

На нашу думку, важливим є також аналіз способів словотвору пестливих звертань-прізвиськах, оскільки саме словотвірні механізми забезпечують реалізацію емоційно-оцінного та прагматичного потенціалу.

І. Гаврилова визначає найбільш типові для сучасної німецької мови способи словотворення, а саме словоскладання, деривація, конверсія та складноскорочені слова (Гаврилова, 2020: 288). Т. Токарева стверджує, що «словоскладання є найбільш поширеним і продуктивним для німецької мови способом словотворення» (Токарева, 2019: 182). На нашу думку, однозначне визначення найпоширеніших способів словотворення є проблематичним, оскільки їхня продуктивність зумовлюється сферою функціонування та конкретною комунікативною метою

висловлювання. Зокрема, у контексті пестливих звертань у німецькій мові домінують не ті словотвірні типи, які вважаються найбільш продуктивними в загальномовному масштабі, а ті, що здатні найповніше реалізувати емоційно-оцінне та прагматичне значення звертання, передусім дериваційні та модифікаційні способи словотвору.

Для утворення пестливих звертань-прізвиськ найпоширенішим є **словоскладання** (Zusammensetzung або Komposition), яке реалізується за різними структурними схемами: іменник+іменник (Honighase, Butterblume, Kirschmuffin), прикметник+іменник (Süßkartoffel, Lady Awesomesauce), дієслово+іменник (Schmusekatze, Grinsbär, Wackelpudding). Найчастіше компонентами складних іменників виступали лексеми: Honig, Keks, Kuchen, Butter, Sahne, Zucker, Bär, Sonne, Liebe, Herz, Monster, *kuscheln*, *knutschen*, а також англійські запозичення Baby та chuckle.

Характерною рисою цієї групи пестливих звертань-прізвиськ є креативні, ігрові й гібридні утворення, зокрема англійських або змішаних форм німецької та англійської мов (Honeybutt, Sweetheart, Flauschige McSnugglepants, Babygesicht, Babyliebe, Chuckleberry, Störenfried), що відображає вплив медіадискурсу та глобалізованої культури на сучасний німецькомовний приватний комунікативний простір. Їх використання підкреслює не лише емоційну близькість, а й спільну культурну компетенцію партнерів.

Менш поширеним типом словотвору пестливих звертань-прізвиськ є **афіксальна деривація** (Ableitung або Derivation). Л. А. Леганькова переконана, що «суфікси суб'єктивної оцінки у складі лексем здатні нести у собі, крім основної, додаткову інформацію про пізнавально-оцінне ставлення до фактів дійсності» (Леганькова, 2007: 67). М. Некула зазначає, що німецька мова, порівняно зі слов'янськими, бідніша на зменшувальні форми, або точніше, слов'янські мови багатші на зменшувальні форми (Nekula, 2003: 146).

Найпродуктивнішими демінутивними суфіксами у німецькій мові та її регіональних варіантах є -chen, -lein, -i, -ling, -el, -erl (Österreich), -li (Schweiz), -le (Utri, 2017). Серед проаналізованих номінацій найчастіше зустрічаються демінутиви із суфіксом -chen (Brötchen, Früchtchen, Kekschchen, Blümchen, Röschen, Kuschelchen), -i (Tatzi, Bärlі, Hasi, Püppi), -el (Honigbündel, Kekstreusel), -le (Muckele), -lein (Fröschlein), -li (Häslі), -ling (Liebling).

Досить часто від однієї лексеми утворюються пестливі звертання з різними зменшувальними суфіксами, наприклад Spatzi та Spätzchen, або

Bärlі та Bärche, що обумовлено переважно регіональними особливостями функціонування німецької мови. Менш поширеною є форма з використанням одразу двох зменшувальних суфіксів в одному слові, наприклад Träumerle.

