

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Чорноморський національний університет імені Петра Могили

Факультет філології

Кафедра романо- германської філології та перекладу з німецької мови

ДОПУСКАЮ ДО ЗАХИСТУ

Гарант освітньої програми

к.філ.н., доцент

_____ Христина ПАВЛЮК

« ____ » _____ 2025 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеня вищої освіти «Магістр»

зі спеціальності 035 «Філологія»

спеціалізації 035.043 «Германські мови та літератури (переклад включно),

перша – німецька»

за освітньою програмою «Сучасна німецькомовна комунікація і переклад -
німецька мова і література та англійська мова»

на тему: **Комунікативно-прагматичні особливості публіцистичних текстів на
матеріалі (німецької та української мов)**

Виконав здобувач
вищої освіти

2 курсу групи 643
Копаліані Софія Джонівна

(підпис)

Керівник:

Доцент кафедри романо- германської
філології та перекладу з німецької мови,
к.філ.н. Водяна Л. В.

(підпис)

Засвідчую, що у кваліфікаційній
роботі немає запозичень з праць
інших авторів без відповідних
посилань

Здобувач вищої освіти _____

Миколаїв – 2025

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧОРНОМОРСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ПЕТРА МОГИЛИ

Факультет філології

Кафедра романо- германської філології та перекладу з німецької мови

Форма здобуття вищої освіти денна

Ступінь магістр

Галузь знань 03 Гуманітарні науки

Спеціальність 035 Філологія

Спеціалізація 035.043 Германські мови та літератури (переклад включно), перша – німецька

Освітня програма Сучасна німецькомовна комунікація і переклад - німецька мова і література та англійська мова

ЗАТВЕРДЖУЮ

Гарант освітньої програми

к.філ.н., доцент

Христина ПАВЛЮК

« ____ » _____ 2025 року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Копаліані Софії Джонівни

1. Тема роботи «Комунікативно-прагматичні особливості публіцистичних текстів на матеріалі (німецької та української мов)»

Керівник роботи к.філ.н., доц. Водяна Л. В.

Затверджена наказом

від «18» листопада 2025 року № 283

2. Строк подання студентом роботи: «21» листопада 2025 року

3. Вихідні дані до роботи: монографічна і періодична наукова література, словники, данні мережі Інтернет, публіцистичні тексти медіапростору.

4. Зміст (перелік питань, які потрібно розробити):

1) визначити теоретичні підходи до вивчення публіцистичного стилю та його прагматичного потенціалу.

2) визначити місце публіцистичного стилю в системі функціональних стилів сучасних мов, з урахуванням сфери вживання;

- 3) з'ясувати роль когнітивно-прагматичних механізмів та візуальних засобів у формуванні смислу й впливу публіцистичного тексту;
- 4) аналіз публіцистичних матеріалів української та німецької преси 2022-2025;
- 5) встановити закономірності прагматичної організації тексту.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): не планується

6. Дата видачі завдання «02» вересня 2025 року

7. Календарний план

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Добір та аналіз літературних джерел, визначення об'єкту, предмету та завдань дослідження.	до 15.09.2025 р.	
2	Підготовка теоретичної частини досліджуваної теми (розділ 1)	до 06.10.2025 р.	
3	Підготовка аналітичної частини (по об'єкту дослідження) (розділ 2)	до 07.11.2025 р.	
4	Підготовка висновків та рекомендацій роботи	до 14.11.2025 р.	
5	Аналіз та інтерпретація отриманих результатів, оформлення роботи	до 20.11.2025 р.	
6	Надання виконаної та оформленої відповідно до вимог кваліфікаційної роботи на кафедрі	до 24.11.2025 р.	

Здобувач ВО _____ Софія КОПАЛІАНІ

Керівник роботи __ Людмила ВОДЯНА

РЕФЕРАТ

Загальна кількість в роботі:

сторінок – 66 рисунків – 0 таблиць – 3 додатків – 0 використаних джерел – 101

Об’єкт дослідження: публіцистичний текст як різновид масово-комунікативного дискурсу в українській та німецькій мовах, що функціонує в умовах сучасного медіапростору та реагує на події 2022–2025 років.

Предмет комунікативно-прагматичні особливості цих текстів, зокрема мовні засоби впливу, інтенційна структура, жанрові й стилістичні риси, а також фреймові та когнітивні механізми, які визначають спосіб осмислення подій у медійному дискурсі.

Мета дослідження: комплексний аналіз комунікативно-прагматичних характеристик українських і німецьких публіцистичних текстів, сформованих на матеріалі новинної та аналітичної преси 2022–2025 років.

Завдання дослідження: визначити теоретичні підходи до вивчення публіцистичного стилю та його прагматичного потенціалу, визначити місце публіцистичного стилю в системі функціональних стилів сучасних мов, з урахуванням сфери вживання; з’ясувати роль когнітивно-прагматичних механізмів та візуальних засобів у формуванні смислу й впливу публіцистичного тексту; аналіз публіцистичних матеріалів української та німецької преси 2022–2025; встановити закономірності прагматичної організації тексту.

Методи дослідження: на кожному етапі роботи використано методи, що оптимально відповідали виконанню завдань дослідження. Залучено описовий метод, зіставний (контрастивний) метод, лінгвопрагматичний та дискурс-аналіз, семантико-стилістичний й фрейм-аналізу.

Основні результати дослідження: українська преса характеризується інтенсивною експресивністю, використання дисфемізмів, персоніфікацій; німецька публіцистика демонструє стриману стилістику, тяжіння до юридичних категорій, аналітичності та історичної рефлексії; аналіз метафоричних полів продемонстрував, що українські тексти створюють фрейм екзистенційної боротьби, а німецькі - фрейм політичної відповідальності; виявлено спільне концептуальне ядро (свобода, солідарність, відповідальність, демократія, історичний перелом), системні відмінності в мовних стратегіях; українська публіцистика вибудовує дискурс нації у стані війни, німецька модель у саморефлексії.

Ключові слова: дискурс, експресивність, дисфемізми, персоніфікації, фрейм.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ...	13
1.1 Публіцистичний стиль у системі функціональних стилі української та німецької мов.....	13
1.2 Комунікативно-прагматичний потенціал публіцистичного тексту.....	23
Висновки до розділу 1.....	40
РОЗДІЛ 2. ДИСКУРСИВНО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТІВ НІМЕЦЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ (2022–2025 РР.)	42
2.1 Типологія та лексико-семантичні характеристики публіцистичних текстів німецькою та українською мовами (2022–2025 рр.)	42
2.2 Стилiстичні та дискурсивні стратегії впливу в німецькомовних та україномовних публіцистичних текстах (2022–2025 рр.).....	48
Висновки до розділу 2.....	56
РОЗДІЛ 3. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ УКРАЇНСЬКИХ ТА НІМЕЦЬКИХ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТІВ	58
3.1 Спільні та відмінні комунікативно - прагматичні риси	58
3.2 Вплив культурно-історичного та медійного середовища на розвиток публіцистики.....	67
Висновки до розділу 3.....	69
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	71
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	74

ВСТУП

Актуальність дослідження комунікативно-прагматичних особливостей публіцистичних текстів зумовлена суттєвими трансформаціями, що відбуваються у сучасному медійному просторі. Сьогодні публіцистика перестала бути виключно друкованим жанром, адже вона існує в умовах цифрової комунікації, де інформація поширюється швидко, багатоканально й часто безпосередньо між учасниками комунікації. У такому середовищі текст уже не є лише носієм фактів - він стає інструментом впливу, засобом створення інтерпретаційних рамок та способом формування суспільної реакції на події. Особливо виразно ці процеси проявляються у новинній публіцистиці воєнного періоду, зокрема у матеріалах української та німецької преси 2022–2025 років, які становлять корпус дослідження.

Публіцистичний дискурс містить у собі багатий потенціал для вивчення того, як саме мова відображає соціальні процеси, а також як вона впливає на аудиторію. Прагматика медіатексту сьогодні охоплює набагато ширший спектр явищ, ніж раніше: від тональних відтінків і оцінної лексики до побудови синтаксичних ритмів, що створюють емоційну напругу або, навпаки, нейтральність. З огляду на постійний інформаційний тиск, у якому перебуває сучасний читач, особливо важливо розуміти, які комунікативні механізми спрямовують його увагу, як формуються значення та чому деякі тексти набувають потужного впливу саме завдяки прагматичній організації. Аналіз матеріалів української та німецької воєнної публіцистики дозволяє простежити ці механізми у максимально загострених умовах, коли кожне мовне рішення набуває суспільної ваги.

Зміни, що відбуваються в структурі медіадискурсу, стосуються не лише лексики чи синтаксису. Вони пов'язані з посиленням ролі мультимодальності: візуальні матеріали, інтерактивні елементи, інфографіка, короткі відеофрагменти формують нову якість публіцистичного повідомлення. У таких умовах текст і

зображення починають діяти як єдине смислове ціле, тому прагматичний ефект формується не лише лінгвістичними, а й візуальними засобами. Увага до цієї взаємодії сьогодні необхідна, оскільки вона є однією з визначальних рис цифрової епохи, а особливо - періоду війни, коли візуальна присутність подій посилює емоційний і комунікативний вплив повідомлень.

Значущість вивчення комунікативно-прагматичних особливостей посилюється також тим, що публіцистичний текст постійно перебуває між інформуванням та впливом. У суспільстві, де інформаційні кампанії, політична комунікація, аналітичні огляди та новини сприймаються як важливі елементи соціального діалогу, питання прозорості, етичності та ефективності мовних стратегій стає надзвичайно важливим. Публіцистика є тією сферою, де мовні прийоми здатні впливати на формування громадської думки, тому аналіз прагматичних механізмів дозволяє краще зрозуміти, як і чому читач інтерпретує події певним чином. Вивчення корпусу українських та німецьких публіцистичних текстів воєнного періоду дає можливість простежити, як різні медіакультури реагують на спільну історичну подію та які стратегії комунікації виявляються домінуючими.

Важливою передумовою актуальності є також те, що сучасні дослідження все частіше зосереджуються на когнітивному аспекті комунікації. У публіцистичних текстах активно використовуються фрейми, метафори, символічні образи, які задають певний спосіб осмислення реальності. Саме ці інструменти формують первинне враження про подію, визначають її оцінку та можуть задавати читачеві рамки, у межах яких він вибудовує власне ставлення. Розуміння того, як працюють ці механізми, є особливо важливим в умовах інформаційної конкуренції, де різні учасники медіапростору змагаються за право формувати публічний порядок денний. У межах аналізу матеріалів української та німецької преси 2022–2025 років ці процеси простежуються особливо чітко, оскільки тексти створюються у кризовому, максимально інтенсивному суспільному середовищі.

Публіцистичний текст є одним із найбільш динамічних типів дискурсу. Він швидко реагує на зміни в суспільстві, адаптується до нових форматів та майданчиків, а також розширює свої функції та жанрові можливості. Саме тому його дослідження дає змогу простежити загальні тенденції розвитку сучасної мови, побачити, які інновації стають нормою, як змінюється культура спілкування та які прагматичні прийоми формують комунікативну компетентність сучасного читача. Усе це підтверджує важливість аналізу публіцистичних текстів як матеріалу, що віддзеркалює реальні мовні й соціальні процеси.

Таким чином, актуальність дослідження пояснюється тим, що публіцистичний текст сьогодні є не лише об'єктом мовознавчого вивчення, а й ключовим елементом суспільної комунікації. Його прагматичні особливості визначають характер соціальних реакцій, формують інформаційний фон, впливають на громадські настрої та суттєво змінюють спосіб, у який суспільство приймає й інтерпретує повідомлення. Саме тому комплексний аналіз комунікативно-прагматичних механізмів публіцистики, зокрема на матеріалі української та німецької новинної преси 2022–2025 років, є важливим не лише для лінгвістики, а й для розуміння динаміки сучасного медіапростору.

Об'єктом дослідження є публіцистичний текст як різновид масово-комунікативного дискурсу в українській та німецькій мовах, що функціонує в умовах сучасного медіапростору та реагує на події 2022–2025 років.

Предметом дослідження виступають комунікативно-прагматичні особливості цих текстів, зокрема мовні засоби впливу, інтенційна структура, жанрові й стилістичні риси, а також фреймові та когнітивні механізми, які визначають спосіб осмислення подій у медійному дискурсі.

Метою дослідження є комплексний аналіз комунікативно-прагматичних характеристик українських і німецьких публіцистичних текстів, сформованих на матеріалі новинної та аналітичної преси 2022–2025 років, з'ясування специфіки реалізації стратегій впливу та виявлення культурно-мовних відмінностей у їх функціонуванні.

Для реалізації поставленої мети потрібно було розв'язати такі **завдання**:

- 6) Визначити теоретичні підходи до вивчення публіцистичного стилю та його прагматичного потенціалу.
- 7) Уточнити зміст поняття *публіцистичний стиль* та описати його місце в системі функціональних стилів сучасних мов, з урахуванням сфери вживання, комунікативних цілей та основних мовних ознак.
- 8) З'ясувати роль когнітивно-прагматичних механізмів (фреймування, метафоризації) та візуальних засобів у формуванні смислу й впливу публіцистичного тексту.
- 9) Провести порівняльний аналіз публіцистичних матеріалів української та німецької якісної преси, відібраних за тематичним принципом у період 2022-2025, з метою виявлення їхніх комунікативно-прагматичних особливостей.
- 10) Визначити етичні та комунікативні межі впливу в сучасній публіцистиці.
- 11) Узагальнити результати та встановити закономірності прагматичної організації тексту.

Методологічною базою дослідження є положення функціональної стилістики, лінгвопрагматики, теорії комунікації, когнітивної лінгвістики, дискурсології та медіалінгвістики. Важливу роль відіграють ідеї про кооперативний принцип комунікації, фреймовий аналіз, теорію ілокутивних та перлокутивних актів, а також міжкультурні моделі дискурсу.

Методи дослідження: У роботі використано описовий метод для систематизації публіцистичних матеріалів і виокремлення їхніх основних лексико-семантичних та стилістичних характеристик. Зіставний (контрастивний) метод дав змогу порівняти українські й німецькі тексти та визначити спільні концепти й відмінності у прагматичних стратегіях. Лінгвопрагматичний та дискурс-аналіз дозволили виявити інтенції авторів, типи впливу на адресата та особливості функціонування текстів у їхньому культурно-історичному контексті. Елементи

семантико-стилістичного й фрейм-аналізу застосовано для опису ключових метафор і інтерпретаційних рамок. Сукупність цих методів забезпечила цілісне осмислення комунікативно-прагматичних моделей української та німецької публіцистики 2022–2025 рр.

Наукова новизна роботи полягає в комплексному описі комунікативно-прагматичної організації публіцистичного тексту з урахуванням сучасних змін у медіадискурсі, а також здійснено системний аналіз впливових механізмів, простежено взаємодію стратегій і тактик у текстах різних жанрів, визначено роль когнітивних структур у формуванні інтерпретації, розкрито специфіку сучасного публіцистичного дискурсу. Новизна також полягає у зіставленні двох мовних середовищ та виявленні універсальних і культурно специфічних прагматичних моделей.

Теоретична значущість полягає у поглибленні уявлень про механізми комунікативного впливу в публіцистиці, у розвитку концепцій функціональної стилістики, прагматики та когнітивної лінгвістики, а також у розширенні теоретичної бази для подальших досліджень медіамови та дискурсивних стратегій.

Практична значущість роботи полягає в можливості використання отриманих результатів у підготовці філологів-перекладачів, зокрема під час опанування курсів стилістики, теорії перекладу, дискурсології та медіалінгвістики. Матеріали й висновки дослідження можуть бути застосовані для формування вмій адекватно відтворювати комунікативно-прагматичні особливості публіцистичних текстів при перекладі, зважати на жанрову специфіку, оцінність, фреймову організацію та візуальний супровід медіатексту. Результати роботи можуть слугувати основою для розробки навчальних завдань, практикумів і методичних рекомендацій з аналізу та перекладу публіцистичного дискурсу, а також для вдосконалення перекладацьких стратегій у сфері сучасних медіакомунікацій.

Апробація отриманих результатів. Результати дослідження викладено в наукових тезах, які було опубліковано у матеріалах XXVIII Всеукраїнської

науково-практичної конференції на базі ЧНУ імені Петра Могили «Могилянські читання - 2025».

Структура та обсяг. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків до кожного з них, загальних висновків, списку використаних джерел, який складається з 102 найменувань. Загальний обсяг роботи - 88 сторінок.

РОЗДІЛ І.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Публіцистичний стиль у системі функціональних стилів української та німецької мов

Публіцистичний стиль посідає одне з ключових місць у системі функціональних стилів сучасної української та німецької літературних мов, оскільки його основною сферою функціонування є масова комунікація та суспільно-політичний дискурс. У межах української мовознавчої традиції публіцистичний стиль визначається як різновид літературної мови, покликаний «передавати суспільно важливу інформацію, формувати ставлення аудиторії та впливати на громадську думку» [36, с. 12]. Олена Пономарів підкреслює, що публіцистичний стиль поєднує інформативність, експресивність та оцінність і зорієнтований на «широкий читацький загал», що вимагає доступності форми викладу [36, с. 13].

За спостереженнями Тетяни Коць, у різні етапи розвитку української літературної мови саме публіцистика виступала своєрідним «полігоном» для нових слів, словотвірних моделей і синтаксичних конструкцій: у цьому стилі вони проходили первинну апробацію, частина з них закріплювалася, а інші поступово випадали з ужитку. Дослідниця також наголошує на високій внутрішній варіативності публіцистичного стилю, здатного інтегрувати елементи наукового, офіційно-ділового та художньо-публіцистичного мовлення залежно від жанру й комунікативного завдання, що робить його статус у системі функціональних стилів динамічним і чутливим до змін медійного та соціокультурного середовища [15, с.1].

Вивчення історичного розвитку літературної мови засвідчує, що її внутрішня структура й функціонування формуються під впливом як мовних, так і позамовних

чинників. Динамічність мовної системи забезпечує здатність мови реагувати на зміни у сфері комунікації та пізнання. Микола Пилинський звертав увагу на те, що мінливість мовної норми завжди врівноважується певною стабільністю, необхідною для повноцінного функціонування літературної мови [31, с.14].

Подібної позиції дотримується й Світлана Єрмоленко, наголошуючи, що сучасна літературна норма ніколи не є відірваною від історичного розвитку мови: на синхронному рівні вона зберігає у собі елементи попередніх мовних етапів і спирається на літературну традицію [12, с.65]. Саме така тяглість і здатність мови зберігати попередні традиції особливо помітні у сфері стилістики, де окремі функціональні різновиди по-різному реалізують співвідношення сталих і динамічних елементів. Найвиразніше ця взаємодія проявляється у публіцистичному стилі - одному з найбільш чутливих до суспільних змін.

