

Міністерство освіти і науки України
Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя
Факультет філології, історії та політико-юридичних наук
Кафедра прикладної лінгвістики

ОПП («Германські мови та літератури
(переклад включно)»
035.043 Германські мови та літератури
(переклад включно), перша – німецька

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня «магістр»

**«Лінгвориторичний потенціал текстів німецького
колумніста Б. Зіка»**

Студентки другого курсу
Жури Тетяни Олексіївни

Науковий керівник:
Щербак Олена Миколаївна
кандидат філологічних наук,
доцент

Рецензенти:
Лепухова Наталія Іванівна
кандидат філологічних наук,
доцент

Міщенко Тетяна Віталіївна
кандидат філологічних наук,
доцент

Допущено до захисту
Завідувач кафедри, канд. пед. наук.,
доц. **Тетяна Ларіна**

_____ (підпис)
_____ (дата)

**“The linguistic and rhetorical potential of texts by the German
columnist B. Sick”**

by

Tetiana Zhura

A Master’s Thesis

Submitted to the Department of Applied Linguistics
Nizhyn Mykola Gogol State University

In Fulfillment of the Requirements
For the Degree of Master of Secondary Education
December 2024

Supervised by Associate Professor Olena Shcherbak

Анотація

Магістерське дослідження присвячено вивченню лінгвориторичного потенціалу текстів відомого німецького колумніста Бастіана Зіка, який надає роз'яснення складним аспектам німецької лексики та граматики. У роботі здійснено ґрунтовний аналіз мовних особливостей текстів Б. Зіка крізь призму класичних риторичних способів впливу – етосу, логосу та пафосу. Особливу увагу зосереджено на дослідженні вербалізаторів цих способів впливу, що є ключовими для побудови аргументації, емоційного впливу та створення авторитетного образу автора.

У результаті дослідження надано класифікацію лінгвістичних та екстралінгвістичних засобів, які сприяють апелюванню до етосу, логосу та пафосу у текстах Б. Зіка. Встановлено, що екстралінгвістичні елементи апелюють до логосу, оскільки вони пов'язані з контекстом, культурними знаннями та реальними фактами поза мовною системою. Доведено, що апелювання до пафосу реалізується через культуроніми, хрематоніми та діалектизми, що дозволяє автору викликати емоційний відгук у читачів та підкреслює культурну специфіку його текстів. З'ясовано, що апелювання до етосу є інструментом формування образу Зіка як авторитетного публіциста. Серед лінгвістичних засобів, що сприяють створенню етосу, виділено хрематоніми, гру слів, риторичні питання, граматичні та морфологічні особливості німецької мови. Встановлено, що апелювання до логосу у текстах Б. Зіка є ефективним засобом аргументації, яка досягається через посилення на історичні події, народну мудрість та використання конкретних прикладів.

Таким чином, поєднання лінгвістичних та риторичних елементів у колумнах Б. Зіка забезпечує їхню структурну та змістову ефективність, роблячи ці тексти не лише інформативними, а й здатними спонукати до емоційного та раціонального осмислення.

Ключові слова: колумністика, лінгвориторика, медійний дискурс, німецька мова, стилістика.

Abstract

The master's research is dedicated to studying the linguistic and rhetorical potential of texts by the renowned German columnist Bastian Sick, who provides explanations for complex aspects of German vocabulary and grammar. The work conducts a thorough analysis of the linguistic features of B. Sick's texts through the lens of classical rhetorical methods of influence – ethos, logos, and pathos. Special attention is focused on investigating the verbalizers of these methods, which are key to constructing argumentation, emotional impact, and creating an authoritative image of the author.

As a result of the research, a classification of linguistic and extralinguistic means that contribute to appealing to ethos, logos, and pathos in B. Sick's texts is provided. It is established that extralinguistic elements appeal to logos, as they are related to context, cultural knowledge, and real facts outside the language system. It is proven that the appeal to pathos is realized through culturonyms, chrematonyms, and dialectisms, allowing the author to evoke an emotional response in readers and emphasize the cultural specificity of his texts. It is found that appealing to ethos is a tool for shaping Sick's image as an authoritative publicist. Among the linguistic means that contribute to creating ethos, chrematonyms, wordplay, rhetorical questions, and grammatical and morphological features of the German language are highlighted. It is established that appealing to logos in B. Sick's texts is an effective means of argumentation, achieved through references to historical events, folk wisdom, and the use of specific examples.

Thus, the combination of linguistic and rhetorical elements in B. Sick's columns ensures their structural and content effectiveness, making these texts not only informative but also capable of prompting emotional and rational comprehension.

Key words: columnistics, linguistic rhetoric, media discourse, German language, stylistics

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕКСТІВ	
АВТОРСЬКОЇ КОЛОНКИ.....	10
1.1. Поняття медіадискурсу та його основні характеристики	10
1.2. Тексти авторської колонки як продукт медійного дискурсу	13
1.2.1. Поняття авторської колонки та її завдання.....	13
1.2.2. Б. Зік: біографія та професійна діяльність.....	20
1.3. Роль лінгвориторики у медійному дискурсі	22
1.4. Методика дослідження	28
Висновки до Розділу I	31
РОЗДІЛ II. ЛІНГВОРИТОРИЧНА ПОБУДОВА КОЛУМНІСТСЬКИХ	
ТЕКСТІВ Б. ЗІКА	33
2.1. Апелювання до пафосу	33
2.1.1. Потреба у самоактуалізації	34
2.1.2. Потреба у самоідентифікації.....	39
2.2. Апелювання до етосу	41
2.2.1. Іронія та сарказм	42
2.2.2. Звернення до власного досвіду	46
2.3. Апелювання до логосу	47
2.3.1. Звернення до історії.....	48
2.3.2. Звернення до народної мудрості.....	49
2.3.3. Аргументація через приклади та порівняння лінгвістичних явищ .	50
Висновки до Розділу II.....	52
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:	57
ДОДАТКИ	63

ВСТУП

Сучасний медійний дискурс є невід'ємною частиною суспільного життя, адже він не лише інформує аудиторію, а й формує громадську думку, впливає на світоглядні позиції та соціальну поведінку. Аналіз дискурсу «став фундаментальним інструментом для розуміння того, як мова використовується в різних контекстах, та впливу соціальних та культурних факторів на її формування» [47, с. 310]. Наукові роботи охоплюють широкий спектр підходів до аналізу медіадискурсу, зокрема когнітивно-риторичні [2; 4; 22; 36; 28; 29; 33], лінгвокогнітивні [7; 12; 15; 25; 32] та прагматичні [1; 16; 21; 22; 26; 30; 31] аспекти. Таким чином, усі дослідження спрямовані на вивчення мовних засобів впливу в медійному дискурсі, що є основою для аналізу лінгвориторичного потенціалу текстів Бастіана Зіка, зокрема в аспекті їхньої функціональності, прагматичної цінності та ролі у формуванні медійного простору.

Лінгвориторичний потенціал текстів авторської колонки Б. Зіка полягає у вмілому поєднанні аналітичності, іронії, гумору та доступного викладу складних мовних явищ. Його роботи не лише розважають, а й освітлюють важливі аспекти функціонування мови, стимулюючи аудиторію до критичного осмислення мовної культури та її місця у суспільстві, що робить тексти цінним об'єктом дослідження у контексті аналізу лінгвориторичних стратегій та мовного впливу.

Актуальність обраної теми зумовлена зростанням інтересу до вивчення мовної риторики в медіадискурсі, яка не тільки слугує інструментом комунікації, але й визначає якість впливу на аудиторію. Тексти Б. Зіка є прикладом того, як мовна майстерність стає засобом формування суспільної думки та підтримки культури мови.

Об'єктом дослідження є лінгвориторичні особливості текстів німецького медійного дискурсу, зокрема жанру колумністики.

Предметом дослідження постають вербалізатори апелювання до етосу, логосу та пафосу, використані Бастіаном Зіком у його текстах з метою впливу на аудиторію.

Матеріалом дослідження є 40 текстів авторської колонки Бастіана Зіка, опублікованих на сайті <https://bastiansick.de/category/kolumnen/zwiebelfisch/>.

Мета дослідження полягає в аналізі лінгвориторичних засобів у текстах Бастіана Зіка з акцентом на їхній функціональності та прагматичній цінності.

Для досягнення поставленої мети було вирішено такі **завдання**:

- ознайомитися з основними концепціями риторики, зокрема етосу, логосу та пафосу, та їхнім застосуванням у медійному дискурсі;
- дослідити специфіку колумністики як жанру журналістики, її мовні та стилістичні особливості;
- проаналізувати лексичні, синтаксичні та стилістичні прийоми, характерні для текстів Бастіана Зіка;
- дослідити, як автор апелює до етосу, логосу та пафосу для впливу на аудиторію;
- виявити, які елементи текстів сприяють формуванню довіри, емоційного зв'язку з читачем та раціонального переконання.

Для досягнення мети застосовано загальнонаукові, а також спеціальні лінгвістичні та риторичні **методи** дослідження. У контексті аналізу лінгвориторичного потенціалу текстів застосовувалися метод аналізу апелювання до етосу, метод аналізу апелювання до логосу та метод аналізу апелювання до пафосу. Перший охоплює процедуру контент-аналізу, аналіз репрезентації автора, а також інтертекстуальний аналіз. Аналіз апелювання до логосу охоплює такі процедури, як аналіз екстралінгвістичних засобів впливу та лінгвістичний аналіз мовних одиниць. Аналіз апелювання до пафосу реалізується шляхом процедур лексико-семантичного аналізу та аналізу стилістичних засобів.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що вперше здійснено комплексний аналіз лінгвориторичних засобів, застосованих у текстах Бастіана Зіка, а також запропоновано інтерпретацію його творчості крізь призму класичних риторичних концепцій.

Практична цінність дослідження. Отримані результати можуть бути використані викладачами та студентами філологічних та журналістських спеціальностей для вивчення стилістичних, риторичних і прагматичних особливостей текстів. У текстах Бастіана Зіка зазначені елементи досліджуються комплексно. Це дає змогу виявити баланс між раціональною, емоційною та етичною складовими його текстів, що забезпечує їхню популярність і впливовість. Такий підхід дозволяє не лише аналізувати творчість Б. Зіка, а й створювати універсальну модель вивчення лінгвориторичних стратегій у медійному дискурсі.

Теоретичне значення дослідження полягає у подальшому використанні основних положень та матеріалів у майбутніх наукових працях та розвідках.

Структура магістерської роботи. Магістерське дослідження складається зі вступу, двох розділів та висновків до кожного з них, загальних висновків до всієї роботи, списку використаних джерел та додатків.

У **вступі** визначається актуальність обраної теми магістерської роботи, визначено об'єкт та предмет дослідження, сформульовано мету та основні завдання, окреслені методи дослідження, розкрито наукову новизну, практичну цінність та теоретичне значення доробку, описано структуру роботи та наведено дані про її апробацію.

Перший розділ магістерської роботи «Теоретичні засади дослідження текстів авторської колонки» присвячено аналізу основних концептуальних положень, необхідних для розуміння та вивчення творчості колумніста Бастіана Зіка. У розділі розглядаються ключові поняття та теоретичні засади, що забезпечують наукову базу дослідження, аналізуються специфічні риси текстів колумне, їх роль у сучасному медійному просторі, а також завдання

цього жанру. Окрему увагу приділено біографії та професійній діяльності Бастіана Зіка, що дозволяє краще зрозуміти контекст його творчості. Також детально описано етапи й підходи до аналізу текстів колумне, зокрема методи вивчення риторичного апелювання до етосу, логосу та пафосу.

Другий розділ «Лінгвориторична побудова колумністських текстів Б. Зіка» зосереджується на детальному аналізі риторичних прийомів, використаних автором для впливу на аудиторію. В ньому розглядаються аспекти апелювання до пафосу (емоційна складова), етосу (етичний та особистісний аспект) і логосу (раціональні аргументи), які реалізуються через такі засоби, як іронія, гумор, звернення до власного досвіду, історії та народної мудрості.

У **висновках** зазначено основні результати дослідження та перспективи подальших наукових розвідок.

Список використаної літератури складається з 62 джерел українською, німецькою та англійською мовами.

Додатки, сформовані автором, містять зображення-схеми та діаграми, що відображають головні лінгвістичні елементи та аспекти побудови текстів колумніста Бастіана Зіка.

Результати дослідження були апробовані публікацією наукових тез «Бастіан Зік та його вплив на мовний ландшафт: аналіз у світлі наукових дебатів» (С. 10-13) на XXII міжнародній студентській Інтернет-конференції «МОВА, ОСВІТА, КУЛЬТУРА: Інтеграційні тенденції в сучасному світі» та публікацією статті «Апелювання до пафосу як засіб самоідентифікації в колумнах Бастіана Зіка» у 31 випуску «Вісника студентського наукового товариства», Ніжинського державного університету ім. М. Гоголя, м. Ніжин, Україна (С. 131-134).

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕКСТІВ АВТОРСЬКОЇ КОЛОНКИ

1.1. Поняття медіадискурсу та його основні характеристики

У сучасному інформаційному середовищі «медіадискурс відіграє ключову роль у формуванні суспільної думки, культурних і політичних наративів» [4, с. 31]. Однак, незважаючи на його значущість, «поняття медіадискурсу залишається недостатньо вивченим та часто неправильно інтерпретується» [15, с. 17]. Науковці вважають, що «складність полягає в тому, що медіадискурс є багатограним явищем, яке включає різні форми комунікації, способи маніпуляції та впливу на аудиторію» [17, с. 82]. Вважається, що «відсутність чіткого розуміння його основних характеристик і впливу на суспільство ускладнює аналіз і розробку ефективних комунікативних стратегій, що може призводити до спотворення інформації та маніпуляцій» [11, с. 40]. Таким чином, існує нагальна потреба у вивченні медіадискурсу та його ключових аспектів для підвищення рівня медіаграмотності та критичного мислення в суспільстві.

Поняття «дискурс» активно використовується в лінгвістиці та має багато інтерпретацій. Кількість наукових розвідок, присвячених дослідженню цього феномену, настільки значна (Т. Ван Дейк, А. П. Загнітко, Ж. Марузо, С. І. Потапенко, О. М. Щербак, Н. М. Талавіра, З. Ю. Тураєв та ін.), що з'явилося терміносполучення «дискурсивний бум». Виходячи з теми цього дослідження, необхідно окреслити основні підходи до визначення поняття «дискурс». На думку Т. А. ван Дейка, «поняття дискурс є дуже розпливчастим, що пояснюється широким використанням терміна і тим, що він є предметом міждисциплінарних досліджень» [39]. У широкому

розумінні медіадискурсу – це форма комунікації, що здійснюється через засоби масової інформації (ЗМІ) і охоплює широкий спектр текстів, які включають новини, рекламу, розважальні програми, політичні виступи тощо [14; 34; 35; 43].

