

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»

Факультет лінгвістики
Кафедра теорії, практики та перекладу німецької мови

«На правах рукопису»

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

(підпис) (ініціали, прізвище)

“ ____ ” _____ 2022 р.

Магістерська дисертація
на здобуття ступеня магістра

зі спеціальності 035 Філологія

на тему: Лінгвостилістичні характеристики німецькомовного контенту про
вакцинацію в Інтернет-медіа

Виконала: студентка 6 курсу, групи ЛН-11мп

Лисюк Богдана Олександрівна _____ (підпис)

Науковий керівник к. філол. наук Гаман І. А. _____ (підпис)

Рецензент професор, д. філол. наук Воробйова О. П. _____ (підпис)

Засвідчую, що у цій магістерській дисертації
немає запозичень з праць інших авторів без
відповідних посилань.

Студентка _____ (підпис)

Київ 2022

Національний технічний університет України

**«Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського»**

Факультет лінгвістики

Кафедра теорії, практики та перекладу німецької мови

Рівень вищої освіти — другий (магістерський)

Спеціальність (спеціалізація) — 035 Філологія (035.041 Германські мови та літератури (переклад включно), перша — німецька)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Лазебна О. А.

Ініціали, прізвище

«___»_____2022 р.

ЗАВДАННЯ

на магістерську дисертацію

студентці Лисюк Богдані Олександрівні

1. Тема дисертації «Лінгвостилістичні характеристики німецькомовного контенту про вакцинацію в Інтернет-медіа», науковий керівник дисертації: Гаман Ірина Анатоліївна, кандидат філологічних наук, затверджені наказом по університету від 26 жовтня 2022 р., № 3966-с.
2. Термін подання студентом дисертації: 26.11.2022.
3. Об'єкт дослідження: німецькомовні аудіо-, відео та друковані тексти Інтернет-ЗМІ, які висвітлюють тематику про вакцинацію.
4. Предмет дослідження: лінгвостилістичні характеристики німецькомовного контенту про вакцинацію, а саме структурні, змістові та функційні особливості.
5. Перелік завдань, які потрібно розробити:

- 1) з'ясувати значення поняття «контент» та розглянути його різновиди;
- 2) визначити закономірності у контенті про вакцинацію;
- 3) проаналізувати німецькомовні аудіо-, відео та друковані тексти в Інтернет-ЗМІ за їхніми структурними, змістовими та функційними характеристиками);
- 4) проаналізувати вище зазначені тексти щодо дескриптивності та аргументативності розкриття тем;
6. Орієнтовний перелік ілюстративного матеріалу: 100 німецькомовних джерел.
7. Орієнтовний перелік публікацій: тези на всеукраїнській конференції та стаття у фаховому науковому журналі.
8. Дата видачі завдання: жовтень 2021 р.

Календарний план

№ з/п	Назва етапів виконання магістерської дисертації	Строк виконання етапів магістерської дисертації	Примітка
1	<i>Обґрунтування теоретичних передумов дослідження</i>	<i>до 30.09.22.</i>	<i>вик.</i>
2	<i>Формування програми й методики дослідження</i>	<i>до 30.09.22.</i>	<i>вик.</i>
3	<i>Аналіз досліджуваного матеріалу та виклад і оформлення результатів дослідження</i>	<i>до 26.11.22</i>	<i>вик.</i>

Студентка

Б. О. Лисюк

Науковий керівник дисертації

І. А. Гаман

РЕФЕРАТ

Магістерська дисертація присвячена дослідженню німецькомовного контенту про вакцинацію в Інтернет-ЗМІ щодо структурних, змістових і функційних характеристик.

В сучасному світі велике значення надається вивченню процесу комунікації, певних комунікативних актів, у підсумку чого закріплюються нові знання і уявлення про важливі теми суспільства. Тому задля досягнення своїх комунікативних інтенцій автори медіатекстів вдаються до застосування різних тактик і стратегій, надаючи своєму мовленню характерних ознак.

Тематика вакцинації досі не була предметом спеціального лінгвістичного вивчення, чим і зумовлена актуальність цієї розвідки.

Усі досліджені та проаналізовані матеріали стосуються загальної тематики «вакцинація», яка була розділена на п'ять тематичних груп: вакцинація від коронавірусу, дифтерії, туберкульозу, грипу, КПК та гепатиту А і В. Усі матеріали опубліковані у період з 2012 по 2022 рік.

Проаналізовано 121 текстове повідомлення і відеоматеріали різних за обсягом і тривалістю та встановлено, що для опису зазначених видів вакцинацій використовується нейтральна та негативно-оцінна лексика, а мова авторів відзначається чіткістю, лаконічністю і науковістю.

З огляду на розкриття теми передача інформації реалізується через таку модель: «опис – рекомендація – аргументація – висновок». Однак медіатексти, в яких висвітлена тематика вакцинації проти кору, відрізняються від попередніх повідомлень: «опис – зобов'язання – аргументація – висновок», оскільки в Німеччині такий вид щеплення є обов'язковим.

В ході дослідження також було встановлено, що текстам Інтернет-медіа про вакцинацію властива дескриптивна форма розкриття теми у поєднанні з

аргументацією, що використовуються залежно від поставленої мети чи комунікативної інтенції автора допису, статті чи відеоповідомлення.

Вбачаємо перспективи подальших наукових розвідок в аналізі медіатекстів у галузі «вакцинації» у міждисциплінарних (аналіз лінгвостилістичних характеристик текстів про вакцинацію дозволяє зробити висновки про форми вираження комунікативних інтенцій автора та їхні засоби впливу на реципієнта) і зіставних (порівняння медіатекстів у інших джерелах наукової літератури) дослідженнях.

Ключові слова: медіатекст, контент, вакцинація, функційні характеристики, дескриптивний розвиток теми, аргументація.

ABSTRACT

The master's thesis is devoted to the study of German content of online media about vaccination in terms of structural, content and functional characteristics.

In the modern world, great importance is attached to the study of the communication process, certain communicative acts, during which it is possible to gain new knowledge or insights into important topics of society. Therefore, in order to achieve their communicative intentions, the authors of media texts resort to the use of various tactics and strategies, giving their speech characteristic features.

The topic of vaccination has not yet been the subject of a special linguistic study, which is why this research is relevant.

All the researched and analyzed materials relate to the topic of vaccination, which was divided into five thematic groups: vaccination against coronavirus, diphtheria, tuberculosis, influenza, MMR and hepatitis A and B. All materials were published in the period from 2012 to 2022.

We analyzed 121 text messages and videos of various lengths and duration and found that neutral and negative vocabulary is used to describe these types of vaccinations, which makes up the majority of the study. The authors' language is clear, concise, and scientific.

Information transfer is realized through the following model of thematic development: “description – recommendation – argumentation – conclusion”. However, media texts covering the topic of measles vaccination differ from previous messages and look like this “description – obligation – argumentation – conclusion”, as this type of vaccination is compulsory in Germany.

The study also found that the texts of online media about vaccination are characterized by a descriptive form of disclosure of the topic in combination with arguments used depending on the purpose or communicative intent of the author of the post, article, or video.

We see the prospects for further scientific research in the analysis of media texts in the field of “vaccination” in interdisciplinary (analysis of linguistic and stylistic characteristics of texts about vaccination allows us to draw conclusions about the forms of expression of the author's communicative intentions and their means of influencing the recipient) and comparative (comparison of media texts with other sources of scientific literature).

Keywords: media text, content, vaccination, functional characteristics, descriptive thematic development, argumentation.

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНТЕНТУ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА	12
1.1 Сутність поняття «контент» та його різновиди	12
1.2 Медійний Інтернет-простір як інтерактивне інформаційно-комунікаційне середовище: типологія Інтернет-видань	14
1.2.1 Вплив сучасного етапу інформатизації на медійний Інтернет-простір	14
1.2.2 Класифікація електронних інтерактивних медіа	15
1.3 Функції Інтернет-медіа у висвітленні новин	18
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1	22
РОЗДІЛ 2 ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МЕРЕЖЕВИХ МЕДІЙНИХ ТЕКСТІВ ТА МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ	23
2.1 Характеристика лексичного рівня мережеских медійних текстів	23
2.2 Характеристика синтаксичного рівня мережеских медійних текстів	25
2.3 Аргументація як засіб посилення впливу на реципієнта	26
2.4 Методологія емпіричного дослідження	30
2.4.1 Поняття наукової методології	30
2.4.2 Алгоритм аналізу номінативних одиниць лексико-семантичного поля «Impfung»	33
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2	36
РОЗДІЛ 3 ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ НІМЕЦЬКОМОВНОГО КОНТЕНТУ ЯК ОБ'ЄКТУ ДОСЛІДЖЕННЯ	37
3.1 Огляд корпусу дослідження	37
3.2 Принцип організації тексту у текстах про вакцинацію	41
3.3 Стилїстичні ознаки текстів про вакцинацію	49
3.3.1 Вакцинація від COVID-19	49
3.3.2 Вакцинація від дифтерії	58
3.3.3 Вакцинація від туберкульозу	63
3.3.4 Вакцинація від грипу	65
3.3.5 Вакцинація від КПК	70
3.3.6 Вакцинація від гепатиту А і В	74

	7
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3	78
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	79
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	82
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ	89

ВСТУП

Магістерську дисертацію присвячено дослідженню лінгвостилістичних характеристик контенту про вакцинацію німецькомовних Інтернет-ресурсів. Збільшення кількості німецькомовних відеоматеріалів і письмового контенту, в яких транслюється інформація про вакцинацію від різних захворювань та які відзначаються частим оновленням даних, а також оперативністю інформування, сприяють полегшеному сприйняттю і кращому розумінню реципієнтом необхідності та важливості щеплень залежно від віку, наявності чи відсутності супутніх захворювань та періоду загострення «сезонних» захворювань.

Актуальність роботи зумовлена загальною тенденцією до голістичного дослідження текстів, а також зростаючим інтересом мовознавців до особливостей вербалізації важливих для суспільства тем, таких як, наприклад, вакцинація, що здатне впливати на громадську думку і формувати певну позицію суспільства. Медична тематика завжди відзначається своєю актуальністю, оскільки спостерігається сталий прогрес у спробах вдосконалення цієї галузі, розробці нових препаратів і ґрунтовнішому дослідженні людського організму та можливих захворювань.

Ступінь розробленості проблеми у науковій літературі. Дослідження тексту як складного мовленнєвого явища та його жанрів провели такі науковці: К. Адамцік [34-36], К. Брінкер [41, 42], І. А. Бехта [2], О. В. Ємець [9], Т. В. Радзієвська [22], В. В. Рекало [23], Е. Косеріу, [43], Т. П. Семенюк [28], В. Б. Скрябіна [29], М. І. Пентилюк [20], О. А. Семенюк [26], В. Гайнеман [59], Л. С. Піхтовнікова [21], Н. В. Павлик [18], Є. П. Тимченко [31], С. Бендель [37], М. Бензе [39], К. Еліх [47-49] тощо. Велику увагу особливостям функціонування мови у сфері масової комунікації приділяли багато відомих дослідників, таких як З. Вайшенберг, В. Ващенко, О. Пономарьов, А. Мамалига, Р. Фаулер та інші. Однак, тематика Інтернет-медіа про вакцинацію не отримала достатнього

наукового висвітлення, тому потребує подальших досліджень в царині встановлення лінгвостилістичних характеристик німецькомовного контенту, в якому йдеться про щеплення.

Об'єктом дослідження виступають німецькомовні аудіо, відео та друковані тексти Інтернет-ЗМІ, в яких відображена тематика про вакцинацію.

Предмет дослідження – лінгвостилістичні характеристики німецькомовного контенту про вакцинацію, а саме структурні, змістові та функційні особливості.

Мета обраної теми дослідження полягає у визначенні структурних, змістових та функційних характеристик контенту про вакцинацію, розміщеного на німецькомовних Інтернет-ресурсах.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі **завдання**:

1. з'ясувати значення поняття «контент» та розглянути його різновиди;
2. визначити певні закономірності у контенті про вакцинацію;
3. зробити аналіз німецькомовних аудіо, відео і друкованих текстів Інтернет-ЗМІ за основними ознаками (структурні, змістові та функційні характеристики);
4. проаналізувати медіатексти щодо дескриптивності та аргументативності розкриття теми.

Методи дослідження зумовлені специфікою об'єкта та поставленими завданнями. Для вирішення поставлених завдань використано такі методи: для роботи з теоретичним матеріалом, а також для загального огляду медіатекстів використано описовий метод. Зібрання фактичного матеріалу для дослідження здійснювалось за допомогою гіпотетико-дедуктивного методу, лінгвістичний аналіз – за допомогою індуктивного методу. Для проведення підрахунків застосовано статистичний метод. Для підбиття підсумків і написання висновків наукової розвідки застосовано метод індукції та дедукції.

Матеріалом аналізу лінгвостилістичних характеристик контенту про вакцинацію слугують німецькомовні аудіо, відео і друковані тексти, розміщені на Інтернет-платформі YouTube, сайті Deutsche Welle, електронних виданнях газет і журналів (“Der Spiegel”, “Zeit Online”, “Frankfurter Allgemeine Zeitung”), а також на інших вебсторінках, що містять інформацію про щеплення. Усього проаналізовано 120 джерел ілюстративного матеріалу.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Роботу виконано в межах наукової теми кафедри теорії, практики та перекладу німецької мови факультету лінгвістики Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» «Поліпарадигмальний простір лінгвістики XXI століття (німецькомовний контекст)» (державний реєстраційний номер УкрІНТЕІ: 0122U001107, дата реєстрації: 06.02.2022).

Наукова новизна отриманих результатів дослідження полягає в тому, що вперше здійснено лінгвостилістичний аналіз лексичних одиниць та текстових сегментів німецькомовного контенту Інтернет-ЗМІ про вакцинацію, виокремлено основні тенденції висвітлення зазначеної тематики, зокрема, з'ясовано спосіб розкриття теми (дескрипція та аргументація).

Практичне значення роботи полягає в тому, що результати дослідження можуть бути використані як матеріал на семінарських заняттях, в доповідях, курсових роботах, які пов'язані з лінгвістичним аналізом німецькомовного контенту Інтернет-ЗМІ.

Апробація результатів дослідження. Участь у Всеукраїнській науково-практичній конференції «Сучасна філологія: теорія та практика» 19 квітня 2022 року, м. Київ.

Публікації. Лисюк Б. О., Лазебна О. А. Тематизація німецькомовного контенту про вакцинацію / «Сучасна філологія: теорія та практика»

[Електронний ресурс]: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. 19 квітня 2022 р. К.: Національна академія служби безпеки України, 2022. С. 218.

Лисюк Б. О., Гаман І. А. Тематична структура текстів Інтернет-медіа про вакцинацію. Наукові записки національного університету «Острозька академія». Серія: Філологія». Том 15 (83). Острог: Вид-во Національного університету «Острозька академія», 2022. С. 84–87.

Структура й обсяг роботи. Робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (71 джерело, у тому числі 37 – іноземною мовою), списку джерел ілюстративного матеріалу (121 джерело). Загальний обсяг дисертації – 104 сторінки. Роботу проілюстровано 1 таблицею та 14 рисунками.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНТЕНТУ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА

1.1 Сутність поняття «контент» та його різновиди

Інформаційний потік, каналами передачі якого наразі є преса, радіо, телебачення і всесвітня мережа Інтернет, з кожним днем набуває дедалі більшого значення для суспільства: він здатний керувати думками окремого індивіда або нації в цілому, створювати та ламати стереотипи, тримати «під прицілом» будь-яку подію та формувати світогляд особистості.

Наповнення цих інформаційних ресурсів прийнято визначати поняттям «контент», який відрізняється смисловим навантаженням і відзначається постійним оновленням, а також оперативністю інформування.