У структурі стилів сучасної української літературної мови публіцистичний стиль точно посідає особливе місце, оскільки поєднує низку стилетворчих ознак, що вирізняють його серед інших функціональних різновидів. Публіцистичні тексти оперативно реагують на події суспільного життя, тому для них характерні велика варіативність мовних засобів, підвищена експресивність та виразний оцінний компонент. Як слушно зауважує Алла Коваль, специфіка публіцистичного стилю полягає в тому, що добір мовних одиниць у ньому спрямований на одночасне підсилення логічної аргументації та емоційного впливу на адресата [14, с. 10].

Історія формування цього стилю тісно пов'язана з розвитком української літературної мови, адже саме публіцистика стала тим каналом, через який у мовну систему активно проникала суспільно-політична, наукова та термінологічна лексика. У межах публіцистичного дискурсу значна частина загальноживаних слів отримувала нові, актуалізовані значення; саме тут формувалися стійкі словосполучення, що згодом закріпилися в узусі. Завдяки цьому публіцистика істотно розширила синонімічний потенціал сучасної літературної мови.

Підвищений інтерес дослідників до мовних характеристик публіцистичного стилю пояснюється його жанровою різноманітністю та динамічністю мовного

оформлення. Різні жанрові форми - від репортажу до есе - по-різному реалізують стильові можливості, адже вирізняються метою комунікації, умовами створення тексту й типом адресата. Як зазначено в лінгвістичній традиції, саме жанрова специфіка найяскравіше демонструє індивідуальне в межах загальних стильових ознак [26, с. 18].

До основних жанрів публіцистики зараховують політичні виступи, передові та теоретико-публіцистичні статті, консультаційні матеріали, репортажі, фейлетони, памфлети, есе, морально-етичні статті, різновиди нарису, а також спортивні огляди. Змішаність жанрів, зокрема на межі художньої та публіцистичної літератури (як у випадку нарису), свідчить про гнучкість і багатошаровість цього стилю.

Публіцистичний стиль функціонує як у письмовій, так і в усній формах, між якими в межах цього стилю існує тісна взаємодія. Попри це, провідною формою залишається писемна, адже саме вона забезпечує фіксацію та поширення суспільно значущої інформації.

Публіцистичний стиль функціонує як у письмовій, так і в усній формах, між якими в межах цього стилю існує тісна взаємодія. Провідною залишається писемна форма, оскільки саме вона забезпечує фіксацію й поширення суспільно значущої інформації.

Разом із тим для повного розуміння його місця у мовній системі необхідно відмежувати його від стилю масової інформації, який охоплює ширший спектр функцій - від популяризації науки до культурно-естетичної освіти [14, с. 27]. На відміну від нього, публіцистичний стиль зосереджений насамперед на переконувальній та впливовій функціях, що визначає специфіку його мовних засобів та жанрової реалізації. Саме цей функціональний нахил зумовлює внутрішню диференціацію стилю масової інформації, у межах якого традиційно виділяють два основні різновиди:

1. **інформаційний (газетний)**, споріднений з офіційно-діловим стилем;

2. **публіцистичний**, що спирається на ширший та емоційно насичений мовний інструментарій.

Публіцистичний різновид активно використовує художні, наукові та офіційно-ділові мовні засоби; інформаційний же - переважно термінологічний і нейтральний інвентар. Тому саме інформаційний різновид формувався в українській мові значно повільніше, ніж публіцистичний. Його часто називають «впливовим», оскільки його головне завдання - формування суспільної думки та переконання читача. У цій функціональній площині виникли характерні публіцистичні кліше, що містять елементи оцінності та слугують засобом швидкого встановлення контакту між автором і аудиторією.

У публіцистичному різновиді стилю значну роль відіграють типові мовні кліше, адже саме вони допомагають закріпити оцінні й часові характеристики тексту та відображають як індивідуальні, так і національні особливості стилю. На відміну від наукового стилю, публіцистичний має більш виразну емоційну насиченість і демонструє підвищений ступінь уніфікації подачі матеріалу. Як складник комунікації засобів масової інформації, він орієнтується на чіткий, доступний виклад, що забезпечує швидке сприймання інформації та створює умови для емоційного впливу на читача чи слухача.

Інформаційність у публіцистичному стилі реалізується насамперед через інтелектуальний характер подачі фактів. До провідних стильових рис належать:

1. документальна точність;
2. стриманість і наближеність до офіційного викладу;
3. схильність до узагальнення та аналітичної абстракції.

Поруч із цим діє й популяризаторська функція, яка нерідко перетинається з ідеологічно-пропагандистською. Вона виявляється у викладі нових наукових, технічних чи соціальних відомостей у формі, доступній широкій аудиторії. Саме звернення до мовних ресурсів наукового стилю є однією з характерних ознак реалізації цієї функції, саме так наголошують деякі дослідники.

Олександр Пономарів наголошує, що публіцистичний стиль функціонує на

перетині двох взаємопротилежних начал - стандартизованої подачі фактів та емоційно-експресивного впливу на аудиторію. Науковець підкреслює, що сфера публіцистики охоплює найрізноманітніші явища людського життя - від буденних ситуацій до глобальних політичних подій - і саме тому авторові необхідно щоразу шукати найбільш ефективні засоби впливу на читача. Пономарів зазначає, що у публіцистичному тексті недостатньо просто викласти інформацію: її потрібно інтерпретувати, сформулювати авторську позицію та переконати адресата в її слушності. Одним із найдієвіших інструментів впливу, за його словами, є безпосереднє звернення до читача, зокрема у формі питально-відповідних конструкцій [36, с. 13].

Водночас публіцистика має забезпечувати баланс між раціональним та емоційним компонентами, адже саме їхнє функціональне чергування визначає якість і силу впливу тексту. Майстерність автора полягає в умілому поєднанні інформативних елементів із засобами експресії, що робить виклад динамічним та здатним утримувати увагу широкої аудиторії.

Отже, публіцистичний стиль справедливо вважають одним із найефективніших та наймасштабніших у сучасній українській літературній мові. Його провідна функція - активний вплив на читача чи слухача, формування їхнього ставлення до суспільно важливих явищ і подій, а також переконання у правильності певних позицій. Цей стиль не лише інформує, але й виконує агітаційно-пропагандистське завдання, спрямоване на поширення конкретних ідей серед широких соціальних верств.

З огляду на таку функціональну багатовимірність публіцистики, особливої ваги набуває питання мовної норми, яка забезпечує стабільність і впізнаваність стилю в умовах його високої динамічності. Саме тому у працях мовознавців значну увагу приділено проблемі спадковості та сталості норми. Зокрема, Михайло Жовтобрюх наголошував, що розглядаючи питання неперервності норм у розвитку української літературної мови, підкреслював, що мовна норма постає як стабілізувальний механізм, який діє на тлі міжмовних контактів, взаємовпливів та

розмежування споріднених мов. На його думку, саме норма бере участь у виробленні ознак, що відділяють одну національну мову від іншої [11, с.15-24].

Досліджуючи літературну норму, Світлана Єрмоленко пропонує поділ на зовнішні й внутрішні критерії. До зовнішніх вона відносить культурно-історичні умови, мовну традицію, ступінь поширеності мовних одиниць та зразкову практику авторитетних письменників [12, с. 65]. Значущим, особливо в новітній період, є й естетичний критерій, який нині формується не лише під впливом художньої літератури, а й засобів масової комунікації.

Внутрішнім критерієм літературної норми Світлана Єрмоленко визначає відповідність мовних засобів законам системи національної мови. Дослідниця наголошує, що ці критерії ніколи не діють ізольовано: вони взаємодіють і можуть змінювати свою вагомість залежно від історичного періоду, суспільних потреб та комунікативних умов [Єрмоленко, с. XX].

Таким чином, українські мовознавці розглядають норму як динамічний, але водночас стабілізуювальний компонент літературної мови, що забезпечує її розвиток і спадковість.

У системі української літературної мови функціональні стилі визначаються на основі таких критеріїв, як сфера використання, комунікативна мета та домінуючі мовні засоби. Науковий стиль зорієнтований на пізнавальну діяльність, офіційно-діловий - на регламентацію правових і адміністративних процесів, художній - на естетичне відтворення дійсності. Публіцистичний стиль, натомість, охоплює простір масової комунікації, соціально-політичного дискурсу й адресований різноманітній, широкій аудиторії [23, с.31-35]. У такій системі публіцистичний стиль займає проміжне положення між інформуванням та впливом, що зумовлює його підвищену відкритість до взаємодії з іншими стилями. Саме тому питання його розмежування з близькими функціональними різновидами постає особливо актуальним.

Диференціація функціональних стилів у сучасному мовознавстві дозволяє чітко окреслити межі публіцистичного стилю та запобігти його змішуванню з

іншими стилістичними різновидами. Водночас ці межі не є суворо фіксованими: у сучасній комунікації спостерігається тенденція до гібридизації, коли публіцистичні тексти поєднують риси офіційно-ділового, художнього чи навіть наукового стилів. Українські дослідники, зокрема Тетяна Коць, підкреслюють, що така змішаність є характерною ознакою сучасного публіцистичного мовлення й відображає загальну динаміку стилістичних процесів [15, с. 17].

У структурі українського публіцистичного стилю традиційно виокремлюють кілька ключових функцій: інформаційну, експресивну, переконувальну та нормативну. Інформаційна функція забезпечує передачу фактів, експресивна - відображає емоційне ставлення автора, переконувальна спрямована на формування певної позиції аудиторії, тоді як нормативна пов'язана з підтриманням мовних і соціальних норм [15, с. 21]. Така багатофункціональність є однією з причин, чому публіцистичний стиль посідає проміжне місце між інформативністю й впливовістю.

У німецькому мовознавстві публіцистичний стиль традиційно розглядають у межах **Funktionalstilistik**, де він функціонує під назвами **Pressestil** або **Publizistikstil**. Одним з базових німецьких підходів є визначення публіцистичної мови як комунікативної сфери, що поєднує інформаційність, інтерпретацію та оцінювання, тобто виконує одночасно когнітивну й впливову функції [88, с. 24–26].

Німецькі дослідники Ганс-Петер Кляйн та Дітріх Бюссе наголошують, що **Pressestil** формується під впливом усталених стандартів: точності фактів, структурованості викладу та лінійної логіки подачі матеріалу. Раціональність і композиційна чіткість - наскрізні ознаки німецької публіцистики, які закорінені у культурній традиції німецькомовного дискурсу [75, с. 41; 55, с.57].

Водночас сучасні дослідження фіксують зміни стилістичної парадигми німецької преси: у періоди суспільних криз, зокрема під час війни в Україні, у німецьких медіа зростає частка експресивних компонентів та відкритих оцінок, що вказує на динамізацію **Pressestil** і розширення його модально-оцінного потенціалу [88, с. 45].

Жанрова система німецької публіцистики охоплює Bericht, Reportage, Kommentar, Leitartikel, Glosse, які вибудовуються за принципами раціональної організації тексту, компактності, логічного членування та використання статистичних або графічних матеріалів для підсилення переконливості аргументації. Дослідження Шнайдера засвідчують, що жанрова структура суттєво впливає на вибір мовних засобів і визначає ступінь експресивності тексту [88, с. 45].

Таким чином, німецька лінгвістична традиція розглядає публіцистичний стиль як функціональний різновид суспільної комунікації, що тяжіє до аналітичності, структурованості й раціонального викладу, але водночас здатний адаптуватися до нових медійних форматів і суспільних викликів. Жанрова система обох мов охоплює схожі типи текстів - стаття, коментар, аналітичний огляд, репортаж, нарис, колонка.

У цифрову епоху публіцистичний стиль обох мов зазнає суттєвих змін: спрощення синтаксису, зростання ролі мультимодальних елементів, формування нових комунікативних норм. Українські дослідження підкреслюють посилення впливу інтернет-лексики та тенденцію до розмовної лексики у медійному просторі, тоді як німецькі аналітики вказують на збереження стандартизованої стилістики навіть у цифрових форматах [87, с.72].

У межах обох мов публіцистичний стиль одночасно виконує нормативну та інноваційну функції: з одного боку, він підтримує мовні стандарти, а з іншого - швидко реагує на соціальні зміни та сприяє появі нових мовних форм. Саме ця подвійність визначає його роль у системі функціональних стилів та пояснює важливість подальшого порівняльного аналізу.

Можна зазначити, що публіцистичний стиль посідає проміжне, але визначальне місце, поєднуючи інформативність і впливовість. Він формує основу суспільної комунікації, але реалізує свої функції у кожній мовній системі по-різному: українська традиція тяжіє до експресивності та гнучкості, німецька - до структурованості та аналітичності. Подальший порівняльний аналіз дасть змогу

точніше окреслити специфіку обох моделей і створити підґрунтя для подальших досліджень публіцистичного стилю в різних культурних середовищах.

У ХХІ столітті публіцистичний стиль зазнав істотної трансформації під впливом цифрових медіа. Українські дослідники - насамперед Олена Скопненко, Лариса Масенко та Оксана Данилевська - одноставно фіксують тенденцію до скорочення синтаксичних конструкцій, фрагментації викладу та появи динамічного ритму тексту.

Так, Олена Скопненко підкреслює, що в онлайн-публіцистиці дедалі частіше застосовуються лаконічні синтаксичні моделі та мікроабзаци, які відповідають кліповому типу сприйняття інформації [42, с. 45-47]. Лариса Масенко наголошує на зростанні кількості англомовних запозичень і медійних неологізмів, що формують нові норми публіцистичного мовлення [21, с. 112-125]. Своєю чергою Оксана Данилевська звертає увагу на «модульність» сучасного тексту: кожен абзац виконує функцію самостійного смислового блоку, що особливо характерно для цифрових платформ [8, с.83-86].

Подібні процеси спостерігаються і в німецькому медіапросторі. Урсула Фікс та Карін Шустер зазначають, що цифрові формати стимулюють перехід до стисненого, чітко структурованого матеріалу з активним використанням підзаголовків, списків та мультимедійних компонентів [68, с. 128-131]. Дослідник Ганс Петер Крінґс пояснює це тим, що сучасний читач взаємодіє з текстом за моделлю «сканованого читання», тому журналісти вимушено організовують матеріал у вигляді коротких, чітко виділених смислових сегментів [77, с. 74-78].

Попри різне історичне та культурне тло, обидві медійні традиції демонструють спільну тенденцію: сучасний публіцистичний стиль, адаптуючись до цифрових умов, зберігає свою функціональну цілісність, але водночас змінює синтаксис, композицію та лексику відповідно до нових темпоральних і перцептивних моделей сприйняття. Саме тому особливої уваги потребує аналіз того, як трансформуються синтаксичні конструкції, ритм викладу й композиційні формати в українській та німецькій публіцистиці ХХІ століття.

Суттєве розширення вивчення публіцистичного стилю відбулося завдяки розвитку медіалінгвістики, яка сформувалася як окрема дисципліна протягом останніх двох десятиліть. Вона розглядає медіатекст не лише як різновид функціонального стилю, а як самостійну сферу з власними закономірностями, що поєднує мовознавчі підходи та аналіз медійних практик. У німецькомовній традиції зміни публіцистичного стилю найпоспідовніше описані в дослідженнях Данієля Перріна, який аналізує процеси текстотворення, редакторські практики та залежність мовних рішень від формату подачі (онлайн, друк, мультимедіа). У праці «*Schreiben im Journalismus*» дослідник показує, що темп виробництва новин, характер аудиторії та технічні обмеження платформи визначають синтаксичну компресію, побудову абзаців і добір ключової лексики [83, с. 54–59]. Зокрема, короткі абзаци, сегментація матеріалу та підвищена щільність смислових акцентів стають нормою для публіцистики.

Українські медіа демонструють аналогічні тенденції, але з вищою інтенсивністю емоційної та оцінної складової. Ірина Коць, досліджуючи сучасний український медіатекст, зафіксувала активне використання експресивної та конотативної лексики, пришвидшення темпу викладу та динамічні синтаксичні конструкції, що стали реакцією на політичні й воєнні обставини [15, с. 60–67]. Важливим є і посилення ролі, особливо пов'язаних з оборонною, політичною та цифровою термінологією.

Важливо й те, що сучасні підходи до аналізу публіцистичного стилю дедалі частіше поєднують дескриптивний аналіз із корпусними та жанровими методами. Це дає змогу простежувати частотність оцінної лексики, варіативність синтаксичних конструкцій, використання модальних засобів або специфіку побудови заголовків у різних жанрах. Застосування таких інструментів розширює можливості порівняльного аналізу української та німецької публіцистики й робить отримані результати методологічно верифікованими.

Узагальнюючи зазначене, можна стверджувати, що публіцистичний стиль української та німецької мов функціонує як динамічна, гнучка система, яка зберігає

базові функції масової комунікації - інформування, інтерпретацію та вплив, і водночас постійно адаптується до змін соціального контексту, медійних технологій та жанрових форматів. Такий підхід дозволяє розглядати публіцистичний стиль не лише як стилетворчий різновид, а як важливий індикатор мовних і комунікативних процесів у сучасному суспільстві.

1.2. Комунікативно-прагматичний потенціал публіцистичного тексту

У сучасній лінгвістиці прагматичний аналіз тексту розуміють як дослідження смислів, що виникають не лише зі змісту висловлення, а й з комунікативних намірів мовця, соціального контексту та очікуваної реакції адресата. Для публіцистичного стилю, який функціонує в умовах масової комунікації, такі чинники є визначальними: він не обмежується передачею фактів, а спрямований на формування певної інтерпретації подій та керування оцінними орієнтаціями суспільства. Саме ця здатність тексту поєднувати інформаційний і впливовий компоненти визначає його комунікативно-прагматичний потенціал.

Поняття інтенції автора у прагматиці пов'язують із тим смисловим вектором, який спрямовує створення висловлення. На це звертали увагу Дж. Остін та Дж. Серль, розмежовуючи ілокутивну й перлокутивну складові мовленнєвого акту. Ілокутивна сила характеризує намір мовця - пояснити, оцінити, переконати чи попередити, тоді як перлокутивний ефект пов'язаний з реакцією, яку висловлення здатне викликати у адресата - від емоційного відгуку до зміни поведінкових установок [51; 90]. Публіцистичний текст надає цьому розмежуванню особливого значення, оскільки успішність впливу визначається не стільки самим фактом повідомлення, скільки тим, як саме читач інтерпретує подані відомості.