Науковці зазначають, що «медіа-дискурс є важливою частиною сучасного публічного дискурсу, оскільки саме через нього поширюється інформація, формується громадська думка та здійснюється вплив на суспільні настрої і поведінку» [9, с. 87]. Вітчизняні дослідники медіадискурсу Н. Киселюк і Т. Бондар звертають увагу на те, що він «поєднує та взаємодіє з лінгвістичними, невербальними та візуальними елементами для створення зв'язних повідомлень, функціонуючи як інструменти для відображення реальності, але водночас вони можуть і конструювати цю реальність, адже контент, що транслюється медіа, часто знаходиться під редакційним відбором та спрямований на маніпулятивний вплив» [15, с. 17]. Аналіз наукових розвідок засвідчує, що характеристики медіадискурсу охоплюють «інтертекстуальність, мультимодальність, маніпулятивність, контекстуальність, публічність, динамізм і гнучкість, поліфункціональність» [11, с. 41]:



Рис. 1.1. Характеристики медіадискурсу

Джерело: сформоване автором

Інтертекстуальність медіадискурсу реалізується в тому, що «він містить посилання на інші тексти, явища, події, що дозволяє створювати більш комплексне і багат шарове повідомлення» [30]. Наприклад, новини можуть включати цитати з інших джерел, коментарі експертів або архівні матеріали.

Зі свого боку, Ю. В. Заблоцький акцентує на *мультиmodalності* медіадискурсу, зазначаючи, що він «поєднує різні форми комунікації: текст, зображення, звук, відео, що дозволяє досягти більшого впливу на аудиторію, оскільки різні види інформації підсилюють один одного і сприяють кращому засвоєнню повідомлення» [13, с. 132]. О. Гембарук фокусується на тому, що «у медіадискурсі часто використовуються різні методи *маніпуляції* для впливу на свідомість аудиторії, що може проявлятися у виборі тем, які висвітлюються, у способах подачі інформації, у використанні емоційно забарвлених слів або образів» [6]. Численні дослідження засвідчують, що «медіадискурс охоплює декілька *функцій* «інформативну, розважальну» [20, с. 150], «виховну, ідеологічну» [21]. Інакше кажучи, медіатексти можуть одночасно інформувати, розважати, формувати цінності та погляди аудиторії. Як зазначають науковці, «*динамізм і гнучкість* медіадискурсу визначається швидкістю змін відповідно до актуальних подій, суспільних настроїв та технічних можливостей» [31], тобто він є гнучким, адаптується до потреб аудиторії та змінює свої форми і зміст.

Значення медіадискурсу багато в чому залежить від *контексту*: політичного, соціального, культурного, економічного, адже «контекст впливає на сприйняття інформації аудиторією і може значно змінювати інтерпретацію одного і того ж медійного повідомлення» [46, с. 260].

Важливою характеристикою медіа дискурсу є те, що йому «притаманна *публічність*, оскільки він завжди орієнтований на масову аудиторію, тому його головною метою є забезпечення доступності та зрозумілості інформації для широких верств населення» [52].

Таким чином, медіадискурс є складним та багатограним явищем, що відіграє ключову роль у формуванні сучасного інформаційного простору. Він поєднує в собі різні форми комунікації, виконує численні функції та впливає на суспільну свідомість, що робить його важливим об'єктом для наукових досліджень.

1.2. Тексти авторської колонки як продукт медійного дискурсу

1.2.1. Поняття авторської колонки та її завдання

Авторська колонка як жанр журналістики є «важливим інструментом для вираження авторської думки, критичного аналізу та впливу на громадську думку» [5, с. 156]. Проте науковці відзначають проблему недостатнього розуміння ролі та функцій колумне в сучасному медіа просторі: «з одного боку, колумністи мають значний вплив на формування суспільних наративів, але з іншого боку, розмитість меж між інформаційними та аналітичними жанрами призводить до сплутування фактів і особистих думок, що може негативно вплинути на якість журналістики» [44]. У контексті зростання ролі медіа в суспільному житті, виникає потреба в чіткому визначенні поняття «колумне» та окресленні його основних завдань для забезпечення ефективної комунікації між автором і аудиторією, а також для збереження етичних стандартів у журналістиці.

У німецькому тлумачному словнику DWDS надається таке трактування слову «Kolumne / колумне»: «1. колонка друкованої сторінки, особливо у випадку багатоколонкового набору 2. коротка стаття, завжди написана конкретним журналістом або відомим автором і регулярно публікується в певному місці в друкованій або електронній газеті, журналі тощо 3. вертикальний ряд цифр» [52].

Словник сучасної української мови online надає визначення лише словам «колумністика», «колумніст» та «колумністка», не згадуючи про продукт журналістської праці колумністів. Колумністика позначається як

«різновид журналістики – вихід у друкованому виданні авторської колонки» [50] з розширеним поясненням, що «колумністика часто є візитною карткою якісних новинних організацій, які впливають на суспільство своєю інформацією та аналітичними навичками, при цьому наголошується, що обов'язковою умовою колумністики є те, що статті з'являються у виданнях з певною регулярністю і розміщуються в одному і тому ж місці під певними рубриками» [50]. Леся Адамівна Бурич, яка ґрунтовно дослідила у своїй дисертації сучасну українську колумністику вживає словосполучення «колумністські тексти» та «авторська колонка» на позначення продукту журналістської діяльності колумністів [3, с. 6].

Узагальнюючи різноманітні трактування поняття «колумне» та синонімічних до нього понять словосполучення «колумністські тексти» та «авторська колонка» [3; 10], надаємо власне позначення цього терміну: колумне – це жанр журналістики, що представляє собою авторську статтю, яка зазвичай публікується на регулярній основі в друкованих або онлайн-ЗМІ. Автор колумне, який часто називається колумністом, висловлює свою думку або аналізує певні події, явища чи теми, що можуть бути актуальними для широкої аудиторії. Колумни можуть мати різну тематику: політичну, соціальну, економічну, культурну, особисту тощо.

У своєму дисертаційному дослідженні «Сучасна українська колумністика: типологічні та формально-змістові моделі» [3] Л. А. Бурич встановила, що «колумністика характеризується такими атрибутами: різним способом функціонування (газетна, журнальна, телевізійна, радійна та мережева колумністика), неоднаковим форматом подання (текстова колумністика, аудіоколумністика, відеоколумністика, мультиформатна/креолізована колумністика), кількома мовами викладу (переважно українська, часто російська та рідко англійська), гнучким обсягом (переважає середній обсяг колонок), довільною та впорядкованою композицією, стильовим синкретизмом (домінує комбінований стиль, але з явною перевагою публіцистичних ознак), жанровою дифузією (наявністю

різножанрових елементів), тематичною різноманітністю та нішевою спрямованістю, одноосібним і колективним авторством, оригінальною та републікованою версією, візуалізованим і мультимедійним контентом (окрім світлина автора, зафіксовано різні фотографії, інфографіки, скріншоти документів, відео тощо)» [3, с. 3-4]. Основні характеристики колумне охоплюють авторський стиль, суб'єктивність, комунікацію з аудиторією, певну тематику, регулярність публікацій.

Колумністи вирізняються «*індивідуальним стилем* написання, який формує їхню унікальну авторську ідентичність і забезпечує впізнаваність їхніх текстів серед аудиторії» [46, с. 260]. Цей стиль може включати «специфічну манеру викладу думок, що характеризується використанням неповторних риторичних прийомів, таких як іронія, сарказм, гумор, метафори або алегорії» [44, с. 23]. Така виразність сприяє створенню «інтимного зв'язку між автором і читачем, забезпечуючи водночас ефективно донесення інформації та емоційного впливу» [42, с. 12]. Крім того, характерні мовні особливості колумніста допомагають у «формуванні послідовної авторської позиції, що є важливим елементом їхньої ролі як суб'єкта медіа-дискурсу» [46, с. 260].

На думку О. В. Смитаніної, «*суб'єктивність* є однією з визначальних характеристик авторської колонки як жанру журналістики» [27]. Колумніст завжди «подає матеріал крізь призму власного світогляду, особистого досвіду та індивідуального розуміння проблематики, що розглядається» [42, с. 12]. Такий підхід забезпечує «вираження унікальної авторської позиції та сприяє формуванню особливого зв'язку з аудиторією, оскільки читачі отримують можливість ознайомитися з особистими міркуваннями та оцінками автора» [там само]. Це принципово відрізняє колумни від новинних або аналітичних статей, основною метою яких є «надання об'єктивної, неупередженої інформації та всебічного аналізу подій чи явищ без вираження власних емоцій чи суджень журналіста» [35, с. 37]. Таким чином, суб'єктивність колумни не лише визначає її змістовне наповнення, але й формує

специфічний стиль подачі матеріалу, який впливає на сприйняття та інтерпретацію інформації аудиторією.

Колумністи зазвичай дотримуються встановленого графіка публікацій, випускаючи свої матеріали з певною *регулярністю*, наприклад, щотижня або щомісяця. Така «періодичність формує у читачів стабільні очікування, створюючи своєрідний ритм споживання контенту та сприяючи побудові довготривалих стосунків між автором і аудиторією» [44, с. 23]. Регулярність публікацій забезпечує колумністам постійну присутність у медіапросторі, дозволяючи їм залишатися актуальними в інформаційному полі та підтримувати інтерес читачів до своїх матеріалів. Крім того, це сприяє формуванню вірної аудиторії, яка цінує не лише зміст, але й своєчасність появи нових статей.

Тематика колумне характеризується широким спектром різноманітності, що дозволяє авторам звертатися до найрізноманітніших аспектів суспільного життя. Колумністи часто обирають теми, які «відповідають актуальним подіям, віддзеркалюють важливі питання, що викликають інтерес або занепокоєння у суспільстві на певний момент часу» [45, с.78]. Такі теми можуть включати політичні та соціальні події, культурні явища, економічні тенденції або етичні дилеми. Завдяки цьому колумни не лише відображають реалії сучасного життя, але й сприяють формуванню суспільних дискусій, впливають на громадську думку та допомагають аудиторії осмислити події з нових ракурсів. Гнучкість у виборі тематики дозволяє колумністам залишатися релевантними та цікавими для своїх читачів, адаптуючись до змін у суспільних настроях і запитах.

Колумністи активно «*взаємодіють зі своєю аудиторією* через коментарі, соціальні мережі та інші платформи зворотного зв'язку, що значно підсилює актуальність і обговорюваність їхніх публікацій» [42, с. 12]. Така двостороння комунікація дозволяє авторам отримувати миттєві реакції на свої матеріали, краще розуміти настрої та інтереси читачів, а також оперативно реагувати на критику чи підтримку. Крім того, взаємодія з

аудиторією сприяє побудові більш особистісних стосунків між колумністом і його читачами, формуючи лояльну та залучену спільноту. Це робить контент «динамічним, адже він постійно адаптується під впливом зворотного зв'язку, а також підвищує релевантність тем, які обираються для висвітлення» [там само]. Внаслідок цього, колумністи не лише інформують, але й активно залучають аудиторію до обговорення актуальних суспільних питань, сприяючи формуванню публічної думки та підвищенню рівня громадської свідомості.

Основні завдання колумне полягають в інформуванні, формуванні суспільної думки, забезпеченні дискусії, розважанні, актуалізації проблем, вираженні власного досвіду. Одне з ключових завдань колумне полягає в «*інформуванні аудиторії* про певні події, явища чи тенденції, поєднуючи це з пропозицією авторського тлумачення або глибокого аналізу» [8, с. 121]. На відміну від суто новинних матеріалів, колумна не лише «повідомляє про факти, але й надає їм певного контексту, що дозволяє читачам побачити події через призму особистих поглядів і переконань автора» [45, с. 81]. Це дає можливість глибше осмислити обговорювані питання, розглянути їх з альтернативних точок зору та критично оцінити наслідки та значення подій. Таким чином, колумністи відіграють роль не просто інформаторів, але й аналітиків та інтерпретаторів, допомагаючи аудиторії сформувати більш обґрунтовану та свідому позицію стосовно актуальних суспільних питань.

Як зазначає Сузанне Ріхтер, «колумни є потужним інструментом для впливу на *формування суспільної думки*, оскільки через них автори не лише представляють власні погляди, але й активно формують та коригують переконання читачів щодо певних питань» [45, с. 84]. Завдяки своєму авторитету та експертності в конкретних сферах, колумністи здатні надавати глибокий аналіз, провокувати роздуми та стимулювати дискусії, що в свою чергу впливає на суспільні наративи та колективні переконання. Їхні думки і позиції часто сприймаються як значущі та вагомі, що робить їхні публікації важливими для формування громадської думки. Через іронічний, критичний

або підтримуючий тон, а також через ретельно продуману аргументацію, колумністи можуть впливати на те, як читачі сприймають соціальні, політичні чи культурні явища, сприяючи таким чином формуванню загальних тенденцій і змін у суспільній свідомості.

На думку Петера Кунца, «колумне часто грають *роль каталізатора для дискусій* серед читачів, оскільки автори піднімають суперечливі або актуальні теми, які можуть викликати різні точки зору та обговорення» [42]. Такі публікації «не лише привертають увагу до важливих питань, але й спонукають читачів до активного обміну думками, дебатів і аналізу представлених аргументів» [3, с. 51]. Колумністи часто використовують провокативні тези, риторичні питання або спірні висновки, щоб стимулювати читачів до критичного осмислення та обговорення теми, що сприяє розвитку відкритого діалогу, залученню аудиторії до активної участі та формуванню комунікаційного простору, де різні думки можуть бути висловлені та обговорені. Таким чином, колумне не тільки інформують, але й сприяють соціальному взаємодії, зміцнюючи зв'язок між автором та читачами та підтримуючи культуру публічних обговорень.

Окрім своєї основної інформаційної функції, колумне також виконують важливу *розважальну роль*, особливо коли йдеться про гумористичні, сатиричні або іронічні статті. Включення у колумне «розважальних елементів дозволяє автору не лише інформувати, але й розважати читачів, використовуючи такі засоби, як дотепи, сарказм, іронія або пародії» [19, с. 247]. Це сприяє створенню більш легкого та доступного контенту, який може бути приємним для читання, а також служити способом коментування актуальних подій і соціальних явищ у менш формальному і більш захоплюючому форматі. Розважальні аспекти колумне «здатні привернути ширшу аудиторію, підвищити рівень залучення читачів та забезпечити їм емоційне розвантаження, зберігаючи при цьому актуальність і значимість висвітлюваних тем» [3]. Таким чином, поєднання інформаційної та

розважальної функції робить колумне більш різноманітними та привабливими для широкого кола читачів.