Зазвичай термін «контент» використовується у сфері Інтернет-ресурсів і під його характеристику підлягають текстові та відеоматеріали і аудіозаписи. У нашому дослідженні ми послуговуємося поняттям «контент», яке слід розуміти як цілісний текст, до різновидів якого належать друковані тексти, аудіо- та відеоматеріали.

Термін «текст» (від лат. *textus* «тканина», «з'єднання») передає одну з основних ознак тексту – когерентність та вказує на стиль як характеристику тексту (як саме мовні знаки поєднані у текст). У звичайному розумінні текст обмежений сигналами початку та закінчення, розглядається як завершене фіксоване висловлення з одного і більше речень, між якими існує смисловий зв'язок [7, ст. 63-67]. Таким чином, головною ознакою тексту є наявність смислового зв'язку, що сприяє формуванню уявлення про об'єкт, про який повідомляється.

Якщо колись текст був просто фіксацією на папері усного слова, то тепер це й усне слово, і зображення наочне, і, звичайно, графіка [1, с. 3]. Отож, раніше

звичний текст у паперовому вигляді зазнав трансформацій і відповідає вимогам структуралізації вербальної інформації сучасного медіаспоживання різними соціальними групами.

У нашій роботі ми обмежуємося не лише друкованими текстами, а й відео- та аудіоматеріалами і під поняттям «текст» розуміємо зазначені тексти, оскільки медіаландшафт теми вакцинації досить широкий та формується лідерами громадської думки, які публікують своє ставлення як у форматі друкованого тексту на вебсторінках, так і у вигляді аудіо- та відеоповідомлень і таким чином сприяють виникненню певної позиції кожного індивіда щодо питань вакцинації.

До основних ознак аудіо- та відеоповідомлень належить:

- поєднання аудіальних, візуальних, анімаційних і власне вербальних складників, що функціонують комплексно;
- використання невербальних і паравербальних елементів задля досягнення комунікативних інтенцій автора;
- усна форма повідомлення;
- посилений вплив на адресата, який досягається шляхом поєднання різних семіотичних систем: вербального і невербального кодів.

Узагальнюючи констатуємо, що аудіо- та відеоповідомлення є прикладами ілюстрованого тексту, в якому візуальні та вербальні компоненти складаються в єдине ціле.

Аудіальні, зображальні та вербальні компоненти є визначальними у таких текстах, оскільки привертають увагу реципієнта, мають високий ступінь інформативності та зумовлюють досягнення прагматичних цілей. Сприйняття інформації одночасно через декілька каналів є більш ефективним. Тому саме аудіовізуальний продукт сприяє ефективному засвоєнню інформації та дозволяє досягнути представлений обсяг поданої інформації.

Так, поняття «контент» розглядається як друкований чи ілюстрований текст, в якому поєднані різні семіотичні системи. Німецькомовний контент про

вакцинацію, який є об'єктом нашої розвідки, розміщений у друкованому виді текстів, а також у відео- та аудіоматеріалах, розміщених у всесвітній мережі Інтернет, вирізняється мовною неоднорідністю і строкатістю, що формуються у цілісне висловлювання, здатне повною мірою впливати на реципієнта.

1.2 Медійний Інтернет-простір як інтерактивне інформаційно-комунікаційне середовище: типологія Інтернет-видань

1.2.1 Вплив сучасного етапу інформатизації на медійний Інтернет-простір

Нині різні сфери соціального простору переживають процес інтенсивних змін інформаційно-комунікаційних технологій, спричинених реалізацією сучасного етапу інформатизації. Особливе місце серед них займають знання логічного рівня при кодуванні інформації соціального характеру та формування інноваційних систем опису світу [38]. Особлива увага приділяється впровадженню електронних медіатехнологій у нові якості комунікативних засобів. У зв'язку з цим зручно інтерпретувати поняття «електронні інтерактивні медіа» як сукупність інструментів, які безперервно функціонують у глобальній мережі Інтернет та водночас забезпечують гнучку основу для різнобічного подання інформаційних даних у комунікаційних мережах [63, 67]. Ключовою особливістю електронних медіа вважається інтерактивність. Вона характеризує цілий комплекс професійних технічних засобів, програмних засобів і схем реалізації тих діалогів, які здатні поєднувати інноваційні види медіа та їх користувальницькі аудиторії у загальному діалозі [61, 63].

Привабливим аспектом інтерактивності для сучасних користувачів медіаструктури є можливість синхронізації ролей з ролями як цільових

споживачів, так і продюсерів в цьому середовищі. З погляду користувача-глядача інтерактивний характер медіа означає:

- можливість генерувати персональний спосіб споживання інформації. Користувачі шукають потрібний їм контент відповідно до тематики своєї особистої мети і в процесі вибирають зручний для них спосіб комунікації та швидкість;

- здійснення ефективних взаємодій між користувачами та медіаструктурами. Як результат, запити споживачів отримують швидкі відповіді системи;

- реалізація можливості прямого втручання в офіційний контент із особистими повідомленнями, транзакціями, оголошеннями тощо;

- виконання процесів обміну інформаційними даними між різними абонентськими пристроями з використанням різних каналів зв'язку як в режимі реального часу, так і в різних часових режимах [46].

1.2.2 Класифікація електронних інтерактивних медіа

Класифікація всіх видів електронних інтерактивних медіа ускладнюється процесом постійної зміни медійної галузі Інтернет-простору. Пояснюється це короткочасністю існування останнього та фактичною відсутністю традиціоналізму у його структурних відносинах.

Вибір типу електронного носія ґрунтується на трьох основних критеріях:

- види реалізації ідей у електронних ЗМІ;
- соціальні цілі деяких ЗМІ;
- джерело створення та підтримки Інтернет-ресурсу. [5, 46, с. 85-101].

За першим критерієм інтерактивні медіа поділяються на конкретні мережеві медіа та мережеві версії друкованих видань. Ознаки соціального призначення мають на увазі наявність двох видів електронних ЗМІ. Це

соціальний некомерційний проєкт та засіб комерційної діяльності. Третій критерій, що активно обговорюється в різних наукових працях, дозволяє виділити такі типи властивостей для джерел створення інтерактивних медіа: аматорські та професійні [61].

Під *професійним* джерелом медіапродукції розуміється самостійний склад журналістів, маркетологів та іншого персоналу спеціального призначення, що здійснює ведення електронних інтерактивних проєктів, з чітко встановленою основою його функціонування для вирішення суспільно важливих завдань сучасності [64]

Аматорський характер створення і підтримки засобів комунікації, як правило, передбачає створення нових медіа через взаємодію колишніх членів аудиторії користувачів інших медіапроєктів (або на основі разових преміальних виплат), які не пройшли спеціальної професійної підготовки, необхідної в рамках функцій інформаційно-комунікаційного простору [61, с. 47]

Аматорські медіапроєкти передбачають огляди, коментарі та інші типи текстів, що передають настрої, висловлені про результати виробничої та маркетингової діяльності тієї чи іншої компанії, подробиці приватного або суспільного життя, розміщені в різних формах медіапростору:

- Інтернет-блогах, до яких входять персональні онлайніві щоденники та соціально вагоміві інформаційні проєкти з активним використанням методики групового авторства;

- блогах, що формуються самими читачами чи журналістськими кадрами з ініціативи видавничих організацій та інтегрованих до онлайн-майданчиків ЗМІ;

- інтерактивні майданчики гіперлокальних новин, основою реалізації яких є принцип «журналістики участі»;

- мобільних блогах, заснованих на розміщенні користувальницьких фотоматеріалів та коротких текстових повідомлень, знятих та опублікованих у

глобальному інформаційно-комунікаційному просторі за допомогою різних видів мобільних пристроїв [46, с. 85-101].

Так, актуальним в умовах сучасного розвитку інформаційно-комунікаційного середовища та появи його нових інструментів стає питання рольового перерозподілу характеристик діяльності учасників глобальної медіасистеми [63].

Вплив медіатехнологій, Інтернет-дискурсу та інформаційно-комунікаційного інструментарію на загальну структуру медіасистеми надає їй споживчій аудиторії можливості для генерації та популяризації персонального контенту в рамках як спеціалізованих медійних структур, так і окремо від них [64].

Об'єктивною причиною такого різкого зростання популярності аматорського контенту є високий відсоток інноваційності, унікальності та цінності його інформаційного змісту при більш оперативному рівні його поширення, який відрізняється від показників видань на професійній основі функціонування [61, с. 77]. Крім цього, не можна заперечувати актуальність ролі журналістського контенту професійного характеру, який публікують організації ЗМІ в Інтернет-просторі. Це пояснюється високим рівнем професіоналізму, дотриманням міжнародних етичних норм і ефективністю журналістських матеріалів. Таким чином, очевидно, що контент користувача існує як доповнення до професійного журналістського контенту, який активно формується і поширюється через певні медіапортали, блогосфери та інструменти соціальних мереж.

Так, процес появи інноваційних медіа і безперервної диференціації їхніх підвидів став основною причиною загальної трансформації глобальної медіасистеми та впливає на реалізацію процесу сприйняття інформаційних потоків аудиторіями користувачів, з одного боку, та на їхню генерацію професійними медійними організаціями – з іншого, при обліку активного

здійснення суб'єктно-об'єктних відносин за умов перерозподілу характеристик діяльності учасників сучасного інформаційно-комунікаційного простору.

1.3 Функції Інтернет-медіа у висвітленні новин

Функція (з лат. «Functio» - обов'язок, призначення) Інтернет-медіа характеризує сукупність їхніх обов'язків і виконуваних ними завдань. Людська діяльність, зокрема продукування медійних текстів, має мету та прагне результату своєї діяльності від поставленої мети. Суть мети продуцентів медійного контенту полягає у поширенні інформації та донесенні її до реципієнтів. Якщо медіа не виконують одну зі своїх найважливіших функцій, то не варто і замислюватися над продукуванням медійного контенту.

Функції Інтернет-медіа, з одного боку, зберігають властивий всім медіа зміст, а з іншого – набувають специфіки, зумовленої середовищем, у якому з'являється медійний контент.

Комунікаційна функція має особливе значення в середовищі мережі: відбувається перехід від односторонніх до двосторонніх моделей спілкування [63, 64]. Реципієнти вже не просто одержують повідомлення від журналістів, вони стають повноправними учасниками процесу обміну інформацією. Не лише журналісти, а й глядачі можуть брати участь у виробництві та обміні інформацією.

Водночас двосторонній зв'язок відбувається у тому комунікаційному середовищі, яке дозволяє спілкуватися у режимі реального часу. Аудиторія може використовувати досить широкий спектр форм спілкування одна з одною та з журналістами:

- обговорювати конкретну публікацію або передачу,
- заповнювати опитування, відповідати на питання редакції,
- брати участь в оцінюванні,

- ставити питання редакції та окремим журналістам,
- оцінювати роботу каналу в цілому,
- обговорювати соціальні проблеми,
- подати свій матеріал для публікації [22].

У сучасній комунікації у зв'язку з розвитком мультимедійних засобів зростає значення візуальної інформації у контенті Інтернет-медіа. Німецька дослідниця У. Фікс зазначає, що «тексти ніколи не можуть існувати лише вербально, адже завжди присутні різні знаки інших семіотичних систем: жести, міміка, голосовий супровід або зображення, графіка, типи шрифтів, колір. Оскільки всі ці ознаки формують єдиний сенс тексту, не можливо за одним вербальним кодом його повністю зрозуміти [52-54].

Наразі термін «полікодовий текст» активно використовується лінгвістами. Так, наприклад, О. Чайковська висвітлює «прагматичну цілісність невербальних та паравербальних елементів теленовін з їх вербальним змістом» [32]; І. Городецька досліджує англійські рекламні тексти косметичних засобів, в яких зображення поряд зі словами відіграє велику роль [8], Шаряк О. М. аналізує текстові словотвірні конструкції в сучасній німецькій пресі [33], Н. В. Коломієць розглядає подання інформації на вебсайтах служби новин CNN [11], Л. В. Мунтян висвітлює концептуальний аналіз та методи дослідження вербалізованих концептів [17]. Таким чином, комунікація відбувається завдяки різним шляхам передачі інформації, що і є основною характеристикою медіатекстів (полікодових текстів).

Комунікаційна функція Інтернет-медіа має яскраво виражені особливості і є основою виконання інших функцій. Інтернет пропонує великі можливості для двостороннього спілкування, але реалізація цього потенціалу потребує зусиль як з боку журналістів, так і аудиторії [70].

Інформаційна функція Інтернет-медіа має декілька характеристик. Мультимедійна природа мережі дозволяє візуально та виразно збагачувати

інформацію. Гіпертекстуальність дозволяє розширити зміст інформаційних повідомлень та відсилати читачів до інших ресурсів мережі.

На додаток до цих функцій Інтернет-медіа слід назвати *функції форуму та каналу соціальної участі* [46, с. 85-101]. Функціонал форуму можливий лише за умови двостороннього зв'язку. Таким чином, відкриваються нові можливості для багатосторонніх дискусій щодо різних питань, для публічних дебатів між народом та владою. Багатосторонні дебати були б неможливими без активної організації та активізації журналістів та готовності громадян скористатися цією можливістю.

Інтернет-медіа виконують розважальну функцію, яка призначена для створення умов для відпочинку, цікавого проведення дозвілля, приємного заповнення вільного часу. Однак, мета цієї функції полягає не тільки у розважанні реципієнтів, а й сприяє розвитку інтелекту і розумової діяльності.

Для цього Інтернет-медіа мають специфічні риси, пов'язані з інтерактивністю та гіпертекстуальністю [51]. Контент медійного простору створюють люди з передовими поглядами, які прагнуть впливати на реципієнтів, намагаються прищепити своє уявлення про що-небудь. При цьому слід брати до уваги, що інформація доступна лише тоді, якщо всі ці функції будуть взаємодіяти, у цьому разі можна говорити про органічну єдність у співвідношенні й способи реалізації всіх функцій». Медійний контент з функціонально точки зору різнорідний, тому і медійні тексти можуть бути:

- *монофункціональними*, коли домінує одна функція, навіть якщо в ній присутні ще декілька;

- *поліфункціональними*, коли у медійному тексті на однакових умовах існують кілька функцій.

У монофункціональному тексті може існувати одночасно кілька функцій, проте одна з них проявляється більш чітко, а інші – менш помітні. Найбільш поширені поліфункціональні тексти, оскільки вони є більш цікавими за своєю

формою та змістом. Наявність низки функцій в одному медійному тексті свідчить про професіональний контент. Всі зазначені функції вимагають об'єднання сил продуцентів медійних текстів для більшого впливу на реципієнтів.

Таким чином, головною функцією Інтернет-медіа є комунікаційна, яка взаємодіє з інформаційною функцією, функцією форуму та каналу соціальної участі, а також розважальною функцією. Зазначені функції роблять медійний контент *монофункціональним (з однією домінуючою функцією) та поліфункціональним.*

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Цей розділ присвячено вивченню та аналізу теоретичного матеріалу досліджуваної теми. У ньому розглянуто поняття «контент» і надано його узагальнене трактування. У нашій роботі ми розуміємо контент Інтернет-медіа як друкований чи відео- та аудіотекст, в якому поєднані різні семіотичні системи. Тексти ніколи не можуть існувати лише вербально, адже завжди присутні різні знаки інших семіотичних систем: жести, міміка, голосовий супровід або зображення, графіка, типи шрифтів, колір. Оскільки всі ці ознаки формують єдиний сенс тексту, неможливо за одним вербальним кодом його повністю зрозуміти.

Контент користувача існує як доповнення до професійного журналістського контенту, який активно формується і поширюється через певні медіапортали, блогосфери та інструменти соціальних мереж.

Значну увагу приділено медійному Інтернет-простору як інтерактивному інформаційно-комунікаційному середовищу та розглянуто типологію Інтернет-видань, проаналізовано вплив сучасного етапу інформатизації на медійний Інтернет-простір, а також розглянуто класифікацію електронних інтерактивних медіа.