У пестливих звертаннях **конверсія** (Konversion або Wortartwechsel) реалізується через перехід прикметників (найчисельніша група) у звичайному (*Sexy, Süßer / Süße / Süßes, Beautiful, Handsome*) або найвищому (*Schönste / Schönster, Liebster*) ступенях порівняння, дієслів (*Sprießen, Squeeze*) та дієприкметників (*Meine Geliebte, Gut aussehend, Angeboteter / Angebotete*), у категорію іменників-звертань, що набуває емоційно-оцінного значення.

Менш продуктивним типом словотвору є **редуплікація** (Reduplikation), який властивий передусім для комунікації з дітьми, тоді як у дорослому мовленні він слугує засобом актуалізації ніжності, інфантилізованості та ігрового характеру міжособистісних стосунків, н-д утворені шляхом повторення складів (*Bam Bam, Boo-Boo, Bubu, Blublue, Behbeh, Num Nums, Boo Boo Kitty*) або на основі римованих складових (*KitKat, Tutti Frutti*).

До **скорочення** (Kurzwortbildung) належать лише поодинокі лексичні одиниці: *Babe (Baby), Shug* (англ. *sugar*), *BBQ (barbecue), PIC (partner-in-crime)*. До **контамінації** (Kontamination) віднесено лексеми *Bootylicious (booty + delicious)* та *Chucklicious (chuckle + delicious)*, причому показовим є те, що всі вони є англійськими запозиченнями. **Регресивна деривація** (Rückbildung) представлена лише однією одиницею – *Knuddel* (від *knuddeln*).

Невисока частотність редуплікації, скорочення, контамінації та регресивної деривації у сфері пестливих звертань зумовлена їхньою стилістичною маркованістю та обмеженою сферою вживання. Ці моделі переважно реалізують ігрову, експресивну або запозичену лексику, що знижує їхню універсальність у порівнянні зі словоскладанням та демінутивною деривацією, які є нейтральнішими та функціонально продуктивнішими у міжособистісному спілкуванні.

Встановлено, що пестливі звертання-прізвиська можуть утворюватися шляхом поєднання кількох словотвірних типів, зокрема словоскладання та афіксальної деривації (*Honig-Brötchen, Sahnehäubchen, Zuckerbrötchen*), а також конверсії й афіксальної деривації (*Dickerchen, Kuschelchen*).

Варто також зазначити, що експресивність пестливих звертань часто посилюється за допомогою присвійного займенника *mein* (*mein kleiner Tweaker, meine Honigbündel, mein Stern, meine Sonne*), а також супровідних прикметників,

зокрема *lustig (Lustiger Hase)*, *klein (Kleine Dame)*, *süß (Süße Patootie)*, *schön (Schöner Mann / Schöne Frau)*, *heiß (heiße Lippen)*, *wild (wildes Ding)* тощо.

**Висновки.** Здійснений аналіз Kosenamen засвідчив, що найчисельнішими у сучасному німецькомовному просторі є пестливі звертання-прізвиська, пов'язані з їжею, а саме солодощами (95), та зоонімами (55). Ці семантичні групи є одними з ключових у системі німецьких пестливих звертань, оскільки наочно демонструють взаємодію мовної традиції, культурних стереотипів і індивідуальної експресивності у приватному дискурсі. Використання пестливих звертань-прізвиськ, запозичених з інших мов, переважно англійської, вказує на вплив англomовного медіадискурсу та глобалізаційних процесів на сучасні форми приватної комунікації. Для утворення пестливих звертань-прізвиськ найпоширенішими виявилися словоскладання із лексемами на кшталт *Honig, Kekes, Zucker, Bär, Sonne, Liebe, Herz, Monster* та афіксальна деривація, яка здебільшого представлена демінутивами із суфіксами *-chen, -lein, -i, -ling, -el, -erl, -li, -le*. Ці два типи словотвору формують основу лексичного засобу вираження пестливості та емоційної прихильності у сучасній німецькій мові.

Перспективним напрямом подальшого дослідження вбачаємо аналіз лінгвістичних та регіональних особливостей німецьких пестливих особових імен та прізвиськ (Namenmodifikationen).