Колумністи здатні «*привертати увагу до соціально важливих проблем, які не завжди отримують належну висвітленість у традиційних жанрах журналістики*» [42]. Завдяки своєму індивідуальному стилю й авторському підходу, колумністи мають можливість фокусуватися на темах, що можуть бути недооцінені або ігноровані в новинних репортажах та аналітичних статтях. Вони можуть розглядати питання, що стосуються «соціальної несправедливості, екологічних проблем, прав людини або культурних суперечностей, привертаючи увагу громадськості до важливих проблем і стимулюючи їх обговорення» [42, с. 12]. Це допомагає розширити громадське усвідомлення та сприяти позитивним змінам, оскільки колумністи часто використовують свої платформи для підкреслення аспектів, які потребують суспільної реакції або політичної уваги. Через актуалізацію таких проблем, колумне можуть відігравати важливу роль у формуванні публічного дискурсу та впливати на пріоритети суспільства.

Варто зазначити, що «*колумне часто ґрунтуються на особистому досвіді автора, що надає їм унікальної глибини та автентичності*» [42]. Через суб'єктивну перспективу колумністи можуть представити певні проблеми або ситуації з особистого досвіду, що дозволяє читачам краще зрозуміти контекст і емоційний відгук на обговорювані питання. Окреслене забезпечує читачам можливість ознайомитися з інтимними, часто непублічними аспектами теми, які можуть бути неочевидними в стандартних новинних або аналітичних матеріалах. Висвітлюючи події чи явища через власний досвід, колумністи додають індивідуальний штрих до своїх публікацій, що сприяє формуванню глибшого зв'язку з аудиторією та підвищує емоційний резонанс. Це також дозволяє читачам побачити проблему з нових ракурсів, отримати нові інсайти і, можливо, переосмислити власні погляди та переконання.

Таким чином, колумне є важливим інструментом у журналістиці, який дозволяє авторам не лише інформувати, а й активно впливати на суспільні процеси, спонукаючи до обговорення та рефлексії.

1.2.2. Б. Зік: біографія та професійна діяльність

Бастіан Зік (Bastian Sick) – німецький колумніст, письменник, лінгвіст та популяризатор німецької мови, який відіграв значну роль у підвищенні мовної грамотності серед німецькомовного населення. В академічних колах зазначають, що його «діяльність охоплює широке коло наукових, освітніх і медіа-проектів, спрямованих на вивчення та популяризацію німецької мови, а також на поширення лінгвістичної культури серед масової аудиторії» [53, с. 887].

Бастіан Зік народився 17 липня 1965 року в Лісабоні, Португалія, але виріс і здобув освіту в Німеччині. Його академічна підготовка охоплює «вивчення романської філології, зокрема французької та італійської мов, в Гамбурзькому університеті» [38]. Ця освіта дала йому глибоке розуміння мовних структур і лінгвістичних процесів, що згодом стало основою його професійної діяльності.

Зік став широко відомим «завдяки своєму колумне "Der Dativ ist dem Genitiv sein Tod" (буквально «Датив є смерть для генітива»), яка публікувалася в журналі *Spiegel Online*» [38]. Це колумне «стало знаковим через його унікальну здатність поєднувати лінгвістичний аналіз із доступним стилем викладу, що дозволило залучити широку аудиторію до обговорення складних аспектів німецької мови» [46, с. 259]. Важливим аспектом роботи Бастіана Зіка стало те, що він викривав не лише помилки, але й системні тенденції у зміні мовних норм, демонструючи, як вони впливають на розвиток мови в цілому.

Авторська колонка швидко набула популярності, що зумовило публікацію серії однойменних книг. Перша книга, видана у 2004 році,

миттєво стала бестселером. Колеги колумніста зазначають, що «книги Зіка, поєднуючи глибокий аналіз мовних явищ із легкою формою викладу, зробили складні аспекти граматики доступними для широкого кола читачів, а їхня популярність свідчить про значний інтерес до мовної культури серед населення, а також про успіх Зіка в популяризації лінгвістичних знань» [46, с. 260].

Науковий внесок Бастіана Зіка полягає не лише в популяризації мовознавства, але й у критичному аналізі мовних тенденцій, що проявляються в сучасній німецькій мові. Прихильники колумніста наголошують, що він «здійснив вагомий вклад у дослідження змін у граматичних структурах, що відбуваються під впливом розмовної мови, медіа та культурних змін» [53, с. 887]. У своїх роботах Зік часто звертається до питання мовних варіантів, які виникають у результаті взаємодії різних мовних груп у Німеччині, що є особливо актуальним у контексті глобалізації.

А. Л. Санчез відзначає «активну освітню діяльність Б. Зіка: «він проводить лекції, семінари та тренінги, присвячені питанням мовної культури та грамотності» [46, с. 261]. Його виступи часто торкаються не тільки питань граматики, але й більш широких проблем лінгвістики, таких як мовні зміни, стандартизація мови, вплив медіа на мовлення тощо. Зік також співпрацює з різними освітніми та науковими установами, де ділиться своїм досвідом та знаннями.

Вплив Бастіана Зіка на німецьку лінгвістику та суспільство загалом є значним. Його роботи «сприяли підвищенню мовної свідомості серед широкої аудиторії та вплинули на спосіб, у який сучасні німці сприймають і використовують свою мову» [44]. Аналізи та критичні зауваження Зіка щодо граматичних і стилістичних тенденцій, що домінують у медіа та повсякденній комунікації, спонукали до ширших дискусій про необхідність збереження та розвитку мовних норм.

Таким чином, Бастіан Зік є не лише популяризатором німецької мови, але й важливою фігурою в галузі сучасної лінгвістики. Його внесок у

розвиток мовознавства та підвищення мовної грамотності залишається значущим і впливає на сучасні тенденції в німецькому суспільстві.

1.3. Роль лінгвориторики у медійному дискурсі

Лінгвориторика відіграє важливу роль «у побудові медійного дискурсу, впливаючи на формування громадської думки, стилістичне оформлення текстів та ефективність комунікації» [14, с. 92]. Однак, незважаючи на її значний вплив, роль лінгвориторики в медійному дискурсі часто залишається недостатньо дослідженою та недооціненою. Багато авторів та журналістів «використовують риторичні прийоми інтуїтивно, не завжди усвідомлюючи їхній потенціал або можливі наслідки» [40, с. 77]. Науковці зазначають, що це може призводити «до неефективного використання мовних засобів, маніпуляцій або навіть спотворення інформації» [35, с. 77]. Проблема полягає в необхідності глибшого аналізу та розуміння лінгвориторичних засобів, які використовуються в медійному дискурсі, для підвищення якості медійних текстів і забезпечення більшої прозорості та етичності в журналістиці.

Вітчизняні науковці трактують лінгвориторику як «галузь мовознавства, яка вивчає використання риторичних засобів і прийомів для впливу на аудиторію через мову» [25; 33]. Цей напрямок досліджує, як за допомогою мови можна впливати на переконання, емоції та поведінку людей, а також «як мовні конструкції можуть бути використані для досягнення певних комунікативних цілей» [35, с. 48]. Лінгвориторика охоплює такі елементи, як стилістичні фігури, мовні стратегії, риторичні прийоми, вибір лексики, синтаксичні структури та інші аспекти, які сприяють ефективному донесенню інформації.

У лінгвориториці «стилістичні фігури грають ключову роль у створенні виразного та ефективного тексту, підвищуючи його вплив на аудиторію» [41,

с. 55]. Відомо, що «метафора переносить властивості одного явища на інше, що допомагає створити нові смислові зв'язки і глибше зрозуміти описуване» [54]. Наприклад, вислів «політична арена» переносить концепт арени в політичний контекст, що допомагає сприймати політичні події як змагання.

Символи використовуються «для представлення абстрактних ідей» [53]. Анафора, повторення одних і тих же слів на початку речень, «створює ритмічність і акцентує основні ідеї» [51]. Епофора, як фігура, що «передбачає повторення слів у кінці речень, посилює виразність і запам'ятовуваність тексту» [53]. Іронія «використовує слова з протилежним значенням для створення комічного або критичного ефекту» [54], наприклад, «О, ти справжній герой» може висловлювати критику замість похвали. Сарказм, як форма іронії, «застосовує перебільшення і негативний тон для вираження критики або зневаги» [53]. Своєю чергою, гіпербола «перебільшує риси об'єкта або ситуації для створення сильного враження» [54]. Літота використовується «для зменшення значення для контрасту і підкреслення» [51], наприклад, «Це всього лише дрібниця» для опису чогось значного. Алітерація, тобто «повторення однакових приголосних звуків на початку слів, створює звукову ритмічність» [53], як у фразі «Сумний світ, що страждає від страждань». Асонанс, «повторення однакових голосних звуків у сусідніх словах, додає тексту музичності» [54].

Риторичне питання, яке не потребує відповіді, привертає увагу і підкреслює основні ідеї, наприклад, «Хіба це не очевидно?». Паралелізм, «використання подібних конструкцій у близько розташованих частинах тексту» [54], створює ритм і узгодженість.

Антитеза, «протиставлення двох ідей» [48], підкреслює контраст і створює виразність, як у «Справедливість проти несправедливості». Як зазначає М. Колн, «метонімія використовує частину для позначення цілого, як у «Він працює на державу» (мається на увазі державна служба)» [41, с. 75]. Синекдоха, що використовує частину для позначення цілого або

навпаки, як у фразі «Ми маємо ще кілька рук» (мова йде про людей), також є важливою фігурою [48].

Використання цих стилістичних фігур допомагає підвищити емоційний та естетичний вплив тексту, сприяючи кращому розумінню й запам'ятовуванню інформації, в чому полягає завдання лінгвориторики.

У лінгвориторичці апелювання до етосу, логосу та пафосу використовуються для ефективного впливу на аудиторію і досягнення риторичних цілей, що сприяє переконанню, виклику емоційних реакцій і підвищенню довіри до повідомлення.

Етос базується на авторитеті та довірі до спікера. Використання етосу спрямоване на створення враження, що автор є компетентним, надійним і чесним. Це дозволяє аудиторії довіряти інформації, яку подає спікер, завдяки його репутації, досвіду або професійним знанням.



Рис. 1.3.1 Апелювання до етосу

Джерело: сформоване автором

Представлення авторитету реалізується на наголошенні на власному досвіді, кваліфікаціях або досягненнях для підвищення довіри. Посилання на

джерела призначене для використання авторитетних джерел або експертних думок для підкріплення власних тверджень. Демонстрація моральної позиції або чесності для створення позитивного іміджу.

Логос ґрунтується на логічних доведеннях і обґрунтуваннях. Використання логосу спрямоване на переконання аудиторії через раціональні аргументи, факти, статистику та логічні висновки.



Рис. 1.3.2 Апелювання до логосу

Джерело: сформоване автором

Пафос базується на емоційному впливі. Використання пафосу спрямоване на викликання емоцій у аудиторії, таких як співчуття, страх, радість або обурення, для підвищення впливу та переконливості повідомлення.



Рис. 1.3.3 Апелювання до пафосу

Джерело: сформоване автором

Використання особистих історій або анекдотів для викликання емоційних реакцій, образів або метафор, які викликають сильні емоції, питання, що намагається викликати емоційну відповідь або змусити задуматися дозволяє створити переконливі і ефективні повідомлення, що впливають на аудиторію з різних аспектів – через довіру до мовця, логічність доведень і емоційну реакцію.

Медіадискурс – це один із основних полів застосування лінгвориторики, де вона відіграє ключову роль у формуванні та трансляції повідомлень. У медіа «лінгвориторика використовується для того, щоб зробити інформацію більш переконливою, емоційно насиченою та впливовою» [35, с. 67]. Її основне завдання – сформулювати у читача або глядача певну думку, викликати відповідні емоції, а також спонукати до певних дій або змін у поведінці.

Однією з основних «функцій лінгвориторики в медійному дискурсі є маніпулятивна функція» [34]. Через ретельно підібрані мовні засоби журналісти, редактори та автори контенту можуть впливати на сприйняття подій і явищ, нав'язуючи аудиторії певні точки зору або позиції. Наприклад,

використання емоційно забарвлених слів або епітетів може підсилювати чи послаблювати емоційний вплив інформації, створювати позитивний або негативний образ певних подій чи осіб.

Лінгвориторика в медіадискурсі також слугує для створення певного контексту, в якому подається інформація. Вона допомагає структурувати текст так, щоб аудиторія легко сприймала повідомлення, водночас приймаючи ті інтерпретації та висновки, які запропоновані автором. Наприклад, у політичних новинах можуть використовуватися риторичні питання, метафори, повтори та інші прийоми, що формують у свідомості аудиторії конкретне уявлення про події.

Використання лінгвориторичних прийомів у медіадискурсі може проявлятися в різних формах, наприклад:

- емоційна маніпуляція: використання слів із сильним емоційним забарвленням («жорстокий напад», «героїчний вчинок») викликає в аудиторії сильні емоційні реакції, що може впливати на їхнє ставлення до певних подій або осіб.

- смислова маніпуляція: зміна акцентів у тексті, коли важливі деталі не подаються або замовчуються, може впливати на інтерпретацію інформації. Наприклад, акцентування на певних моментах події («незначні пошкодження» замість «серйозні наслідки») може змінювати сприйняття її значущості.

- ідеологічна маніпуляція: через використання певної лексики та фраз, що відповідають конкретним ідеологічним установкам, медіа можуть нав'язувати аудиторії певний світогляд. Наприклад, використання термінів на кшталт «визвольний рух» або «терористична група» для опису одних і тих самих явищ залежно від позиції медіа.

Таким чином, лінгвориторика в медійному дискурсі виконує критично важливу функцію впливу на аудиторію. Вона не лише формує спосіб подачі інформації, але й визначає, як ця інформація буде сприйнята та інтерпретована читачами чи глядачами. Маніпулятивна роль лінгвориторики в медіа робить її потужним інструментом формування громадської думки та

управління суспільними настроями, що підкреслює її значення в сучасних комунікативних практиках.

1.4. Методика дослідження

У магістерському дослідженні застосовані різноманітні наукові методи, які дозволяють здійснити глибокий лінгвістичний аналіз. Враховуючи специфіку дослідження та об'єкта – медійного дискурсу, а також орієнтацію на дослідження лінгвориторичних аспектів мовних одиниць, доцільно застосувати комплекс методів, що включають як загальнонаукові, так і лінгвістичні підходи.

Для визначення вибірки текстів Бастіана Зіка застосовується *метод суцільної вибірки*, що дозволяє охопити різноманітні колумністські тексти для аналізу. Цей метод передбачає «систематичний відбір текстів, що дозволяє сформувати корпус матеріалу» [18], який буде об'єктивно репрезентувати стилістичні й риторичні особливості мовлення Зіка. Суцільний підхід забезпечує точність у визначенні функцій апелювання до етосу, логосу та пафосу в різних текстах, даючи змогу виявити закономірності та варіативність їх використання.