РОЗДІЛ 2 ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МЕРЕЖЕВИХ МЕДІЙНИХ ТЕКСТІВ ТА МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

Щоб ясніше уявити різницю між медіатекстами і публіцистичними текстами в друкованих виданнях, необхідно згадати про властивості та характеристики класичних текстів. Сучасна лінгвістика тексту орієнтується насамперед на дві основні характеристики, основні сутності тексту: цілісність і зв'язність. Ці характеристики позначають зв'язок, об'єднання текстових елементів у єдине ціле, на що впливають різні аспекти організації мовних творів. Цілісність передбачає внутрішню закінченість, смислову єдність тексту. Зв'язність – це об'єднання текстових елементів один з одним, причому не просто безпосередньо наступних одне одним елементів у тексті, але у певній відстані один від одного [19].

Більшість існуючих трактувань поняття «стиль» зводиться до того, що стиль – це суспільно усвідомлена та функціонально обумовлена, внутрішньо об'єднана сукупність прийомів вживання, відбору та поєднання засобів мовного спілкування у сфері тієї чи іншої суспільної, загальнонаціональної мови [18].

Стиль у мові – це різновид мови, яка закріплена за суспільством традицією однієї з найпоширеніших областей соціального життя і відрізняється від інших різновидів тієї ж мови за всіма основними параметрами – лексикою, граматиною, фонетикою [14].

2.1 Характеристика лексичного рівня мережових медійних текстів

Лінгвостилістика медійних текстів відрізняється з багатьох причин технічного та психологічного характеру. На лексичному рівні виділяють три особливості медійного тексту:

1. Автор використовує мережевий жаргон, який панує в основному в чатах, соціальних мережах, блогах і форумах, але неминуче проникає і в традиційні ЗМІ [49]. Звісно, мережні ЗМІ, тобто ЗМІ, які працюють лише в Інтернеті, використовують більше мережевого сленгу. Інтернет-ЗМІ, мовна політика яких передбачає використання онлайн-сленгу у своїх публікаціях, можна розділити на дві основні групи: «розмовляють на слензі» та «використовують сленг як засіб самовираження». Використання онлайн-сленгу в першу чергу призначене для встановлення контакту з молодшою аудиторією, яка становить більшу частину загальної медіааудиторії.

2. Наявність ключових слів і фраз (для оголошень, рекламних акцій і тексту користувача). Ця особливість обумовлена SEO-оптимізацією тексту сайту, тобто просування статей в мережі. Це найперше, що бачить користувач, коли шукає певну тему. Ключові слова можуть бути вставлені в текст «штучно», щоб читач звернув на них увагу.

3. Маніпулятивний характер медійних текстів відображається у мотивації, соціальній оцінці та потребує громадської активності. Тут доречно говорити про появу ознак того, що називають п'ятою владою. Соціальні медіа – це нова сфера формування реальної політичної сили. «П'ята влада» функціонує не лише як механізм контролю над державними структурами, а й як «четверта влада» — традиційні ЗМІ. Цим терміном також можна назвати «нову журналістику», що характеризується високою громадянською відповідальністю, ініціативністю, активністю та готовністю до безпосередніх дій [69].

2. 2 Характеристика синтаксичного рівня мережевих медійних текстів

Синтаксичний рівень медійних текстів представлений трьома специфічними ознаками:

1. Посилена інформаційна складова, що виступає у двох основних характеристиках. Перша характеристика — це точні, не «алегоричні» заголовки матеріалів, що якнайповніше відображають тему публікації. Ця характеристика є частиною SEO-оптимізації статті [12, с. 254-256]. Усі тексти, опубліковані у мережі, однак стають об'єктом пошукових систем. І якщо журналіст хоче, щоб його матеріал «впливав» під час пошуку певної теми одним із перших, він повинен подбати про точність його заголовка. Друга характеристика – це найбільша змістовність перших двох-трьох абзаців. Саме в них мають бути ключові та головні слова матеріалу. Ця особливість залежить від особливостей сприйняття користувачем інформації на моніторі.

2. Гіпертекстуальність, що забезпечує нелінійне розширення. Гіпертекст – це текст, який розгалужується або виконує дії за необхідності. Гіпертекст зазвичай є набором тексту з вузлами переходу між текстами, що дозволяє вибирати, яку інформацію читати чи порядок читання. Веб-текст – це гіпертекст, тому посилання слід використовувати доцільно, щоб забезпечити безперервність інформації.

Багато дослідників вважають гіпертекстуальність основною особливістю лише мережевих ЗМІ. Журналісти мають вміло користуватись можливістю вставки у свої тексти посилань на інші джерела інформації, не зловживаючи такою можливістю. Рекомендована найкоротша відстань між двома вузлами гіпертексту в рамках одного сайту – це два переходи.

3. Обмеженість обсягу мережевого тексту.

Отже, лексична та синтаксична організація медійного тексту обумовлена причинами як технічного характеру, наприклад, підсвічування екрана,

«прокручування» тексту тощо, так і психологічними особливостями читачів (демократичність та розкутість в Інтернеті, «переглядове» читання публікацій тощо). Ці лінгвостилістичні характеристики медійних текстів свідчать про дедалі більше відокремлення цього виду трансляції інформації від мови традиційних друкованих видань.

2.3 Аргументація як засіб посилення впливу на реципієнта

Аргументацію можна визначити як будь-яку соціальну, інтелектуальну чи вербальну діяльність, що служить для обґрунтування чи спростування точки зору, представленої системою тверджень, спрямованих на одержання схвалення певної аудиторії [71]. У ході суперечки у ряді випадків адресант робить зусилля викласти свою точку зору якомога ясніше, ігноруючи можливі наслідки реакції з боку реципієнта, виходячи з фактора невідповідності [70]. З іншого боку, аргументи – це «мовні прийоми, призначені переконання співрозмовника, аудиторії» [60], «способи міркування, розумові процеси» [4], «підкріплення або обґрунтування інших доказів» [58].

Аргументація – комунікативна діяльність суб'єкта у вербальній, невербальній та екстралінгвальній формах, метою якої є переконання адресата шляхом демонстрації правильності позиції адресанта. Тут залучені його знання, ідеї, здоровий глузд, цінності, сприйняття, емоційний стан, а також соціальний статус і роль, яку він повинен виконувати. На думку науковців, сучасну аргументативну теорію можна трактувати як «комплексну дисципліну, що поєднує логіку, психологію, лінгвістику, філософію, соціологію, праксіологію та багато інших дисциплін» [61]

Релевантним для нашого дослідження є розгляд лінгвістичної аргументації, зацікавленість якою прослідковується у філософії, психології, риториці, логіці, лінгвістиці, когнітивістиці, соціології та конфліктології в другій

половині 20-го ст., призвела до сталої інтеграції науки в когнітивістику та поглиблення внутрішньонаукових спеціалізацій. З іншого боку, намагання створити загальну для всіх наук теорію аргументації пов'язано із такими тематичними областями, як «інженерія людських факторів, категоризація поведінки людини, моделювання людської діяльності» [70].

Взаємодія та взаємовплив наук посприяли тому, що в теорії аргументації з'явилися моменти соціального характеру:

- фактор довіри при аргументації,
- дистанція між вихідною та одержуваною інформацією,
- емоційний вплив на реципієнта,
- формування позиції аудиторії та ін.

Значна кількість областей, пов'язаних з аргументацією, та питання, що розглядаються, доводять, що лінгвістична аргументація є багатомірним феноменом. Він передбачає діалектичне поєднання двох процесів: внутрішнього, пов'язаного з прийняттям рішень, та зовнішнього, пов'язаного з процесом соціальної взаємодії з метою переконання адресата. Кожен процес визначається низкою чинників різної природи. Іншими словами, лінгвістичну аргументацію можна розглядати як «використання мови, яка дорівнює широкому тлумаченню фактів, а не просто до встановлення значень істини». Аргументація – явище динамічне, адже вона завжди є процесом. Відповідно, вона в першу чергу пов'язана з предикацією, оскільки будь-яка думка завжди є предикативною. В ідеалі «стратегічне завдання аргументації – вплив, що досягається за рахунок достовірності, узгодженості, достатності аргументів та зв'язності викладу» [68].

Практика аргументації ґрунтується на глибинних структурах міркувань, що передбачають наявність передумов у вигляді складних соціальних виразів, понять, що вбирають у себе інтелектуальні, розумові, емоційні та духовні устремління індивідів [66]. Це визначає стратегії і тактики спілкування та вибір мовних засобів у лінгвістичній аргументації. Таким чином, з когнітивної точки

зору аргумент є низкою кроків за моделлю світу [65], які можуть призвести до змін у структурі знань не лише адресата, а й адресанта.

Мовним способом вираження аргументації є текст, переважно у діалогічній формі, хоч і не виключена і монологічна (наприклад, наукова стаття). Якщо враховувати, що текст є свідомо організованим результатом мовного процесу, а метою аргументативного мовного процесу є переконання, то в будь-якому тексті потенційно можливе виділення аргументативних сегментів.

Установка переконання робить доцільним виділення аргументативного фокуса. Щоб забезпечити зв'язність і дієвість, адресант повинен обирати такі засоби вербалізації знань, які б зберігали поточний фокус або вказували на переміщення уваги з одного фокусу на інший. У зміні фокуса принципову роль відіграють риторичні предикати, тема-риторичне членування, референційні показники пропозиції, синтаксичні ролі. Мовні одиниці чи мовні конструкти, які переміщуються в аргументативний фокус, з погляду аргументатора здатні забезпечити найбільший маніпулятивний вплив на адресата. Ними стають аргументами.

Науковці поділяють аргументацію на знакову та каузальну. Перша виходить за межі вербальної комунікації, але часто ці види аргументації взаємодіють.

Крім зазначених видів аргументації існують:

- *аргументація дефініціями* (не тотожні словниковим дефініціям). Це передбачає створення висловлювання – актуалізованого речення. Це складніше ніж аргументація окремими словами, адже аргументувати одним реченням складно.

- *аргументація через пояснення*, яка ґрунтується на каузальному зв'язку. Доказовість та дієвість аргументації залежать від джерела фактів, їхньої послідовності та зв'язності;

- *аргументація через ілюстрації*, що ґрунтується на аналогії та передбачає порівняння, без якого неможлива аналогія. Пряме порівняння може бути здійснено у формі подібності, паралелізму, репрезентації. Антитеза, заснована на контрастному порівнянні, ефективніша ніж пряме порівняння. При цьому як для адресанта, так і адресата важливі співвіднесеність з досвідом і ознайомленість з об'єктами, що порівнюються;

- *псевдоаргументація*. Хоча в діалозі досить багато елементів, властивих аргументації (граматичне заперечення, стилістичний прийом наростання), діалог не можна назвати аргументацією в прямому значенні цього слова, оскільки він не є інформативним [64]. Це обмін фразами, цитування попередніх реплік співрозмовника. Отже, всі види аргументації, що виділяються, займаються специфікацією аргументації через апелювання до здорового глузду.

1. В медійних текстах велика увага приділяється переконанню [58, 62], яке в широкому сенсі розуміється як думка, що нав'язується з добрими або поганими намірами, логічно або гіпнотично [65]. Переконання досягається за допомогою риторичних аргументів, звернення до задоволення чи незадоволення базових потреб людей або через апеляцію до морально-етичних норм суспільства [70, с. 93-100].

Серед риторичних аргументів, які доводять тезу, виділяють апеляцію до фактів, статистики, законів та авторитетів [13, с. 54].

Аргументи, представлені апеляцією до фактів, спираються на їхнє розуміння як речень, що фіксують емпіричне знання [41]. Найчастіше в риторичці сам по собі факт не впливає на слухачів, якщо йому не дана оцінка і не відображено його зв'язок з іншими фактами і аргументами [58, с. 121]. Факти в риторичній практиці підрозділяються на системні й історичні [65, с. 75]. До системних фактів належать висновки науки, об'єктивні показники стану справ тощо, а якщо мова йде про минулі події, то використовується історичний факт, який виглядає як виклад обставин справи [65, с. 80].

Аргументи апеляції до статистичних даних – кількісних показників розвитку виробництва і суспільства, їх співвідношення і зміна – перебувають в нерозривному зв'язку з якісним змістом об'єкта [62, с. 77]. Використовуючи аргумент апеляції до статистики, обов'язково вказується джерело таких відомостей, інакше зазначений аргумент втрачає об'єктивність [58, с. 53].

2. Аргументи, представлені апеляцією до законів, документів, постанов та інших нормативних актів, обов'язкових для виконання, вважається об'єктивними аргументами, оскільки для законослухняного громадянина необхідність виконання законів і розпоряджень верховної влади є неминучістю [60, 71].

Аргументи апеляції до авторитетів реалізуються через звернення до третьої особи, яка стає гарантом правильності тези, тому що авторитет здається об'єктивнішою, менш зацікавленою особою, ніж сам оратор – у цьому полягає психологічний вплив на реципієнтів [62, с. 50]. Авторитет може бути представлений не лише людиною, компетентною у сфері своєї діяльності, але й дослідницькими організаціями та інституціями. Розглянуті аргументи вдало використовуються в медіапросторі продуцентами контенту з метою маніпулювання аудиторією.

2.4 Методологія емпіричного дослідження

2.4.1 Поняття наукової методології

Наукова методологія ґрунтується на базових концепціях, охоплюючи методи, котрі дослідники застосовують на теоретичному етапі своїх розвідок. До таких методів належать індукція, дедукція, системний підхід тощо. Що стосується методів емпіричного дослідження, то вони представлені спостереженням, експериментом, вимірюванням, порівнянням та ін. Крім того,

існують методи, які використовуються науковцями не лише на теоретичному, а й на емпіричному етапах дослідження. До них належать аналіз, синтез, систематизація, узагальнення, моделювання, формалізація, абстрагування тощо.

З огляду на специфіку об'єкта і предмета нашої розвідки, визначаємо одним із основних методів у нашому дослідженні метод *системності*, адже, на думку науковців, системна методологічна парадигма є найадекватнішою для аналізу сучасної науки [40, с. 32-38; 6, с. 16-21]. Ми поділяємо думку М. П. Кочергана про те, що «кожне явище необхідно розглядати в системі, тобто в його зв'язках з іншими явищами тієї системи, до якої воно належить» [14, с. 86].

Описовий метод представлений сукупністю процедур, які містять прийоми інвентаризації, класифікації та інтерпретації досліджуваних мовних одиниць та явищ. Зазначені прийоми дозволяють виокремити досліджувані одиниці певного дискурсу, зокрема медійного, описати їхні диференційні ознаки, класифікувати їх відповідно до їхнього функціонування. Описовий метод має бути здійснений «на базі єдиної граматичної теорії, на основі одного й того самого методу, за однією моделлю, з використанням однакової техніки й одного й того самого поняттєвого апарату» [14, с. 93-94].

Метод наукового спостереження передбачає наявність мети та засобів, які науковець застосовує у процесі переходу від об'єкта, процесів та явищ спостереження до кінцевих результатів. Цей метод дозволяє фіксувати властивості та зв'язки аналізованих одиниць та отримати первинну інформацію у вигляді сукупності емпіричних тверджень.

Зіставний метод представлений «сукупністю прийомів дослідження й опису мови шляхом її системного порівняння з іншою мовою з метою виявлення її специфіки на тлі спільних рис» [15]. Іншими словами, цей метод призначений для виявлення відмінностей між двома чи більше мовами, хоча й допускає існування їх спільних рис у цих мовах. Своєю чергою, М.О. Вакуленко

наголошує, що «зіставний метод, на відміну від порівняльно-історичного, спрямований на виявлення передусім відмінних рис мовної форми вираження та змістового наповнення досліджуваних одиниць, їх структурних компонентів та елементів у порівнювальних мовах, тоді, як порівняльно-історичний метод призначений для виявлення спільних рис досліджуваних мовних явищ [6, с. 18; 15]. Зіставним методом науковці послуговуються «для аналізу співвідношення структурних елементів мовних одиниць і структуру загалом переважно на синхронному зрізі з урахуванням усіх факторів їхньої взаємодії, взаємопроникнення і взаємовпливу на всіх мовних рівнях [14, с. 78].