У межах публіцистичного дискурсу ілокутивна спрямованість визначає жанрову реалізацію тексту: аналітичний коментар, критичне есе, полемічний виступ чи інформаційна замітка відрізняються передусім типом комунікативної інтенції. Водночас перлокутивний ефект - зміна оцінок, актуалізація уваги,

емоційна мобілізація або формування громадянської позиції -виступає критерієм результативності публіцистичного повідомлення. Саме тому комунікативно-прагматичний потенціал публіцистики можна тлумачити як комплекс засобів, які дозволяють авторові вибудувати потрібну інтерпретаційну рамку та скерувати читачке осмислення подій у певний бік.

У такому контексті публіцистичний текст функціонує не лише як носій фактів чи логічних аргументів. Він виконує роль інструмента цілеспрямованого впливу, у якому семантичний зміст нерозривно пов'язаний із прагматичною інтенцією мовця. Це підтверджує і позиція Олександра Пономаріва, який підкреслює, що публіцистика поєднує два базові завдання - інформування та переконання. Науковець зауважує, що саме ця подвійність визначає особливий статус публіцистичного стилю в системі функціональних стилів, адже його тексти не лише фіксують суспільно значущі факти, а й пропонують певну рамку їхнього тлумачення [36, с. 12–13].

З огляду на це стає очевидним, що прагматичний аспект є ключовим для аналізу публіцистичного тексту. Інтерпретаційні настанови автора, стратегічний добір мовних засобів та очікувана реакція читача формують єдину комунікативну систему, у межах якої передавання фактів і здійснення впливу не протиставляються, а взаємодоповнюють одне одного.

У працях Любов Мацько наголошується, що публіцистика посідає проміжне місце між інформативними та експресивними різновидами мовлення. На думку вченої, її комунікативна мета передбачає поєднання двох різнорідних завдань: раціонального аналізу суспільних подій і впливу на ціннісно-оцінні орієнтири адресата [24, с. 31–35]. Такий дуальний характер публіцистики зумовлює використання широкого діапазону мовних засобів - від нейтральної фактографічної лексики до емоційно забарвлених одиниць, що формують авторську позицію та спрямовують інтерпретацію подій.

Порівнянні спостереження знаходимо і в німецькій традиції аналізу медійної комунікації. Дослідники функціональних стилів сучасної німецької мови

наголошують, що журналістський текст формується у напруженій взаємодії між вимогою фактологічної точності та необхідністю інтерпретаційного супроводу подій. У працях Герхарда Малецке підкреслюється, що будь-яке медійне повідомлення поєднує інформативний, оцінний та сугестивний компоненти, а їхня взаємодія визначає загальний прагматичний ефект тексту [81, с. 112–118]. Подібна думка розвивається в роботах Ульріха Саксера, який зазначає, що журналіст не лише відтворює факти, а й структурує їх у спосіб, що задає читачеві певну траєкторію інтерпретації, спрямовуючи рецепцію в потрібному напрямі [85, с. 64–70]. У концепції критичного дискурс-аналізу Зігфріда Єтера додатково наголошується, що медійний текст завжди є діяльністю зі смислотворення, а тому містить елементи впливу навіть тоді, коли претендує на нейтральність [73, с. 55–59].

Порівняння українського та німецького підходів демонструє, що обидві традиції трактують публіцистичний текст як особливу форму комунікації, у якій інформування виступає не самоціллю, а лише передумовою подальшого впливу. Прагматична сила публіцистики полягає саме у здатності спонукати читача до певного висновку, поєднуючи логічні аргументи з емоційно-оцінними ресурсами мови. У цьому сенсі комунікативна мета стає визначальним чинником, що впливає на добір мовних стратегій, жанрових форм та композиційних моделей у сучасному медіадискурсі обох мов.

Прагматичний вплив публіцистичного тексту ґрунтується на здатності мовних засобів одночасно інформувати й формувати інтерпретаційну позицію читача. У цьому стилі слово перестає виконувати суто номінативну функцію і перетворюється на інструмент конструювання оцінних орієнтирів, задає спосіб осмислення подій і створює певну емоційно-когнітивну модель дійсності. Тому прагматична організація публіцистичного тексту розгортається одразу на кількох рівнях - лексичному, тропологічному, синтаксичному та композиційному, які разом забезпечують його впливовість.

У цьому механізмі ключову роль відіграє адресант, що добирає мовні засоби

відповідно до своєї комунікативної інтенції. Публіцистика працює не стільки з фактом, скільки з його інтерпретацією, а тому прагматичний ефект залежить від того, як автор структурує текст і які мовні ресурси використовує для впливу на читацькі уявлення. Саме це пояснює, чому публіцистичний текст поєднує інформативність із прагненням скерувати адресата до певного оцінного висновку: логічна аргументація тут нерозривно переплітається з емоційністю та авторською позицією.

Одним із найпомітніших засобів реалізації такого впливу є використання лексики з підвищеним оцінним навантаженням. Тетяна Коць відзначає, що сучасні медіатексти активно залучають слова з імпліцитно емоційним компонентом, які формують установку на сприйняття ще до ознайомлення зі змістом [15, с. 89]. Позитивні характеристики - на кшталт *героїчний, вагомий, історичний* - орієнтують читача на підтримувальне ставлення, тоді як *олігархічний, згубний, агресивний, токсичний* задають негативну оцінність. Такі одиниці не просто уточнюють зміст, а «підштовхують» реципієнта до певного інтерпретаційного висновку.

Це явище підсилюється використанням конотативно маркованої лексики, зокрема усталених публіцистичних формул (*міжнародна спільнота вимагає..., експерти застерігають...*), політичних маркерів (*режим, маніпуляція, пропаганда*) та емоційно забарвлених заголовків, які формують початкову рамку сприйняття (*Країна на роздоріжжі, Новий виклик для Європи*). Такі мовні елементи працюють як «сигнали», що задають оцінну оптику для подальшого читання.

У німецькій публіцистичній традиції оцінність виражається інакше - більш стримано й раціоналізовано. За спостереженнями В. Шнайдера, німецькі журналісти часто використовують модальні дієслова (*kann, dürfte, scheint*) та інтенсифікатори (*deutlich, massiv, stark*), які формують ефект контрольованої оцінки, не переходячи до надмірної експресивності [87, с. 24–26]. Це створює відчуття об'єктивності, хоча вплив на читача залишається не менш ефективним, ніж в українській традиції.

Серед засобів прагматичного впливу важливе місце посідає метафора, яка у публіцистиці виконує насамперед концептуалізувальну функцію. Через метафоричне перенесення складні політичні чи соціальні процеси постають у доступній образній формі, що полегшує їхнє осмислення широкою аудиторією. Метафора задає «раму» інтерпретації ще до того, як читач переходить до деталей, і таким чином сприяє формуванню стабільних смислових моделей. Саме тому метафорика вважається одним із ключових інструментів впливу на читацькі уявлення: вона не просто супроводжує текст, а структурує спосіб сприйняття подій.

Послідовне поєднання оцінної лексики, конотативних засобів і метафоричних моделей формує комплексний механізм впливу, де емоційне та когнітивне працюють нерозривно. Саме ця многорівнева організація дозволяє публіцистичному тексту виконувати свої комунікативно-прагматичні функції, зберігаючи баланс між інформуванням і впливом. Отже, прагматичний аспект є ключовим для розуміння публіцистики в українському й німецькому медіадискурсі, оскільки він визначає не лише добір мовних засобів, а й спосіб конструювання суспільної думки.

У публіцистиці метафора виконує не декоративну, а концептуалізувальну функцію: вона допомагає осмислювати нові або абстрактні явища через знайомі образи, створює оцінну перспективу та забезпечує прагматичний вплив, оскільки формує очікувану емоційну реакцію читача. У сучасних дослідженнях підкреслюється, що метафоричні моделі не є випадковими - вони структурно впорядковані й відображають спільний досвід, культурні сценарії та соціальні уявлення певної мовної спільноти. Саме тому аналіз метафоричного матеріалу дозволяє простежити не лише мовні особливості тексту, а й глибші комунікативно-прагматичні наміри автора, оскільки метафора фактично виступає механізмом «наведення смислу».

Ця закономірність чітко простежується в українській публіцистичній традиції, де сформувалися типові концептуальні моделі, що регулярно відтворюються у різних жанрах. Вони виконують роль своєрідних смислових «мостів», завдяки яким

складні політичні чи економічні процеси наближаються до повсякденного досвіду читача. Метафоризація політики як боротьби (*фронт реформ, удар по опозиції*), економіки як руху (*курс падає, бюджет провисає*) або кризи як стихії (*хвиля протестів, шторм на ринку*) створює інтуїтивно зрозумілі моделі інтерпретації. Тетяна Коць справедливо зазначає, що такі метафори забезпечують «ефект включеності читача в подію», оскільки активують усталені образи колективної свідомості [15, с. 93].

У німецькій медіапрактиці простежується подібна закономірність, однак метафорика там частіше має раціоналізовану форму. За спостереженнями Дітріх Бюссе, метафори на кшталт *die politische Bühne, die wirtschaftliche Lage verschärft sich, Europa steht am Scheideweg* структурують суспільну реальність і водночас залишаються в межах аналітичного стилю викладу [55, с. 57]. Обидві традиції демонструють, що метафора зменшує складність інформації й водночас формує інтерпретаційний вектор, необхідний для ефективної комунікації.

Проте метафоричний рівень - лише одна зі складових прагматичної організації тексту. Не менш суттєву роль відіграє синтаксис, адже саме він визначає ритм, динаміку та інтонаційний малюнок повідомлення. У сучасному інформаційному середовищі, де увага читача розсіюється надзвичайно швидко, короткі речення стають особливо ефективними: вони концентрують увагу, підсилюють емоційний імпульс і створюють відчуття нагальності. Саме тому цифрові медіа часто будують повідомлення за моделлю «коротке речення → ключовий меседж → розгортання думки», що забезпечує швидке входження в тему та послідовне керування увагою читача.

Ще одним дієвим синтаксичним засобом є риторичні запитання, які створюють ефект діалогу і спонукають реципієнта до активного осмислення інформації: *Хто відповідальний за ці події? Чи готове суспільство до таких змін?* О. Пономарів наголошує, що саме риторичне запитання є одним із найпотужніших інструментів переконання, оскільки читач, формулюючи відповідь самостійно, фактично «долучається» до авторської логіки [36, с. 13]. Повтори, синтаксичні

паралелізми та інверсії підсилюють цей ефект, оскільки забезпечують ритмічність, виділення смислових домінант і структурну впорядкованість аргументації. У німецькій пресі інверсія використовується переважно для підкреслення логічних опор (*Besonders kritisch ist die Lage...*), тоді як паралелізм слугує засобом аналітичної організації тексту.

Системність цих стратегій підтверджується даними сучасної медіалінгвістики. Даніель Перрін, аналізуючи механізми створення журналістського тексту, показує, що добір мовних засобів залежить не лише від теми, а й від формату подачі, очікуваної моделі читання та інформаційного темпу середовища [83, с. 56]. На його думку, публіцистичний текст формується як модель впливу: журналіст заздалегідь проєктує, який саме емоційний або когнітивний ефект має бути досягнутий, і добирає лексичні, синтаксичні та композиційні засоби відповідно до цієї мети.

З огляду на це, закономірною виглядає думка, що прагматичні стратегії публіцистики не обмежуються рівнем окремих мовних засобів, а формують цілісну систему впливу. У німецькій дослідницькій традиції подібні висновки робить В. Шнайдер, який показує, що *Pressesprache* функціонує як упорядкований набір прагматичних механізмів: від добору дієслівних форм до способу структурування абзаців, що разом створюють інтерпретаційну рамку для читача [87, с. 45]. Таким чином, як українська, так і німецька медіакомунікація демонструє системність прагматичного впливу, хоча реалізується вона в різних стилістичних парадигмах.

Українська публіцистика, зазвичай, тяжіє до емоційності, оцінності та високої експресивності, тоді як німецькі тексти переважно дотримуються раціональної, структурно врівноваженої манери викладу. Попри відмінності у стилях, обидві моделі спрямовані на досягнення перлокутивного ефекту - формування оцінки, позиції або навіть поведінкової реакції читача. Це зближує різні медіакультури у розумінні того, що насправді визначає прагматичний потенціал тексту: його здатність керувати інтерпретацією подій.

У цьому контексті важливо враховувати загальний механізм комунікації, який будується за моделлю «автор - текст - адресат». Саме така трикомпонентна

структура дозволяє пояснити, чому навіть незначні зміни одного з елементів можуть призвести до істотної трансформації комунікативного ефекту. Ірина Семенюк наголошує, що автор публіцистичного тексту виступає не лише інформатором, а й суб'єктом впливу, який конструює висловлення з урахуванням прогнозованої реакції реципієнта [40, с. 2] . Текст, відповідно, не є простою сукупністю фактів: він функціонує як медіатор між інтенцією автора та інтерпретаційною діяльністю читача, реалізуючи як ілокутивну, так і перлокутивну силу висловлення.

В умовах масових комунікацій вирішальним стає саме перлокутивний результат - реальний ефект тексту: зміна ставлення, формування довіри або недовіри, посилення тривоги чи мобілізації. Саме через це публіцистика активно застосовує комплекс стратегій впливу - від емоційного фону до аргументативних моделей, які зумовлюють певний спосіб мислення читача.

У цифрових медіа цей механізм ускладнюється. Темп споживання інформації, багатоканальність комунікації й фрагментарність читання змінюють характер перлокутивної дії: вона стає миттєвою та часто вимірюється реакцією в режимі реального часу. Як зауважує медіадослідник Д. Перрін, сучасний журналіст фактично «пише під час читання», тобто адаптує мовні та композиційні рішення до прогнозованого руху погляду читача, його когнітивних можливостей та швидкості сприйняття [83, с. 58] . За цих умов текст перестає бути статичним - він перетворюється на частину інтерактивного медіасередовища, де автор і адресат взаємодіють у реальному часі.

Таким чином, механізм комунікації в публіцистиці є динамічною системою, що поєднує ілокутивний намір автора з передбачуваним перлокутивним ефектом. Точність прогнозування реакцій аудиторії значною мірою визначає ефективність публіцистичного впливу, а відтак - комунікативну успішність тексту.

Прагматичний потенціал публіцистичного тексту, однак, не може бути пояснений лише внутрішньомовними засобами. Значну роль відіграють екстралінгвістичні чинники - тип медіа, жанрова форма, аудиторія, формат подачі

та загальна комунікативна ситуація. У друкованій пресі, як зазначає Д. Бюссе, традиційно домінують аналітичність, послідовність аргументації та раціональний стиль викладу, що зберігає орієнтацію на структурованість і логічність [55, с. 147]. Це передбачає високий рівень доказовості та ретельний відбір фактичного матеріалу.

У цифрових медіа ситуація інша: тут переважають компресія інформації, мультимодальність і сканованість тексту. Перрін показує, що онлайн-публіцистика трансформує не лише способи подачі матеріалу, а й сам характер читання, роблячи його фрагментарним, швидким і реактивним [83, с. 59]. Це вимагає нових стратегій уваги - коротких абзаців, візуальних акцентів, заголовків-тригерів і чітких смислових блоків.

Разом із тим, Лариса Масенко звертає увагу на те, що ефективність публіцистичного впливу залежить не лише від тексту чи медіаформату, а й від комунікативної компетентності адресата: рівня його освіти, культурного досвіду, медіаграмотності [22, с. 134]. Саме тому політичні аналітичні матеріали, економічні огляди чи культурні рецензії потребують різних прагматичних моделей - від високої термінологічності до емоційного забарвлення, що забезпечує швидке включення читача в контекст.

Прагматичні характеристики публіцистичного тексту, таким чином, виявляються на кількох рівнях: від добору лексики до способу організації комунікативного акту. Однак для повного розуміння механізмів впливу цього стилю необхідно врахувати ще один важливий компонент - *орієнтацію на адресата* та *жанрову специфіку*. Саме ці параметри визначають, яким чином реалізуються інтенції автора та які прагматичні стратегії виявляються ефективними у конкретному медіасередовищі.

У німецькій дослідницькій традиції це питання посідає центральне місце. Як зазначає Г.-П. Кляйн [75, с. 36,] одним із ключових принципів функціонування *Pressesprache* є *Adressatenorientierung* - орієнтація на адресата, що впливає на добір лексики, рівень синтаксичної складності та ступінь експліцитності оцінних

елементів. Видання, орієнтовані на політично активну, висококомпетентну аудиторію, застосовують відмінні прагматичні моделі, ніж популярні онлайн-платформи, де домінують доступність, стислість і швидка реактивність тексту.

Прагматичне навантаження публіцистичного тексту формується не лише жанром чи аудиторією, а й ширшим соціальним контекстом. Дослідження сучасної німецької преси показують, що кризові періоди - війна, політичні конфлікти, економічна нестабільність - посилюють експресивність, метафоричність та оцінність матеріалів [87, с. 134]. За таких умов прагматичний вплив стає інтенсивнішим, а мовні стратегії - більш прямими, оскільки суспільний запит на інтерпретацію подій зростає.

Таким чином, екстралінгвістичні чинники - тип медіа, жанр, адресат, соціальний контекст - створюють рамку, у межах якої реалізується комунікативна інтенція автора та добираються прагматичні засоби впливу. Саме вони визначають, яким буде ступінь експресивності, характер аргументації та інтенсивність оцінних компонентів.

Узагальнюючи викладене, можна стверджувати, що комунікативно-прагматичний потенціал публіцистичного тексту формується **взаємодією трьох рівнів**:

1. **Інтенцій автора та прагматичних стратегій**, що реалізуються через лексичні, синтаксичні та стилістичні засоби (метафори, оцінність, риторичні запитання, інтонаційна динаміка).
2. **Структурних параметрів комунікації**, зокрема моделі «автор - текст - адресат» і прогнозованого перлокутивного ефекту.
3. **Екстралінгвістичних чинників**, які визначають умови функціонування тексту: тип медіа, жанр, аудиторія, соціальний контекст та медіатехнології.

У результаті публіцистика постає не лише як засіб передання інформації, а як механізм суспільного впливу, здатний формувати інтерпретаційні рамки, ціннісні орієнтири та структури колективної пам'яті. Порівняння української та німецької медійних традицій демонструє спільність прагматичних тенденцій, хоча

відмінності зумовлені культурними моделями комунікації й особливостями медійних практик кожного суспільства.

У цьому контексті важливо згадати кооперативний принцип П. Грайса, адже саме він пояснює механізми декодування інтенцій автора в публіцистичному тексті. Баланс між кількістю інформації, її якістю, релевантністю та ясністю створює умови для ефективного комунікативного акту та забезпечує прогнозованість реакції читача [71,с. 23]. Таким чином, прагматичний потенціал публіцистичного тексту - це результат взаємодії мовних стратегій автора, структурних особливостей комунікаційного процесу і соціальних умов, у яких функціонує медіадискурс.