Метод наукового спостереження допомагає виявити конкретні прояви етосу, логосу та пафосу в текстах через детальний перегляд і фіксацію мовних характеристик, що їх ілюструють. Це дозволяє на етапі збору емпіричного матеріалу зафіксувати, як ці елементи риторики проявляються у взаємодії з іншими лінгвістичними засобами, такими як метафори, цитати, статистичні дані тощо.

Для аналізу значень ключових термінів, що використовуються в текстах, застосований *метод аналізу дефініцій*, що дозволяє уточнити, які значення вкладаються в терміни [18], що вживаються для вираження апеляцій до етосу, логосу та пафосу, і як ці значення корелюють із

риторичною стратегією автора.

Дослідження апелювання до етосу, логосу та пафосу в текстах Бастіана Зіка базується на класичних риторичних концепціях Аристотеля, які визначають основні способи впливу на аудиторію. У контексті аналізу лінгвориторичного потенціалу текстів використовуються *метод аналізу апелювання до етосу*, *метод аналізу апелювання до логосу* та *метод аналізу апелювання до пафосу*. Встановлено, що *етос* стосується авторитету, компетентності та етичного образу автора, що викликає довіру аудиторії. Аналіз апелювання до етосу охоплює *контент-аналіз*, тобто виявлення лексичних і стилістичних засобів, які підкреслюють авторитетність Зіка як знавця німецької мови (наприклад, посилення на правила граматики, цитати з авторитетних джерел)); *аналіз репрезентації автора*, тобто дослідження способів, якими Зік створює свій образ експерта (наприклад, через використання фактів, мовних прикладів, професійної термінології); *інтертекстуальний аналіз*: вивчення використання культурних або літературних посилань, що зміцнюють образ автора як освіченої та компетентної особи.

Доведено, що логос в роботах Б. Зіка реалізується через раціональні компоненти переконання, які засновані на логіці, фактах та аргументах. Аналізу апелювання до логосу охоплює такі методи дослідження, як *риторичний аналіз*, *аналіз організації тексту* та *дослідження використання мовних конструкцій*. Риторичний аналіз ґрунтується на «вивченні структури текстів на предмет логічних аргументів, прикладів, статистичних даних або причинно-наслідкових зв'язків» [35, с. 47], які Зік використовує для переконання аудиторії. Аналіз організації тексту полягає в оцінці того, як чітко та логічно автор структурує свої ідеї, підводячи читача до висновків. Дослідження використання мовних конструкцій призначене для виявлення мовних одиниць, що підкреслюють раціональність, наприклад, причинно-наслідкових зв'язків (тому що, отже, таким чином).

Своєю чергою, аналіз апелювання до пафосу фокусується на емоційному впливі тексту на аудиторію та охоплює такі методи дослідження, як *лексико-семантичний аналіз* та *аналіз стилістичних прийомів*. Лексико-семантичний аналіз призначений для виявлення емоційно забарвленої лексики (іронія, сарказм, гумор), яка викликає у читачів співчуття, сміх або здивування. Аналіз стилістичних прийомів полягає у дослідженні використання метафор, порівнянь, риторичних запитань, які сприяють емоційному впливу.

Кількісний метод застосовано для визначення частотності використання етосу, логосу та пафосу в текстах Зіка. Наприклад, аналіз частоти вживання риторичних елементів, таких як емотивна лексика, звернення до авторитетів, фактологічні аргументи тощо, дасть змогу з'ясувати, які з них найбільш виразно застосовуються в медіадискурсі та яку роль вони відіграють у формуванні ефективності колумністської риторики.

Для класифікації різних типів апеляцій до етосу, логосу та пафосу, використовується *метод класифікації*, що дозволяє систематизувати мовні одиниці за їх функціями в рамках кожного з цих риторичних аспектів. Цей метод допомагає чітко визначити, які конкретні мовні засоби використовуються для звернення до емоцій читача, авторитетів чи логічних аргументів.

На етапі *синтезу результатів* всі отримані дані інтегровані в єдину теоретичну структуру, що дозволяє сформулювати узагальнене уявлення про те, як апелювання до етосу, логосу та пафосу в текстах Бастіана Зіка сприяють формуванню медійного дискурсу і взаємодії з аудиторією.

Загалом, для комплексного аналізу риторичних стратегій Бастіана Зіка в медійному дискурсі застосовано інтегрований підхід, що включає поєднання загальнонаукових і лінгвістичних методів, орієнтуючись на дослідження мовних одиниць в контексті етосу, логосу та пафосу.

Висновки до Розділу I

У рамках першого розділу були розглянуті теоретичні основи дослідження медіадискурсу та специфіка текстів колумне як важливої складової цього дискурсу. Аналіз медіадискурсу дозволяє зрозуміти, як мова та комунікативні стратегії впливають на формування громадської думки, соціальних уявлень та світогляду аудиторії. Медіадискурс розглядається як сукупність текстів та комунікаційних практик, які циркулюють у медіасередовищі, виконуючи функцію передачі інформації та формування соціальних норм. Визначено, що медіадискурс є полідискурсивним і багатовимірним, оскільки він поєднує в собі різні типи дискурсів і стратегій впливу, включаючи риторичні й прагматичні аспекти. Колумни були розглянуті як специфічний жанр медійного дискурсу, що поєднує в собі інформативні, аналітичні та суб'єктивно-оцінні елементи. Вони являють собою не просто тексти, а й риторичні стратегії, спрямовані на вплив на громадську думку, зокрема через апеляції до етосу, логосу та пафосу.

Визначено, що колумне є жанром, у якому автори, спираючись на особистий досвід і погляди, намагаються сформулювати оцінку певних подій чи явищ. Основною задачею колумни є не лише інформування, але й вплив на думку читачів, стимулювання їх до рефлексії та обговорення. Колумни виконують функцію не тільки надання новин, а й створення особливого іміджу автора як експерта чи лідера думок.

Біографічний розділ дозволив розкрити основні віхи життя та кар'єри Бастіана Зіка, його особливості як журналіста та публіциста. Розглянуто значення його медійної діяльності та те, як його стиль написання впливає на сприйняття читачами важливих соціальних і політичних тем.

Лінгвориторика виявилася важливим інструментом для аналізу мовних і риторичних стратегій, що використовуються у медіадискурсі, зокрема в колумнах. Лінгвістичні засоби, включаючи маніпуляцію мовними одиницями

та стилістичними прийомами, активно впливають на формування соціальної реальності через медіа.

Визначено основні методи, які будуть використовуватися у дослідженні текстів Бастіана Зіка, серед яких метод аналізу дефініцій, кількісний аналіз та комплекс методів, спрямованих на виокремлення лінгвістичних засобів вербалізації етосу, логосу та пафосу. Окреслені методи дозволяють комплексно вивчати риторичні стратегії та функціонування мовних одиниць у медіадискурсі.

Таким чином, перший розділ висвітлює теоретичні аспекти дослідження медіадискурсу, зокрема роль колумни як жанру, вивчаючи її специфіку та вплив на громадську думку. Розглянуті методи та підходи дозволяють системно і детально аналізувати тексти колумне через різні лінгвістичні й риторичні аспекти.

РОЗДІЛ II. ЛІНГВОРИТОРИЧНА ПОБУДОВА КОЛУМНІСТСЬКИХ ТЕКСТІВ Б. ЗІКА

2.1. Апелювання до пафосу

Пафос – це один з трьох ключових елементів переконання, які сформулював давньогрецький філософ Арістотель у своїй риториці [37]. Якщо в класичній риториці пафос постає емоційним впливом на аудиторію та апелював до почуттів і емоцій, викликаючи співчуття, гнів, радість або страх, то в медійній риториці він спирається на потреби людини. Останні було представлено в піраміді потреб, розробленої Абрахамом Маслоу [24]. Мета пафосу – викликати емоційну реакцію у слухачів, що допомагає їм глибше сприймати меседж, через апелювання до задоволення або незадоволення певної потреби.



Рис. 2.1.1. Піраміда потреб за А. Маслоу

Джерело: <https://universe.zp.ua/iierarhija-potreb-maslou-chi-aktualna-vona-u-21-stolitti/>

Під час лінгвориторичного аналізу текстів Бастіана Зіка було встановлено, що вони спрямовані на самоактуалізацію та самоідентифікацію – різні психологічні процеси, які стосуються розвитку особистості.

Самоактуалізація – це прагнення до реалізації свого потенціалу і досягнення максимального розвитку своїх здібностей. Цей термін походить з гуманістичної психології, зокрема з робіт Абрахама Маслоу, який включає ці потреби до само актуалізації та вважає їх найвищим рівнем людських потреб. Це процес, коли людина знаходить гармонію між своїми бажаннями, можливостями і реальними діями, досягає своїх цілей і повністю реалізує свої таланти.

Самоідентифікація – це процес усвідомлення та визначення себе як особистості. Це відповіді на питання «Хто я?» і «До якої групи або категорії я належу?». Самоідентифікація охоплює розуміння своїх переконань, цінностей, соціальних ролей, гендеру, культури, національної приналежності тощо. Вона може змінюватися протягом життя, коли людина проходить різні етапи розвитку і здобуває новий життєвий досвід.

Отже, самоактуалізація – це процес розвитку і досягнення того, чим вона може стати на основі свого потенціалу, тоді як самоідентифікація стосується питання про те, ким людина є.

2.1.1. Потреба у самоактуалізації

Потреба у самоактуалізації, тобто когнітивна потреба, відповідно до піраміди потреб Абрахама Маслоу, знаходиться на вищому рівні цієї ієрархії. Ця потреба пов'язана з бажанням людини пізнавати світ, здобувати нові знання, розуміти закономірності навколишнього середовища, вирішувати проблеми та досліджувати нові ідеї. Вона охоплює інтерес до навчання, прагнення до досліджень, а також до інтелектуальних викликів.

Своєю чергою, потреба у саморозвитку (естетичні потреби та потреби у самореалізації) знаходиться на ще вищому рівні. Саморозвиток охоплює

потребу в естетиці (краса, гармонія) та, зрештою, у самореалізації. Це бажання максимально реалізувати свої здібності, досягти особистісного розвитку, реалізувати свої таланти та потенціал. Потреба у саморозвитку також охоплює творче самовираження, пошук сенсу життя та розвиток навичок і здібностей.

Роботи Бастіана Зіка постають інструментом для задоволення когнітивних потреб читачів, які прагнуть розширити свої знання про мову, її структуру та використання. У своїх колумнах Б. Зік детально розбирає складні та часто заплутані мовні питання, такі як правильне вживання слів, граматичні форми, етимологія та історичні аспекти мови. Б. Зік досліджує мовні форми, допомагаючи читачам глибше зрозуміти значення та правильне використання слів. Це задовольняє когнітивну потребу в знаннях, допомагає людям удосконалювати свої мовні навички і вирішувати лінгвістичні питання. Автор допомагає читачам розвиватися, оскільки вони вчать не тільки правильної мови, але й отримують можливість самовираження через точне й грамотне використання мовних засобів. Його колумни мотивують читачів до постійного вдосконалення, досягнення вищих рівнів володіння мовою, що є ключовою частиною самореалізації.

Для багатьох читачів, особливо тих, хто цікавиться мовознавством або працює з текстами, читання та обговорення колумн Зіка стає способом досягнення майстерності у своїй галузі. Зік розкриває складні мовні теми простою і доступною мовою, допомагаючи читачам не тільки зрозуміти, але й використовувати ці знання на практиці. Вивчення мови для багатьох є не лише інструментом комунікації, але й засобом самовираження та досягнення власного потенціалу.

Колумни Зіка сприяють процесу самоактуалізації, оскільки дозволяють читачам усвідомити тонкощі й можливості мови, що підвищує їхню здатність виражати свої думки та ідеї максимально точно та творчо. В аналізованих текстах було виявлено такі хремотоніми, як назви літературних творів *Faust* (Йоганн Вольфганг фон Гете), *Die Blechtrommel* (Гюнтер Грасс), назви газет і

журналів *Der Spiegel* (журнал), *Die Zeit* (газета), назви культурних продуктів *Duden* та *Pons* (словники німецької мови). Окрім того, зафіксовано культуроніми, що позначають традиційні страви: *Bratwurst* – смажена ковбаска, *Sauerkraut* – квашена капуста, *Schwarzwälder Kirschtorte* – торт «Чорний ліс». Наприклад, у тексті «*Werden Mandeln gestiftet oder gestiftelt?*» [62] від 24 листопада 2022 року колумніста Бастіана Зіка потреба у саморозвитку та пізнанні проявляється через прагнення до розширення знань і точності в мові. Автор та читачі залучені до процесу пізнання, перевірки фактів і лінгвістичних досліджень, що відповідає їхнім когнітивним потребам, тому у тексті наводяться ілюстровані факти (див. рис. 2.1.1.1.) щодо пояснення лексичного питання, що розглядається (див. рис.2.1.1.2.). Це демонструє, як людина прагне не просто базових знань, але й розуміння та вдосконалення у специфічних питаннях.



Рис. 2.1.1.1. Ілюстрований факт

Джерело: <https://bastiansick.de/kolumnen/fragen-an-den-zwiebelfisch/werden-mandeln-gestiftet-oder-gestiftelt/>

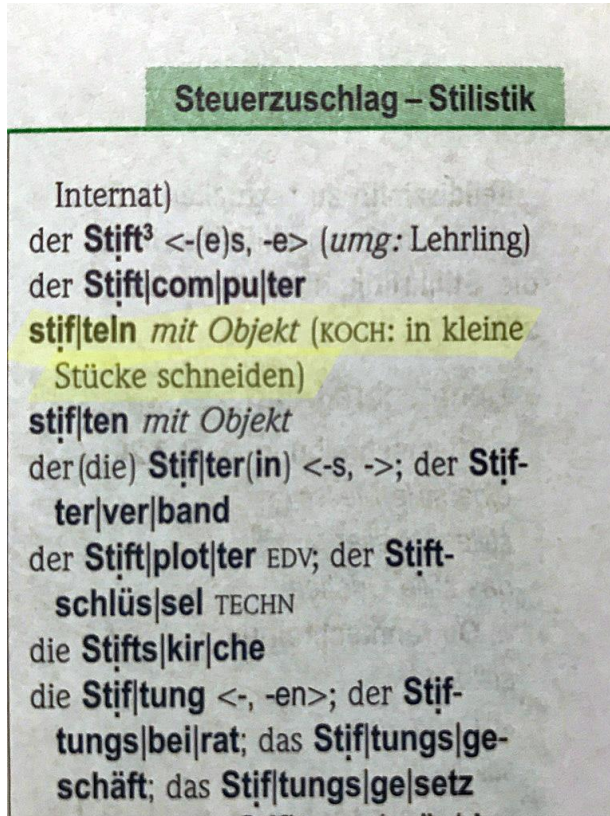


Рис. 2.1.1.2. Ілюстрований факт

Джерело: <https://bastiansick.de/kolumnen/fragen-an-den-zwiebelfisch/werden-mandeln-gestiftet-oder-gestiftelt/>

У цьому тексті реалізується потреба у знаннях і пізнанні через декілька аспектів:



Рис. 2.1.1.3. Потреба у розвитку та самопізнанні

Джерело: сформовано автором

Потреба у самоактуалізації вербалізується через хремотоніми, тобто звернення до словників, енциклопедій та довідників. Нагадаємо, що «хремотоніми – це власні назви об’єктів людської діяльності, зокрема назв книг, журналів, фільмів, організацій, кораблів, літаків, брендів тощо» [51]. Автор та читачі прагнуть дізнатися, який із варіантів («gestiftet» чи «gestiftelt») є правильним у контексті нарізки мигдалю. Це відображає базову потребу в точності та правильності мовного використання.