Науковці говорять про взаємозв'язок індуктивного й дедуктивного методів. Таке спостереження полягає у тому, що, на думку вчених, результат індуктивного методу дослідження повинен завершуватися дедуктивним обґрунтуванням, а дедуктивне визначення підтверджується фактами безпосереднього спостереження [14, с. 77].

Основою системності мовних одиниць і явищ є класифікація, яка виникає на тому етапі розвитку індуктивної науки, коли з'являється потреба в оцінці й переоцінці досліджуваного матеріалу, визначенні зв'язків між науковими поняттями й об'єктами дослідження. Застосовуючи цей метод науковці можуть схематично представити будь-яку систему. Це дозволяє виявити специфічні особливості аналізованої системи та отримати нову базу інформації.

Кількісним аналізом дослідники послуговуються для виявлення частотності використання конкретної мовної одиниці чи явища та встановлення зв'язку між різними факторами дослідження та кількісними співвідношеннями різних груп, типів і моделей досліджуваних одиниць. Кількісні розрахунки уможливають об'єктивізацію спостережень у порівняльних розвідках. Завдяки кількісним розрахункам можна визначити «питому вагу» того чи іншого явища в порівнюваних мовах, щоб визначити тенденції уживання подібних явищ в аналізованих мовах [14, с. 104]. На думку М.О. Вакуленко суттєвим недоліком

кількісного аналізу є «відсутність критичної оцінки отриманих результатів дослідження та перетворення обсягу отриманої інформації в якісно нове знання» [6, с. 17].

Метод суцільної вибірки передбачає виокремлення аналізованих одиниць із досліджуваних текстів для формування фактичного матеріалу розвідки, що дозволяє сформувати корпус досліджуваних одиниць [4, с. 106]. Часто науковці застосовують цей метод у взаємодії з методом аналізу дефініцій, що полягає в уточненні значення аналізованих одиниць або явищ, адже метод «дослідження словникових дефініцій, який висунув у свій час Ш. Баллі, передбачає, як відомо, вияв у тлумачних словниках ідентифікаторів певного змісту мовної одиниці» [3]. *Метод етимологічного аналізу* призначений для встановлення походження форми та значення слова [15]. Отже, для ґрунтовного лінгвістичного дослідження необхідно послуговуватися комплексним підходом, який передбачає застосування як загальнонаукових методів, так і суто лінгвістичних.

2.4.2 Алгоритм аналізу номінативних одиниць лексико-семантичного поля «Impfung»

Розглянемо алгоритм аналізу номінативних одиниць лексико-семантичного поля «Impfung» німецькомовного контенту Інтернет-медіа про вакцинацію.

У сучасному українському мовознавстві було зроблено багато спроб систематизації методів дослідження лексико-семантичного поля, описано безліч дослідницьких прийомів і процедур його аналізу [11, 19]. Однак, як існують різноманітні підходи до трактування поняття «лексико-семантичне поле», так існують розбіжності і у визначенні сутності самого аналізу. Сучасні мовознавчі студії пропонують кілька напрямів аналізу з опорою на різні методологічні основи, адже вибір методів для дослідження певного лексико-семантичного поля

пов'язаний з метою та завданнями, які ставить перед собою науковець. На нашу думку, цей підхід враховує всебічний опис змісту та структури лексико-семантичного поля.

Дослідження лексико-семантичного поля «Impfung» німецькомовному медійному просторі є різноплановим процесом, який реалізується низкою етапів, що передбачають застосування як загальнонаукових, так і лінгвістичних методів.

На *першому етапі* дослідження ми вивчаємо теоретичну базу розвідки, яка ґрунтується на таких загальнонаукових методах, як описовий метод, метод спостереження, узагальнення, індукції та дедукції. Використання зазначених методів дослідження дозволяє розглянути суттєві теоретичні відомості релевантні для нашої розвідки стосовно їх опису, встановлення закономірностей, визначень.

Другий етап дослідження передбачає встановлення етимології одиниць лексико-семантичного поля «Impfung» для розуміння генези цих одиниць. *Метод суцільної вибірки* спрямований на виокремлення мовних репрезентантів лексико-семантичного поля «Impfung» в німецькомовних медійних текстах, а застосування *зіставного методу* дозволить виокремити спільне та відмінне у семантиці мовних одиниць лексико-семантичного поля «Impfung» в німецькій мові. *Метод кількісного аналізу* застосовуємо з метою виявлення відсоткової кореляції номінативних одиниць лексико-семантичного поля «Impfung» у німецькомовному медійному просторі.

На *третьому етапі* дослідження звертаємося до *методу аналізу словникових дефініцій*, який спрямований на розкриття семантики мовних одиниць лексико-семантичного поля «Impfung».

Четвертий етап розвідки призначений для виявлення стилістичних особливостей аналізованих одиниць з урахуванням їх уживання у текстах професійного або аматорського контенту.

Отже, з-поміж загальнонаукових релевантними для нашого дослідження виявилися методи індукції та дедукції, зіставний метод, а також метод кількісного аналізу. Важливими лінгвістичними методами для дослідження номінативних одиниць лексико-семантичного поля «Impfung» у німецькомовному контенті Інтернет-медіа про вакцинацію вважаємо метод аналізу словникових дефініцій, етимологічний та контекстний. Кожен етап дослідження має свій комплекс методів, як загальнонаукових, так і лінгвістичних.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Грунтовно вивчено функціональний бік Інтернет-медіа, а також лінгвостилістичні особливості мережових медійних текстів. Останні досліджено у рамках лексичного та синтаксичного рівнів мережових медійних текстів. Мережні ЗМІ, тобто ЗМІ, які працюють лише в Інтернеті, використовують більше мережового сленгу. Соціальні медіа – це нова сфера формування реальної політичної сили.

Лексична та синтаксична організація медійного тексту обумовлена причинами як технічного характеру, наприклад, підсвічування екрана, «прокручування» тексту тощо, так і психологічними особливостями читачів.

У роботі розглянуто аргументацію як лінгвістичну складову дослідження, адже будь-який медійний текст має на меті впливати на реципієнтів, а також здебільшого маніпулювати їхньою думкою та спонукати до певних дій, а для цього потрібно правильно користуватися надбанням теорії аргументації.

Важливе місце у дослідженні займає методологія емпіричного дослідження, у межах якої розглянуто поняття наукової методології та запропоновано алгоритм аналізу номінативних одиниць лексико-семантичного поля «Impfung».

РОЗДІЛ 3 ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ НІМЕЦЬКОМОВНОГО КОНТЕНТУ ЯК ОБ'ЄКТУ ДОСЛІДЖЕННЯ

3.1 Огляд корпусу дослідження

Вакцинація належить до тематики, яку необхідно висвітлювати в медіатекстах, тому що саме контент Інтернет-медіа із медіатекстами зазначеної галузі сприяє стрімкому поширенню інформації та легкому доступу до неї, а також впливає на реципієнта і спонукає його до виконання певних дій, або ж до підвищення рівня освіченості адресата в окремій гілці медичної галузі. Кожен такий медіатекст несе в собі певне прагматичне навантаження, яке має на меті адресант задля досягнення своїх комунікативних інтенцій. Так, скажімо, реципієнти звертаються лише до того джерела, яке вони вважають перевіреним, на що впливає час існування видання, його Інтернет-аналога чи ж нового медіа, а також дата публікації допису, підкріплення фактами, офіційною статистикою, цитатами відомих людей, у нашому випадку лікарів, представників медицини, вчених, дослідників тощо. Тому достовірність, наочність і якість виступають визначними компонентами у дослідженому німецькомовному контенті Інтернет-медіа про вакцинацію.

Передумовою для кращого сприйняття, розуміння та аналізу медіатексту реципієнтом є вдало обраний набір інструментів на лексичному рівні. Сьогодні можна прослідкувати рух мови сучасних ЗМІ, в яких висвітлена тема вакцинації, в такому напрямку: зростання діалогічності мовлення, розширення меж літературної мови, ухилення від певних усталених норм мовлення, збільшення кількості учасників масової комунікації, формування діалогу, що відбувається через висвітлення думок, надання фактів та експериментальних підтверджень компетентних осіб у галузі медицини.

Спектр тематики, пов'язаний з вакцинацією, досить широкий. Питання вакцинації тематизуються у медіатекстах, оскільки саме Інтернет-медіа слугує найбільш доступним та ефективним інструментом впливу на адресата. Мета таких текстів полягає у наданні інформації таким чином, щоб спонукати до певних дій адресата.

Медіатексти про вакцинацію охоплюють низку тем, які можна розділити на такі категорії: вакцинація від коронавірусу, грипу, туберкульозу, кору, поліомієліту, правця, дифтерії, гепатиту, віспи тощо.

Кількість медіатекстів на зазначену тематику, розміщені на Інтернет-платформі YouTube, сайті Deutsche Welle, електронних виданнях газет та журналів (“Der Spiegel”, “Zeit Online”, “Frankfurter Allgemeine Zeitung”), а також на інших вебсторінках, що містять інформацію про вакцинацію, збільшується відповідно до інтенсивності проведення нових досліджень захворювань та їхніх позитивних результатів, а також розроблення нових видів вакцин.

Використані матеріали різняться між собою за обсягом залежно від типу ЗМІ та жанру медіатексту. Так, наприклад, медіатекст “*Wer sollte sich wann gegen Diphtherie impfen lassen?*” (Кому і коли потрібно робити щеплення від дифтерії?) [187], розміщений на офіційному сайті Інституту Роберта Коха, за жанром є інформаційною статтею, побудованої у формі «питання-відповідь», в якій чітко та стисло висвітлено основні рекомендації щодо щеплення від дифтерії. Проте автори також структурують своє мовлення і виокремлюють найважливіші питання, які можуть бути корисними/цікавими реципієнту (“*Wie wirkt die Diphtherie-Impfung und gegen was schützt sie?*” (Як впливає щеплення від дифтерії та від чого воно захищає?) [187], “*Warum erhalten Säuglinge und Kleinkinder einen anderen Impfstoff als Kinder, Jugendliche und Erwachsene?*” (Чому немовлята та діти раннього віку отримують іншу вакцину, ніж діти, підлітки та дорослі?) [187], “*Muss eine Grundimmunisierung gegen Diphtherie wiederholt werden, wenn sie mehr als zehn Jahre zurückliegt oder reicht eine*

Auffrischimpfung?” (Чи потрібно повторювати базову імунізацію проти дифтерії, якщо вона була зроблена понад десять років тому, чи достатньо ревакцинації?) [187]) та дають короткі, лаконічні відповіді, що будуть зрозумілими кожному пересічному громадянину, який не є фахівцем у цій галузі. Таку ж стратегію використовують автори дописів на сайті Інституту Роберта Коха, повідомляючи про щеплення від правця (*“Schutzimpfung gegen Tetanus: Häufig gestellte Fragen und Antworten”* (Щеплення від правця: найпоширеніші запитання та відповіді) [168]), грипу (*“Grippeschutzimpfung (Stand: 16.9.2022”* (Вакцинація проти грипу (станом на 16.9.2022) [115]), кору (*“Schutzimpfung gegen Masern”* (Щеплення від кору) [169]). Адресанти враховують також вікову групу та структурують свої тексти відповідно до зазначеного критерію.

Однак, якщо розглядати найбільш актуальну тему нашого суспільства за останні роки, а саме щеплення від коронавірусу, спостерігаємо масивний обсяг інформації не тільки щодо рекомендацій певним групам осіб, але й щодо варіативності типу вакцини, переліку переваг і недоліків кожного з можливих видів, а також повідомлення про постійні розроблення науковцями нових вакцин чи покращення вже наявних. Такі тексти стрімко набувають популярності завдяки швидкому поширенню актуального контенту різними ЗМІ. Відеоповідомлення *“Universeller Impfstoff gegen alle Corona-Varianten?”* (Універсальна вакцина проти всіх видів коронавірусу? [179]) визначаємо як інформаційний звіт, в якому окрім голосу за кадром коментують поточний стан справ інші спікери – лікарі-імунологи, що підсилюється візуальними складовими полікодового тексту та сприяє кращому сприйняттю інформації. Часові проміжки досліджених відеоповідомлень займають до 5-7 хвилин, а тривалість інтерв'ю-відеоповідомлень може сягати до 20-40 хвилин (*“Live-Interview mit Biontech-Chef Prof. Ugur Sahin zu Corona-Impfstoff”* (Інтерв'ю наживо з генеральним директором Biontech професором Угуром Сахіном про вакцину від коронавірусу [149]), *“Corona-Impfung: Das sagen Impfskeptiker und -gegner”*

(Вакцина від коронавірусу: що кажуть скептики та противники вакцинації) [81], “*Corona-Impfung in Hamburg: Husemann beantwortet Fragen*” (Вакцинація від коронавірусу у Гамбурзі: Яна Гуземанн дає відповіді на запитання) [80]).

Важливо звернути увагу на мову авторів, вона залежить від жанру медіатексту, а також джерела публікації та виду тексту (аудіовізуальний чи друкований): реєстр мовлення під час інтерв’ю, інформаційного звіту чи будь-якого іншого відеоповідомлення значно відрізняється від реєстру мовлення під час проведення наукового огляду представленої вакцини у текстовому форматі. Необхідно також враховувати цільову аудиторію відправника. Так, наприклад, у відеоповідомленні “*Impfung gegen Grippe*” [135] у вигляді короткої мультиплікації (анімації) позакадровий голос повідомляє про необхідність та важливість щеплення; мова автора проста та зрозуміла: “*Wir können unser Immunsystem stärken, indem wir uns ausgewogen und vitaminreich ernähren, regelmäßig an die frische Luft gehen und uns ausreichend entspannen und schlafen*” [135].

Автори статей, дописів і публікацій про вакцинацію, розміщених на сторінках різних видань, коротко надають інформацію про щеплення, вид вакцини, наслідки після вакцинації та в разі ухиляння від вакцинації, комбінуючи із визначенням серйозності захворювання, його перебігу та особливих груп ризику. Адресанти чітко вказують на рекомендації для кожної вікової категорії та зазначають можливі побічні реакції. Згідно з підрахунками, досліджені текстові повідомлення про вакцинацію налічують в середньому три тисячі символів.

Важливо зазначити, що автори відеоповідомлень візуалізують сказану інформацію, таким чином апелюючи до реципієнта та сприяючи легшому сприйняттю окремих термінів та понять. Адже відомо, що сприйняття інформації відразу через декілька каналів більш дієве. Тому саме аудіовізуальний продукт

сприяє ефективному засвоєнню інформації та дозволяє досягнути представлений обсяг поданої інформації.

Таким чином, матеріалом для дослідження слугували 120 одиниць фактичного ілюстративного матеріалу, в яких йдеться про вакцинацію, виокремлених шляхом довільної вибірки з Інтернет-ресурсів. Було розглянуто відеоповідомлення (репортажі, інтерв'ю, інформаційні звіти) і друковані медіатексти (статті, короткі огляди, повідомлення, коментарі тощо). Після аналізу дослідженого контенту Інтернет-середовища ми дійшли до такого висновку: єдність семіотичних систем, до яких належать зображення та слово, стають органічними частинами медіатексту і виконують не тільки інформативну, а й апелятивну та прагматичну функції.