Особливо інтенсивно прагматичні механізми впливу проявляються в політичному дискурсі, який традиційно вважають ядром публіцистики. Саме тут найбільш виразно функціонують оцінні конструкції, метафоричні моделі, риторичні прийоми та стратегії маніпуляції колективними уявленнями.

Публіцистичний дискурс характеризується високим рівнем комунікативної спрямованості, що визначає його як тип мовлення з домінантною прагматичною функцією - впливати на адресата через інформацію, аргументацію та емоційне забарвлення повідомлення. Комунікативні стратегії у цьому контексті розглядаються як загальний план мовленнєвої поведінки автора, спрямований на досягнення певного ілюкативного ефекту, тоді як тактики є конкретними мовними засобами реалізації цього плану.

У сучасній прагмалінгвістиці комунікативно - прагматичний потенціал публіцистичного тексту розглядається через призму стратегій і тактик впливу, що охоплюють не лише зміст повідомлення, а й когнітивний, емоційний та етичний рівні. Як підкреслює Тен Андріус ван Дейк, дискурс формується за багаторівневою моделлю впливу: від вибору теми й добору фактів до лексичних і композиційних акцентів, які створюють когнітивну рамку інтерпретації подій. У цьому сенсі публіцистичний текст постає не просто носієм інформації, а механізмом конструювання суспільного знання та образу реальності.[98,с. 56].

З огляду на це, важливим є розуміння процесів «кодування» та «декодування» інформації: адресант структурує повідомлення відповідно до власної інтенції, тоді як адресат інтерпретує його на основі наявних культурних кодів та очікувань. Процес розуміння змісту публіцистичного повідомлення можна уявити як послідовність дій, у яких читач відтворює той смисл, що був закладений автором під час створення тексту. Мовні засоби виступають при цьому головним інструментом кодування й подальшого декодування інформації. У цьому контексті важливо згадати положення П. Грайса, який наголошував: будь-яке висловлення, окрім прямого змісту, має ще й комунікативну мету. Саме тому він описав чотири універсальні принципи, що регулюють спілкування: дотримання достатньої інформативності, правдивості, релевантності та зрозумілості [72, с. 46].

Ці максими задають рамку, у межах якої автор формує свій намір, а читач - відтворює його. Як підкреслює О. Максимчук, у процесі створення тексту автор виходить із припущення, що адресат володіє необхідним досвідом, знанням контексту й когнітивними механізмами для правильної інтерпретації інтенції [20, с. 285]. Якщо ж між авторськими намірами та знаннями читача виникає розрив, очікуваний перлокутивний ефект - емоційний, поведінковий чи оціночний - може істотно відрізнятись від запланованого.

Прагматичний простір комунікації формується через взаємодію мовця та рецептора, що включає інтенції, очікування, стратегії тлумачення й передбачувані реакції. Як слушно зазначає М. Дудик, прагматика охоплює всю систему комунікативних намірів, ефектів, стратегій, ролей та конвенцій, що визначають спосіб взаємодії між комунікантами [10]. З огляду на це, теорія мовленнєвих актів пояснює будь-яке висловлення через три рівні: намір, спосіб його реалізації та наслідок, який воно має викликати. Публіцистичний текст особливо виразно демонструє цю триєдність, адже його ефективність напряму залежить від того, чи відбувається збіг між авторським задумом і тим, як читач інтерпретує подані факти.

У публіцистичному стилі ця система проявляється найповніше. Такі тексти поєднують широку палітру лінгвістичних засобів, що забезпечують і доступність

інформації, і впливовість викладу. Стилiстичні прийоми - метафори, порівняння, епітети, іронія - створюють додатковий емоційний шар, який активізує увагу читача та формує потрібні асоціації. Вони дозволяють як підсилити аргумент, так і задати тон розмови. Широко використовуються й риторичні запитання, що стимулюють читача до співдумання, а інколи й до співпереживання.

Не менш важливою складовою є синтаксична організація публіцистичного тексту. Аналіз показує, що в сучасних медіа переважають короткі, ритмічні речення, які забезпечують легкість сприйняття та швидкість занурення в тему. Варіювання довжини конструкцій, чергування складних і простих речень, використання вигуків створюють динаміку, яка формує своєрідний комунікативний темп. Цю тенденцію описують і дослідники журналістських жанрів, які відзначають, що синтаксична варіативність безпосередньо впливає на емоційну реакцію читача [101].

Лексичний аспект публіцистики також демонструє характерні ознаки. З одного боку, тексти орієнтовані на широке коло адресатів, а тому тяжіють до зрозумілої, «прозорої» лексики. З іншого - залежно від тематики (політичної, економічної, культурної), активно використовуються терміни, які надають повідомленню аналітичної глибини. Згідно з позицією П. Грайса, стислість і точність формулювань сприяють тому, що інформація сприймається не лише швидше, а й більш переконливо [71, с. 49].

Сучасна публіцистика також легко засвоює нові слова й формує продуктивні неологізми, що відображають суспільні настрої й актуальні події. Такі одиниці нерідко набувають символічного значення й створюють ефект «мовного маркера епохи».

Отже, лінгвістичні параметри публіцистичного стилю - стильові прийоми, синтаксичні структури та лексичне наповнення - працюють на спільну мету: інформувати, впливати й переконувати адресата. Завдяки гнучкому використанню цих засобів публіцистичні тексти водночас залишаються доступними, емоційно

насиченими й достатньо аргументованими, щоб виконувати свою ключову функцію - формувати суспільну думку.

У сучасному медіапросторі характерною є інтердискурсивність стратегій: поєднання інформаційної об'єктивності з емоційно забарвленими компонентами. Саме цей баланс забезпечує довіру, прозорість аргументації та ефективність комунікації. У результаті публіцистичний текст формує не лише інформаційне повідомлення, а й інтерпретаційний простір, у якому конструюються суспільні смисли.

А саме, комунікативні стратегії та тактики публіцистики становлять прагматичний каркас дискурсу, що забезпечує баланс між інформуванням, переконанням і емоційним впливом. Їхнє ефективне поєднання формує довіру, активізує критичне мислення та підтримує суспільний діалог - основні ознаки демократичного медійного простору XXI століття.

Когнітивно-прагматичний підхід дає змогу пояснити, яким чином у публіцистичному тексті формується смисл і чому одна й та сама подія може набувати різних інтерпретацій залежно від авторської стратегії. Центральним елементом такого підходу є поняття фрейму - ментальної структури, що організує індивідуальний і колективний досвід. Як наголошує Ч. Філлмор у праці *Frame Semantics*, саме фрейми визначають, які компоненти ситуації будуть актуалізовані під час сприйняття, які - опущені, а які отримують додаткове оцінне забарвлення. Таким чином, у публіцистичному дискурсі фрейм виступає не просто способом структурування інформації, а інструментом реалізації комунікативної інтенції автора [67, с.111].

У сучасній українській та німецькій публіцистиці фреймування дедалі частіше використовується як засіб формування моральних, політичних або емоційних орієнтирів. Наприклад, застосування фреймів «героїзму», «жертви» чи «опору» задає певний напрям інтерпретації політичних подій і впливає на те, як аудиторія вибудовує моральну перспективу. У цьому сенсі фрейм-аналіз дозволяє не лише описати мовні особливості тексту, а й відстежити приховані інтенції

автора, адже саме фрейми створюють ефект «очевидності» певних оцінок та зумовлюють, який аспект події буде сприйнято як головний.

Логічним продовженням фреймового підходу є аналіз метафори як одного з найважливіших механізмів когнітивної інтерпретації. У публіцистиці метафора не виконує декоративної функції; вона є способом концептуалізації соціальної реальності, містком між фактом і оцінкою. Метафори війни («*боротьба з корупцією*», «*фронт економіки*») чи шляху («*курс реформ*», «*рух уперед*») активують знайомі ментальні сценарії, формуючи у читача готову структуру розуміння подій. Саме тому когнітивна метафора має подвійний характер: з одного боку, вона спрощує складне, роблячи його доступним, а з іншого - непомітно спрямовує інтерпретацію у потрібному авторові напрямі.

Тож, публіцистичний текст функціонує як простір когнітивного впливу, де факт подається не ізольовано, а в певній інтерпретаційній рамці. Фрейми та метафори формують для читача когнітивний сценарій, який задає траєкторію оцінювання: сприйняття події залежить не стільки від її змісту, скільки від способу її концептуалізації. У цьому полягає прихована аргументативність публіцистики, що дозволяє поєднати інформування з ненасильницьким переконанням.

З погляду жанрової прагматики важливо враховувати, що різні жанри публіцистичного дискурсу реалізують різні моделі впливу. Новинна замітка орієнтується на стисло подачу фактів, однак короткі абзаци, добір цитат і порядок інформації все одно задають певну інтерпретаційну перспективу. Аналітична стаття передбачає раціональне опрацювання матеріалу, але й вона містить оцінні маркери - від лексичного вибору до побудови аргументації. Таким чином, жанрова форма визначає не лише структуру викладу, а й спосіб реалізації прагматичного впливу, що поєднує інформативність із інтерпретацією.

Публіцистичні жанри різняться рівнем експресивності та прагматичного навантаження. Наприклад, коментар має високу оцінність і апелятивність, тоді як репортаж спирається на ефект присутності, створюючи ілюзію достовірності. У німецьких медіа жанрова прагматика суворіше регулюється редакційними

стандартами об'єктивності, тоді як в українських вона частіше реалізується через персоніфіковану авторську позицію. Це пояснюється історичною роллю журналіста як «морального посередника» між владою та суспільством, що зумовлює природне підсилення оцінних компонентів у тексті.

У межах жанрової прагматики важливе місце посідає також інтержанровість - поєднання рис аналітичного, художнього й розмовного стилів. Таке змішування дозволяє підсилити емоційний контакт із читачем і зробити текст більш динамічним. Сучасна публіцистика дедалі частіше поєднує раціональні аргументи з елементами сторітелінгу чи особистими історіями, що формує ефект довіри та створює додаткові канали впливу на сприйняття.

Прагматична функція жанру полягає також у встановленні певної комунікативної дистанції між автором і читачем. Наприклад, у колонці допускається виразна суб'єктивність і навіть іронічність, тоді як у новинному тексті очікується стримана нейтральність. Саме ця взаємодія ролей визначає характер перлокутивного ефекту - того, як аудиторія реагує на повідомлення. Таким чином, жанр виступає не лише структурним, а й когнітивно-прагматичним чинником, що формує спосіб інтерпретації змісту.

Тобто, когнітивно-прагматичний підхід дозволяє побачити за поверхнею слів цілісну систему стратегічних рішень: як фрейми задають межі інтерпретації, як метафори формують ціннісні установки, і яким чином жанрові моделі забезпечують ефективність комунікативного впливу. Така багаторівнева організація тексту створює інтегрований механізм впливу - від структурування смислу до формування емоційного відгуку аудиторії.

Саме на цьому перетині когнітивного та комунікативного рівнів постає ще один важливий аспект сучасної публіцистики - **візуальний компонент**, який дедалі активніше впливає на інтерпретацію новинного й аналітичного матеріалу. У цифрових медіа візуальний ряд уже не є лише ілюстративним доповненням; він функціонує як повноправний засіб аргументації та смислотворення. Візуальні елементи мають власну «граматику» - колір, композиція, перспектива - і всі ці

параметри виконують прагматичні функції, що визначають тональність і вектор сприйняття повідомлення.

У публіцистиці візуальний контент одночасно виконує когнітивну та комунікативну функції. Будь-яке повідомлення сприймається крізь певну когнітивну структуру, і саме ілюстрація, обрана редакцією, активує потрібний фрейм ще до прочитання тексту. Наприклад, новина про економічну кризу, підкріплена фотографією пустої вулиці чи зачинених магазинів, створює асоціативний фрейм занепаду, який задає інтерпретаційний напрям.

Особливе місце посідає інфографіка - синтез візуального та аналітичного. Графіки й діаграми не лише спрощують сприйняття даних, а й визначають їхню ієрархію, виокремлюючи те, що журналіст вважає найбільш значущим. Розташування елементів на сторінці чи екрані перетворюється на прагматичний сигнал для читача: що винесено нагору, сприймається як головне; що подано дрібним шрифтом - як менш важливе.

Візуальний ряд і текст у публіцистиці утворюють семіотичну єдність. Підпис до фотографії, логіка добору кадрів, взаємодія між зображенням і заголовком - усе це працює на формування цілісного комунікативного ефекту. Якщо візуальний матеріал відповідає тональності тексту, він підсилює довіру; якщо суперечить - створює когнітивний дисонанс, що знижує переконливість. Тому візуальні засоби не можна розглядати як вторинний компонент: вони є складником прагматичної стратегії автора і безпосередньо впливають на якість комунікації.

Етичний вимір публіцистики, полягає у балансі між свободою самовираження і відповідальністю за наслідки впливу. Будь-який журналістський вибір - тон, заголовок, ілюстрація - має потенціал впливати на громадську думку, отже, потребує моральної рефлексії. Етика медіа не обмежується дотриманням правил; вона передбачає усвідомлення меж, у яких журналіст може дозволити собі використовувати емоційний чи візуальний тиск.

Візуальний контент особливо чутливий у цьому сенсі. Зображення людських страждань, травм чи катастроф може бути необхідним для правдивого висвітлення

подій, однак їхнє надмірне чи повторюване використання ризикує перетворити інформування на експлуатацію. Тобто журналіст зобов'язаний зважати не лише на право аудиторії знати, а й на гідність зображених осіб. Тому етична практика візуального сторітелінгу вимагає перевірки контексту, походження зображення та його інтерпретаційних наслідків.

Сучасна публіцистика дедалі частіше звертається до інтерактивних візуальних форматів - карт, графіків, «before/after»-слайдерів, що дозволяють читачеві самому досліджувати дані. Ці форми підвищують залучення, проте створюють і нові етичні дилеми, пов'язані з маніпулюванням увагою або персоналізованими даними користувача. Саме тому, прозорість методів збору інформації та чітке пояснення джерел стають невід'ємною частиною довіри в цифровій журналістиці.

Відповідальна публіцистика поєднує прагматичну ефективність візуалу з етичним самоконтролем. Вона прагне не лише викликати емоцію, а й створити простір для критичного осмислення побаченого. У цьому поєднанні полягає справжній комунікативно-прагматичний потенціал сучасного медіатексту: візуальні образи підсилюють зміст, а етична свідомість гарантує його чесність. Саме так формується нова якість публіцистики, у якій естетика, аналітика і моральна відповідальність діють як нерозривні складники професійної комунікації.

Висновки до першого розділу

Підсумовуючи проведений аналіз, слід наголосити, що **по-перше**, публіцистичний стиль є багатоплосковою мовною системою, у якій поєднуються інформативна, оцінна та експресивна функції. Він не обмежується передаванням фактів, а створює інтерпретаційну рамку, у межах якої аудиторія осмислює події. Саме тому публіцистика посідає проміжне місце між раціональними та емоційно впливовими стилями, забезпечуючи баланс між аналізом і переконанням.

По-друге, комунікативно-прагматичний потенціал публіцистичного тексту визначається інтенцією автора та прагненням вплинути на оцінки, позиції або

поведінкові орієнтири читача. Лексичні, тропологічні та синтаксичні засоби - оцінна лексика, метафорика, риторичні запитання, повтори, інтонаційна динаміка - працюють як інструменти реалізації ілюкативної сили та формування прогнозованого перлюкативного ефекту. Вони не лише описують реальність, а й програмують спосіб її інтерпретації.

По-третє, прагматична структура публіцистичного дискурсу залежить від моделі комунікації «автор - текст - адресат» та від ролі когнітивних чинників. У публіцистиці концептуальні метафори, фрейми, смислові сценарії створюють когнітивну модель подій, яка спрямовує читацьке розуміння. Саме завдяки цим механізмам текст стає засобом формування громадської думки, а не лише передаванням інформації.

По-четверте, функціонування публіцистичного стилю визначається впливом екстралінгвістичних чинників - медійного формату, жанру, типу аудиторії та соціального контексту. Друковані медіа зберігають аналітичність і раціональність викладу, тоді як цифрова публіцистика тяжіє до стиснення, мультимодальності й підсиленої емоційності. У цих умовах посилюється значення етичних аспектів комунікації, оскільки швидкість і масштаб поширення інформації підвищують відповідальність автора за точність, коректність і недопущення маніпулятивних стратегій.

Отже, публіцистичний стиль постає як динамічна система, у якій взаємодіють мовні, когнітивні, прагматичні та соціально-комунікативні чинники. Його комунікативно-прагматичний потенціал полягає у здатності формувати інтерпретаційні моделі, забезпечувати суспільний діалог і впливати на формування громадської думки в сучасному медіапросторі.

РОЗДІЛ II

ДИСКУРСИВНО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТІВ НІМЕЦЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ (2022–2025 РР.)

2.1. Типологія та лексико-семантичні характеристики публіцистичних текстів німецькою та українською мовами (2022–2025 рр.)

Сучасний публіцистичний дискурс німецької та української мов функціонує в умовах безпрецедентної інтенсивності інформаційних потоків, гібридних загроз та глобальних викликів, серед яких центральне місце посідає російсько-українська війна, енергетична криза, міграційні процеси й трансформація європейського медіапростору після 24 лютого 2022 року. Саме тому період 2022–2025 рр. обрано як об'єкт аналізу: він характеризується максимальною концентрацією спільних тематичних полів у німецькомовних та україномовних якісних медіа, що дозволяє виявити як універсальні, так і культурно специфічні комунікативно-прагматичні механізми.

Актуальність звернення до цього періоду зумовлена насамперед зростанням прагматичної навантаженості публіцистичного мовлення, коли текст перестає бути нейтральним каналом передачі інформації та перетворюється на засіб формування громадської позиції, мобілізації солідарності або легітимації політичних рішень [35, с. 298; 82, с. 189].

Війна в Україні стимулювала появу нових лексико-семантичних полів («*Zeitenwende*», «*путінська росія*», «*європейська солідарність*», «*енергетична зброя*»), що відображають зміну соціально-політичних реалій і потребують контрастивного аналізу. Водночас, попри належність до спільного європейського інформаційного простору, німецькі та українські медіа демонструють різні стратегії вербалізації тих самих подій, що свідчить про глибинні історико-культурні різниці [19, с. 212].

У дослідженні типології публіцистичних текстів спираємося на праці українських і зарубіжних лінгвістів, зокрема О. Л. Кульчицької, яка виділяє аналітичний, полемічний, агітаційний, есеїстичний та гібридний типи сучасного українського публіцистичного дискурсу [17, с. 210].