Використання словників, таких як «Duden» і «Pons», демонструє важливість перевірки фактів і звернення до авторитетних джерел для отримання точних знань. Автор пояснює походження і значення дієслів з суфіксом «-eln», що не тільки задовольняє цікавість читача, але й поглиблює розуміння мовних закономірностей. Б. Зік підкреслює, що, хоча слово «gestiftelt» широко використовується, його відсутність у «Duden» викликає питання і потребує подальшого вивчення, що відображає критичний підхід до знань. Важливість цього питання підтверджується тим, що правильне вживання слів має прямий вплив на практичні аспекти, такі як приготування їжі («stifteln» замість «stiften»).

Аналізований текст ілюструє, як людина задовольняє свою потребу в знаннях через дослідження, аналіз та звернення до авторитетних джерел, а також через бажання розширити існуючі знання та інтегрувати їх у повсякденне життя.

Отже, через аналіз мовних питань у своїх колумнах Бастіан Зік допомагає читачам задовольнити їхню потребу в пізнанні та саморозвитку, надаючи їм необхідні інструменти для вдосконалення у вивченні мови та глибшому розумінні її складних аспектів.

2.1.2. Потреба у самоідентифікації

Потреба у само ідентифікації вербалізується діалектизмами *Servus* – привітання чи прощання (аналогічно «Привіт» або «До побачення»), *Griß Gott* – релігійне привітання, типове для південної Німеччини; культуронімомом *Weihnachtsmarkt* — різдвяний ярмарок, *Oktoberfest* (традиційне свято пива в Мюнхені), *Berlinale* (Берлінський міжнародний кінофестиваль), *Glühwein* – гаряче вино, популярне на Різдво, а також *Neuschwanstein* – знаменитий замок у Баварії.

У тексті «*In Hamburg sagt man »Moin«*»[58] від 25 квітня 2022 року Бастіан Зік розкриває тему самоідентифікації німців, зокрема жителів північної Німеччини, через аналіз мовних особливостей і культурних традицій, наприклад діалектизму «*Moin*». Потреба у самоідентифікації реалізується в декілька способів:

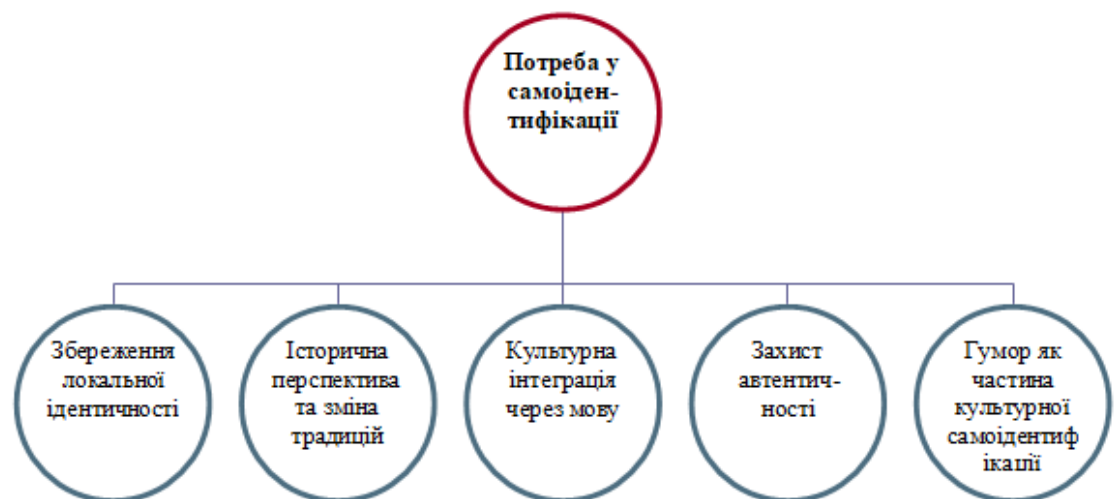


Рис. 2.1.2.1. Потреба у самоідентифікації

Джерело: сформовано автором

Б. Зік підкреслює, що традиційне привітання «*Moin*» сприймається як частина культурної спадщини північних німців, зокрема в регіонах, де говорять фризською мовою або на платдічі. Він описує, як це слово, спочатку поширене у Фризландії, стало частиною повсякденної мови в Гамбурзі та інших північних містах, тим самим підкреслюючи регіональні відмінності та гордість за місцеві традиції.

Колумніст звертається до історичної перспективи та зміни традицій, згадуючи, що його друг Арі, який багато років працював у готелі «Reichshof», не пам'ятає, щоб у Гамбурзі раніше використовували «*Moin*» як привітання. Це підкреслює, як традиції змінюються з часом, але також як вони впливають на ідентичність жителів регіону. Знання історії цих змін допомагає людям відчувати зв'язок зі своїм минулим і розуміти, як їхня культура еволюціонувала.

Важливу роль у популяризації слова «*Moin*» відіграли комікси про Вернера (культуроніми), що вплинули на культурну свідомість і допомогли слову «*Moin*» вийти за межі регіонального використання, що ілюструє, як культурні елементи, такі як мова, можуть інтегруватися в ширшу національну ідентичність, коли вони стають популярними та впізнаваними по всій країні.

Б. Зік критикує сучасні комерційні підходи, які можуть спотворювати культурні традиції, як, наприклад, використання «*Moin*» у ресторані, власник якого не розуміє справжнього значення цього слова в контексті місцевої культури. Це підкреслює бажання зберегти автентичність регіональної культури, що є важливою складовою самоідентифікації.

Автор використовує гумор, коли розповідає про різницю між «*Moin*» і «*Moin, Moin*», підкреслюючи, що останнє сприймається як зайве. Це ілюструє тонке розуміння місцевих традицій та підтверджує їхню важливість для ідентичності мешканців.

Таким чином, через аналіз мовних і культурних аспектів, Бастіан Зік демонструє, як жителі Північної Німеччини визначають і зберігають свою ідентичність, що базується на місцевих традиціях і особливостях мови, акцентуючи важливість культури та мови як ключових елементів у процесі самоідентифікації. Апелювання до пафосу реалізується у текстах за допомогою культуронімів (65%), хрематонімів (27%) та діалектизмів (8%).

2.2. Апелювання до етосу

Етос в античній риторичі – це один з трьох основних способів переконання, поряд з логосом (раціональними аргументами) та пафосом (емоційним впливом). Вперше концепцію етосу детально розробив давньогрецький філософ Арістотель у своїй праці «Риторика» [37]. Етос стосується характеру оратора та його моральної репутації. Згідно з Арістотелем, для ефективного переконання аудиторія повинна вважати оратора надійною, моральною та компетентною особою.

У давньогрецькій і римській риторичі етос був основою для створення довіри між оратором і слухачами. Якщо аудиторія не довіряла оратору, його аргументи та емоційні апеляції втрачали силу. В античній риторичі підкреслювалося значення особистих якостей: мудрості, доброчесності та доброго наміру, що мало підсилювати переконливість промови.

Сучасна медійна риторика зберігає багато аспектів класичного етосу, проте вона трансформувалася відповідно до змін у суспільстві та технологіях. Етос в медіа все більше базується не лише на особистій репутації комунікатора, а й на бренді, візуальному іміджі та інтернет-авторитеті. Розглянемо кілька основних змін.

Сьогодні етос часто пов'язаний з присутністю особи або організації в соціальних медіа. Репутація визначається не лише професійними досягненнями, а й кількістю підписників, лайками, репостами тощо.

У сучасному світі повідомлення розповсюджуються набагато швидше, ніж в античні часи. Це робить вплив етосу моментальним: якщо раніше потрібен був час для формування довіри, то сьогодні суспільство реагує миттєво, залежно від реакції мас і загального інформаційного фону.

Етос не обмежується окремими ораторами; бренди, організації або навіть ЗМІ можуть виступати джерелами етосу. Люди схильні довіряти певним брендам через їхню репутацію, прозорість та етичну поведінку.

В епоху інфлюенсерів етос формується через персональний стиль життя, ідеологію та взаємодію з аудиторією. Важливою частиною етосу стає здатність бути «близьким» до своєї аудиторії та викликати симпатію.

Таким чином, трансформація етосу з античної риторики в сучасну медійну пов'язана зі зміною каналів комунікації, зростанням важливості особистих брендів та швидкості поширення інформації, але основа – необхідність викликати довіру – залишається незмінною.

У текстах Бастіана Зіка апелювання до етосу реалізується за допомогою гумору, зверення до власного досвіду та культурних аспектів, які вербалізуються грою слів (35%), риторичними питаннями (15%), граматичними особливостями німецької мови (слабка відміна іменників (10%) та фемінітиви (5%)), темпоральними одиницями (10%) та хрематонімами (25%).

2.2.1. Іронія та сарказм

У науковій літературі іронія трактується як «стилістичний прийом, при якому справжнє значення висловлювання протилежне до буквального» [51]. Іронія зазвичай використовується для тонкого висміювання або критики, часто в легкій, жартівливій формі. Наприклад, коли хтось каже під час сильної зливи: «Чудова погода для прогулянки!», це є іронічним зауваженням, бо реальність протилежна до сказаного.

У словнику Duden гумор позначається як «здатність сприймати й висловлювати смішне або комічне» [54]. Гумор може бути різноманітним, від добродушного до сатиричного, і зазвичай викликає сміх або усмішку. Він часто використовується для полегшення напруги або для надання легкості серйозним темам. Гумор може виражатися через гру слів, анекдоти, каламбури, комічні ситуації або перебільшення.

Своєю чергою, у «Deutsches Wörterbuch von Jacob Grimm und Wilhelm Grimm» сарказм трактується як «особливий вид іронії, який має більш

гострий і критичний характер, часто використовується для того, щоб зневажливо або з насмішкою висловити своє ставлення до чогось; може бути гострим, уїдлигим і навіть образливим, залежно від інтонації та контексту» [51].

Узагальнюючи можна зазначити, що до основних відмінностей цих термінів належить те, що іронія м'якша, вона часто має на меті легке висміювання або гру слів, не обов'язково з негативним підтекстом. Своєю чергою, сарказм більш різкий і зазвичай виражає критику або насмішку, часто з метою підкреслити недоліки чи слабкості. Гумор може включати елементи іронії чи сарказму, але загалом спрямований на викликання сміху або задоволення, без обов'язкової критики.

У тексті «*Das Wunder des Genders*» [55] від 25 серпня 2022 року Бастіан Зік апелює до *іронії та гумору*. Він критично аналізує сучасну тенденцію гендерної мови (Gendern) в німецькій мові, вказуючи на її надмірність і подекуди абсурдність. Хоча автор і визнає важливість гендерної рівності, він іронізує над деякими крайніми випадками застосування гендерних форм і тим, як ця практика виглядає в контексті інших мов. Б. Зік також звертається до свого особистого досвіду, показуючи еволюцію свого ставлення до цього питання. Він не виступає різко проти гендерної мови, але через іронічний підхід демонструє певну дистанцію та скептицизм щодо її широкого впровадження, підкреслюючи культурні та мовні особливості, які роблять німецьку мову унікальною в цьому аспекті.

Іронія щодо надмірності гендерної мови реалізується в реченні: «*Freilich aber habe ich mich über die Auswüchse, die die Genderisierung hier und dort annahm, lustig gemacht, denn so manche Wortbildung mit „innen“ erschien mir eher fragwürdig*» – «Очевидно, що я жартував із приводу надмірностей, які іноді приймає гендерна мова, адже деякі словотворення з «-innen» здавалися мені сумнівними» [переклад наш].

Прикладом абсурдності гендерної мови є додавання суфіксу «-in» до слів, які й без нього вже мають фемінінну семантику: «*Und damit meine ich*

nicht etwa das „Hähncheninnenfilet“ aus dem Supermarkt, sondern seltsam anmutende Formen wie „Witwerin“ oder „Vorständin“» – І я маю на увазі не «філе курки-ін» із супермаркету, а дивні форми на зразок «вдовиця» або «членкіня правління» [переклад наш].

У тексті виявлено також сарказм щодо мовних правил: *«Die Behauptung, die Endung -er würde immer auf eine Person männlichen Geschlechts hinweisen, fand ich in den Wörtern „Mutter“ und „Schwester“ ausreichend widerlegt – ebenso in dinglichen Begriffen wie Salzstreuer, Gabelstapler oder Scheinwerfer» – «Твердження, що закінчення -er завжди вказує на чоловічу особу, я вважаю достатньо спростованим словами «мама» і «сестра», а також такими предметами, як солонка, навантажувач або прожектор» [переклад наш].*

Іронічний погляд на еволюцію власного ставлення представлено у реченні *«Aber inzwischen habe ich meinen Frieden damit gemacht.» – «Але зараз я вже змирився з цим» [переклад наш].*

Гумор щодо унікальності німецької мови реалізовано у реченні *«Die Sprache sei das Spiegelbild der Gesellschaft, heißt es. Insofern müsste Deutschland inzwischen – allein aufgrund der vielen weiblichen Formen – die Gesellschaft mit der größten Gleichberechtigung der Welt sein» – «Кажуть, що мова є відображенням суспільства. Виходячи з цього, Німеччина повинна бути суспільством із найбільшою рівноправністю у світі – просто через велику кількість жіночих форм» [переклад наш].*

Ці цитати підкреслюють іронічний та гумористичний стиль тексту, а також особистий досвід автора у контексті розвитку гендерної мови.

У тексті під назвою *«Was ist naheliegender als das Nächstliegende?»*[61] від 23 січня 2023 року Бастіан Зік апелює до іронії, гумору, а також до власного досвіду, щоб підкреслити складність і навіть абсурдність правил німецької граматики та її використання в повсякденній мові. Іронія та гумор реалізуються у реченні: *«Auch wenn es bestimmt noch tiefschürfendere Fragen gibt – wenn nicht gar tiefer schürfende Fragen.» – Навіть якщо є ще більш*

глибокі питання – якщо не навіть глибше копаючи питання [переклад наш]. Цей уривок містить гру слів (*tiefschürfendere Fragen – nicht gar tiefer schürfende Fragen*), а також простежується іронічне ставлення автора до самих лінгвістичних питань, які здаються надмірно складними і заплутаними.