3.2 Принцип організації тексту у текстах про вакцинацію

Повідомлення про щеплення та різні види вакцин залежно від розглянутого захворювання відзначаються певною характерною структурою. Таким чином, можна виокремити три основні структурні компоненти тексту (вступ, основна частина, висновки), які доповнюються додатковими елементами. Основна частина досліджених полікодових текстів формується з текстових сегментів, до яких автори медіатекстів додають окремі підтеми, виокремлюючи їх підзаголовками, що стосуються загального питання, однак уточнюють специфіку поставленого запитання. Автори здебільшого імпліцитно викладають основну інформацію, що може бути важливою для реципієнта.

Основна частина досліджених медіатекстів, в якій розкриваються ключові поняття і питання, найбільша за обсягом, оскільки передається важлива для реципієнта інформація. Підтеми розділені підзаголовками, які мають на меті скомпонувати в собі суть питання, поставленого автором.

Питальні речення у заголовках виступають прийомом діалогізації, оскільки привертають увагу реципієнта, спонукають його до прочитання Інтернет-допису для отримання відповідей на запитання, що його цікавлять: “*Tetanus-Impfung: Warum gegen Tetanus (Wundstarrkrampf) impfen?*” [168], “*Kann man in Deutschland BCG-Impfung erhalten?*” [147], “*Hilft die Auffrischungsimpfung wirklich?*” [129], “*Impfung gegen Hepatitis B – wie oft ist sie nötig?*” [140], “*Wie viel Schutz bietet eine Grippeimpfung?*” [188], “*Wird eine neue Impfung den Unterschied machen?*” [189]. Зауважимо, що останній заголовок розглядається у контексті вакцинації проти коронавірусу. Він повідомляє про актуальність цього медіатексту через прикметник *neu*, який фігурує як додатковий імпульс для переходу на вебсторінку задля прочитання зазначеної статті.

Заголовок “*Universeller Impfstoff gegen alle Corona-Varianten?*” [179] містить елемент інтриги, оскільки автор апелює до реципієнта, ставить відкрите запитання та закликає його до роздумів; актуалізується хвилююча з огляду на події останніх років і нагальна для кожного представника сучасного суспільства тема.

Заголовки досліджених медіатекстів свідчать про нагальність питання/проблеми та закликають адресата до певних дій. Так, наприклад, заголовок “*CORONA: Biontech, Moderna, Astra! Das müsst Ihr über die nachlassende Wirkung der Impfstoffe wissen*” [85] повідомляє про зниження ефективності щеплення окремих типів вакцин, про що свідчить домінантне у зазначеному текстовому сегменті словосполучення “*die nachlassende Wirkung der Impfstoffe*”, де дієприкметник *nachlassend* виступає негативно маркованою лексемою та надає висловлюванню негативно-оцінної характеристики, що, ймовірно, передує негативно-оцінному викладу інформації в основному тексті.

Ефективність вакцини від туберкульозу згідно з номінативним еліптичним заголовком “*BCG-Tuberkuloseimpfung nur im frühen Kindesalter wirksam*” [77] є високою у ранньому дитинстві. Цей текстовий сегмент підсилюється часткою

“*nur*” та вказує на обмежену вікову категорію, лише для якої таке щеплення матиме користь.

Автори друкованих медіатекстів використовують графічні елементи у своїх дописах про вакцинацію і таким чином підтверджують наочність і правдивість висвітленої інформації. Якщо у відеоповідомленнях такої тематики візуальна складова, а саме відеоряд, поєднується з аудіосупроводом, то у текстових повідомленнях цією візуальною складовою виступає зображення. Однак у текст може бути інтегроване відеоповідомлення як доповнення до викладеної інформації. Здебільшого така тенденція спостерігається у статтях, розміщених на офіційному сайті німецької радіостанції “Deutsche Welle”. Наприклад, у статті “*COVID-19: Erschöpfen zu viele Booster-Impfungen unser Immunsystem?*” [87] зведено три відеоповідомлення, що підтверджують слова автора, розміщених не у вигляді посилань, а у вигляді зображень відеоповідомлень, що можна переглянути безпосередньо на Інтернет-сторінці (див. рис. 3.1, 3.2, 3.3):



Рисунок 3. 1 – Підтема 1 “EMA press briefing”, інтегрована в основний текст



Рисунок 3.2 – Підтема 2 “Was hilft gegen Omikron”, інтегрована в основний текст



Рисунок 3.3 – Підтема 3 “So funktioniert die mRNA-Impfung gegen Corona”, інтегрована в основний текст

Отже, у текст інтегровано три окремі підтеми, які слугують аудіовізуальною складовою зазначеного медіатексту, що робить статтю більш наочною та глибше розкриває тему завдяки посиланням на офіційні джерела та інтерв'ю з компетентними особами. Так реципієнт отримує основну інформацію у вигляді друкованого тексту, а для подальшого її уточнення може відтворити

відеоповідомлення та доповнити отримані знання завдяки новій інформації та її візуалізації.

Для привертання уваги до питання адресанти вдаються до використання символів-ілюстрацій, що сигналізують важливість і необхідність прочитання окремого пункту статті, що слугує приміткою в тексті, однак є не менш важливим, вербалізована за допомогою інфінитивної конструкції *Gut zu wissen* (*Варто знати*). Такими графічними елементами виступають, наприклад, знак оклику в червоному колі чи літера «і», під якою розуміємо лексему «інформація» тощо:

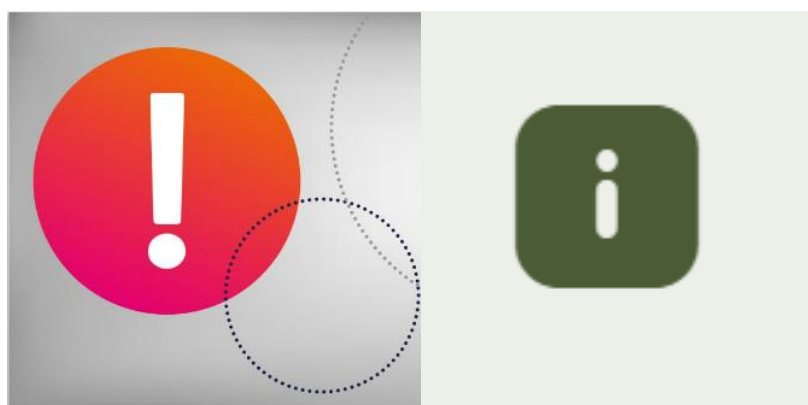


Рисунок 3.4 – Графічні елементи – імпульси до прочитання допису

Для легшого сприйняття тексту адресанти також використовують спрощений варіант подання інформації у вигляді схем, що підсумовують написане автором та полегшують процес отримання інформації. Адже відомо, що друкований матеріал, який підсилюється ілюстрованими компонентами, дозволяє зафіксувати інформацію і виокремити найважливіше. Наприклад, у медіатексті “*Die Masern-Impfung wird für Babys ab 11 Monaten empfohlen*” [90] автор дає відповідь на запитання *Ab wann kann ich mein Kind gegen Masern impfen?* та прописує рекомендації, посилаючись на офіційне джерело – дані з Інституту Роберта Коха, – та підтверджує цю інформацію календарем щеплень проти кору для немовлят у вигляді зображення:

Vorsorgeuntersuchung	U6	
Alter (in vollendeten Monaten)	11 Monate	15 Monate
Masern	G1 	G2 

Quelle: Ständige Impfkommission. Empfehlungen der Ständigen Impfkommission beim Robert Koch-Institut - 2020/2021. Epid Bull; 2020; 34.
G: Grundimmunisierung (in 2 Teilimpfungen G1-G2)

Рисунок 3.5 – Календар щеплень проти кору для немовлят

Очевидно, що автор націлений на комунікацію з реципієнтом, зацікавлений у зворотному зв'язку та розширенні аудиторії. Саме тому ілюстративною складовою досліджених медіатекстів виступають відомості про автора, його посаду та зображення, а також пряме посилання на його особистий профіль:

Ansprechpartner



Prof. Dr. Dr. h.c. Christoph Lange →
Forschungszentrum Borstel, Leibniz
Lungenzentrum

 [E-MAIL SCHREIBEN](#)



Pia Heinemann

Redakteurin Natur und
Wissenschaft

 [Folgen](#)



Kim Björn Becker

Redakteur in der Politik.

 [Folgen](#)



Рисунок 3. 6 – Ілюстративний матеріал (посилання на автора медіатексту)

Часто автори медіатекстів про щеплення від туберкульозу використовують у своїх публікаціях посилання на джерело інформації. Припускаємо, що вакцина для профілактики цього захворювання не має нових розробок, тому автори медіатекстів цитують першоджерела, узагальнюють уже відому інформацію та надають перелік використаних джерел:

Literatur

- Lancet 2005; DOI:10.1016/S0140-6736(05)67534-4 und DOI:10.1016/S0140-6736(05)67535-6
- Hashimoto T.: BCG vaccines for the prevention of tuberculosis in the world. *Kekkaku* 1997; 72: 629-37.

Рисунок 3.7 – Використані джерела (“Reiseinformationen – BCG-Impfung gegen Tuberkulose”)

Referenzen

1.  http://www.who.int/tb/publications/global_report/en/

Рисунок 3.8 – Посилання на першоджерело (“Tuberkulose. Ein Bündel von Maßnahmen”)

Для легшої навігації по тексту автори дають перелік представлених питань, тому реципієнт може не читати всю статтю, а тільки перейти до тих пунктів, які його найбільше цікавлять:

Inhaltsverzeichnis:

- Corona und Grippe: ein vorteilhaftes Doppel?
- Wie funktioniert eine Grippeimpfung?
- Wann sollte ich mich impfen lassen?
- Wer sollte sich impfen lassen?
- Wer gehört zur Risikogruppe?
- Was muss ich beachten?
- Kann ich die vierte Corona-Booster-Impfung und die Grippe-Impfung kombinieren?
- Wo kann ich mich impfen lassen?
- Wer zahlt die Impfung?
- Helpen Präparate aus der Apotheke gegen eine Grippeinfektion?
- Grippeimpfung in Zeiten von Corona

Рисунок 3.9 – Зміст статті “Die Grippesaison beginnt: Impfen gegen Influenza oder nicht?”

Варто зауважити, що автор використовує під час переліку запитань займенник “*ich*”, який в цьому випадку надає прагматичного навантаження висловлюванню, стає домінантним, і таким чином апелює до кожної конкретної особи, що сигналізує безпосереднє сприйняття інформації реципієнтом.

Відповідно до проведеного аналізу робимо висновок, що досліджені медіатексти мають чітку структуру: заголовок, вступ та основна частина, яка розкривається за допомогою підзаголовків у формі інших запитань. Адресанти спрямовані на комунікацію з адресатом, полегшують сприйняття медіатексту завдяки використанню різних каналів передачі інформації для її кращого засвоєння.

3.3 Стилiстичнi ознаки текстiв про вакцинацiю

Нiмецькомовний контент iнтернет-медiа, в якому представлена iнформацiя про вакцинацiю, набуває дедалi бiльшiй популярностi та актуальностi з огляду на сучаснi подiї у свiтi.

На основi медiатекстiв було зiбрано матерiал для дослiдження – окремi лексичнi одиницi, текстовi сегменти та цитати, якi використовувалися компетентними особами в галузi медицини, коментувалися представниками iнтернет-ЗМI для висвiтлення тематики вакцинацiї вiд рiзних захворювань.

Для оцiнки груп пропонуються такi критерiї: спосiб розкриття теми (дескрипцiя чи аргументацiя), регiстр мовлення, мовнi засоби та прагматичний аспект.

Зiбраний матерiал дослiдження було подiлено на такi тематичнi групи:

- вакцинацiя вiд COVID-19;
- вакцинацiя вiд дифтерiї;
- вакцинацiя вiд туберкульозу;
- вакцинацiя вiд грипу;
- вакцинацiя вiд КПК;
- вакцинацiя вiд гепатиту А-В.

Зазначенi вище групи можна вважати умовними, однак, розглядаючи, iхнi лексичнi та прагматичнi особливостi, можна виокремити основнi тенденцiї вербалiзацiї тематики про вакцинацiю у нiмецькомовному контентi.

3.3.1 Вакцинацiя вiд COVID-19

До цiєї групи належать лексичнi одиницi, текстовi сегменти, цитати, якi висвiтлюють питання щодо вакцинацiї вiд коронавiрусу: види вакцин, наслiдки (короткостроковi, тривалi) пiсля вакцинацiї, побiчнi ефекти, вiковi категорiї,

групи ризику, рекомендації окремим групам осіб, ефективність, стадії розроблення тощо.

Адресанти вдаються до іронічної форми представлення теми у своїх заголовках та відкрито констатують факт, в той час, як інші інтригують реципієнта. Таку тенденцію, зокрема, можна спостерігати у заголовку “*RNA-Impfstoff gegen SARS-CoV-2, nein danke!*” [166], в якому дещо зухвалий вигук-заперечення *nein danke* вказує на неефективність РНК-вакцини. З огляду на заголовки можна зробити припущення щодо регістру мовлення та стилю написання зазначеної публікації. Автор цієї статті використовує літературну мову, насичену зворотами, стійкими дієслівними сполуками (*Das Coronavirus SARS-CoV-2 hat Regierungen um den gesamten Globus im Gleichschritt in den Panikmodus verfallen lassen, Sind Impfstoffe tatsächlich die Lösung gegen das durch SARS-CoV-2 ausgelöste COVID-19 und welche Gefahren bergen eigentlich RNA-Impfstoffe?*, “*Dieses Medienversagen hat erwünschte Konsequenzen, denn während die „PR-Vereine“, die sich zu Unrecht Medien nennen, unwissenschaftliche Faktenchecks verbreiten, um die Bevölkerung in Sicherheit zu wiegen, anstelle auch über mögliche Gefahren zu informieren...*”, “*Die entsprechenden Impfstoffe mussten insbesondere zu Beginn der Pandemie mit dem bestmöglichen Effekt verteilt werden, da sie nur begrenzt zur Verfügung standen*” [166]). Також вживаються лексеми, притаманні розмовному стилю, що свідчить про прагнення автора стати ближчим до реципієнта та підкреслити часткову іронічність свого мовлення: *Nicht nur die weltweiten Regierungschefs, auch ihre wissenschaftlichen Berater plappern fleißig nach, was Impffanatiker Bill Gates als die einzige Lösung gegen SARS-CoV-2 sieht – nämlich die gesamte Weltbevölkerung mit einer kaum überprüften neuen Technologie zu impfen* [166]. Антитеза *fleißig plappern*: *plappern* означає відтворювати те, що сказав інший, точно так само (і по-дитячому), не вникнувши в його зміст [44]. Тому лексема *fleißig* протиставляється смислового наповненню слова *plappern* і таким чином підтверджує дещо іронічний тон висловлювання.

Спостерігаємо також вживання такого лексично-стилістичного прийому як метонімія: *Warum werden **kritische und skeptische Stimmen** wie Ken Jebsen, Bodo Schiffmann, Wolfgang Wodarg, Sucharit Bhakdi und viele mehr diffamiert und als Spinner vorgeführt?* [166]. Під «критичними та скептичними голосами» розуміємо вище зазначених осіб, які висловлюють своє критичне та скептичне ставлення до окремих питань.

Адресант візуалізує проблему, апелює до емоцій реципієнта, використовуючи негативно марковані лексеми, які асоціюються винятково з поганими емоціями, та гіперболізуючи ситуацію завдяки використанню умовного способу Konjunktiv II: *Mir **wird Angst und Bange**, wenn ich mir vorstelle, was hier passieren würde, wenn wir einer wirklichen Bedrohung gegenüberstünden* [166]. Негативно маркованою одиницею виступає словосполучення *Angst und Bange sein*, що не просто означає боятися, а відрізняється своїм смисловим відтінком та несе більше прагматичне навантаження (*eine starke Angst verspüren*). Автор також використовує лексеми нижнього регістру мовлення зневажливого характеру: *Blödsinn, Unsinn, Wahnsinn* тощо.