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Величко, Н. М. (2017). *Засоби звертання в німецькій мові другої половини ХХ – початку ХХІ століття: соціолінгвістичний аспект*: дис. ... канд. філол. наук, спец. 10.02.04. Київ.
2. Гаврилова, І. (2020). Лексико-граматичні особливості словотворення в сучасній німецькій мові. *Актуальні питання гуманітарних наук*, 31(1), 285–289. <https://doi.org/10.24919/2308-4863.1/31.213799>
3. Леганькова, Л. А. (2007). Демінутив та аугментатив як носії значення суб'єктивної оцінки. *Наукові праці Кам'янець-Подільського державного університету. Філологічні науки*, 15(1), 67–69.
4. Основні лінгвістичні поняття і категорії (словник-довідник філолога). (2015). Уклад. І. І. Коломієць. Умань : ВПЦ «Візаві».
5. Токарева, Т. (2019). Стилістичні можливості словотвору в німецькій мові. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*, 175, 182–188.
6. Nekula, M. (2003). System und Funktionen der Diminutive. Kontrastiver Vergleich des Deutschen und Tschechischen. *Brücken. Neue Folge*, 11, 145–191.
7. Nübling, D. (2015). Emotionalität in Namen: Spitznamen, Kosenamen, Spottnamen – und ihr gendernivellierender Effekt. У *Emotionalität im Text* (pp. 103–123). Tübingen: Stauffenburg.
8. Utri, R. (2017). *Das slawische Element im österreichischen Deutsch – der Diminutiv: seine Funktionen, Anwendungsbereiche und Hintergründe*. URL: [https://www.researchgate.net/publication/313821660\\_REINHOLD\\_UTRI\\_Das\\_slawische\\_Element\\_im\\_osterreichischen\\_Deutsch\\_-\\_der\\_Diminutiv\\_seine\\_Funktionen\\_Anwendungsbereiche\\_und\\_Hintergrunde](https://www.researchgate.net/publication/313821660_REINHOLD_UTRI_Das_slawische_Element_im_osterreichischen_Deutsch_-_der_Diminutiv_seine_Funktionen_Anwendungsbereiche_und_Hintergrunde)

#### ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. 180 perfekte Kosenamen für Ihren Mann. (n.d.). *Callie*. URL: <https://www.callie.de/blog/pet-names-for-boyfriend/>
2. 215 entzückende Kosenamen für Ihre Freundin. (n.d.). *Callie*. URL: <https://www.callie.de/blog/pet-names-for-girlfriend/>
3. Die 66 besten Kosenamen: Die kennst Du noch nicht! (n.d.). *Westwing*. URL: <https://www.westwing.de/inspiration/tipps-guides/familie/die-66-besten-kosenamen/>
4. Die beliebtesten Kosenamen. (n.d.). *Beliebte Vornamen*. URL: <https://www.beliebte-vornamen.de/289-kosenamen-top-10.htm>
5. Die beliebtesten Online-Kosenamen in Deutschland 2025. (2025). *Lingoda*. URL: <https://www.lingoda.com/blog/de/beliebteste-kosenamen-deutschland/>
6. Kosenamen 2013. Eine repräsentative Umfrage unter 5000 Deutschen. (2013). *Befragmich*. URL: <https://www.befragmich.de/studien/Kosenamen%202013.pdf>
7. Welche süßen Kosenamen haben Sie und Ihr Partner füreinander? (n.d.). *Reddit*. URL: [https://www.reddit.com/r/love/comments/181dtab/what\\_cute\\_pet\\_names\\_do\\_you\\_and\\_your\\_partner\\_have/?tl=de](https://www.reddit.com/r/love/comments/181dtab/what_cute_pet_names_do_you_and_your_partner_have/?tl=de)

Дата першого надходження статті до видання: 23.02.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 26.03.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 07.05.2026



Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)