Нагадаємо, що гра слів – це «використання звукової, лексичної, граматичної форми мовних одиниць (слів, їх окремих значень та частин, фразеологічних одиниць, синтаксичних конструкцій і т.п.) для створення певних фонетико- та семантико-стилістичних явищ, що ґрунтується на зіставленні і переосмисленні, обігранні близькозвучних або однозвучних одиниць з різними значеннями: «вибори без вибору» – газетна замітка» [49, с. 53].

У наступній цитаті Зік іронічно коментує, як журналісти на практиці ігнорують строги граматичні правила: *«Im Zeitungstextarchiv des Instituts für Deutsche Sprache liegen die Formen „nächstliegende“ und „naheliegendste“ allerdings fast gleichauf: ein Beleg dafür, dass es die Presse nicht so mit dem Blick ins Wörterbuch hält.»* – В архіві газетних текстів Інституту німецької мови форми *„nächstliegende“* і *„naheliegendste“* майже рівні: доказ того, що преса не дуже дивиться в словники [переклад наш].

Сарказм щодо мовних правил виявлено у реченні *«Das fand ich etwas kleinkariert und einen schönen Beweis dafür, dass andere offenbar noch kleiner kariert sind als ich.»* – Це здалося мені трохи дріб'язковим і гарним доказом того, що інші, очевидно, ще більш дріб'язкові, ніж я [переклад наш]. Автор саркастично підкреслює, що деякі мовні правила надмірно деталізовані, натакаючи на терпіння до таких нюансів.

На власний досвід і спостереження Б. Зік посилається у контексті: *«Ich war unsicher, wie man „vielsagend“ steigert: Ist ein Blick, der mehr sagt als ein anderer, ein vielsagenderer Blick oder ein mehr sagender Blick?»* – Я був не впевнений, як посилити слово *„vielsagend“*: погляд, який каже більше, ніж інший, – це більш багатозначний погляд або більш промовистий погляд?

[переклад наш]. Аналізований уривок демонструє, як автор звертається до власного досвіду та сумнівів у використанні граматики.

Наведені приклади підтверджують використання Бастіаном Зіком іронії, гумору, сарказму та власного досвіду в його міркуваннях про складнощі німецької граматики.

2.2.2. Звернення до власного досвіду

У тексті «*Von wollen und möchten*» [60] від 22 березня 2023 року Бастіан Зік апелює до власного досвіду, використовуючи приклади з дитинства та особисті спостереження щодо використання модальних дієслів у німецькій мові. Особистий досвід з дитинства окреслений у контексті: «*Als wir Kinder waren, wurde uns beigebracht, dass wir nicht „Ich will ein Eis!“ rufen sollen. Besser sei „Ich möchte bitte ein Eis“ oder „Ich hätte gern ein Eis“*» – Коли ми були дітьми, нас вчили, що не слід кричати «Я хочу морозиво!». Краще було сказати «Я б хотів морозиво, будь ласка» або «Я б із задоволенням узяв морозиво» [переклад наш].

Аналіз сучасного вживання на основі власних спостережень реалізується темпоральними прислівниками *damals* та *heute*: «*Was damals galt, gilt im Prinzip auch heute noch. Aber nicht immer ist es unhöflich oder unpassend, einen Willen mithilfe des Verbs „wollen“ auszudrücken.*» – Те, що було актуально тоді, в принципі, актуально і сьогодні. Але не завжди неввічливо або недоречно виражати бажання за допомогою дієслова «*wollen*» [переклад наш]. У наведеному контексті автор аналізує зміни в соціальних нормах щодо вживання «*wollen*» і «*möchten*» на основі власних спостережень.

Окрім того, в тексті зафіксовано приклади з культури та особистого досвіду: «*1982 sang die Dänin Gitte Haenning „Ich will alles, ich will alles, und zwar sofort“, ein Song voller Energie und Lebenslust, unverblümt und kompromisslos. Und niemand nahm ihr die Direktheit übel.*» – У 1982 році данка

Гітте Хеннінг співала «Я хочу все, я хочу все, і негайно», пісня, сповнена енергії та жаги до життя, пряма та безкомпромісна. І ніхто не вважав її прямою образливою [переклад наш]. Автор наводить приклади з популярної пісні, щоб показати, коли вживання «wollen» є прийнятним і навіть кращим.

Розглянуті приклади підтверджують, що Бастіан Зік використовує свій власний досвід і спостереження, щоб проілюструвати різницю між синонімами та зміни у нормах щодо їхнього вживання.

2.3. Апелювання до логосу

У античній риторичі логос – це один із трьох основних способів переконання (поряд із етосом і пафосом), який акцентує на раціональних аргументах та логіці. Логос був центральним елементом переконливого мовлення, оскільки він надавав слухачам раціональну основу для прийняття певної позиції або рішення. В античних текстах, таких як роботи Арістотеля, логос означав доказовість і розумні аргументи, які могли переконати слухачів на основі фактів, причинно-наслідкових зв'язків або структурованої логічної побудови.

У сучасній медійній риторичі, роль логосу дещо трансформувалася через зміну форматів і каналів передачі інформації. Хоча логічні аргументи залишаються важливою частиною дискурсу, медіа часто використовують спрощені повідомлення, щоб привернути увагу аудиторії, що змінює форму і функцію логосу. Наприклад:

1. Інформаційна спрощеність. У ЗМІ часто використовують короткі новини та повідомлення, що змушує викладати аргументи в стислій та іноді спрощеній формі. Це може призвести до втрати глибини логічного викладу, який був характерним для античної риторики.

2. Візуалізація логосу. У сучасній медіа-риторичі логос часто підкріплюється візуальними матеріалами – графіками, діаграмами або інфографіками, які наочно і швидко передають раціональні аргументи.

3. Поєднання з іншими елементами. У ЗМІ важливість логосу часто взаємодіє з емоційними (пафос) та етичними (етос) елементами. Це особливо помітно в рекламній та політичній риторичі, де логічні аргументи підсилюються емоційними зверненнями для досягнення сильнішого ефекту.

4. Зміна цільової аудиторії. У сучасних умовах медіа спрямовані на масову аудиторію, тому логічні побудови часто адаптуються до рівня загального розуміння. Це може призводити до використання більш поверхневих аргументів або спрощеної логіки для забезпечення швидкого сприйняття інформації.

Отже, логос у медійній риторичі не втратив своєї значущості, але його форма адаптувалася до вимог часу – інформаційної насиченості, швидкості споживання інформації та потреб масової аудиторії. У текстах колумніста Бастіана Зіка логос реалізується через звернення до історії (хремотоніми – 21%), народної мудрості (5%) та прикладів (74%).

2.3.1. Звернення до історії

У тексті *«Rede für Joachim Gauck»* від 28 червня 2010 року Бастіан Зік апелює до історії в декількох аспектах – з одного боку, він вкотре використовує хремотоніми, а саме: твір Генріха Манна «Підданий», а з іншого, апелює до алюзії, згадуючи політичну постать – Йоахіма Гаука. Автор звертається до свого дитячого досвіду, пригадуючи, як він був прихильником монархії, поки не прочитав книгу Генріха Манна «Підданий» («Der Untertan»), що змусило його переглянути свої погляди: *«Als Junge war ich ein Befürworter der Monarchie... Bis meine Schwester mir irgendwann das Buch „Der Untertan“ von Heinrich Mann zu lesen gab. Danach habe ich das Bild abgehängt und trat den Jungsozialisten bei»* [59] – *«Коли я був хлопчиком, я підтримував монархію... Поки моя сестра не дала мені прочитати книгу Генріха Манна «Підданий». Після цього я зняв портрет і приєднався до молодих соціалістів»* [переклад наш].

Апелювання до історії вбачаємо у згадуванні Зіком Йоахіма Гаука та його ролі в об'єднанні Німеччини, а також його внеску в процес інтеграції східнонімецьких земель після возз'єднання: «...*denn sein jahrelanger Beitrag zur Aufarbeitung der DDR-Geschichte schuf eine wesentliche Voraussetzung für die Integration der ostdeutschen Bundesländer*» – «Його багаторічний внесок у вивчення історії НДР створив важливу передумову для інтеграції східнонімецьких земель» [переклад наш].

Зік підкреслює зв'язок між мовою і політикою, звертаючись до історичних коренів риторики ще з часів античності: «*Sprache und Politik gehören untrennbar zusammen, das war schon in der Antike so, als die Rhetorik zur Kunstform entwickelt wurde*» – «Мова і політика нерозривно пов'язані, так було ще в Античності, коли риторика стала мистецтвом» [переклад наш].

Приклади показують, як автор використовує історичні алюзії для підсилення аргументів і демонстрації глибини значення певних подій і людей, зокрема Йоахіма Гаука.

2.3.2. Звернення до народної мудрості

У тексті «Die Weihnachtsarche oder: Wie Biber, Hase und Wal zu ihrer Schreibweise kamen» [56] від 25 грудня 2022 Бастіан Зік звертається до народної мудрості через використання притчі або казки, яка пояснює лінгвістичні правила на прикладі вигаданої історії. Казковий сюжет, де тварини позбавляються від подвійних голосних, щоб зберегти своє життя, є метафорою, яка дозволяє зрозуміти правила правопису в доступній та кумедній формі.

Це звернення до народної мудрості можна побачити у використанні фольклорного мотиву (рятування тварин), де висловлюється ідея через казковий сюжет, який не тільки розважає, але й навчає. Це характерно для народних казок, де через вигадані ситуації передаються важливі життєві уроки або пояснення. У тексті прояв фольклорного мотиву реалізується через використання ряду лінгвістичних та стилістичних одиниць, які створюють

казкову атмосферу, підкреслюють алегоричність розповіді та надають їй морально-повчального характеру. До основних засобів, що використовуються автором, належать такі, як:

- персоніфікація: тварини представлені як персонажі, здатні говорити та діяти, як люди (наприклад, „*Der Bäär nickte und seufzte*“ – ведмідь киває та зітхає).

- фольклорна образність: Лексика, що відображає зимову атмосферу, зокрема „*dicke Schneedecke*“, „*eisiges Meer*“, підсилює казковий настрій.

- невласлива німецькій мові орфографія: навмисне вживання подвоєних голосних („*Waal*“, „*Tüiger*“) підкреслює ігровий, жартівливий характер тексту.

- інверсія та повтори: Ці засоби типові для казок, наприклад, у послідовному перерахуванні тварин („*Der Haase fand kein Gras mehr, das Ree keine Blätter mehr...*“), що надає тексту ритмічності.

- інтертекстуальні елементи: включення образу Різдвяного діда та його корабля з подарунками є класичним мотивом, який перегукується з різдвяними легендами.

Виокремлені засоби допомагають створити текст, який поєднує в собі елементи фольклору, сучасного гумору та мовознавчої дидактики, підкреслюючи його багатшаровість і універсальність.

Таким чином, Зік використовує форму казки, що є типовим для народної мудрості, щоб зробити складні правила мови зрозумілими і цікавими для широкої аудиторії, зокрема для дітей.

2.3.3. Аргументація через приклади та порівняння лінгвістичних явищ

У своєму тексті "*Im Zweifelsfall für den Präsidenten*" [57] від 20 листопада 2020 року Бастіан Зік використовує кілька аргументів і прикладів для пояснення граматичних правил німецької мови, зокрема щодо відмінювання слабких іменників чоловічого роду. Б. Зік апелює до ситуації з

виборами президента, щоб показати, що слово *Präsident* належить до іменників слабкої відміни і має отримувати закінчення *-en* в Genitiv, Dativ та Akkusativ. Він використовує це як початок для дискусії про граматичні правила: «„*Schon gehört? Wir haben einen neuen Präsident!*“, ruft mir meine Nachbarin Frau Jackmann freudig im Treppenhaus entgegen. „-ten!“ erwidere ich nicht minder gut gelaunt. Auf ihren fragenden Blick hin vervollständige ich meine Antwort: „*Wir haben einen neuen Präsidenten. Der Präsident beugt sich im Akkusativ zum Präsidenten!*“ Frau Jackmann kontert mit einem Schmunzeln: „*Das mag vielleicht für den Neuen gelten, aber bestimmt nicht für Trump. Der will sich nämlich nicht beugen lassen, schon gar nicht vom Akkusativ!*“ – „*Ja, er hat deutlich erklärt, dass er die Wahl anfechten wird. Aber für ihn gelten dieselben Regeln wie für alle anderen*“» - «Ви чули? Ми маємо новий президент!» - радісно кричить мені на сходовій клітці моя сусідка пані Джекманн.

«... *нового президента!*» - не менш радісно відповідаю я. На її запитальний погляд я доповнюю свою відповідь: «*Ми маємо нового президента*». Слово «президент» відмінюється в знахідному відмінку!» Пані Джекманн з посмішкою відповідає: «*Це може стосуватися нового президента, але точно не Трампа. Він не хоче, щоб його відмінювали, тим більше, у знахідному відмінку!*» - «*Так, він чітко заявив, що братиме участь у виборах. Але до нього застосовуються ті ж правила, що і до всіх інших*» [переклад наш].

Автор наводить приклади інших іменників, порівнюючи їх, як-от *Student*, *Astronaut* і *Praktikant*, які змінюються за тим самим принципом, що й *Präsident*. Б. Зік згадує *Bär* (ведмідь), який відмінюється як *Bären*. Він також звертається до реальної історії про ведмедя Бруно, щоб зробити текст цікавішим і додати гумористичний аспект: «*Zu dieser Gruppe, die man fachsprachlich auch als „N-Deklination“ bezeichnet, gehören neben zahlreichen Personenbezeichnungen auch einige Tiere. Ein berühmtes Beispiel ist der Bär, der, korrekt gebeugt, zum Bären wird. Manch einer mag sich vielleicht noch an Bruno erinnern, der im Jahr 2006 mehrmals die deutsche Grenze überschritt und von der*

Politik als „Problembär“ eingestuft wurde. Der damalige bayerische Ministerpräsident Edmund Stoiber sprach von ihm gern als „dem Problembär“, was man wohl mit bairischem Dialekt erklären kann, der es mit der Beugung ohnehin nicht so genau nimmt. Außerdem wollte Stoiber sicherlich niemandem einen Bären aufbinden, schon gar nicht einen Problembären. Bruno wurde damals übrigens von Jägern erschossen. Der Bär war tot, das Problem mit der Beugung aber blieb» – До цієї групи, також відомої як «N-відмінювання», належать численні власні імена, а також назви деяких тварин. Відомим прикладом є іменник ведмідь (Bär), яке при правильному відмінюванні перетворюється на ведмедя (Bären). Дехто може пам'ятати Бруно, який кілька разів перетинав німецький кордон у 2006 році і був віднесений політиками до категорії «проблемних ведмедів». Тодішній прем'єр-міністр Баварії Едмунд Штойбер любив називати його «проблемним ведмідь», що, ймовірно, можна пояснити баварським діалектом, який не дуже серйозно ставиться до відмінювання. Крім того, Штойбер, звичайно, не хотів нікому замилувати очі, особливо проблемному ведмедю. До речі, Бруно тоді підстрелили мисливці. Ведмідь загинув, але проблема з відмінюванням залишилася [переклад наш].