Німецькі медіалінгвісти [54, с. 489; 50, с. 312] пропонують класифікацію за ступенем авторської присутності та інституційними характеристиками видань, виділяючи *Kommentar*, *Glosse*, *Reportage*, *Feature* та *Interview*. У нашому корпусі текстів 2022-2025 рр. найбільш репрезентативними виявилися три типи, які структурно й функціонально поєднують напрацювання обох традицій:

1. аналітично-коментарний;
2. емоційно-оцінний;
3. гібридно-есеїстичний.

Особливо динамічним у цей період став лексико-семантичний рівень публіцистики. З'явилися нові лексичні одиниці та стійкі словосполучення, які відображають воєнний і поствоєнний контекст: «*Zeitenwende*» (О. Шольц, 27.02.2022), «*Waffenhilfe*», «*Sanktionspolitik*», «*Solidarität mit der Ukraine*» у німецькій пресі; «російська агресія», «європейська солідарність», «захист демократії», «енергетичний терор» - в українській [5, 312 с.],[29, 190 с.],[80, 267 с.]. Особливо показовим є процес семантичної деривації: нейтральні раніше слова набувають виразної оцінної конотації («росія» → «режим путіна», «Росія» → «держава-агресор», «Gas» → «Gaswaffe»).

Значну роль у формуванні смислу сучасного медійного дискурсу відіграє також активізація метафоричних моделей. Як українські, так і німецькі дослідники відзначають спільні тенденції в доборі метафоричних схем. Зокрема, Слободянюк [43, с. 145] та Штокл [92, с. 298] незалежно один від одного фіксують домінування воєнної, хвороботворної та стихійної метафорики, яка стала характерною для обох медійних просторів після 2022 року. Водночас емоційне забарвлення цих моделей є відмінним: українська публіцистика частіше апелює до образів боротьби та опору («Україна тримає фронт демократії»), тоді як німецькі тексти тяжіють до

модельовання відповідальності та історичної рефлексії («*Deutschland trägt Verantwortung*», «*niemals wieder 1938*»). Такі розбіжності свідчать про різні культурні сценарії, які активізуються під час висвітлення спільних подій.

Прагматична спрямованість лексико-семантичних засобів також проявляється у використанні евфемізмів і дисфемізмів. Українська публіцистика 2022-2025 рр. демонструє виразну тенденцію до дисфемізації образу ворога: «*орки*», «*рашисти*», «*терористична держава*». Ці найменування виконують не лише емоційно-оцінну, а й мобілізаційну функцію. Німецькі ж медіа дотримуються більш стриманої, інституційно врегульованої манери, обмежуючись нейтрально-негативними або евфемістичними конструкціями на кшталт «*russische Führung*», «*Aggressor*», «*völkerrechtswidriger Angriffskrieg*» [7, с. 224; 57, с. 312; 16, с. 156]. Таким чином, український дискурс вирізняється експресивністю й інтенсивним оцінним маркуванням, тоді як німецький орієнтується на юридично-політологічну точність формулювань.

Для системного опису цих тенденцій важливо визначити типи лексико-семантичних засобів, які беруть участь у формуванні прагматичного ефекту тексту. Спираючись на напрацювання Бехти, Серис, [4, с. 280; 89, с. 312] та Кіселєвська-Крисюк [74, с. 245], доцільно виділити чотири групи лексичних одиниць, що найбільш активно реалізують впливову функцію публіцистики:

1. лексика високої оцінності та експресивності;
2. терміни-символи та ключові слова періоду;
3. прецедентні феномени та культурні алюзії;
4. номінації-стереотипи та ідеологеми.

Подальший аналіз здійснюється на матеріалі публіцистичних текстів німецькою та українською мовами, опублікованих у провідних якісних медіа протягом 2022–2025 рр. Вибір саме цих ресурсів зумовлений їхньою репрезентативністю та значним впливом на формування суспільних інтерпретацій у своїх країнах.

Детальний розгляд лексико-семантичних полів, які активізувалися у визначені роки, дозволяє виокремити чотири домінуючі тематичні кластери, що функціонують як ключові інтерпретаційні рамки сучасної української та німецької публіцистики. Їхня природа не обмежується суто лінгвістичним рівнем: кожен кластер є водночас елементом прагматичної стратегії медіадискурсу, спрямованої на формування певної моделі сприйняття подій.

Перший кластер - **«агресія - зло - терор»**, який найбільш інтенсивно проявляється у період активної фази російсько-української війни. В українських медіа він реалізується через широке використання емоційно насичених номінацій: *терористична держава, путінський режим, рашизм, орки, нелюді, звірі, гобліни, свинособаки, мордор, імперія зла 2.0, держава-терорист, енергетичний терор, ядерний шантаж*. Ці одиниці виконують не лише номінативну, а й оцінно-мобілізаційну функцію, формуючи образ ворога як носія абсолютного зла.

У німецькому дискурсі той самий кластер представлений більш стриманими, але юридично вагомими формулюваннями: *Aggressor, russische Führung, Putin-Regime, völkerrechtswidriger Angriffskrieg, Kriegsverbrechen, Terror gegen Zivilisten*. На відміну від українських зооморфних та демонізуючих метафор, німецькі лексеми тяжіють до правничо-політологічного реєстру, який забезпечує логічну дистанцію та структуровану аргументацію. Це відповідає комунікативній культурі німецьких ЗМІ, що традиційно уникають емоційної ескалації навіть в умовах кризи.

Другий кластер - **«Україна - герой - фортеця»**, що репрезентує конструювання позитивної національної ідентичності в умовах війни. В українських текстах домінують метафори та символічні номінації: *фортеця свободи, щит Європи, країна-герой, нація незламна, український дух, козацька кров, Маріупольська Голгофа*. Вони створюють міфопоетичний образ України, що виконує консолідуючу та терапевтичну функцію для суспільства.

Німецькі відповідники (*tapfere Ukraine, heldenhafte Verteidigung, Symbol der Freiheit*) засвідчують підтримку та повагу, але не формують цілісної міфологеми. Тексти німецької преси, навіть коли визнають героїчність українського спротиву,

залишаються в межах аналітичної моделі викладу, спрямованої на раціональне обґрунтування допомоги Україні (постачання зброї, санкційна політика, реформування європейської безпеки).

Третій кластер - «Європа - солідарність - відповідальність» - уособлює ідеологічне осмислення війни в ширшому цивілізаційному контексті. Український дискурс апелює до конструкцій: *європейська сім'я, повернення в європейський дім, спільна європейська доля*, які підкреслюють цивілізаційний вибір України та її інтеграцію до європейського ціннісного простору.

У німецьких текстах ця тема отримує інше семантичне наповнення: *europäische Solidarität, besondere Verantwortung Deutschlands, Wertegemeinschaft, Zeitenwende*. Ключовим концептом є *Zeitenwende*, який після виступу Олафа Шольца (27.02.2022) став символом переосмислення німецької зовнішньої та безпекової політики. Таким чином українські тексти тяжіють до емоційно-ідентифікаційних моделей, тоді як німецькі - до інституційно-політичних моделей інтерпретації.

Четвертий кластер - «перемога - світло - майбутнє», який формує оптику колективної надії. В українському медіапросторі поширені формули: *перемога буде за нами, світло переможе темряву, українська весна, нова Україна*, що відтворюють есхатологічну та оптимістичну риторичку, поєднуючи реалістичні прогнози з символічними образами відродження.

Німецька преса натомість використовує раціональніші конструкції: *die Ukraine darf nicht verlieren, ein Sieg der Ukraine ist möglich, ein demokratisches Europa*, уникаючи опозиції «світло/темрява». Тут прагматична задача полягає не в мобілізації, а у створенні аргументованого прогнозу, прийняттого для політичної аудиторії.

Важливо підкреслити, що зазначені кластери не є ізольованими: у реальних публіцистичних текстах вони взаємодіють та формують складні **прагматичні конфігурації**, що визначають емоційний і когнітивний ефект повідомлення. Наприклад, матеріали української преси можуть поєднувати кластер «агресія - зло

- терор» із кластером «Україна - герой - фортеця», створюючи дуальну опозицію, яка забезпечує максимальну релевантність для читача в умовах війни. У німецькому дискурсі частіше поєднуються кластери «солідарність - відповідальність» та аналітичні характеристики агресії, що формує збалансовану модель раціональної підтримки України.

Проведений аналіз засвідчує, що лексико-семантичні характеристики українського та німецького публіцистичного дискурсу 2022–2025 рр. формуються під впливом спільних політичних реалій, але реалізуються через різні інтерпретаційні стратегії й культурні моделі. Саме ці відмінності дають змогу простежити, як два медіапростори вербалізують спільні європейські виклики, вибудовуючи власні комунікативно-прагматичні механізми впливу.

Таким чином, аналіз типологічних та лексико-семантичних характеристик публіцистичних текстів німецькою та українською мовами засвідчує, що обидва медіапростори, перебуваючи в умовах спільних геополітичних викликів, виробили відмінні, але взаємодоповнювальні моделі мовного реагування. Український дискурс демонструє високий ступінь емоційності, експресивності та мобілізаційного потенціалу, що зумовлено безпосереднім досвідом війни та потребою у внутрішній консолідації суспільства. Німецька публіцистика, навпаки, вибудовує інтерпретацію подій переважно через призму раціональності, правових категорій та інституційної відповідальності, забезпечуючи стабільний європейський контекст осмислення війни.

Виявлені кластери лексико-семантичних полів, спільні та відмінні номінаційні моделі, а також специфіка прагматичного навантаження ключових концептів свідчать, що публіцистичний дискурс у період 2022–2025 рр. став не лише інструментом інформування, а й механізмом формування політичних смислів, суспільних емоцій та ціннісних орієнтирів. Саме через мову медіа дві національні спільноти вибудовують способи інтерпретації реальності, визначають роль Європи у війні та моделюють уявлення про майбутнє.

Отримані результати є фундаментом для подальшого аналізу комунікативних стратегій і тактик, що застосовуються у німецьких та українських публіцистичних текстах, а також для виявлення прагматичних механізмів їхнього впливу на аудиторію. У наступному підрозділі буде зосереджено увагу на конкретних мовних реалізаціях стратегій переконання, оцінювання та мобілізації, що впливають із встановлених типологічних та лексико-семантичних параметрів.

2.2 Стилiстичнi та дискурсивнi стратегiї впливу в нiмецькомовних та україномовних публіцистичних текстах (2022–2025 рр.)

У 2022–2025 рр. стилістичні та дискурсивні стратегії у публіцистичних текстах стали одним із ключових механізмів формування суспільної думки. Медіадискурс в обох країнах реагує на спільні політичні реалії - збройну агресію Росії, енергетичну кризу, трансформацію європейської безпеки - але інтерпретує їх через різні культурні моделі. Українські видання зосереджуються на мобілізації та емоційному впливі, тоді як німецькі - на раціоналізації, оцінюванні відповідальності та юридичній точності.

Порівняльний аналіз українських та німецьких публіцистичних матеріалів показує, що попри значні культурні та історичні відмінності, обидві медіасфери реагують на війну через сформовані дискурсивні рамки, проте роблять це різними засобами та з різними прагматичними акцентами. Це особливо помітно у стратегіях легітимації політичних рішень, делегітимації агресора, залучення читача до емоційного досвіду та побудови історичних паралелей.

Однією з найпомітніших стратегій 2022–2025 рр. є створення позитивного образу «свого» колективу. В українських медіа вона реалізується через високу експресивність і метафоричність. Наприклад, у статті «Україна тримає фронт демократії» (*Українська правда*, 12.03.2023) журналіст підсилює відчуття національної місії, пов'язуючи оборону не лише з фізичною боротьбою, а й з ціннісною стійкістю.[45]

У німецькій пресі підтримка України зазвичай вибудовується на основі політичної відповідальності та нормативних зобов'язань. У матеріалі Федерального уряду «Deutschland steht fest an der Seite der Ukraine» (2023) підкреслюється, що стійкість Німеччини у підтримці України впливає з «обов'язку захищати свободу та міжнародний правопорядок», а сама війна трактується як загроза не лише одній державі, а всій європейській безпеці. [56]

Аналогічна логіка простежується у Die Zeit, де в статті «Solidarität ist Pflicht» (05.10.2022) підтримка України визначається як моральний обов'язок, невиконання якого загрожує втратою довіри з боку партнерів та внутрішньою дезорієнтацією. Такий стиль аргументації спирається на раціональні, нормативні та історично вивірені категорії, уникаючи надмірної емоційності.[65]

Українські медіа використовують іншу логіку. У статті Української правди «Україна потребує більше озброєння для захисту цивільних» (08.01.2023) потреба озброєння пояснюється не лише військовою ситуацією, а й захистом життя цивільного населення. Такі матеріали поєднують політичну раціоналізацію з яскравими гуманітарними аргументами, формуючи відчуття невідкладності та прямого зв'язку між рішеннями міжнародних партнерів і збереженням людських життів. Для українського дискурсу характерна виразна емоційність, безпосередність і акцент на моральній складовій.[47]

Стратегія делегітимації агресора також демонструє суттєві розбіжності. Українські матеріали, наприклад «Росія - держава-терорист» (Українська правда, 29.07.2022), містять чіткі оцінні маркери й використовують лексику, яка передає масштаб насильства та моральну неприйнятність дій агресора. Дисфемізми та різко негативні позначення («нелюди», «рашисти», «орки») у цьому випадку виконують функцію мобілізації та посилення внутрішньої консолідації.[46]

У німецьких виданнях така лексика практично не з'являється. У Frankfurter Allgemeine Zeitung («Ein völkerrechtswidriger Angriffskrieg», 2022) та Süddeutsche Zeitung («Die Kriegsverbrechen von Butsch») агресія описується через терміни міжнародного права: «völkerrechtswidrig», «Kriegsverbrechen», «Putin-Regime»,

«russische Führung». Натомість оцінність досягається точністю фактів і юридичною рамкою, що для німецького суспільства є більш переконливими інструментами, ніж емоційне забарвлення.[69]

Історичні паралелі у двох дискурсах також різняться. У німецьких медіа війна часто інтерпретується через досвід 1938 року та політику умиротворення, зокрема у матеріалі Die Zeit «2022 ist ein Wendepunkt wie 1938». Наголос робиться на небезпеці повторення помилок минулого та необхідності рішучої позиції. Такий підхід став домінантним після промови Олафа Шольца 27 лютого 2022 року, у якій було вперше вжито концепт *Zeitenwende* - «переломної точки», що змінила парадигму безпеки для Німеччини.[66]

В українських матеріалах історичні аналогії мають інший характер - вони укорінені у національній пам'яті та досвіді виживання. У статті НВ «Голодомор і Буча - різні сторінки однієї боротьби за виживання» паралелі вибудовуються між радянськими злочинами та сучасними воєнними злочинами Росії. Подібним чином осмислюється трагедія Маріуполя, яку описують як «рану, що не перестає кровоточити». Для українського дискурсу історія є не лише аргументом, а й частиною колективної ідентичності, що актуалізується в умовах загрози. [28]

Емоційне залучення в обох медіапросторах реалізується по-різному. Українські тексти часто використовують персональні історії, свідчення очевидців, розповіді про втрати, що дозволяє читачеві відчувати безпосередній зв'язок із подіями. У німецьких виданнях емоційність зазвичай передається документальною точністю, як у матеріалі *Süddeutsche Zeitung* про дітей із Бучі, де сила впливу досягається не експресивністю, а стриманим викладом фактів і збереженням етичної дистанції.[95]

Іронія також функціонує по-різному. В українських онлайн-медіа, як у статті «Друга армія світу знову „геніально“ втекла під Бахмутом» (Українська правда), вона виступає інструментом психологічного розвантаження та колективної стійкості. У німецьких виданнях (наприклад, у рубриках *Glosse* у *Süddeutsche Zeitung*) іронія має більш обмежений, аналітичний характер і

спрямована передусім на викриття пропагандистських маніпуляцій.[48]

Загалом, матеріал свідчить, що обидві медіасистеми працюють із подібними темами, але реалізують їх у різних прагматичних регістрах: українська публіцистика вибудовує дискурс виживання та спротиву, тоді як німецька - дискурс відповідальності й переосмислення власної політичної традиції.

Таким чином, стилістичні та дискурсивні стратегії обох медіапросторів демонструють два різні, але комплементарні способи формування політичної реальності. Український дискурс - експресивний, емоційно насичений, мобілізаційний - будується навколо фрейму опору та виживання. Німецький - аналітичний, нормативний і раціональний - спирається на фрейм відповідальності, права та демократії. Разом вони формують сумарний європейський інформаційний ландшафт, у якому події 2022–2025 рр. отримують багатовимірне, але узгоджене інтерпретаційне поле.

У сучасній українській публіцистиці стратегія солідарності реалізується передусім через постійне використання інклюзивного займенника «ми», який охоплює всю націю та створює відчуття спільної відповідальності й причетності до подій. Такі висловлювання посилюють відчуття колективної суб'єктності, що особливо помітно у високих стилістичних реєстрах. Наприклад, промова Володимира Зеленського «Україна сьогодні - це щит Європи...» (2.06.2022) або слова Дениса Шмигала: «Україна сьогодні - це щит Європи. Це щит проти російського імперіалізму, варварства, авторитаризму» (22.01.2024) функціонують не просто як політичні заяви, а як мовні конструкції національної єдності, що формують мобілізаційний фрейм.

На цьому тлі німецький дискурс демонструє суттєво іншу модель інклюзивності: інклюзивне «wir» використовується значно рідше і, як правило, у строго визначених політичних контекстах, де його зміст обмежується рамками «Європи», «Заходу» або «ми в Німеччині». У матеріалі *Die Zeit* із формулою «Europa muss jetzt zusammenstehen» фокус робиться на наднаціональній спільноті, а не на окремій державі. Це узгоджується із заявами офіційних осіб: так, Олаф

Шольц у своїй урядовій промові (Deutscher Bundestag, Plenarprotokoll 20/40, 01.06.2022) підкреслює не національну, а європейську відповідальність: «Wir Deutsche tragen eine besondere Verantwortung für Frieden in Europa. Unsere Nachbarn und Verbündeten schauen auf uns, erwarten Klarheit, Entschlossenheit und gemeinsames Handeln».

Таким чином, німецький дискурс відходить від емоційно забарвлених формул національної мобілізації та тяжіє до раціонального, інституційного тлумачення солідарності як виконання наддержавного обов'язку.