Натомість у публікаціях, розміщених на офіційному сайті Інституту Роберта Коха, спостерігаємо притаманні науковому стилю риси:

- ясність та предметність тлумачення: *Für eine vollständige Impfserie sind bei dem AstraZeneca-Impfstoff zwei Impfstoffdosen notwendig* [85]; (констатація факту підтверджена експериментально)
- лаконічність тверджень: *Eine Grundimmunisierung mit einer Auffrischimpfung, zu kombinieren, ist bei anderen Impfungen mit Totimpfstoffen bereits ein etabliertes Vorgehen und ist aus immunologischer Sicht absolut sinnvoll* [86];
- каузальна аргументація: *Darüber hinaus empfiehlt die STIKO ausdrücklich allen noch nicht oder unvollständig Geimpften im gebärfähigen Alter die Impfung gegen COVID-19, damit bereits vor Eintritt einer Schwangerschaft ein*

sehr guter Schutz vor dieser Erkrankung besteht [171] (пояснення необхідності щеплення для жінок репродуктивного віку)

- переконливість висловлювання: *Der abgestimmte Beschlussentwurf und die wissenschaftliche Begründung befinden sich aktuell im Stellungnahmeverfahren mit den Bundesländern und den betroffenen Fachkreisen* [171] (посилання на державні установи)
- стислість: *Einschränkung der AstraZeneca-Impfung auf die Altersgruppe ≥ 60 Jahre; Festlegung des Impfabstands der mRNA-Vakzine auf 6 Wochen* [85] (використання номінативних конструкцій).

Спостерігається чіткість висловлювань, які візуалізуються схематично, що полегшує сприйняття інформації завдяки виокремленню основних питань та коротких, лаконічних відповідей-аргументацій на них: *Wovor schützt die Impfung?, Für wen ist die Impfung empfohlen?* [83]

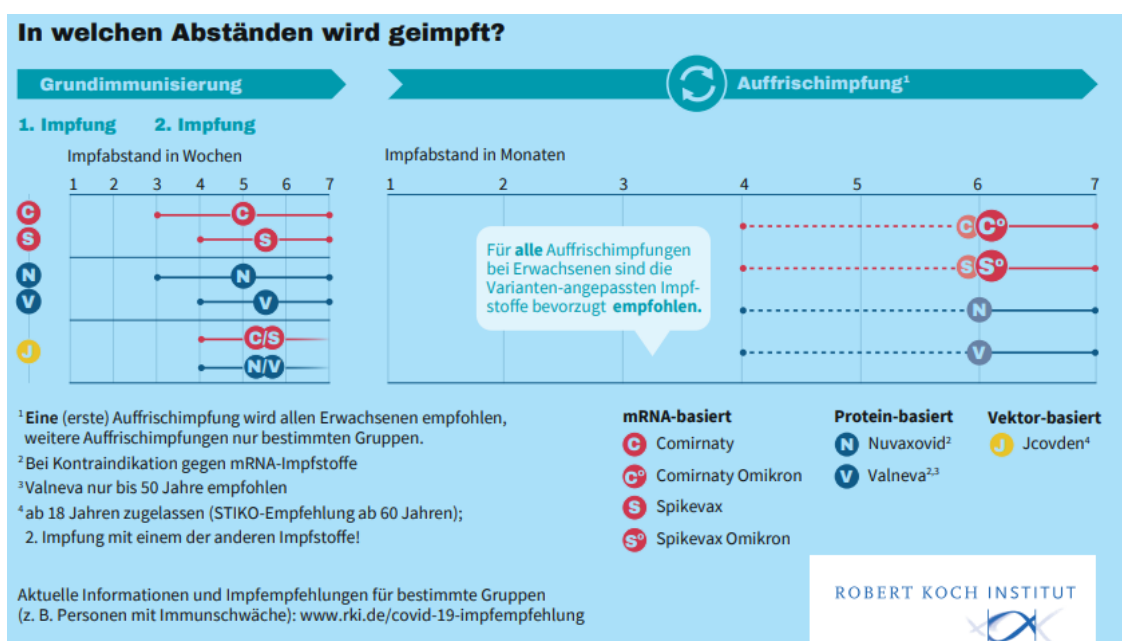


Рисунок 3. 10 – Схематична візуалізація відповіді на запитання

Цю публікацію варто розглядати за принципом «рекламного ходу», де прагматична мета та комунікативна інтенція автора полягає у привертанні уваги

реципієнта та спонуканні його до певних дій, у цьому випадку, йдеться про отримання щеплення від коронавірусу. Підтвердженням цієї гіпотези слугує примітка до публікації: *“Die vorliegende Darstellung soll ÄrztInnen als Kurzinformation zur COVID-19-Impfung dienen und im Gespräch mit PatientInnen oder Sorgeberechtigten unterstützen”* [86].

Авторами медіатекстів такої тематики здебільшого є не фахівці (представники медицини), а журналісти/редактори, які цитують першоджерело (лікарів, науковців, медичних працівників чи державні установи/організації).

Так, наприклад, автор статті *“STIKO will angepasste Impfstoffe empfehlen”* [171] не є компетентною особою, а посилається на офіційне джерело, узагальнює отриману інформацію через непряму мову Кон'юнктив I: *“Die Kommission begründet ihre Einschätzung damit, dass die neuen Impfstoffe eine „verbesserte Antikörperantwort gegenüber verschiedenen Omikron-Varianten **auslösen** und gegenüber dem Wildtyp-Virus eine gleichbleibend gute Antikörperantwort **erzielen**“ **würden**”*. Інші адресанти також висвітлюють інформацію непрямою мовою: *“Mit den Impfstoffen der Hersteller Pfizer/Biontech beziehungsweise Moderna könnten auch solche Kinder vor einer Corona-Infektion geschützt werden, teilte die EMA am Mittwoch in Amsterdam mit”, “Nach Angaben der Experten der EMA hatten Studien gezeigt, dass auch Babys und Kleinkinder bei einer sehr geringen Dosis vor einer Infektion geschützt würden”*.

Характерною рисою таких Інтернет-публікацій є інтерактивна частина як підсумок до викладеної інформації: автори медіатексту прагнуть отримати фідбек від реципієнтів та проводять опитування серед своєї аудиторії. Наприклад, у статті *“Grünes Licht für Omikron-Booster in der EU”* [119] запитують щодо готовності отримання бустерної дози вакцини проти Омікрону. Адресанти надають два варіанти відповіді *“ja, sofort”* та *“nein, das werde ich nicht”*. Перший варіант підсилюється прислівником *sofort*, що сигналізує про нагальність прийняття рішення та його виконання, другий варіант натомість містить

подвійне заперечення. Таким чином, адресанти мають на меті отримати відповідь, чи ця стаття виявилася ефективною, який прагматичний вплив вона несе та чи досягнув автор своїх комунікативних інтенцій, поставлених на початку написання статті:



Рисунок 3.11 – Онлайн-опитування щодо бустерної дози проти Омїкрону

У відеоповідомленнях для опису масштабів та серйозності захворювання використовуються такі лексеми, виражені прикметниками та дієприкметниками: *massiv, schwer, akut, ansteckend, empfindlich, dramatisch, riesengroß, virulent, übertragbar, drängend*, що схожі за своїм семантичним наповненням, відрізняються лише ступенем емоційної наповненості. Таблиця 2.1 демонструє проведений нами компонентний аналіз лексем.

Сема	einen hohen Schwieri	nicht leicht zu bewältig	schnell und heftig	durch Infektio n	aufgrun d einer körperli	infektiös	sehr nachhal tig,
------	----------------------	--------------------------	--------------------	------------------	--------------------------	-----------	-------------------

Лексема	gkeitsgrad aufweisend	en	[verlaufend]	übertragbar	chen Schwäche anfällig		groß (in seinem Umfang)
<i>schwer</i>	+	+	+	-	+	-	-
<i>akut</i>	+	+	+	+	-	+	-
<i>ansteckend</i>	-	+	+	+	+	+	-
<i>empfindlich</i>	-	-	+	-	+	-	+
<i>virulent</i>	-	-	-	+	+	+	-
<i>drängend</i>	+	-	+	-	-	-	+
<i>massiv</i>	+	+	-	-	-	-	+
<i>übertragbar</i>	-	-	+	-	-	+	-

Таблиця 2.1 – Компонентний аналіз лексем (сема «важкий» - про захворювання)

У досліджених відеоповідомленнях та друкованих медіатекстах цієї тематики негативно-маркована лексема “*Angst*” та її похідні, що мають таке ж значення або ж несуть однакове прагматичне навантаження, зустрічалися 184 рази (*Befürchtung, Gefahr, Angstgefühl, Panik*), що говорить про стурбованість ситуацією представниками державних установ, інстанцій, медичними працівниками, науковцями, дослідниками та журналістами Інтернет-ЗМІ.

Варто зазначити, що у вступі проаналізованих медіатекстів автори використовують слова-маркери, щоб вказати на нагальність зазначеної теми. Для висвітлення необхідності та важливості щеплення від коронавірусу адресанти використовують метод аргументації, однак часто застосовують і прийом дескриптивності. Наприклад, текстовий сегмент “*Durch die Impfreiheitsfolge*

konnten Menschen aus den sogenannten Priorisierungsgruppen möglichst früh ein Impfangebot erhalten. Expertinnen und Experten gehen davon aus, dass so sehr viele schwere Krankheitsverläufe sowie Todesfälle verhindert werden konnten” [16] є яскравим прикладом аргументації, де перша частина висловлювання констатує факт та вказує на можливість розвитку подій завдяки номінальній конструкції *durch die Impfreiheitsfolge* та модальному дієслову *können* в минулому часі, а у другій частині автор посилається на компетентних осіб, таким чином зауважуючи експертність оцінки та аргументуючи своє попереднє висловлювання. Тому тут слід говорити про каузальну аргументацію, як і в наступному прикладі. *“Viele Corona Fälle im Herbst wären dann noch ein Problem mehr, es darf nicht zuviel Personal krank werden, darum hoffen sie hier, dass es nicht so schlimm wird und einiges spricht auch dafür, denn ein sehr großer Teil der Bevölkerung ist inzwischen durch Impfungen und Infektionen immunisiert*” [17] відображає також аргументативність у висловлюваннях, яка синтаксично виражена у підрядній частині складного речення. Дескриптивність повідомлення досягається завдяки використанню простих речень (*“Bei der Immunantwort nach einer Infektion werden viel mehr B-Zell- und T-Zell-Virusepitope erkannt*” [7]; *“Die Impfung gegen Covid-19 ist äußerst wichtig*” [13]), посиланню на офіційні джерела (*“Ob aber überhaupt Babys eine Corona-Impfung angeboten wird, ist eine Entscheidung der jeweiligen EU-Mitgliedsstaaten*” [10]; *“Daher empfiehlt die STIKO inzwischen allen Personengruppen ab 12 Jahren eine Auffrischimpfung (3. Impfung) sowie bei Personen mit besonderem Risiko für schwere Verläufe bzw. mit besonders hohem Infektionsrisiko eine weitere Auffrischimpfung (4. Impfung)*” [101]), стислості інформації через передачу основної інформації (*“Die Impfung kann das Risiko verringern, an Covid-19 zu erkranken*” [100]; *“Es ist normal, dass nach einer Impfung bestimmte Nebenwirkungen auftreten*” [165]) та вживанню модального дієслова *sollen*, що слугує для вираження рекомендації, необхідності робити те, що правильно, раціонально, без подальшої аргументації (*“Die Dosierung der beiden*

bereits für Erwachsene und Kinder ab fünf beziehungsweise sechs Jahren zugelassenen Impfstoffe soll bei Babys und Kleinkindern jedoch deutlich niedriger sein” [103]; *“Sie sollen besser vor einer Infektion mit den aktuellen Subvarianten des Coronavirus schützen”* [119]).

Адресанти публікацій апелюють до реципієнта та ведуть з ним умовний діалог, використовуючи у своїх медіатекстах питальні речення: *“Aber sollte sich jeder mit ihnen boostern lassen?”* [87]; *“Kann man testen, ob man sich die vierte Impfung, also den zweiten Booster, geben lassen soll – oder ob man verzichten kann?”* [87]; *“Wie groß sollte der Abstand sein?”* [88]; *“Kann ich testen lassen, ob ich einen guten Schutz habe?”* [86]. Спостерігаємо варіацію підметів у реченнях: неозначена особа, виражена за допомогою займенника *man*, або ж відцентрове розкриття питання, тобто перша особа однини *ich*. Це свідчить про комунікативні інтенції автора, спрямовані на задовільнення потреб реципієнта.

Варто відзначити наявність галузевої терміносистеми. Текстові сегменти містять термінологічні одиниці, які можуть бути зрозумілими лише фахівцеві, однак адресанти пояснюють поняття задля досягнення прозорості та легкості мовлення для кращого сприйняття тексту чи відеоповідомлення кожним пересічним читачем/глядачем. Так, наприклад, у публікації *“Corona-Impfung für Erwachsene”* [86] автори використовують такі терміни на позначення різних типів вакцин: *mRNA-Impfstoffe* (мРНК-вакцина), *Vektorimpfstoffe* (векторна вакцина), *Proteinimpfstoff* (білкова вакцина) та *Totimpfstoff* (інактивована вакцина), значення кожного з яких трактовано автором.

У ході дослідження виокремлено й інші термінологічні одиниці: *inaktivierter und adjuvantierter Ganzvirusimpfstoff* (інактивована та ад'ювантна цілюноклітинна вакцина) [149], *das Spike-Protein* (S-білок (спайковий білок)) [165], *Auffrischimpfung* (ревакцинація) [164], *Schüttelfrost* (озноб) [], *anaphylaktische Reaktion* (анафілактична реакція) [171], *Perikarditis* (перикардит) [79], *Booster* (став загальноповживаним терміном) [87, 88, 179] тощо.

Таким чином, автори медіатекстів німецькомовного контенту, в яких повідомляється про вакцинацію від коронавірусу, вдало поєднують візуальні, звукові та текстові компоненти задля досягнення своєї комунікативної мети. Можна підкреслити, що до лінгвостилістичних характеристик текстів у дослідженій тематичній групі належать такі: наявність галузевої терміносистеми; точність, лаконічність та логічність викладу; комбінація інформативної, апелятивної прагматичної функцій, що реалізуються за допомогою різних лексичних та семантичних прийомів; використання негативно-маркованої лексики; дескриптивність та аргументативність висвітлення теми. За допомогою різних мовних засобів автори медіатекстів намагалися сформуванати відповідне ставлення реципієнта, інформувати його, викликати певні емоції та спонукати до дії.

3.3.2 Вакцинація від дифтерії

Медіатексти, в яких висвітлюється тематика вакцинації проти дифтерії, відзначаються своєю науковістю та стислістю. Характерною особливістю таких текстів зазначаємо використання медичної термінології: *Herzversagen* (серцева недостатність) [92], *Rötung* (почервоніння) [92], *inaktiviertes Diphtherietoxin* (інактивованій дифтерійний анатоксин) [134], *Anaphylaxie* (анафілактична реакція) [168] тощо.

Синтаксис досліджених публікацій та відеоповідомлень визначаємо як простий. Автори використовують еліпси (*Bakterielle Infektion über Tröpfchen von Mensch zu Mensch übertragen* [92]; *Unterscheiden sich nach Einzel- oder Kombinationsimpfstoffen* [94]), прості речення (*Die Impfung schützt zuverlässig vor einer Infektion* [134]; *Durch die Anregung der körpereigenen Abwehr kann es z.B. zu einer Rötung, Schwellung oder Schmerzen an der Einstichstelle kommen* [134];

Dennoch ist die Impfung gegen Diphtherie wichtig [94]), складносурядні (*Denn ist die Bevölkerung nicht ausreichend geschützt, so kann sich die Diphtherie auch in Deutschland jederzeit wieder verbreiten* [95]) та складнопідрядні речення (*Diphtherie wird durch ein Bakterium ausgelöst, dass durch Husten oder Niesen (Tröpfcheninfektion) von Mensch zu Mensch übertragen wird* [96]).