Автор наводить поширені помилки в повсякденній мові, як-от *dem Patient* замість *dem Patienten* або *für unseren Kandidat* замість *für unseren Kandidaten*, щоб показати, наскільки часто ці граматичні помилки трапляються в розмовній мові.

Таким чином, Зік апелює до реальних ситуацій, прикладів з історії та розмовної мови, щоб пояснити складні граматичні явища, роблячи це зрозумілим і навіть гумористичним способом.

Висновки до Розділу II

У цьому розділі було проаналізовано лінгвориторичну побудову колумни Бастіана Зіка, зокрема, його використання риторичного апелювання

до пафосу, етосу та логосу. Кожен з цих елементів має важливе значення для створення ефективних та переконливих текстів, які впливають на емоційний стан читачів, формують довіру до автора та надають логічну основу для висунутих тез.

Встановлено, що апелювання до пафосу дозволяє Зіку викликати у читачів емоційний відгук, що спонукає їх до глибших роздумів про власне життя та сучасний соціокультурний контекст. Особливо важливими є теми саморозвитку та самоідентифікації, що відповідають на запити аудиторії щодо власного місця в світі та пошуку внутрішньої гармонії. Апелювання до пафосу реалізується у текстах за допомогою культуронімів (65%), хрематонімів (27%) та діалектизмів (8%), що дозволяє Зіку викликати у читачів емоційний відгук.

З'ясовно, що апелювання до етосу через іронію та гумор є важливим інструментом створення образу авторитетного та доступного публіциста. Апелювання до етосу вербалізується грою слів (35%), риторичними питаннями (15%), граматичними особливостями німецької мови (слабка відміна іменників (10%) та фемінитиви (5%)), темпоральними одиницями (10%) та хрематонімами (25%).

Доведено, що апелювання до логосу у текстах Зіка допомагає зміцнити його аргументацію через звернення до власного досвіду, історичних фактів, народної мудрості та авторитетних джерел. Такий підхід створює багатогранність і вагомість його аргументів, дозволяючи читачам переконатися в достовірності висловлених думок. У текстах колумніста Бастіана Зіка логос реалізується через звернення до історії (21%), народної мудрості (5%) та прикладів (74%).

Отже, комбінація цих риторичних стратегій робить колумни Бастіана Зіка ефективним інструментом медійного дискурсу, що не лише інформує, але й спонукає до емоційних та раціональних роздумів.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У ході дослідження лінгвориторичної побудови колумністських колонок Бастіана Зіка було з'ясовано, що медіадискурс, зокрема в контексті публіцистики, є важливим інструментом формування громадської думки та впливу на аудиторію. Тексти авторських колонок, як частина цього дискурсу, виконують важливі функції: інформують, викликають емоції, формують стійкі уявлення про певні явища та процеси.

Медіадискурс постає складним і багатокомпонентним явищем, що визначається використанням різноманітних мовних та риторичних засобів, які сприяють побудові значення у текстах і, як наслідок, впливають на цільову аудиторію. Колумни, будучи важливим елементом медіадискурсу, застосовують широкий спектр комунікативних стратегій, серед яких значне місце займають апелювання до емоцій читачів, створення довіри до автора та логічна аргументація висловлених ідей для досягнення ефективності спілкування з аудиторією.

Роль лінгвориторики в медійному дискурсі є надзвичайно значущою, оскільки вона аналізує мовні механізми впливу, переконання та маніпуляції. Використання таких риторичних прийомів, як апелювання до пафосу, етосу та логосу, дає авторам змогу впливати на різні рівні сприйняття аудиторії: емоційний, моральний та раціональний.

У текстах Бастіана Зіка ці риторичні підходи постають ключовим інструментом для чіткого формулювання ідей та залучення читачів до активного осмислення важливих питань, що створює відчуття спільності між автором і аудиторією, сприяючи їхній співпраці у вирішенні значущих соціокультурних проблем.

Зазначені риторичні принципи виконують специфічні функції в побудові текстів, які покликані не лише інформувати, але й забезпечувати

емоційне залучення читачів, формувати довіру до автора та переконувати за допомогою логічно обґрунтованих аргументів.

За результатами дослідження встановлено, що колумністика – це різновид журналістики – вихід у друкованому виданні авторської колонки. Тексти авторської колонки Бастіана Зіка, які популяризують німецьку мову, пояснюють складні та спірні питання німецької лексики й граматики, побудовані з урахуванням надбань класичної риторики. Автор пояснює особливості німецької мови, апелюючи до етосу, логосу і пафосу.

Встановлено, що апелювання до пафосу реалізується у текстах за допомогою культуронімів (65%), хрематонімів (27%) та діалектизмів (8%), що дозволяє Зіку викликати у читачів емоційний відгук.

З'ясовно, що апелювання до етосу через іронію та гумор, а також через звернення до власного досвіду є важливим інструментом створення образу авторитетного та доступного публіциста. Завдяки цим елементам Зік не лише підвищує довіру до своїх слів, але й полегшує сприйняття складних чи суперечливих тем, роблячи їх більш прийнятними для широкої аудиторії.

У текстах Бастіана Зіка апелювання до етосу реалізується за допомогою гумору, звернення до власного досвіду та культурних аспектів, які вербалізуються грою слів (35%), риторичними питаннями (15%), граматичними особливостями німецької мови (слабка відміна іменників (10%) та фемінітиви (5%)), темпоральними одиницями (10%) та хрематонімами (25%).

Доведено, що апелювання до логосу у текстах Зіка допомагає зміцнити його аргументацію через звернення до власного досвіду, історичних фактів та народної мудрості. Такий підхід створює багатогранність і вагомість його аргументів, дозволяючи читачам переконатися в достовірності висловлених думок. У текстах колумніста Бастіана Зіка логос реалізується через звернення до історії (21%), народної мудрості (5%) та прикладів (74%).

Отже, комбінація лексичних, граматичних та стилістичних аспектів реалізує риторичний потенціал колумн Бастіана Зіка та робить їх ефективним

інструментом медійного дискурсу, що не лише інформує, але й спонукає до емоційних та раціональних роздумів. Цей аналіз показує, як лінгвістичні та риторичні засоби використовуються для створення текстів, які активно підсилюють медійну комунікацію.

Варто зазначити, що кожен з аналізованих текстів містить апелювання до етосу, логосу та пафосу. У нашій роботі розглянуто в кожному тексті лише домінуючий риторичний спосіб впливу, тому перспективу подальших наукових розвідок вбачаємо в аналізі взаємодії етосу, логосу та пафосу в межах одного тексту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аккурт В. Методи маніпулятивного впливу у лінгвістиці. *Науковий вісник Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К. Д. Ушинського: Лінгвістичні науки*. 2020. No 30. С. 5–23.
2. Боднар О. М., Кушнірчук О. О. Лінгвориторична організація німецьких та українських медійних текстів. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. 2023. Вип. 59. Том 1. С. 131–136.
3. Бурич Л. А. Сучасна українська колумністика: типологічні та формально-змістові моделі. URL : http://virtuni.education.zp.ua/info_cpu/sites/default/files/Burych_dis.pdf. (дата звернення: 15.07.2024)
4. Ванівська О. М., Малиновська О. Л., Преснер Р. Б. (2018). Структурно-функціональна організація форуму як одного із жанрових форматів web-комунікації. *Science, research, development. Philology, sociology and culturology*, 3. 2018. Pp. 31–37/
5. Ващук І. Колумністика Юрія Андруховича як стильова своєрідність у пресі та телеефірах. *Теле-та радіожурналістика*, 16. 2017. С. 156-165.
6. Гембарук О.В. Лінгвістичні аспекти медійного маніпулювання: контент-аналіз. *Вісник науки та освіти*, 5(23). 2024. С.1840-1856.
7. Голопич І., Перцева В. Функціонально-семантичні особливості воєнної лексики в інтернет-виданнях. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*. 2023. No 205. С. 45–50.
8. Грозна О. Дефініційна полеміка в сфері інтернет-журналістики щодо понять «жанр» і «формат» у сучасному інформаційному просторі. *Український інформаційний простір*, 2(10). 2022. С. 119–130.

9. Дейкун О. П. Зміни перспектив в українських тлумаченнях англійськомовних заголовків BBC NEWS. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету*, 2024, С. 85-93.
10. Деяк-Якобишин О. Колумністика як феномен персоналізованої журналістики (на прикладі творчого доробку Вільяма Коннора) : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04. Київ, 2015. 17 с.
11. Джиджора Є. В. Риторична маніпуляція прихильністю аудиторії у виступах впізнаваних спікерів. *Прикладна лінгвістика на Півдні України: здобутки і перспективи*. Колективна монографія. За ред. Н. Кондратенко. Вінниця: ТВОРИ, 2022. С. 38–43.
12. Журавська О. Меми війни в українських масмедіа: типи й функціональність. *Кримський міжнародний форум: філологія та журналістика*: збірник матеріалів, 20–21 жовтня 2022 р., м. Київ. Львів – Торунь: Liha-Pres, 2022. С. 22-26.
13. Заблоцький Ю. В. Структурно-семантичні особливості мультимодальних заголовків економічних текстів журналу «THE ECONOMIST». *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*, 209. 2024. С. 131-138.
14. Ізотова Н. П. Лінгвориторика діалогу в наративі: ігрові ефекти. *Нова філологія*. 2021. № 83. С. 91–98.
15. Киселюк Н., Бондар Т. Екологія сучасної мас-медійної комунікації (на матеріалі англomовного медійного дискурсу). *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: Серія «Філологія»*, (21 (89)). 2024. С. 16-19.
16. Козак О. Україномовний рекламний медіа дискурс: лінгвопрагматичний аспект. *Тренди та перспективи розвитку мультидисциплінарних досліджень* : матеріали II Міжнародної студентської наукової конференції, м. Чернігів, 15 вересня 2021 р. Вінниця, 2021. Т. 1. С. 102–104.

17. Король А. Засоби маніпулятивного впливу в сучасному німецькомовному медіадискурсі. *Актуальні питання гуманітарних наук. Вип. 31. Том 2.* 2020. С. 80-85.
18. Кравченко Н. К. Методи лінгвістичних досліджень. URL : <https://discourse.com.ua/lekcii/metodi-lingvistichnih-doslidzhen/> (дата звернення: 05.10.2023).
19. Лешко У. Типологія жанрів інтернет-журналістики: теоретичні аспекти. *Вісник Львівського університету, 44.* 2018. С. 246–253.
20. Мацишина І. Структура мультимедійного сторітелінгу (на прикладі лонгріду). *Кросмедіа: контент, технології, перспективи.* Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2017. С. 149–158.
21. Міщенко Т. В. Когнітивно-риторичні функції фразеологізмів в англomовному журнальному дискурсі : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя. Ніжин, 2016. 262 с.
22. Мунтян О. О. Лінгвориторичний аналіз контенту українських блогерів. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Філологія.* 2024. Вип. 2 (12). С. 68-73.
23. Печеранський І., Васкул Х. Сучасний медійний дискурс та роль у ньому журналістського розслідування. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія : Аудіовізуальне мистецтво і виробництво.* 2018. Вип. 2. С. 22-29.
24. Піраміда потреб Маслоу – визначення, простими словами. URL: <https://termin.in.ua/piramida-maslou/> (дата звернення : 12.06.2023).
25. Потапенко С. І. Сучасний англomовний медіа-дискурс: лінгвокогнітивний і мотиваційний аспекти : монографія. Ніжин : Видавництво НДУ імені Миколи Гоголя, 2009. 391 с.
26. Рябокінь Н. О., Капіталова Т. І. Медійний дискурс як сфера суспільної комунікації. *Нова філологія, (87),* 2023. С. 62-66.

27. Смитаніна О. В. Колумністика Сергія Жадана як стильова своєрідність у ЗМК. *Інновації в новітніх підходах до журналістики*. 2020. С. 121-126.
28. Талавіра Н. Медійне висвітлення звернення Володимира Зеленського до американського Конгресу: диспозиційна варіативність. *Актуальні питання іноземної філології*, 18. 2023. С. 54-59.
29. Талавіра Н. Опосередковане переконання при висвітленні публічного виступу у новинах: етос, пафос чи логос? *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Літературознавство. Мовознавство. Фольклористика*, 2022, 1 (31): 81-84.
30. Харитоненко О. Сучасні українські лонгріди як територія творчого пошуку журналістів. *Журналістика*, 17–18. 2019. С. 92–107.
31. Цимбаленко Є., Соколова К. Трансформація журналістських жанрів (на прикладі інтернет-медіа). *Інформаційне суспільство*, 17. 2013. С. 80–83.
32. Шевченко І., Морозова І., Шевченко В. Номінації агресії Росії проти України в англomовних медіа: когнітивно-прагматичний аналіз. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов*. 2022. № 95. С. 70-77.
33. Щербак О. М. Вербалізація суспільних топосів у текстах німецькомовних інтернет-новин: лінгвориторичний аспект. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2017. Вип. 9. С. 257–260.
34. Щербак О. Лінгвориторичні стратегії зображення російсько-української війни 2022 року (на матеріалі повідомлень німецькомовного сайту tagesschau.de). *Актуальні питання іноземної філології*. Вип. 16, 2022. С. 219–225.
35. Щербак О. М. Дискурс німецькомовних інтернет-новин: лінгвориторичний аспект : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови»; Одеський національний університет ім. І. І. Мечникова. Одеса, 2016. 217 с.

36. Ярова А. Г. Риторичний потенціал порядку слів у текстах україномовних та англomовних новинних повідомлень. *Філологічні студії*, 2023, 199.
37. Aristoteles. *Rhetorik*. München: Fink, 1995. 346 s.
38. Bastian Sick. URL: <https://bastiansick.de/biografie/>
39. Dijk T. A. van *News as discourse*. New Jersey: Hillsdale, 1988. 325 p.
40. Hanisch H. *Trickreiche Rhetorik: Psychologische Gesprächsführung, manipulierende Darstellung, unaufdringliches Nudging*. Bonn: Books on Demand, 2015. 300 S.
41. Kolln M. *Rhetorical grammar: grammatical choices, rhetorical effects*. Boston: Allynand Bacon, 2006. 260 p.
42. Kunz Peter V. Es braucht keine Frauenquote-Kolumne über Kontroversen zur Aktienrechts-Revision. *Aargauer Zeitung*. 2017.
43. Potapenko S., Shcherbak O. Conflict – Crisis Hierarchy in English News Discourse: Cognitive Rhetorical Perspective. *Research in Language*. Volume 18, Issue 4, 2020. Pp. 53–67.
44. Preseau L. Book Review: Heike Wiese, *Kiezdeutsch*. *TRANSIT*, 8(2). 2013.
45. Richter S. Multiple Verhandlungen. Cancel Culture aus Perspektive feministischer Digitalisierungsforschung. *Geschlechter–Verhältnisse–Widersprüche*, 7. 2023. 135 S.
46. Sanchez A. L. Richard Wagner – ein einmaliger Rezeptionsfall. Heidelberg: Universitätsverlag. Winter 2014. 296 pp. *Revista de Filología Alemana*, 23, 2015. S. 258-261.
47. Wodak R. *Critical discourse analysis. The Routledge companion to English studies*. 2014. Pp. 302-316.