Відповідно до цього розрізнення стилістичні засоби обох дискурсів теж функціонують по-різному. Українські тексти активно використовують високий штиль, патріотичну риторику, біблійні або міфологічні алюзії («Голгофа української свободи», «козак європейського духу»), що створює драматичну, експресивну рамку подій. Німецькі ж медіа, навпаки, уникають пафосу й підкресленої емоційності, надаючи перевагу стриманим оцінкам та раціоналізованим поясненням, що відповідає комунікативним нормам німецької політичної журналістики [18, 168 с.].

На тлі цих відмінностей стратегія делегітимації ворога демонструє ще контрастнішу різницю між двома медіапросторами. Українська публіцистика 2022–2025 рр. вдається до безпрецедентного рівня дисфемізації, що проявляється у використанні зооморфних, демонізуючих або медичних метафор: «російський терористичний режим», «орди», «рашизм», «гобліни», «звірі в людській подобі», «свинособаки», «пухлина людства», «ракова пухлина Європи» [29; 5, 312 с.]. Ці номінації виконують подвійне завдання: з одного боку, вони емоційно окреслюють межу між «своїми» й «ворогом», а з іншого - формують дискурсивну реальність, у якій агресор позбавлений морального статусу, а отже, підкреслюється легітимність спротиву.

Німецька преса діє принципово інакше. Тут переважають описові, політично коректні номінації: «die russische Führung», «Aggressor», «Putin-Regime», «völkerrechtswidriger Angriffskrieg». Вони стабільно функціонують у медійному та

офіційному політичному дискурсі (зокрема, у заявах SPD-Fraktion im Bundestag та аналітичних матеріалах про російський напад)[91]. Навіть у гострих коментарях провідних німецьких видань дисфемізми практично не з'являються; натомість журналісти вдаються до іронії та сарказму.

Так, описуючи політику США або діяльність окремих політиків, медіа вживають формули «sich als Friedensstifter gerieren» або «sich als Friedensstifter inszenieren», а щодо Путіна підкреслюють протиставлення між образом «Friedensstifter» і реальною роллю «Kriegstreiber» [72]. У низці колонок і есе іронічно розглядається й сама «Friedensliebe» як мовне кліше, наприклад у вислові «blumenbekränzte Friedensliebe» [93]. Таким чином, німецький дискурс делегітимації ворога відбувається не шляхом демонізації, а через демаскування та логічно-політичне викриття.

Логічно продовжуючи попередні стратегії, стратегія історичної аналогії виявляє, наскільки глибоко обидві медіасистеми використовують історичну пам'ять як інструмент пояснення та мобілізації. В українському дискурсі вона має структурний характер: події після 24 лютого 2022 року майже автоматично вписуються в добре відомі наративні схеми ХХ століття. У матеріалі телеканалу СТБ наголошується, що «війна в Україні йде за сценарієм Другої світової», а поведінка путіна зіставляється з політикою Гітлера - реваншизмом, культом війни, зневагою до міжнародного права [44].

Подібно до цього активізується й пам'ять про Голодомор: блокування експорту зерна або атаки на аграрну інфраструктуру трактується як спроба створити «новий голодомор» [50; 84]. Сам вираз стає частиною як публічної риторики, так і медійного фактчекінгу, який відстежує пропагандистські маніпуляції.

Важливою складовою цього наративного поля є апеляція до боротьби Української повстанської армії: у зверненнях державних інституцій сучасні захисники України зіставляються з повстанцями 1940-х років («Сучасні Збройні сили України незламні, як воїни УПА...» [9]). Це порівняння накладає на сучасні

події рамку тривалої боротьби за суб'єктність і гідність, створюючи образ історичної тяглості опору [50].

Німецький дискурс також активно користується історичними аналогіями, проте структура їхнього застосування інша. У провідних аналітичних текстах війна в Україні трактується як нагадування про те, що нехтування міжнародним правом - шлях до повторення катастроф минулого. У німецьких публікаціях фігурують формули «Wiederholung der Geschichte», «Warnung aus der Geschichte», що актуалізують тінь досвіду 1938 та 1939 років [78]. У доповідях про дезінформацію наголошується, що маніпулятивні наративи часто відтворюють структури «історичних повторень», аби посіяти сумніви щодо підтримки України серед німецького населення [62].

Загалом історичні паралелі в обох медіадискурсах виконують подвійну функцію: з одного боку, вони пояснюють природу теперішньої війни, вписуючи її в тривалі історичні процеси; з іншого - мобілізують моральні ресурси суспільства, формуючи переконання, що сьгоднішні дії є не лише реакцією на конкретний конфлікт, а й продовженням історичної боротьби за свободу, право та справедливість.

У такому ключі медіатексти не просто інформують - вони мобілізують пам'ять, моральну відповідальність і готовність до дій. Саме через цю багаторівневу роботу з історичними смислами український і німецький дискурси вибудовують різні моделі інтерпретації війни, які водночас і доповнюють, і коригують одне одного.

На цьому тлі природно постає наступний важливий вимір дискурсивного впливу - емоційне залучення та емпатія, які відіграють ключову роль у формуванні суспільної реакції на воєнну реальність. Якщо історичні паралелі працюють як інтелектуальний та моральний інструмент мобілізації, то емпатичні стратегії апелюють до особистого, внутрішнього досвіду читача, підсилюючи відчуття близькості трагедії та невідворотності морального вибору.

У цьому аспекті українська публіцистика демонструє виразну тенденцію до

максимального «підтягування» читача до травматичного досвіду війни. Це досягається через персональні історії, емоційні свідчення, голоси батьків загиблих чи зниклих дітей, детальні описи руйнувань. Типовим прийомом є пряме звернення або риторичне запитання, що індивідуалізує трагедію та робить її емоційно невідворотною: «Уявіть, що це ваша дитина», - каже Катерина Осадча, коментуючи історію українського хлопчика, викраденого чеченськими військовими і впізнаного випадково в чат-рулетці [30].

Інший різновид емпатичного нарративу - тексти, які зосереджуються на досвіді втрати не як абстрактного факту, а як фізично відчутного, тривалого процесу. У матеріалі «Радіо Свобода» про п'ятьох дітей, убитих росією, докладно описується, як тіло однієї дитини «понад два місяці лежало під завалами» будинку в Маріуполі, поки рідні добивалися можливості поховання [37]. Такі тексти не просто інформують: вони свідомо створюють ситуацію моральної співучасті - «уяви, що це твоя дитина», «твій дім», тим самим перетворюючи читача на співпереживача, а не спостерігача.

На противагу цьому, німецька преса реалізує емпатію переважно опосередковано, через документальність і фактичну точність, уникаючи експресивної прямої. У матеріалі Deutschlandfunk про злочини в Бучі наголошується: «Nach dem Abzug russischer Truppen waren in Butscha Hunderte getötete Zivilisten teilweise mit gefesselten Händen auf den Straßen gefunden worden» [58]. Подібний підхід спостерігаємо і в Süddeutsche Zeitung: «Kiewer Vorort ..., wo Hunderte Zivilisten getötet wurden» [94], а також у Die Zeit та Stern, де описують «Hunderte Leichen» із «gefesselten Händen» і «Schusswunden aus nächster Nähe», не переходячи до емоційних оцінок [63].

Таким чином, обидві медіасистеми досягають співпереживання, але різними шляхами: українська - через адресну, персоніфіковану емпатію, німецька - через детальне документування злочину, що дозволяє читачеві самотійно дійти морального висновку.

Логічним продовженням цих стратегій, спрямованих на формування

емоційних та когнітивних рамок, є використання іронії та сатири, які виконують подвійну функцію - захисну та викривальну. В українській публіцистиці іронія нерідко переходить у сарказм або чорний гумор, що дозволяє дистанціюватися від травматичного досвіду й одночасно оголює абсурдність російських пропагандистських наративів. Поширеним прийомом стає інверсія пропагандистської лексики: так, намір путіна «демілітаризувати Україну» подають як самодемілітаризацію російської армії, яка стрімко втрачає техніку, а танковий завод іде у «відпустку» в розпал війни [34]. У матеріалах Міноборони й профільних медіа систематично обігрується абсурдність заяв про «денацифікацію», яка на практиці перетворилася на руйнування лікарень, шкіл і цивільної інфраструктури [1].

Висновки до другого розділу

Проведений аналіз показав, що екстралінгвальні події 2022–2025 рр. суттєво змінили мовні та прагматичні параметри української й німецької публіцистики, формуючи різні моделі впливу на читача. Узагальнюючи результати, можна визначити такі основні положення.

По-перше, публіцистика обох мов відійшла від суто інформативної функції та перейшла до мобілізаційної, солідаризуючої й делегітимізуючої, що зумовило появу нових типів текстів із посиленням прагматичним потенціалом.

По-друге, на лексико-семантичному рівні спостерігається формування спільних концептуальних кластерів («війна», «солідарність», «відповідальність»), проте їх емоційне наповнення різне: українські тексти активно використовують експресивні й демаркаційні одиниці («орки», «терористична держава», «щит Європи»), тоді як німецькі тяжіють до нейтрально-негативних юридично точних формулювань («Aggressor», «Putin-Regime»).

По-третє, стилістичні та дискурсивні стратегії суттєво різняться: українська публіцистика формує «гарячий» дискурс опору з високою емоційністю, прямою

дисфемізацією й активними історичними паралелями, тоді як німецька реалізує «холодний» дискурс раціональної рефлексії, де домінують фактологічність, стримані аналогії та непряма іронія.

По-четверте, спільні стратегії (історичні аналогії, емоційне залучення, легітимація рішень) у двох культурах мають різний вектор: український дискурс апелює до досвіду жертви та боротьби, німецький – до історичної відповідальності й потреби подолати пасивність. Це доводить, що однакові події вербалізуються через різні комунікативно-прагматичні моделі, детерміновані історичною пам'яттю та культурними традиціями.

Узагальнюючи, результати підтверджують гіпотезу про принципову відмінність прагматичних моделей української та німецької публіцистики під впливом спільних викликів. Саме ці відмінності становлять основу подальшого порівняльного аналізу в наступному розділі.

РОЗДІЛ III.

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ УКРАЇНСЬКИХ ТА НІМЕЦЬКИХ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТІВ (2022–2025 РР.)

3.1. Спільні та відмінні комунікативно-прагматичні риси німецькомовних та україномовних публіцистичних текстів

Незважаючи на суттєві культурні відмінності, німецькі та українські медіа 2022–2025 рр. демонструють низку спільних комунікативно-прагматичних характеристик, що свідчать про входження обох традицій до єдиного європейського ціннісно-інформаційного простору:

1. Домінування оцінної функції над інформативною. Усі тексти корпусу (100%) містять виражену авторську позицію, що є відходом від класичного об'єктивізму навіть для німецької преси.

2. Спільне концептуальне ядро «війна – свобода – солідарність відповідальність – переломний момент». Ключові концепти «Zeitenwende»/ «переломний момент», «європейська солідарність» / «Solidarität mit der Ukraine», «захист демократії» / «Verteidigung der Demokratie» є наскрізними для обох корпусів.

3. Використання метафорики боротьби, хвороби та стихії. Воєнна метафорика («фронт», «оборона», «атака»), медична («пухлина», «вірус рашизму» / «Krebsgeschwür»), стихійна («цунами агресії» / «Flächenbrand») є універсальною.

Узгодженість метафоричних полів та історичних аналогій у двох медіасферах доповнюється ще однією важливою рисою - підвищенням оцінної тональності. Якщо на початку досліджуваного періоду німецька преса здебільшого дотримувалася аналітичної дистанції, то вже з весни 2022 року ситуація помітно

змінюється. Німецькі редакції, які раніше трималися відстороненого стилю, тепер дозволяють собі прямі оцінки.

Промова Олафа Шольца у Бундестазі 27 лютого 2022 року -, де війна називається „*menschenverachtend*“ і „*völkerrechtswidrig*“ - стала для німецького медійного поля своєрідною точкою перегляду власної риторики [86, 60]. У колонках Die Zeit далі з'являлися фрази на кшталт: „*erst kommt der Gaspreis, dann die Moral*“, де журналісти відверто сперечаються з настроями суспільства [53].

В Україні цей зсув до оцінності був природнішим: тексти від самого початку повномасштабної війни говорили прямо. У передмових до книжки Володимира В'ятровича «*Наша столітня*» війна постає як продовження багаторічного спротиву імперській політиці росії – і це формує такий самий відвертий стиль і в медіа [6].

Хоч терміни в нас різні, зміст – спільний. Для німців слово „*Zeitenwende*“ стало коротким формулюванням того, що «світ до 24.02 і після нього» – це два різні світи [86; 61]. Для українців відповідником стає «переломний момент». Ті самі зміщення стосуються й інших концептів: солідарність (*Solidarität mit der Ukraine*), оборона демократії (*Verteidigung der Demokratie*), відповідальність. У публікаціях Національного інституту стратегічних досліджень, де йдеться про європейську допомогу, акценти ті самі – прозорість, відповідальність, спільність дій [61]. Фактично, обидві медіасфери крутилися довкола однієї групи понять, хоч і в різному емоційному реєстрі.

Німецькі тексти часто повертають читача до досвіду Другої світової та Холодної війни. У матеріалах політичної освіти (Bundeszentrale für politische Bildung, Landeszentrale für politische Bildung) російське вторгнення майже завжди подається в ширшому історичному ряду – як повернення до старих схем «сфер впливу» [52].

В Україні аналогії ще сильніші. І не лише до ХХ століття, а й до тривалішої історичної лінії: Буча, Маріуполь, Ізюм у публіцистиці часто стоять поруч із

Голодомором чи радянськими каральними практиками, про що пишуть і у списку статей до «*Нашої столітньої*» [27].

Спільним є саме прагнення не просто зафіксувати факт, а показати: «ми вже бачили це». При цьому німецькі тексти подають це в аналітичнішій формі - як застереження (*Warnung aus der Geschichte*), тоді як українські роблять наголос на особистому досвіді та пам'яті.

У текстах обох країн з'являється ціла хвиля метафор, які дозволяють окреслити війну як щось більше, ніж сукупність бойових дій. В Україні: «вірус рашизму» у Faktu ICTV [39], «розповзається світом» у *АрміяInform* [2], «цунамі агресії» у міжнародних оглядах [102].

У Німеччині – інші слова, але той самий зміст: Гаррі Каспаров у цитованому німецькими виданнями виступі називає путінську систему „*Krebsgeschwür*“ [96], а у Deutschlandfunk звучить питання, чи не переросте війна у „*Flächenbrand*“ – пожежу, яка виходить за межі кордонів [59].

Це різні способи сказати одне: війна поводитьсь як щось, що поширюється і може перекинутися далі.

Українські медіа з перших місяців розповідали війну через конкретні історії. У серії Радіо Свобода про вбитих дітей [38] або в репортажах із Бучі на Укрінформі [49] трагедія подається через чіткі людські голоси, через деталі, які складно стерти з пам'яті.

У німецьких виданнях ця тенденція з'явилася трохи пізніше, але після квітня 2022 року її важко не помітити. Репортаж *Die Zeit* „*Butscha: Jeden Tag eine Beerdigung*“ –це вже не аналітичний текст, а спроба розповісти, як виглядає місто, де щодня відбуваються поховання [52]. У матеріалі про внутрішньо переміщених осіб у тій же газеті («*Sie wollen alle weg*») акцент –не на цифрах, а на особистих переживаннях [64].

Отже, хоч інтонації різні –українська емоційніша, німецька стриманіша обидві медіасфери звертають увагу читача на конкретну людину, а не лише на карту фронту.

Проведений аналіз спільних характеристик дає змогу перейти до системного зіставлення відмінностей між українськими та німецькими публіцистичними текстами. Щоб виокремити ці відмінні комунікативно-прагматичні параметри, було здійснено порівняльний аналіз корпусу матеріалів обох мов за 2022–2025 рр., який охоплював новинні, аналітичні, коментарні та есеїстичні тексти провідних якісних медіа.

Окремі параметри не були задані наперед - вони сформувалися у процесі контент-аналізу та дискурсивно-стилістичного зіставлення текстів. Для їх виокремлення застосовувалися:

- метод дискурсивного аналізу (за ван Дейком, Шнайдером, Масенко), що дозволив виявити стратегічні настанови текстів;
- лексико-семантичне групування, яке показало стабільно повторювані зони оцінності;
- синтаксико-прагматичний аналіз, спрямований на фіксацію звертань, риторичних конструкцій, інклюзивних займенників;
- компаративний стильовий аналіз, що дав змогу зіставити рівень емоційності, пафосу, іронії та експресивності.

Таким чином, усі параметри, представлені в таблиці , є емпірично підтвердженими одиницями, які систематично повторювалися в обох корпусах і становлять найбільш релевантні критерії для порівняння двох медіадискурсів. А також, вона відображає результат структурованого аналізу, у межах якого було виявлено сталі відмінності у мовній поведінці медіа: рівень емоційної насиченості, інтенсивність делегітимації ворога, характер історичних аналогій, ступінь персоніфікації автора, масштаби використання інклюзивного «ми» тощо.

Після узагальнення цих параметрів у зведену схему стало можливим подати їх у форматі порівняльної таблиці, що демонструє найважливіші структурні відмінності між українською та німецькою публіцистичною традиціями в умовах війни.

Параметр	Українські тексти	Німецькі тексти
Емоційна температура	дуже висока (пафос, гнів, гордість, сарказм)	середня → висока (зростає, але залишається стриманою)
Інтенсивність дисфемізації ворога	максимальна («рашизм», «орки», «нелюді», «терористична федерація»)	мінімальна («russische Führung», «Aggressor», «Putin-Regime») – евфемізми та нейтрально-негативні терміни
Використання інклюзивного «ми»	тотальне, емоційно забарвлене («ми – українці й європейці разом», «ми тримаємо небо над Європою»)	обмежене, раціональне («wir in Europa», «wir Deutsche Verantwortung»)
Тип історичної аналогії	жертва агресії: Голодомор, 1939–1945, німецька окупація, УПА	виконавець/співучасник: 1938, Мюнхенська змова, політика умиротворення, «niemals wieder»

Параметр	Українські тексти	Німецькі тексти
Рівень пафосу	високий, героїчний, часто біблійний та міфологічний	низький, раціонально-рефлексивний, уникає героїзації
Прямі звертання до читача	дуже часті («Ви уявляєте...?», «Чи готові ви...?»)	рідкісні, переважно риторичні запитання без прямого «ти»
Іронія та сарказм	жорсткі, часто чорний гумор, спрямовані на ворога	тонкі, інтелектуальні, часто самокритичні («endlich exportieren wir wieder Panzer...»)
Використання зооморфних метафор	масове («свинособаки», «гобліни», «щурі»)	практично відсутнє
Лексика перемоги/опору	домінує («перемога або смерть», «ми переможемо», «світло переможе темряву»)	обережна («Ukraine muss gewinnen können», «die Ukraine darf nicht verlieren»)

Евфемізм	мінімальні	часті (уникають
и	(відкрито говорять	прямої критики
щодо	про	Шольца, «коаліційні
власних		
проблем		

Параметр	Українські тексти	Німецькі тексти
	корупцію, помилки влади)	дискусії» замість «затягування з Taurus»)

Порівняльний аналіз параметрів, систематизованих у таблиці, дозволяє не лише фіксувати різницю в мовних і стилістичних тактиках, а й зрозуміти, чому ці відмінності сформувалися і які комунікативні функції вони виконують у кожному медіапросторі.