Публікації побудовані за принципом «питання-відповідь», де запитанням слугує виокремлений автором підзаголовок, який за його оцінкою є або може бути цікавим та корисним реципієнту. Тому лейтмотивом у досліджених медіатекстах виступає не тільки тема щеплення, а і її комбінація з наступними підтемами, що містять короткий опис захворювання, рекомендації щодо вакцинації для конкретних вікових груп, побічні ефекти після отримання вакцини та необхідність ревакцинації, що складає цілісність мовленнєвого акту.

Зауважимо, що адресанти графічно маркують домінантні моменти свого висловлювання. Автори, зокрема, вказують на основні шляхи передачі захворювання; *“Über eine Tröpfcheninfektion können Diphtherie-Bakterien leicht weiterverbreitet werden. Das kann entweder **über Husten, Niesen, Sprechen und Küssen**, aber auch über die gemeinsame Benutzung von Besteck oder Gläsern passieren”* [95], де жирним шрифтом виділено ці шляхи з метою фіксації інформації та концентрації уваги адресата саме на словах-маркерах. У текстовому сегменті *“Für die **Grundimmunisierung** empfiehlt die STIKO ein seit Juni 2020 reduziertes **2+1-Impfschema** bestehend aus drei Dosen Diphtherie-Impfstoff”* [99] словами-маркерами виступають лексеми *Grundimmunisierung* та *2+1-Impfschema*. З такою ж метою автори вдаються й до інших прийомів: виділення фону тексту різними відтінками. Так, наприклад, у статті *“Wer sollte sich wann gegen Diphtherie impfen lassen?”* [186] адресант наголошує на важливості ревакцинації та надає тексту нейтрального фіолетового кольору, таким чином фіксує та виокремлює головну ідею публікації.

Спостерігаємо, що вступ досліджених медіатекстів цієї тематики на відміну від теми вакцинації проти коронавірусу здебільшого містить однакову інформацію у спрощеній або більш розширеній інтерпретації: *Diphtherie ist eine infektiöse Krankheit, die von Mensch zu Mensch über Tröpfchen übertragen werden kann* [98]; *Bakterielle Infektion über Tröpfchen von Mensch zu Mensch übertragen; Diphtherie ist eine mitunter lebensbedrohliche Infektion, die hierzulande fast in Vergessenheit geraten ist* [93]; *Denn dank der Impfung tritt die hochansteckende Infektionskrankheit hierzulande nur noch sehr selten auf; Diphtherie ist eine bakterielle Infektion, die bei Befall der Rachenschleimhäute die charakteristischen klinischen Symptome Halsschmerzen und festhaftende Belege im Rachen hervorruft (sog. Rachendiphtherie)* [133] тощо.

Для опису *Diphtherie* автори використовують такі негативно-марковані лексеми-прикметники та дієприкметники: *lebensbedrohlich, hoch ansteckend, bakteriell, gefährlich, lebensgefährliche, bakteriell, infektiös, akut*.

Говорячи про побічні реакції чи про саму вакцину, автори вживають прикметники *harmlos, gut verträglich* (*Die Diphtherie-Impfung ist im Allgemeinen gut verträglich* [92]; *Nebenwirkungen sind in der Regel harmlos* [98]; *Zu den Nebenwirkungen, sind diese meistens harmlos* [99]; *... dazu gehören nur harmlose Nebenwirkungen* [100]).

У мовленні авторів публікацій спостерігаємо також використання стилістичного прийому – інверсії: *Das wirksamste Mittel zur Vorbeugung gegen die Erkrankung und einen schweren Verlauf ist eine Schutzimpfung* [136]. На початок речення винесено прикметник *wirksam* у найвищому ступені порівняння, що є домінантною складовою у зазначеному прикладі. Таким чином автор вказує на найефективніший засіб профілактики захворювання та його перебігу.

Автори медіатекстів структурують повідомлення про такий вид щеплення та визначають ключові слова, які є обов'язковими складовими для роз'яснення необхідної реципієнту інформації, що є характерним для номінального стилю

мовлення. Так автори виокремлюють лексему *Schutzwirkung* [95], під якою розуміємо запитання “*Wie hoch ist die Schutzwirkung bei der Impfung gegen Diphtherie?*” та отримуємо коротку і лаконічну відповідь *100 Prozent*. Варто звернути увагу й на наступні виокремлені лексеми, виражені субстантивованими прикметниками **Säuglinge**: *2 Impfungen mit 2 und 4 Monaten, eine abschließende 3. Impfung zur Grundimmunisierung im Alter von 11 ; zwischen der 2. und der 3. Impfung wenigstens 6 Monate Abstand* [95] та **Frühgeborene**: *zusätzliche Impfstoffdosis im Alter von 3 Monaten, insgesamt also 4 Impfstoffgaben* [95]. Однак в інших медіатекстах інформація подається ще більш спрощено, де автори відображають календар щеплень без жодних коментарів:

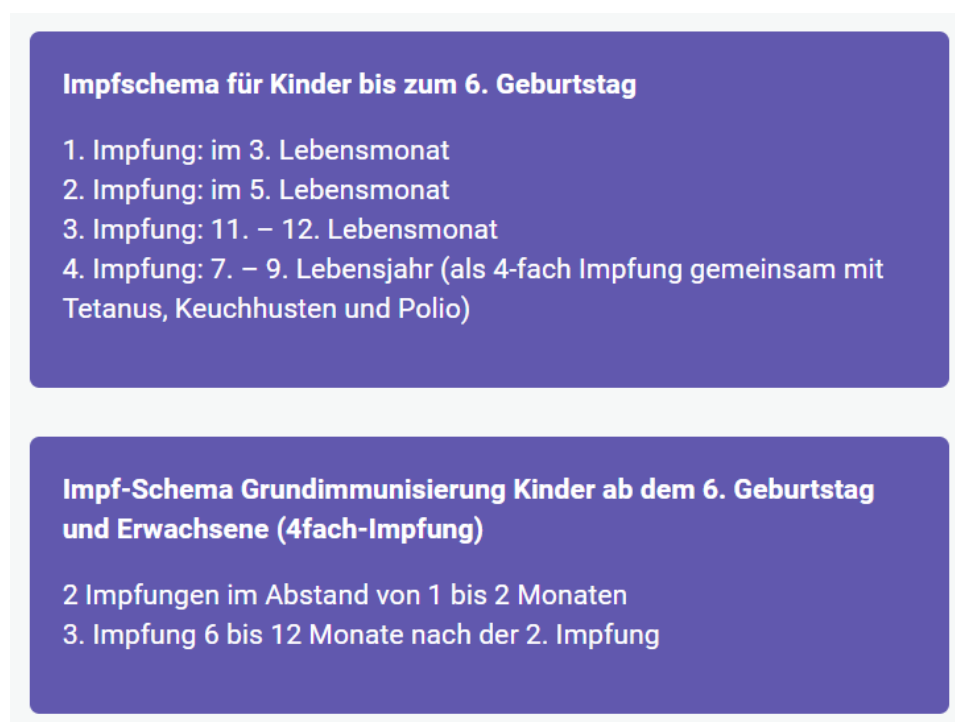


Рисунок 3. 12 – Календар проведення щеплень проти дифтерії

Аргументація у текстовому сегменті “*Am besten sollte dein Kind möglichst früh gegen Diphtherie geimpft werden. Die Experten der Ständigen Impfkommission (STIKO) am Robert Koch-Institut empfehlen die Impfung z. B. als Teil der 6-fach-Impfung ab dem Alter von zwei Lebensmonaten. Mit dieser können schon die Kleinsten gleichzeitig gegen sechs verschiedene Erkrankungen geschützt werden*” [96]

відбувається за допомогою слів-тригерів, адресованих батькам, оскільки поєднані два найважливіші для кожного з батьків компоненти: посилання на рекомендації офіційного джерела *Robert Koch-Institut* та словосполучення *gegen sechs verschiedene Erkrankungen geschützt werden*, адже здоров'я та захищеність дітей – найважливіші, а прислівник *gleichzeitig* підсилює мовлення. Вище зазначений приклад є прикладом каузальної аргументації, що взаємодіє зі знаковою аргументацією, вираженою ілюстраціями. Отже, автор апелює до батьків, вирішує проблему реципієнта та задовольняє свою прагматичну потребу. Таким чином визначаємо характерний дескриптивно-аргументативний розвиток теми.

Чітко прослідковується адресованість публікацій: *In Ländern mit ungenügend geimpfter Bevölkerung kommt es auch immer noch zu Ausbrüchen mit Todesfällen. Deshalb ist der Impfschutz gegen Diphtherie für dich und dein Kind nach wie vor wichtig. Am besten sollte dein Kind möglichst früh gegen Diphtherie geimpft werden. Mit 5 bis 6 Jahren sollte dein Kind eine erste Auffrischungsimpfung erhalten* [96]. Присвійний займенник *dein* слугує сигналом – спрямованість безпосередньо на адресата, де лексична одиниця *für dich und dein Kind* дозволяє визначити бажаного реципієнта, зменшити дистанцію між автором і реципієнтом.

Достовірність інформації, правдивість дописів, розміщених на вебсторінці *NetDoktor.de*, та компетентність авторів підтверджується редакцією за допомогою примітки *“Alle NetDoktor.de-Inhalte werden von medizinischen Fachjournalisten überprüft”* (Весь контент сайту *NetDoktor.de* рецензується медичними журналістами) [99], що має на меті викликати довіру у читача та упевнити його у необхідності виконання певних дій.

Отже, медіатексти про вакцинацію від дифтерії відрізняються від текстів про вакцинацію від коронавірусу своєю стислістю смислового наповнення, простотою передачі інформації та обмеженою кількістю інформації.

3.3.3 Вакцинація від туберкульозу

Відразу зазначаємо, що кількість німецькомовного контенту про вакцинацію від туберкульозу значно менша порівняно з іншими виокремленими тематичними групами. Інформація варіюється відповідно до способу її передачі, однак смислове наповнення не відзначається високою різноманітністю.

Композиція досліджених текстів розпочинається з інформації про рекомендацію Постійної комісії з питань вакцинації Інституту Роберта Коха щодо відсутності необхідності отримання щеплення від туберкульозу: *Bis Ende des 20. Jahrhunderts (1998) gab es eine Tuberkulose-Impfung. Die ständige Impfkommision (STIKO) des Robert Koch-Instituts (RKI) empfiehlt allerdings heutzutage keine Impfung mehr: Zum einen kam es in der Vergangenheit immer wieder zu Komplikationen. Zum anderen treten in Deutschland nur noch wenig Tuberkulose-Fälle auf* [173]. Заперечення необхідності вакцинації досягається за допомогою використання посилання на компетентний орган та реалізується за допомогою прислівника *allerdings* (однак).

Адресанти дескриптивно повідомляють про захворювання та вакцину. Наука не стоїть на місці, постійно відбуваються певні зрушення у галузі медицини, проводяться нові дослідження та експерименти. Так, наприклад, автори досліджених повідомлень надають інформацію щодо нових розробок: *Der Mikrobiologe Peter Sander hat einen Bakterienstamm entwickelt, der eine verstärkte Immunantwort gegen Tuberkulose-Erreger erzeugt. Das nährt die Hoffnung auf einen verbesserten Impfstoff gegen die Krankheit* [163]. Прослідковуємо трактування щеплення від туберкульозу як малоефективне, що впливає через вживання метафори; дієслова *nähren* у переносному значенні у поєднанні з іменником *Hoffnung*, а також дієприкметників *verbessert* та *verstärkt* у зазначеному текстовому сегменті. Проте зберігається публіцистичний стиль медіатексту, однією з основних ознак якого є використання риторичних запитань:

Tuberkulose-Impfstoff gegen Corona? [174]; *Die Ergebnisse überraschen – kann das ein Heilmittel sein?* [163]. Адже такий спосіб передачі інформації передбачає прагматичні інтенції автора, що полягають у привертанні уваги до статті та її прочитання. Лексема *Heilmittel* виступає домінантною та є імпульсом до перегляду медіатексту. Використання ідіоми *aus der Luft greifen* свідчить, наприклад, також про публіцистичний стиль мовлення: *Die Hypothese ist aber nicht aus der Luft gegriffen: Studien an Mäusen zeigen, dass der BCG-Impfstoff nicht nur vor Tuberkulose, sondern auch vor Virusinfektionen der Atemwege schützen kann* [147].

На фоні сучасних подій науковці вказують одночасно на ефективність вакцини від туберкульозу, що має позитивний вплив на організм людини, яка хворіє на Covid-19, та наголошують на результатах проведених наукових та експериментальних досліджень: *Stellt sich heraus, dass der Wirkstoff im Kampf gegen Covid-19 effektiv ist, wären Geimpfte zwar gegen das Coronavirus, aber sie wären besser geschützt. So gäbe es beispielsweise weniger Ausfälle in der Krankenversorgung, was unser Gesundheitssystem im Kampf gegen die Pandemie stärken würde, so Schindler* [174]. Текстовий сегмент побуваний на контрасті та протиставленні *nicht immun, sondern besser geschützt*, що досягається за допомогою сполучника протиставлення *sondern*, де простежуються причинно-наслідкові зв'язки: *besser geschützt werden* має за наслідок *weniger Ausfälle in der Krankenversorgung*, що доповнюється уточненням *was unser Gesundheitssystem im Kampf gegen die Pandemie stärken würde*.

Невпевненість у ефективності дослідження та практичного застосування нового щеплення від туберкульозу підтверджується завдяки лексемам *hoffen* та *Hoffnung*, які зустрічаються 26 разів у досліджених текстових та відеоповідомленнях, та лексемою *möglicherweise*, що сигналізує ступінь невпевненості: *Die Wissenschaftler hoffen, dass ihre Forschung auch in der aktuellen COVID-19-Pandemie von Interesse ist – weil sich eine BCG-Impfung möglicherweise*

positiv auf die Erkrankung auswirken könnte [177]; *Die Hoffnung: Nicht immun, aber besser geschützt* [173]; *Jetzt hofft man auf einen weltweiten Einsatz innerhalb der kommenden 10 Jahre* [176]; *Die Hoffnung: weniger Ausfälle in der Krankenversorgung* [177]. Таким чином, автори теж використовують слова-маркери, що сигналізують (не)впевненість у ефективності вакцини. Комунікативною інтенцією відправників є дескриптивний розвиток теми без подальшого прагматичного навантаження. Спостерігається амбівалентний характер висловлювань, оскільки автори не мають чіткої відповіді на запитання «Наскільки ефективним є щеплення від туберкульозу?», тому медіатексти побудовані на припущеннях, високому ступені невпевненості та припущеннях, що реалізуються за допомогою вищезазначених лексичних одиниць.

3.3.4 Вакцинація від грипу

Зазначена тематична група передбачає виокремлення основних лінгвостилістичних характеристик у медіатекстах на основі дослідження 34 ілюстративних матеріалів, що відрізняються за своєю тривалістю, обсягом та способом представлення інформації.

Наприклад, відеоповідомлення “*Allgemeine Infos zur Grippeimpfung*” [73] побудоване на дескриптивності з елементами аргументації: *Weil es viele verschiedene Grippeviren gibt, die sich auch schnell verändern können, muss jedes Jahr erneut geimpft werden. Aus dem gleichen Grund bietet die Impfung keinen hundertprozentigen Schutz. Das Risiko, an Grippe zu erkranken, ist jedoch bei geimpften Personen deutlich geringer.* Дескриптивність розкриття теми проявляється у поясненні про вірус грипу та симптоматику захворювання, чим зумовлена необхідність щеплення.