СПИСОК СЛОВНИКІВ ТА ДОВІДКОВИХ ДЖЕРЕЛ

48. Дорошенко С. І. Словник-довідник лінгвістичних термінів юного мовознавця / С. І. Дорошенко ; відп. ред., вступ. сл. О. О. Тележкіна ; Харків.

нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди. Харків : Вид-во Іванченка І. С., 2024. 400 с.

49. Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / [Голянич М. І., Стефурак Р. І., Бабій І. ()] ; за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ : Сімик, 2011. 272 с. с. 53

50. Словник сучасної української мови online. URL : <https://sum20ua.com/> (дата звернення: 15.07.2024)

51. Deutsches Wörterbuch von Jacob Grimm und Wilhelm Grimm. URL : <https://woerterbuchnetz.de/?sigle=DWB&lemid=S47093> (дата звернення: 15.07.2024)

52. DWDS. URL : <https://www.dwds.de/wb/Kolumne> (дата звернення: 15.07.2024)

53. Langer N. Frischwärts und unkaputtbar: Sprachverfall oder Sprachwandel im Deutschen ed. by Markus Denkler, et al. *Modern Language Review*, 105(3), 2010. S. 887-889.

54. Wörterbuch der deutschen Sprache. Duden online. <https://www.duden.de/rechtschreibpruefung-online> (дата звернення: 12.12.2023)

СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ

55. *Das Wunder des Genderns*. URL: <https://bastiansick.de/kolumnen/>

56. *Die Weihnachtsarche*. URL: <https://bastiansick.de/kolumnen/>

57. *Im Zweifelsfall für den Präsidenten*. URL: <https://bastiansick.de/kolumnen/>

58. *In Hamburg sagt man »Moin«*. URL: <https://bastiansick.de/kolumnen/>

59. *Rede für Joachim Gauck*. URL: <https://bastiansick.de/kolumnen/>

60. *Von wollen und möchten*. URL: <https://bastiansick.de/kolumnen/>

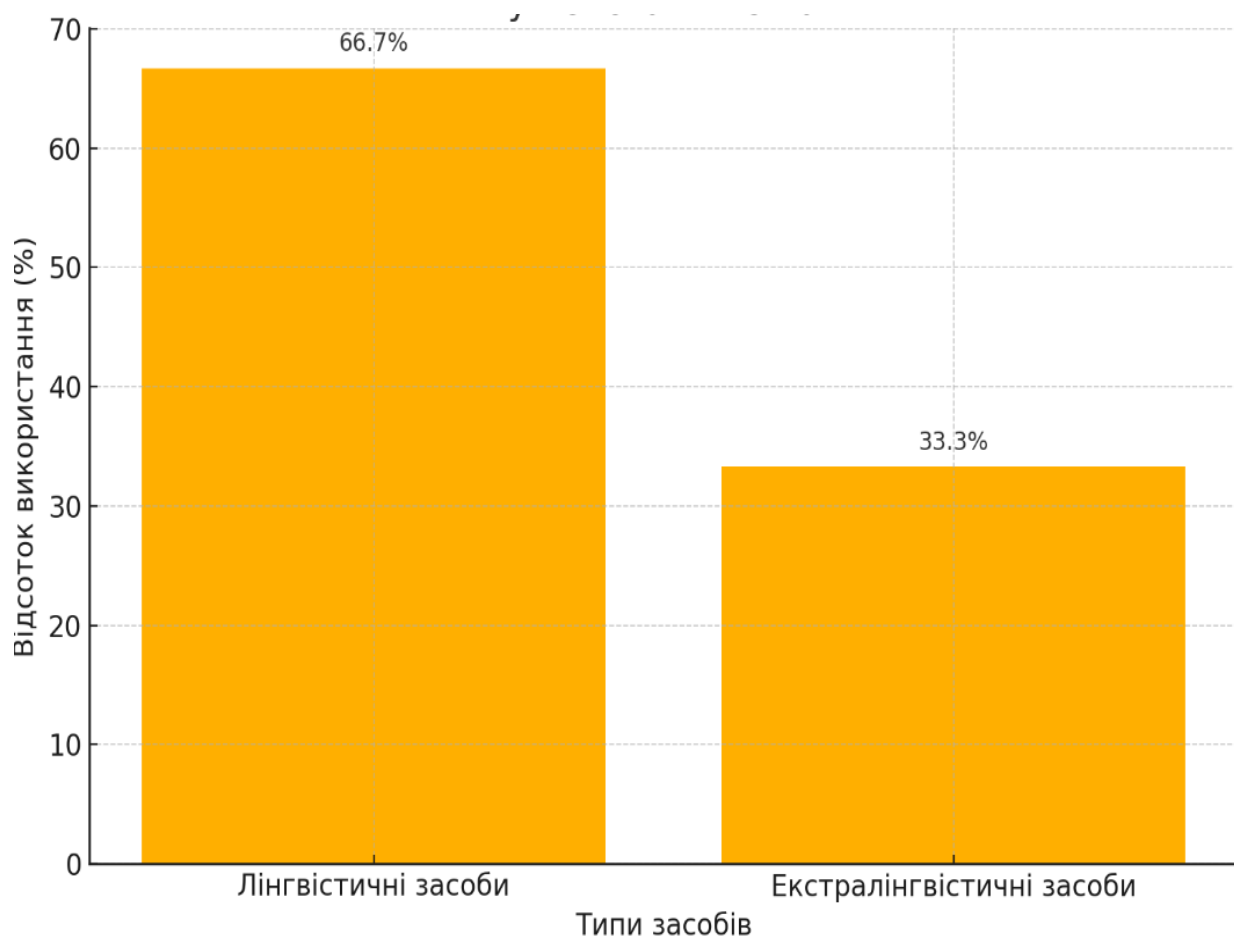
61. *Was ist naheliegender als das Nächstliegende?* URL: <https://bastiansick.de/kolumnen/>

62. *Werden Mandeln gestiftet oder gestiftelt?* URL: <https://bastiansick.de/kolumnen/>

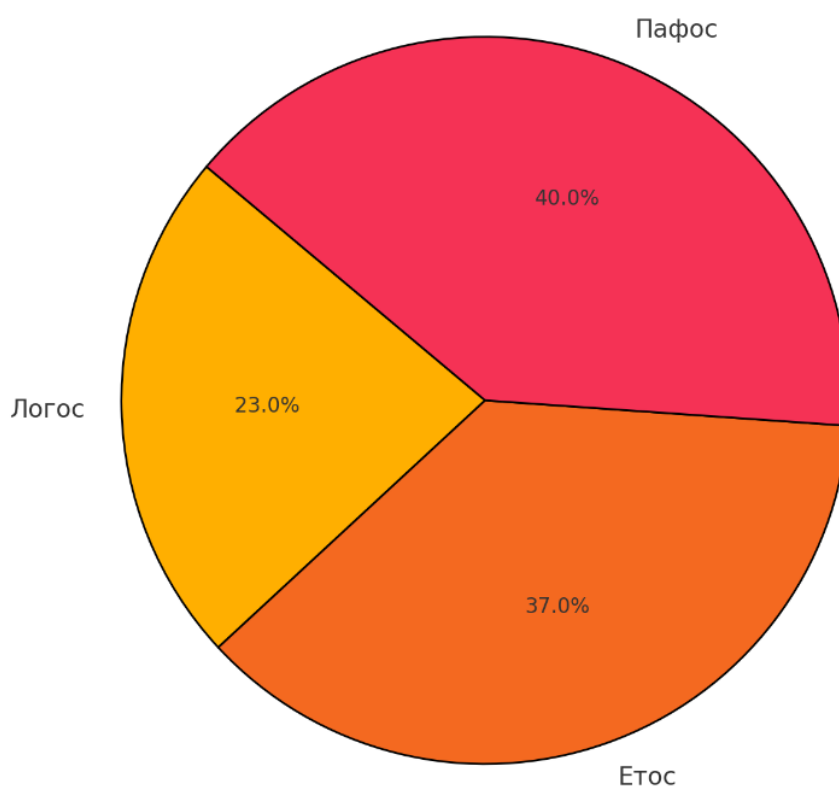
ДОДАТКИ

Додаток А

Діаграма: Кількісне співвідношення лінгвістичних та екстралінгвістичних засобів у текстах Бастіана Зіка

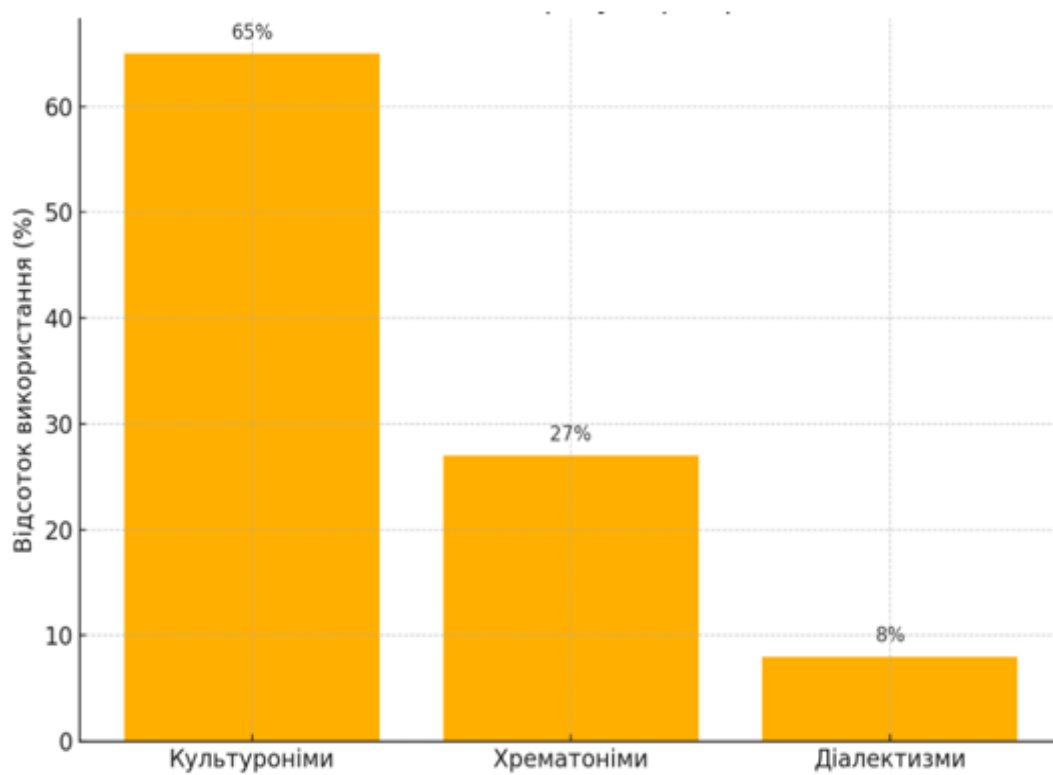


**Діаграма: Розподіл апелювань до логосу, етосу та пафосу у текстах
Бастіана Зіка**

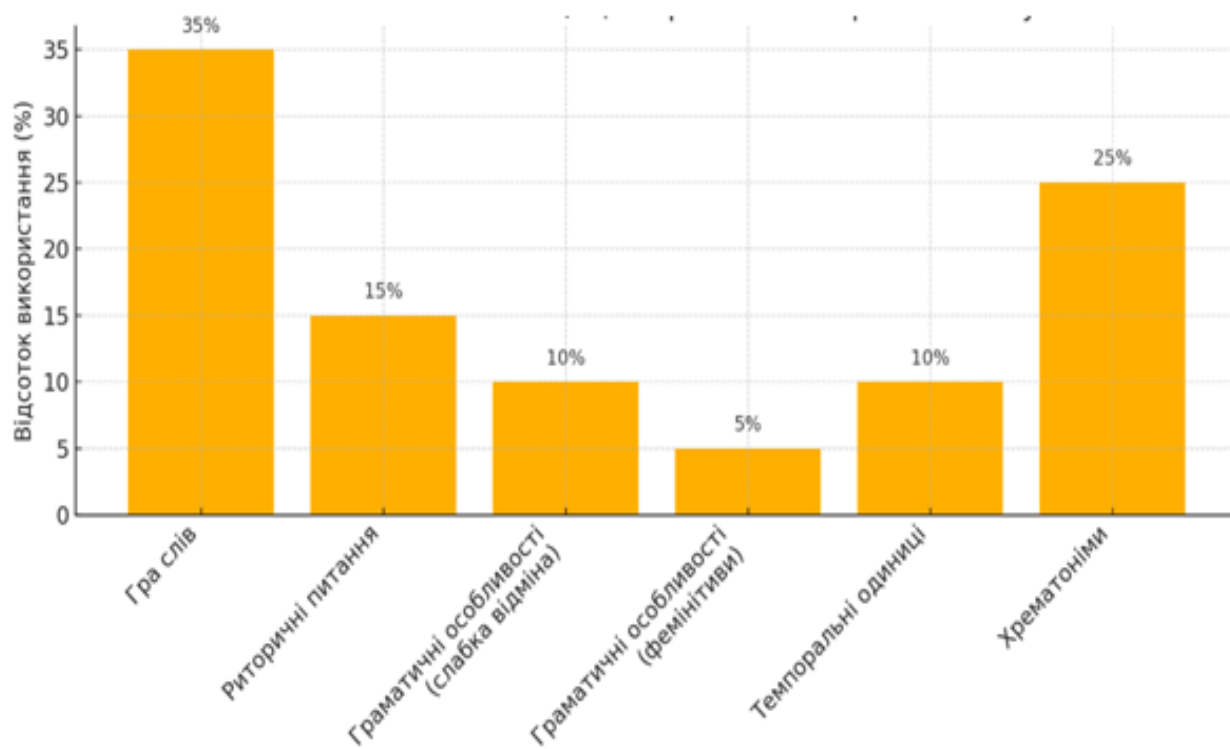


Додаток В

Діаграма: Лінгвістичні засоби апелювання до пафосу



Діаграма: Лінгвістичні засоби апелювання до етосу



Діаграма: Екстралінгвістичні засоби апелювання до логосу