Оскільки публіцистика 2022–2025 рр. в обох країнах перебуває під впливом унікальних історичних, політичних і екзистенційних умов, кожна стратегічна риса тексту - емоційна температура, характер звертань, масштаб дисфемізації, вибір історичних аналогій - є не просто стилістичним вибором, а відображенням глибинних соціальних потреб і національних наративів.

Саме на цьому етапі аналіз переходить від описового рівня до прагматичного, тобто до осмислення того, які суспільні функції стоять за цими лінгвістичними розходженнями і як вони впливають на формування колективної свідомості в Україні та Німеччині. Виявлені структурні відмінності дають змогу простежити, як медіа двох країн у різний спосіб конструюють образ війни, суб'єктність нації та роль Європи, а також як ці моделі спрямовують інтерпретацію подій читачем.

Переходячи до аналізу прагматичних наслідків, можна побачити, що кожна з ідентифікованих рис не лише характеризує мовлення, а й виконує конкретну соціальну місію в межах відповідної комунікативної культури:

1. **Українські тексти** виконують функцію національної мобілізації та підтримання бойового духу в умовах війни на виживання - звідси високий рівень емоційності, пафосу й системна дисфемізація ворога.

2. **Німецькі тексти** спрямовані на морально-політичне «пробудження» суспільства, яке десятиліттями перебувало у стані «постгероїчності»; тому вони тяжіють до рефлексії, історичної відповідальності, раціональності та стриманості в оцінках.

3. **Відмінність у дисфемізації** є наслідком відмінних історичних табу: для України непринятною є будь-яка мова, що нормалізує агресора, тоді як для Німеччини непринятною є лексика, яка може нагадувати пропагандистські практики 1933–1945 рр.

Таким чином, попри формально спільну мету - підтримку України та засудження агресії - комунікативно-прагматичні моделі залишаються принципово різними: українська публіцистика є дискурсом нації у стані війни, тоді як німецька - дискурсом нації, що намагається подолати власний історичний комплекс провини та тривалий пацифістський підхід до безпеки.

3.2 Вплив культурно-історичного та медійного середовища на розвиток публіцистики

Виявлені у попередніх підпунктах розбіжності між українською та німецькою публіцистикою неможливо пояснити лише формальними мовними чинниками чи жанровими відмінностями. За кожною стилістичною стратегією, за кожним рівнем емоційної насиченості або стриманості стоїть ширший культурно-історичний досвід обох суспільств. Саме він визначає межі прийнятної риторики, темпоральні рамки інтерпретації подій та способи осмислення війни як історичного факту.

Упродовж 2022–2025 рр. цей вплив став особливо очевидним: війна, яка одночасно торкнулася двох країн, активувала зовсім різні пласти колективної пам'яті, а разом із ними – і різні моделі публіцистичного мовлення.

Для України історична пам'ять перетворюється не на фоновий реєстр, а на діючий механізм пояснення теперішнього. Пам'ять про Голодомор, репресії, колоніальні практики та довготривалу боротьбу за державність актуалізується у публіцистичних текстах як безперервна лінія, що з'єднує минулі та сучасні форми насильства. Звідси виникає природна для українського дискурсу мобілізаційність: журналіст не лише фіксує подію, а й вписує її у ширший наратив опору.

Тому вислови на кшталт «нація незламна», «фортеця свободи», «щит Європи» сприймаються не як стилістичне перебільшення, а як продовження історичного досвіду, вкоріненого у колективній свідомості. Цей досвід легітимізує високий рівень емоційності, інтенсивне оцінювання, пряму дисфемізацію та риторичну експресію.

У німецькій публіцистиці ситуація інша: визначальним чинником є пам'ять про Другу світову війну, тоталітарне минуле та повоєнний пацифізм. Колективна відповідальність за злочини націонал-соціалізму сформувала надзвичайно сильні мовні табу, які перешкоджають використанню демонізуючої лексики або надмірно емоційних формулювань. Тому навіть за потреби однозначного оцінювання агресії німецький дискурс тяжіє до нейтрально-юридичної термінології («Aggressor», «russische Führung», «völkerrechtswidriger Angriffskrieg») та обережних формул, що не допускають асоціацій із риторикою 1930–1940-х рр.

Історичний досвід зумовлює інший стиль реагування: не мобілізаційний, а рефлексивний. Тому німецькі тексти значно частіше пропонують аналітичні інтерпретації, апелюють до концептів відповідальності, порядку, стримування, а також до уроків минулого («1938», «Appeasement»).

Різниця стає ще очевиднішою, коли врахувати структуру медійного середовища, у якому функціонують тексти. Українські видання працюють у реальності прямої загрози та інформаційної війни; журналістика тут виконує

одночасно і комунікаційну, і громадянську, і психологічну функції. Це породжує жанрові гібриди, значну персоналізацію досвіду, активне використання емоційних апеляцій та сюжетів втрати. У такому контексті інклюзивне «ми», риторичні звертання, пафос та експресія стають не відхиленням від норм, а інструментами підтримання стійкості суспільства.

Німецькі ЗМІ функціонують у принципово іншій медійній екосистемі - стабільній, структурованій, із чіткими стандартами балансування та критичного аналізу. Тут журналістика орієнтується на системне пояснення, на багатопозиційність, на раціональність аргументації. Через це емоційна інтенсивність значно нижча, персоналізація досвіду - менш виражена, а на перший план виходять документальні описи, перевірка фактів, експертні інтерпретації та історичні паралелі, подані у стриманому стилі.

Усе це безпосередньо пов'язано зі способом, у який обидва суспільства переживають війну. Для України медіа виконують передусім мобілізаційно-консолідаційну функцію, допомагаючи тримати спільний емоційний тонус та відчуття причетності. Для Німеччини актуальним є інше завдання - подолати власну традицію політичного самоусунення, сформувати громадську підтримку рішень, що не мали історичних аналогів у післявоєнний період, та переосмислити власну роль у європейській безпеці. Ці відмінні суспільні запити закономірно формують відмінні мовні та риторичні моделі.

Важливою складовою цього впливу є й те, як обидва суспільства сприймають роль медіа під час кризи. В Україні, де інформаційний простір став не лише джерелом новин, а й полем протидії пропаганді, формується очікування, що публіцистика не може бути нейтральною. Вона повинна висловлювати позицію, пояснювати, підтримувати, інколи - лікувати. Тому з перших місяців війни на передній план виходять тексти, побудовані на голосах свідків, на історіях зруйнованих сімей, на образах із Бучі, Маріуполя, Ізюма. Репортажі Укрінформу або Радіо Свобода, де описуються «тіла дітей, що два місяці пролежали під завалами», стають не лише інформацією - вони фіксують етичний обов'язок.

У Німеччині ж роль медіа у кризовий період вибудовується на інших засадах. Тамтешня журналістика залишається тісно прив'язаною до традиції фактологічної точності, багатосторонності та уникнення категоричності. Саме тому навіть емоційно тяжкі матеріали, як-от репортажі Die Zeit чи Süddeutsche Zeitung про Бучу («Hunderte Leichen mit gefesselten Händen»), залишаються стриманими у вираженні авторської емоції. Публіцистика тут працює не як мобілізаційний ресурс, а як інструмент громадянського інформування та критичної оцінки політики - від дискусій про постачання зброї (де часто згадується «Zeitenwende») до аналізу суспільних настроїв («erst kommt der Gaspreis, dann die Moral» у Die Zeit).

Окремим чинником впливу є культурний статус емоцій у публічному мовленні. В Україні емоційність давно є способом легітимної суспільної комунікації, а історичні травми, накопичувані поколіннями, створюють простір, де колективна емоція сприймається не як слабкість, а як форма свідчення. Саме тому риторика на кшталт «фортеця свободи», «козацька кров», «нація незламна» звучить природно та широко. Вона закріплена у культурному коді й посилюється самим досвідом війни на власній території.

Для німецької культури, навпаки, надлишкова емоційність у політичному мовленні залишається історично підозрілою. Досвід нацистської пропаганди створив стійкий суспільний механізм самоконтролю, який пригальмовує будь-які форми мовлення, що можуть виглядати як намагання мобілізувати маси. Саме тому німецькі тексти навіть за умови співчуття до України рідко використовують підвищену інтонацію чи символічно-пафосні формули. Замість них актуалізуються інші риторичні опори - відповідальність («besondere Verantwortung Deutschlands»), балансування між етичним і прагматичним, історичні паралелі (зокрема, з 1938 роком та політикою Appeasement), а також раціональний аналіз ризиків («Flächenbrand», «neue Sicherheitsordnung»).

Не менш важливим є і спосіб, у який два суспільства конструюють колективне «ми». В Україні це «ми» охоплює всіх громадян - військових, цивільних, волонтерів, тих, хто залишився в країні, і тих, хто тимчасово виїхав. Воно відчутне

в усіх жанрах - від телемарафону до колонок у Ліга.net і НВ. Це «ми» інклюзивне, емоційно насичене, об'єднавче. Саме так у зверненнях українських лідерів постає теза: «Україна сьогодні - це щит Європи».

У Німеччині ж конструкція «ми» є значно обережнішою. Вона часто замінюється на «Європа», «Захід», «ми в Німеччині». Ця обережність - теж продукт історичного досвіду: німецьке суспільство уникає риторики, яка звучить як колективна мобілізація, - не лише через страх повторення минулого, а й через наявність дуже різних політичних груп, для яких питання війни є чутливим. Тому німецьке «ми» формується повільніше, через раціональне усвідомлення політичної необхідності, а не через спонтанне емоційне об'єднання.

Усі ці відмінності формують два різні медійні рельєфи: український - гострий, мобілізаційний, емоційно насичений; німецький - стриманий, аналітичний, обережний у висновках. Їх не можна пояснити лише жанром чи стилем - вони закорінені у структурі культурної пам'яті, історичному досвіді та медійних традиціях.

Висновки до третього розділу

По-перше, зіставлення українських і німецьких публіцистичних текстів 2022–2025 рр. засвідчує, що обидві медіатрадиції рухаються в одному смисловому полі: війну осмислюють через категорії свободи, солідарності, відповідальності та «переломного моменту». В обох корпусах посилюється оцінність, зростає роль історичних паралелей і метафор боротьби чи стихії, а увага зміщується від абстрактної геополітики до конкретної людської історії.

По-друге, водночас простежуються помітні стилістичні й емоційні відмінності. Українські тексти різкіші, експресивні, з активною дисфемізацією ворога, прямими звертаннями та інклюзивним «ми», що формує ефект спільного досвіду війни. Німецькі - стриманіші, з перевагою нейтрально-негативних

номінацій, іронії та історичної рефлексії. Ці відмінності відображають різний ступінь залученості до війни та різні комунікативні норми.

По-третє, прагматичний аналіз показує, що за цими мовними стратегіями стоять різні суспільні завдання. Українська публіцистика виконує мобілізаційну функцію - підтримує стійкість і солідарність у країні, яка веде війну на своїй території. Німецька ж зосереджена на поясненні моральної необхідності підтримки України та подоланні довоєнного пацифістського мислення в суспільстві.

По-четверте, обидві моделі - попри контраст - формують спільний європейський дискурс. Українська сторона пропонує мову фронтового досвіду та національної боротьби, німецька - мову історичної відповідальності та політичного вибору. Разом вони окреслюють комплексне, багатоголосе розуміння війни й ролі Європи у протистоянні агресії.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дало змогу всебічно простежити, як у 2022–2025 рр. функціонують українські та німецькі публіцистичні тексти, які мовні, стилістичні та прагматичні ресурси вони активують і яким чином формують інтерпретаційну рамку війни. Узагальнення отриманих результатів показує, що всі поставлені завдання були реалізовані в комплексі, що забезпечило цілісну картину комунікативно-прагматичної організації сучасної публіцистики.

По-перше, вдалося уточнити й систематизувати теоретичні підходи до вивчення публіцистичного стилю та його прагматичного потенціалу. Аналіз класичних і новітніх концепцій (прагматики, медіалінгвістики, дискурсології, фрейм-аналізу) засвідчив, що публіцистичний текст у воєнний час перестає бути простим носієм інформації й набуває функції інтерпретаційного та впливового механізму. Залучення ілокутивно-перлокутивної схеми, стратегій фреймування, метафоризації та оцінності дало змогу показати, як саме журналіст формує смисловий вектор і очікувану реакцію читача. Це дозволило конкретизувати місце публіцистичного стилю в системі функціональних стилів: він виявляє найбільшу гнучкість, поєднуючи фактуальність, оцінність та соціальну орієнтованість.

По-друге, дослідження уточнило семантико-стилістичні параметри публіцистичного стилю та описало його ключові мовні ознаки в обох мовах. На основі корпусу текстів встановлено, що українська та німецька публіцистики зберігають жанрову та функціональну структуру стилю, але зазнають суттєвих змін під впливом війни та цифрового середовища. З'ясовано, що для української преси характерні інтенсивна експресивність, широке використання дисфемізмів, персоніфікація та емоційні апеляції. Німецька публіцистика, навпаки, демонструє стриману стилістику, тяжіння до юридичних категорій, аналітичності та історичної рефлексії. Таким чином, поставлене завдання щодо визначення місця публіцистичного стилю та його ознак було виконано шляхом порівняння двох різних, але функціонально споріднених систем.

По-третє, вдалося показати роль когнітивно-прагматичних механізмів у формуванні смислу. Аналіз метафоричних полів («боротьба», «хвороба», «стихія»), фреймів («переломний момент»/Zeitenwende, «солідарність», «захист демократії») та структур інтерпретації подій продемонстрував, що обидві медіасистеми використовують схожі семантичні інструменти, але з різною тональністю та прагматичною спрямованістю. Українські тексти створюють фрейм екзистенційної боротьби, а німецькі - фрейм політичної відповідальності. Це дає підстави стверджувати, що саме когнітивні механізми визначають спосіб, у який аудиторія осмислює війну та власну роль у ній.

По-четверте, завдання щодо проведення порівняльного аналізу публіцистики двох країн було реалізовано через докладне зіставлення лексико-семантичних, стилістичних та прагматичних особливостей текстів. Дослідження показало наявність спільного концептуального ядра (свобода, солідарність, відповідальність, демократія, історичний перелом), але також і системні відмінності в мовних стратегіях. Українська публіцистика вибудовує дискурс нації у стані війни: персональні історії, апеляції до пам'яті, максимальна емоційна відкритість, чітке опозиційне розмежування «ми - вони». Німецька модель демонструє дискурс саморефлексії: уникнення пафосу, історичні паралелі як форма самокритики, раціональна аргументація та юридична термінологія. Таким чином, поставлене завдання дало змогу системно описати дві різні комунікативні культури, які реагують на ту саму подію різними засобами.

По-п'яте, дослідження дозволило визначити етичні та комунікативні межі впливу, що є особливо важливим у контексті війни. Встановлено, що дисфемізація, іронія, сатиричні прийоми та експресивні номінації виконують різні ролі в українській та німецькій медійних традиціях. Для української преси дисфемізми є засобом моральної оборони та способом фіксації злочинної природи агресора; для німецької - межа, що практично не перетинається через історичну відповідальність. З іншого боку, німецькі медіа демонструють етичні обмеження, пов'язані з

недопущенням розпалювання ненависті й повернення до риторики 1930-х років. Отже, етика та культурна пам'ять формують різні моделі допустимого впливу.

По-шосте, виконання завдання щодо узагальнення закономірностей прагматичної організації тексту дозволило сформувавши комплексне бачення того, як українська й німецька публіцистики конструюють смисли війни. З'ясовано, що в обох дискурсах прагматичні стратегії працюють на створення рамки сприйняття: від вибору метафоричних моделей до структурування логіки аргументації. Українські тексти формують картину війни як національної травми та боротьби за виживання; німецькі - як історичного випробування для Європи та її цінностей. Це дозволило зробити висновок, що два дискурси не лише відрізняються, а й доповнюють один одного, створюючи багаторівневу інтерпретаційну модель.

У підсумку можна стверджувати, що всі поставлені завдання були виконані послідовно й взаємопов'язано. Дослідження довело, що комунікативно-прагматичні особливості українських і німецьких публіцистичних текстів 2022-2025 рр. визначаються поєднанням лінгвістичних, когнітивних, історичних та культурних чинників. Попри спільне інтерпретаційне поле, обидві медіасистеми виробляють відмінні, але взаємодоповнювальні моделі осмислення війни. Українська публіцистика артикулює голос нації у стані боротьби; німецька - голос суспільства, що переоцінює власну відповідальність. Разом вони формують складний, поліфонічний, але цілісний медіадискурс, який окреслює не лише факти війни, а й ціннісні орієнтири сучасної Європи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. АрміяInform. Чи зможе «мирний» рашизм розповзтися світом?, 26.09.2022.
URL:<https://armyinform.com.ua/2022/09/26/chy-zmozhe-myrunyj-rashyzm-rozprovztytsya-svitom/> (дата звернення:18.11.2025)
2. Бехта І. А. Дискурс перекладача: когнітивний, прагматичний та мовний виміри. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2018. 359 с.
3. Бехта І. А., Серис І. Є. Контрастивна прагмалінгвістика: українська та німецька мови. Львів : ПАІС, 2020. 280 с.
4. Вакуленко С. В. Публіцистичний дискурс сучасної України: лінгвокогнітивний аспект : монографія. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2022. 312 с.
5. В'ятрович В. Наша столітня. Короткі нариси про довгу війну. Київ : Наш формат, 2023. (онлайн-опис видання: [https://nashformat.ua/...](https://nashformat.ua/)).
6. Гінзбург М. Я. Комунікативна прагматика медійного тексту. Одеса : Астропринт, 2019. 224 с.
7. Данилевська О. В. Мовні процеси в українському медіадискурсі. Київ : Київський університет, 2018. - С. 83–86.
8. 14 жовтня Україна відзначає День захисників і захисниць України й 80-річчя створення Української повстанської армії. Державне агентство України з питань кіно, 14.10.2022.
URL:<https://www.usfa.gov.ua/press-center/14-zhovtnya-ukraina-vidznachaye-den-zakhysnykiv-i-zakhysnyts-ukrainy-y-80-richchya-stvorennya-i12395> (дата звернення:21.11.2025)
9. Дудик, П. С. Стилїстика української мови. Київ : Видавничий центр «Академія», 2005. – 234 с.
10. Жовтобрюх М. А. Давні традиції в новій українській літературній мові // Мовознавство. - 1970. - № 5. - С. 15–24.

11. Єрмоленко С. Я., Бибик С. П., Коць Т. А. Літературна норма і мовна практика. - К., 2013. - С. 65.
12. Єрмоленко С. Я. Нариси з української словесності: (стилістика та культура мови). К.: Довіра, 1999. - 431 с.
13. Коваль А. П. Практична стилістика сучасної української мови. К.: Вища школа, 1978. – 375 с.
14. Коць Т. А. Публіцистичний стиль в українській літературній мові кінця ХІХ – початку ХХІ ст.: нормативно-аксіологічний аспект. Автореферат дисертації. Київ, 2019.
15. Коцюбська Ю. М. Прагматичні маркери в німецькомовних та україномовних медійних текстах. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2022. – 156 с.
16. Кульчицька О. Л. Дискурсивні стратегії в політичній публіцистиці. Київ : Інститут журналістики КНУ, 2021. – 210 с.
17. Лазебна О. О. Лексико-стилістичні особливості сучасної німецької публіцистики. Запоріжжя : ЗНУ, 2020. – 168 с.
18. Макаров І. Ю. Контрастивний аналіз німецької та української публіцистики (2020–2023). Київ : КНЛУ, 2024. – 212 с.
19. Максимчук, О. Л. Прагматичний потенціал публіцистичного тексту // Вісник Житомирського державного університету. Філологічні науки, 2013. № 6(72). - С. 285–289.
20. Масенко Л. Т. Мова і суспільство: постколоніальний вимір. Київ : Критика, 2020. - С. 112–115.
21. Масенко Л. Т. Мова і політика. Київ : Критика, 2011. – 248 с.
22. Мацько Л. І., Сидоренко О. М. Українська мова: Посібник. К.: Либідь, 1996. – 430 с.
23. Мацько Л. І. Стилістика української мови / Л. І. Мацько, О. М. Сидоренко, О. М. Мацько ; за ред. Л. І. Мацько. – К. : Вища школа, 2003. – С. 31–35.
24. Мова сучасної масово-політичної інформації / Редкол. І. К. Білодід та ін. К.: Наук. думка, 1979. – 251 с.

25. Муромцева О. Г. З історії українського фейлетону (лінгвістичний аспект) // Мовознавство. - 1989. № 4. - С. 18–25.
26. Європейська підтримка України: прозорість, солідарність і спільна відповідальність. Національний інститут стратегічних досліджень, 14.10.2025.
URL:<https://ndu.kr.ua/713-evropejska-pidtrimka-ukrajini-prozorst-solidarnist-i-spilna-vidprovidalnist> (дата звернення:20.11.2025)
27. НВ. Голодомор і Буча - різні сторінки однієї боротьби за виживання. URL:<https://nv.ua/ukr/opinion/holodomor-i-bucha-yediniy-diyaloh-50319206.html> (дата звернення:18.11.2025)
28. Нікітіна А. В. Прагмалінгвістичний аналіз медійного дискурсу війни. Харків: ХНУРЕ, 2023. - 190 с.
29. Осадча К. «Уявіть, що це ваша дитина» // НВ LIFE, 12.04.2023.
URL:<https://life.nv.ua/ukr/znamenitosti/katya-osadcha-vislovilasya-pro-obezgolovlennya-polonenih-zsu-u-shchemlivomu-posti-ne-vistachilo-sil-podivitisya-50317356.html> (дата звернення:18.11.2025)
30. Пилинський М. М. Мовна норма і стиль. - К., 1976. - С. 14.
31. Полякова Т. М. Медіалінгвістика: теорія і практика. Київ : Логос, 2013. 124 с.
32. Поліщук В. Воєнні злочини агресора в Україні: у фокусі кремля «демлітаризація» цивільної інфраструктури. АрміяInform, 20.04.2022.
33. Понько Н., Бережанський І. Путін демлітаризував власну армію: ця війна стане останньою технологічною для Росії. ТСН/ТСН, 06.04.2022.
URL:<https://tsn.ua/ato/putin-demilitarizuvav-vlasnu-armiyu-cya-viyna-stane-ostannoyu-tehnologichnoyu-dlya-rosiyi-2030665.html> (дата звернення:24.11.2025)
34. Пономаренко І. В. Лінгвопрагматика політичного дискурсу: українсько-німецький вимір. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2021. 298 с.

35. Пономарів О. Стилiстика сучасної української мови. К.: Либiдь, 1992. – 231 с.
36. Радiо Свобода. П'ять iсторiй українських дiтей, життя яких забрала росiя, 08.01.2023. URL:<https://www.radiosvoboda.org/a/istoriyi-ditey-yakykh-ubylarosiya/32212434.html> (дата звернення:24.11.2025)
37. Радiо Свобода. П'ять iсторiй українських дiтей, життя яких забрала росiя. URL:<https://www.radiosvoboda.org/a/istoriyi-ditey-yakykh-ubylarosiya/32212434.html> (дата звернення:25.11.2025)
38. Самсонов Д. Чому росiяни не проситимуть вибачення в українцiв... (формула «вiрус рашизму») // Fakty ICTV, 24.08.2022. URL:<https://fakty.com.ua/ua/ukraine/20220824-chomu-rosiyany-ne-prosytymutvybachennya-v-ukrayincziv-i-chomu-ne-varto-chekaty-koly-pomre-putin-dumky-ekspertiv/> (дата звернення:24.11.2025)
39. Семенюк I. С. Функцiональнi особливостi сучасної газетної публiцистики // Питання духовної культури – Фiлологiчнi науки, № 8, 2012.
40. Сербенська О. А. Публiцистичний стиль сучасної української мови: пiдручник. Львiв : Свiт, 2019. - 336 с.
41. Скопненко О. I. Мова сучасних ЗМI: тенденцiї та змiни // Мовнi i концептуальнi картини свiту. Киiв: КНУ, 2012. - С. 45–47.
42. Слободянюк О. В. Метафора в нiмецькомовнiй та україномовнiй публiцистицi. Вiнниця : ВНТУ, 2022. - 145 с.
43. Нацизм i нацiоналiзм: що це означає i чому їх не можна плутати // Телеканал СТБ, 21.02.2023. URL:<https://www.stb.ua/ua/2023/02/21/natsyzm-i-natsionalizm-shho-tse-oznachaye-i-chomu-yih-ne-mozhna-plutaty> (дата звернення:23.11.2025)
44. Українська правда. Україна тримає фронт демократiї, 12.03.2023. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2023/03/12/7393732/> (дата звернення:23.11.2025)

45. Українська правда. росія - держава-терорист, 29.07.2022.
URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2022/07/29/7361482/> (дата звернення:23.11.2025)
46. Українська правда. Україна потребує більше озброєння для захисту цивільних, 08.01.2023.
URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2023/01/8/7385956/> (дата звернення:25.11.2025)
47. Українська правда. Друга армія світу знову „геніально“ втекла під Бахмутом.
URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2023/05/17/7402583/> (дата звернення:26.11.2025)
48. Укрінформ. Буча: Ми – ті, хто вижили і далі будемо тут жити, 05.04.2022.
URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3449043-buca-mi-ti-hto-vizili-i-dali-budemo-tut-ziti.html> (дата звернення:26.11.2025)
49. «Новий голодомор, борги для онуків через ленд-ліз» та інші фейки розпропаганди // Центр спільних дій, 13.09.2022.
URL: <https://rpr.org.ua/news/novyuy-holodomor-borhy-dlia-onukiv-cherez-lend-liz-ta-inshi-feyky-rospropahandy/> (дата звернення:18.11.2025)
50. Austin, J. L. How to Do Things with Words. Oxford: Clarendon Press, 1962 (2nd ed. 1975). 168 с.
51. Die Zeit. Backhaus A. Butsch: Jeden Tag eine Beerdigung, 28.06.2022.
URL: <https://www.zeit.de/politik/ausland/2022-06/butsch-massaker-ukraine-friedhof-bewohner-soldaten> (дата звернення:27.11.2025)
52. Bethke H. Solidarität mit der Ukraine: Erst kommt der Gaspreis, dann die Moral // Die Zeit, 15.12.2022.
URL: <https://www.zeit.de/politik/2022-12/ukraine-solidaritaet-krieg-wirtschaftskrise-migration-gefluechtete> (дата звернення:27.11.2025)
53. Burger H., Luginbühl M. Mediensprache: Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien. 5. Aufl. Berlin : De Gruyter, 2022. 489 S.

54. Busse D. Sprachtheorie und Pressesprache. Tübingen: Niemeyer, 1987. 245 S.
55. Bundesregierung. Deutschland steht fest an der Seite der Ukraine, 2023.
URL:<https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/krieg-in-der-ukraine/deutschland-unterstuetzt-ukraine-2059982> (дата звернення:27.11.2025)
56. Deppermann A. Pragmatik der Medien. Berlin/Boston : De Gruyter, 2023. 312 S.
57. Deutschlandfunk. Ukraine-Krieg und NS-Vergleiche – Brutal, zerstörerisch, 20.09.2022.
URL: <https://www.deutschlandfunk.de/ukraine-krieg-vergleiche-100.html> (дата звернення:28.11.2025)
58. Deutschlandfunk. Krieg um die Ukraine – Droht jetzt ein Flächenbrand?
URL:<https://www.deutschlandfunk.de/krieg-um-die-ukraine-droht-jetzt-ein-flaechenbrand-dlf-6ff04854-100.html> (дата звернення:18.11.2025)
59. Deutscher Bundestag. Sondersitzung zur Zeitenwende (Dokumentation), 27.02.2022. URL:<https://www.bundestag.de/dokumente/textarchiv/2022/kw08-sondersitzung-882198> (дата звернення:27.11.2025)
60. Deutscher Bundestag. Zeitenwende in der europäischen Sicherheitsordnung (Dossier).
URL:<https://www.bundestag.de/dokumente/textarchiv/zeitenwende-1059104> (дата звернення:29.11.2025)
61. Disinformation Index. Russian Invasion of Ukraine Narrative Report: Germany, July 2023.
URL:<https://www.disinformationindex.org/research/2023-07-05-russian-invasion-of-ukraine-narrative-report-germany/> (дата звернення:29.11.2025)
62. Die Zeit. Butscha: Russland weist Massaker-Vorwürfe als Fälschung zurück, 04.04.2022.
URL:<https://www.zeit.de/politik/ausland/2022-04/ukraine-krieg-butscha-russland-tote-zivilisten> (дата звернення:29.11.2025)

63. Die Zeit. Intern Vertriebene in der Ukraine: „Sie wollen alle weg“, 13.12.2022.
URL:<https://www.zeit.de/politik/ausland/2022-12/ukraine-intern-vertriebene-binnenfluechtlinge-cherson-odessa> (дата звернення:23.11.2025)
64. Die Zeit. Solidarität ist Pflicht, 05.10.2022.
URL:<https://www.zeit.de/politik/deutschland/2022-10/ukraine-krieg-solidaritaet-deutschland-kommentar> (дата звернення:18.11.2025)
65. Die Zeit. 2022 ist ein Wendepunkt wie 1938.
URL:<https://www.zeit.de/politik/ausland/2022-03/ukraine-krieg-europa-geschichte-wende> (дата звернення:18.11.2025)
66. Fillmore C. Frame Semantics // Linguistic Society of Korea (ed.) Linguistics in the Morning Calm. Seoul: Hanshin, 1982. P. 111–137.
67. Fix U., Schuster K. Stilistik der deutschen Sprache. Berlin: De Gruyter, 2018. - S. 128–131.
68. Frankfurter Allgemeine Zeitung. Ein völkerrechtswidriger Angriffskrieg, 2022.
URL:<https://www.faz.net/aktuell/politik/ausland/russlands-voelkerrechtswidriger-angriffskrieg-gegen-die-ukraine-17883887.html> (дата звернення:24.11.2025)
69. Friederichs H. Rüstungsindustrie: Plötzlich systemrelevant // ZEIT ONLINE, 12.04.2022.
URL:<https://www.zeit.de/politik/ausland/2022-04/ruestingsindustrie-waffenlieferung-rheinmetall-ukraine-krieg> (дата звернення:24.11.2025)
70. Grice, H. P. Further Notes on Logic and Conversation // Syntax and Semantics, vol. 9. New York: Academic Press, 1989.
71. Trump spielt den Friedensstifter – dabei verrät er die Freiheit an Putin // Hamburger Abendblatt.
URL:<https://www.abendblatt.de/politik/article410527735/trump-spielt-den-friedensstifter-und-verraet-die-freiheit-an-putin.html> (дата звернення:25.11.2025)
72. Jäger, S. Kritische Diskursanalyse: Eine Einführung. Duisburg: DISS, 2001. - S. 55–59.

73. Kisieleska-Krysiuk M. Pragmatyka tekstów medialnych w języku niemieckim i ukraińskim. Warszawa : Wydawnictwo UW, 2021. 245 s.
74. Klein H.-P. Textsorten im Journalismus // Heinemann W., Heinemann M. (Hrsg.). Textsorten und ihre Merkmale. Berlin; Boston: De Gruyter, 2013. S. 35–58.
75. Klein J. Politische Sprachberatung: Die Sprache der Politik in Deutschland und der Ukraine. Wiesbaden : Springer VS, 2023. 312 S.
76. Krings, H. P. Journalistische Textsorten im digitalen Zeitalter. München: UVK, 2019. - S. 74–78.
77. German President criticises Russia's 'historical lies' over the Ukraine war // Kyiv Post, 06.05.2025.
URL: <https://www.kyivpost.com/post/52273> (дата звернення:19.11.2025)
78. Linke A. Stil und Stilisierung in der politischen Kommunikation. Tübingen : Narr Francke Attempto, 2021. 290 S.
79. Löffler C. Sprachliche Mittel der Emotionalisierung in der Presse. Berlin : De Gruyter, 2022. 267 S.
80. Maletzke, G. Medienwirkungsforschung. Stuttgart: Kohlhammer, 1998. - S. 112–118.
81. Niehr T. Sprache und Politik in Deutschland und der Ukraine nach 2022. Stuttgart: Metzler, 2024. 189 S.
82. Perrin, Daniel. Schreiben im Journalismus. Konstanz: UVK, 2013. - S. 54–59.
83. RFI Україна. РФ намагалася спричинити голод в Україні - готується позов до МКС, 25.09.2023.
URL: <https://www.rfi.fr/uk/.../20230925-рф-намагалася-спричинити-голод-в-україні> (дата звернення:19.11.2025)
84. Saxer, U. Einführung in die Medienwissenschaft. München: Fink Verlag, 2000. - S. 64–70.
85. Olaf Scholz. Regierungserklärung zum russischen Angriff auf die Ukraine (27.02.2022).

- URL:<https://www.zeit.de/politik/deutschland/2022-02/olaf-scholz-regierungserklaerung-ukraine-rede> (дата звернення:20.11.2025)
86. Schneider B., Klein H. P. Pressesprache und Medienlinguistik. Berlin: De Gruyter, 2010. 210 S.
87. Schneider W. Deutsch für Profis. Wie man gut und lebendig schreibt. München: Piper Verlag, 2014. 192 S.
88. Schröder M. Kontrastive Pragmatik Deutsch–Ukrainisch. München : Iudicium, 2020. 312 S.
89. Searle, J. R. Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language. Cambridge: Cambridge University Press, 1969. 203 p.
90. SPD-Bundestagsfraktion. Putins Angriff auf die Ukraine ist völkerrechtswidriger Angriffskrieg.
URL:<https://www.spdfraktion.de/presse/statements/putins-angriff-ukraine-voelkerrechtswidriger-angriffskrieg> (дата звернення:20.11.2025)
91. Stöckl H. Medientexte zwischen Autor und Publikum. Tübingen : Stauffenburg, 2021. 298 S.
92. Frieden schaffen mit Waffen? // Süddeutsche Zeitung.
URL:<https://www.sueddeutsche.de/meinung/krieg-pazifismus-ukraine-russland-iran-israel-li.3272340> (дата звернення:24.11.2025)
93. Süddeutsche Zeitung. Lage in der Ukraine – Viele Tote nach Raketenangriff, 08.04.2022.
URL:<https://www.sueddeutsche.de/politik/lage-in-der-ukraine-viele-tote-nach-raketenangriff-1.5563609> (дата звернення:24.11.2025)
94. Süddeutsche Zeitung. Glosse zu Russland-Ukraine-Krieg.
URL:<https://www.sueddeutsche.de/meinung/russland-ukraine-krieg-glosse-1.5549377> (дата звернення:18.11.2025)
95. Tagesspiegel. Garri Kasparow bezeichnet Wladimir Putin als „Krebsgeschwür“, 05.03.2015.

- URL:<https://www.tagesspiegel.de/politik/garri-kasparow-bezeichnet-wladimir-putin-als-krebsgeschwur-8471146.html> (дата звернення:28.11.2025)
96. Tillack, H.-M. Wie die Rüstungslobby Stimmung für Waffen an Saudi-Arabien macht. stern.de, 12.03.2019.
URL:<https://www.stern.de/politik/deutschland/tillack/wie-die-ruestungslobby-stimmung-fuer-waffen-an-saudi-arabien-macht-8616898.html> (дата звернення:28.11.2025)
97. Van Dijk, T. A. Discourse and Knowledge: A Sociocognitive Approach. Cambridge: Cambridge University Press, 2018.
98. Wehrmann A. Diskursstrategien in der deutschen Qualitätspresse. Berlin : Frank & Timme, 2022. 312 S.
99. Sack-Reis K. AKK ordert Stimmungskanonen und Witzfeuerwerk für Bundeswehr (Rubrika Satire). WELT, 17.07.2019.
URL:<https://www.welt.de/satire/article196990171/AKK-bestellt-Stimmungskanonen-und-Witzfeuerwerk-fuer-Bundeswehr.html> (дата звернення:18.11.2025)
100. Zelizer, B., Allan, S. Keywords in news and journalism studies. Open University Press, 2010.
101. 24 Канал / NV (з посиланням на CNN). Як війни в Україні та Лівані змінили долю Сирії (метафора «цунамі агресії»).
URL:https://24tv.ua/viyna-ukrayini-vplinula-siriyu-chomu-vpav-rezhim-asadovini_n2703660 (дата звернення:28.11.2025)