Важливою ознакою досліджених медіатекстів, зокрема відеоповідомлень, є аналіз у відсотках: мовець озвучує статистичні дані, які демонструються на

екрані, що свідчить про полікодовість тексту, який несе безпосередній прагматичний вплив на реципієнта. Наприклад, позакадровий голос повідомляє про позитивні наслідки після отримання щеплення від грипу *Bei älteren Erwachsenen sind nach einer Impfung etwa 40 bis 65% geschützt. Wer trotz Impfung eine Grippe bekommt, erkrankt in der Regel weniger stark* [73] паралельно з візуалізацією на екрані, адже отримання інформації декількома каналами передачі вважається найбільш ефективним для сприйняття даних реципієнтом.

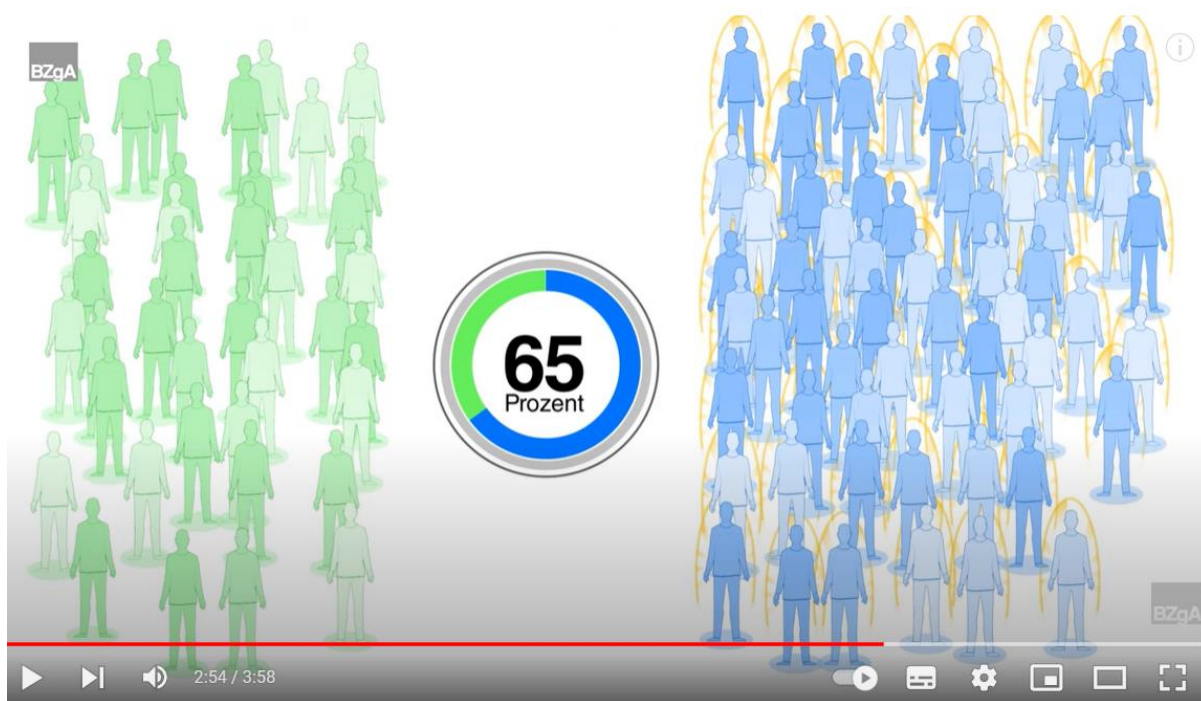


Рисунок 3.13 – Фрагмент використання графічних елементів (Allgemeine Infos zur Grippeimpfung)

Семи речень *Die Ständige Impfkommission empfiehlt den Risikogruppen die Impfung vor Beginn der Grippezeit, am besten ab Oktober oder November. Selbst zu Beginn oder im Verlauf der Grippezeit kann eine Impfung noch sinnvoll sein* (групи ризику, сезон грипу) [107] разом із контекстом (визначений період підвищеного ризику захворіти та настання цього періоду) впливають на формулювання подальшого викладу змісту тексту та побудову логіко-сміслових

зв'язків: необхідність ідентифікувати захворювання, виокремити симптоматику, вказати на основні групи ризику та закликати до важливості отримання щеплення, що досягається завдяки імперативному структурному елементу *Kommen Sie der Grippe zuvor und schützen Sie sich mit der Grippe-Impfung jedes Jahr! Kommen Sie gut geschützt durch den Winter!* [109] Так мовець намагається висловити свою думку та використати такі лексичні та семантичні одиниці, які б обслуговували його комунікативні інтенції, впливали б на думку та дії реципієнта.

Автори характеризують захворювання лексею *lebensbedrohlich*, яка зустрічається 23 рази у досліджених медіатекстах, з відповідною негативною конотацією: *Dann kann eine Grippe auch lebensbedrohlich werden* [75].

Необхідність у щепленні виражена такими лексичними, синтаксичними засобами:

- категоричне ствердження *Gegen die Grippe hilft nur eines: Ärmel hochkrempeln und sich impfen lassen* [89], що реалізується у підсилювальній частці *nur*. Спостерігаємо також гру слів у вищезгаданому текстовому сегменті – словосполучення *Ärmel hochkrempeln*, яке реципієнт одночасно сприйматиме, ймовірно, буквально та на підсвідомому рівні у звичному для нього значенні (*umgangssprachlich: sich energisch an die Arbeit machen, bei einer Tätigkeit kräftig mitarbeiten; sich anstrengen.*), тобто зібратися з думками, не відкладати на потім та зробити щеплення;
- використання вищого та найвищого ступенів порівняння, щоб підкреслити важливість вакцинації: *Der beste Zeitpunkt für die jährliche Grippeimpfung beginnt Ende Oktober/Mitte November. Je mehr Menschen geimpft sind, desto höher ist die Chance, dass sich Grippeviren erst gar nicht verbreiten* [107]; *Die Grippeimpfung ist die wirksamste Methode, sich vor einer Grippe (Influenza) zu schützen* [142]; *Die Impfung ist die beste Maßnahme, um sich und andere zu schützen* [116]. Адресант зазначає, що вакцинація ефективна не лише для

кожного окремого індивіда, але й вказує на колективну відповідальність, що сигналізує про прагматичне навантаження висловлювання.

- звертання безпосередньо до реципієнта: *Welchen Nutzen hat die Impfung für Sie/Dich? Wann sollte ich mich impfen lassen?* [148] – використання особових займенників *ich, du* та *Sie*, завдяки яким виокремлюємо у тексті цільову групу повідомлення (*Es gibt gute Gründe, **dich** gegen Grippe impfen zu lassen* [145]; *Da mit zunehmendem Alter die Leistungsfähigkeit des Immunsystems abnimmt und somit Infektionen häufiger schwerer verlaufen als auch Impfungen dann weniger wirksam sein können, empfiehlt die STIKO nun **Ihnen**, allen Personen ab 60 Jahren, die Verabreichung eines Impfstoffes mit höher dosierter Antigenmenge* [167]);
- вживання номінальних речень: *Durch eine Impfung in der Schwangerschaft wird auch ein Schutz des Neugeborenen durch die übertragenen mütterlichen Antikörper erreicht* [110];
- рекомендація авторів, що реалізується завдяки використанню допоміжного дієслова *sollen* у формі Кон'юнктив II: *Impfen ist wichtig: Gerade ältere Personen oder chronisch Kranke sollten sich rechtzeitig impfen lassen* [108].

Виокремлюємо такі повні та контекстуальні синоніми до лексеми *Grippe*: *Influenza, echte Grippe, Virusgrippe, Grippeepidemie, schwere Atemwegserkrankung, Grippewelle, ernstzunehmende Erkrankung* тощо. *Grippeepidemie* є гіперонімом до лексеми *Grippe*, однак розглядаємо її як контекстуальний синонім до зазначеної лексичної одиниці.

На прикладі наступного текстового сегмента розглянемо аргументативність висловлювань адресантів:

*Grippe wird durch eine Mischung verschiedener Grippeviren hervorgerufen. Diese Mischung an Varianten ändert sich von Jahr zu Jahr und sogar innerhalb einer Grippe-Saison. Der Impfstoff wird daher jährlich an die zu erwartende Mischung an Grippeviren angepasst. **Aus diesem Grund** muss die Grippeimpfung jährlich*

wiederholt werden, um einen zuverlässigen Schutz vor einer Erkrankung zu erreichen [113]. Словами-маркерами виступають лексеми *aus diesem Grund*, реалізовані у підрядному реченні мети (Finalsatz), в якому підрядна частина виступає у тісному зв'язку з попереднім реченням та аргументативно уточнює реалізований мовленнєвий акт.

Помічаємо, що, як і у вище досліджених тематичних групах, автори медіатекстів посилаються на компетентний орган – Постійну комісію з питань вакцинації (STIKO) задля засвідчення правдивості інформації та необхідності слідувати значеним рекомендаціям:

Die STIKO empfiehlt die jährliche Grippeimpfung für:

- *Menschen ab 60 Jahren,*
- *Personen mit chronischen Erkrankungen wie Asthma, Herz-Kreislauf-Krankheiten, Diabetes oder HIV,*
- *Menschen, die in Alten- und Pflegeeinrichtungen wohnen,*
- *Personen, die mit Menschen mit erhöhtem Risiko für Komplikationen zusammenleben [188].*

Відзначаємо високу лаконічність мовлення авторів медіатекстів, адже стриманість у висловлюваннях допомагає чітко ідентифікувати необхідну інформацію та використати її за власною метою.

Підсумовуємо, що медіатексти про вакцинацію від грипу побудовані на аргументативності, оскільки, припускаємо, що ця тема є однією із найбільш актуальних, а захворювання - вірусним, швидко поширюється та може охоплювати широке коло осіб, таким чином автори текстових повідомлень та відеоконтенту відповідно намагаються впливати на суспільство та спонукати їх до отримання щеплення задля уникнення спалахів захворювання у відповідну пору року. Тому розкриття інформації відзначається простотою та лаконічністю висловлювань з елементами розмовної мови.

3.3.5 Вакцинація від КПК

У виокремленій тематичній групі розглядаємо комбіновану вакцину проти кору, паротиту та краснухи.

Синтаксис досліджених медіатекстів простий: *Nicht geimpft werden kann bei: Unverträglichkeit gegen Bestandteile des Impfstoffes, speziell Hühnereiweiß, und einem geschwächten Abwehrsystem. Kinder können nicht vor dem 9. Lebensmonat geimpft werden. Nach der Impfung treten manchmal leichte Schmerzen und Schwellungen an der Einstichstelle auf. Gelegentlich kommt es zu Fieber* [143]. Спостерігаємо інверсію як засіб передачі інформації щодо наслідків проведення щеплення від кору: *Bei akuter, fieberhafter Erkrankung sollte die Impfung erst 2 Wochen nach der Genesung erfolgen* [150].

Речення *Alle drei Erkrankungen bergen ein erhöhtes Komplikationsrisiko; Wie effektiv kann es für mich sein?* [143], свідчать, зокрема, про публіцистичний стиль мовлення, який реалізується завдяки лексичним одиницям *Risiko bergen* та поставленому риторичному запитанню. Відзначаємо логічність мовлення та полемічність викладу думок автора.

Для позначення серйозності захворювань автори використовують, передбачувано, негативно марковані лексеми: *hochansteckende Krankheit, eine der ansteckendsten Krankheiten, hochansteckende Viruserkrankung, schwer verlaufende Virusinfektion*. Зустрічаємо також перифраз *Erkrankung mit roten Punkten* [153], який з огляду на ілокутивний акт адресується батькам: *Das kennen die meisten Eltern als klassische Kinderkrankheit mit den „roten Punkten“* [153].

Розкриття теми відбувається не лише на основі розповіді про щеплення, але й на виокремленні основних питань:

- *Zahl der Masernfälle* [152]
- *Wie steckt man sich mit Masern an?* [156]
- *Symptome und Verlauf von Masern* [156]

- *Wo besteht Ansteckungsgefahr?* [158]
- *Wie kann ich mich schützen?* [157]
- *Wo kann ich mich informieren?* [160]

Таким чином автори дають відповіді на запитання, використовуючи еліпси (*Masern - weltweit verbreitet und hoch ansteckend* [160]; *Einige Tagen – und die Symptome verschwinden dann wieder* [162]; *Das Masern-Virus durch Tröpfcheninfektion beispielsweise beim Niesen, Husten und Sprechen* [161]), лексеми-терміни (*Koplik-Flecken – плями Копліка, Mumpsvirus – вірус епідемічного паротиту, Immunsuppression – імуносупресія* [], *Grundimmunisierung – базова імунізація, Ausschlag – висун*), підсилювальні частки та прислівники (***Besonders gefährdet sind Säuglinge, die zu jung für eine Impfung sind, sowie Jugendliche und junge Erwachsene, bei denen eine oder gar beide Impfungen in der Kindheit versäumt wurden*** [153]).

Текстовий сегмент *Wurdest du als Kind gegen Masern geimpft? Oder hattest du sogar Masern? In beiden Fällen überträgst du in der Schwangerschaft die von deinem Körper gebildeten Antikörper auf dein Ungeborenes. So verhilfst du ihm zum sogenannten Nestschutz* [169] відзначається дескриптивністю мовлення, в якому комунікативний акт здійснюється за моделлю адресант → конкретний адресат», де під «конкретним адресатом» розуміємо «батьків», звертання до яких відбувається через другу особу однини, що понижує реєстр мовлення автора, однак посилює вплив на реципієнта. Проте не всі мовці реалізують свій комунікативний акт у формі звертання до другої особи однини, а вдаються до використання третьої особи множини, однак компенсують посилення прагматичного впливу на адресата завдяки використанню імперативу (наказового способу): *Achten Sie bei Ihrem Kind auf einen möglichst frühen und vollständigen Impfschutz gegen Masern durch zwei Impfungen. Am besten schauen Sie gleich mal in seinen Impfpass!* [154].

Аргументативність висловлювань досягається завдяки використанню лексичних одиниць з негативною конотацією: *Bereits nach kurzem Kontakt mit Erkrankten können Sie sich infizieren. Es braucht **keinen direkten Kontakt für eine Übertragung**. Noch nach 2 Stunden wurden Masernviren in der Luft eines Raumes nachgewiesen, in dem sich ein an Masern Erkrankter aufgehalten hatte. **Das Risiko schwerwiegender Komplikationen** ist bei Kindern unter 5 Jahren und bei Erwachsenen über 20 Jahren **am höchsten**. Besonders **schwer** und bisweilen **tödlich** können die Masern bei PatientInnen mit einer angeborenen oder erworbenen Immunschwäche verlaufen* [150]. Отож зазначаємо, що розкриття теми відбувається шляхом аргументації через пояснення, що передбачає каузальний зв'язок, із використанням негативно маркованих лексем.

Прагматичного навантаження медіатекстам також надають графічні елементи, які вказують на серйозність захворювання. Так, наприклад, адресант вказує на ефективність вакцини, посилається на офіційне джерело інформації: *Die Ständige Impfkommission (STIKO) empfiehlt die Impfung vor allem auch allen, die im Gesundheitsdienst, in Gemeinschaftseinrichtungen (z. B. Kindergarten) oder in der Betreuung von Personen mit stark geschwächtem Immunsystem arbeiten* [152] та надає графік кількості зареєстрованих випадків захворювання на кір з відповідними прагматичними інтенціями:

Gemeldete Masernfälle in Deutschland 2002 bis 2021

Quelle: Robert Koch-Institut, SurvStat, <https://survstat.rki.de/>, Datenstand 01.03.2021*

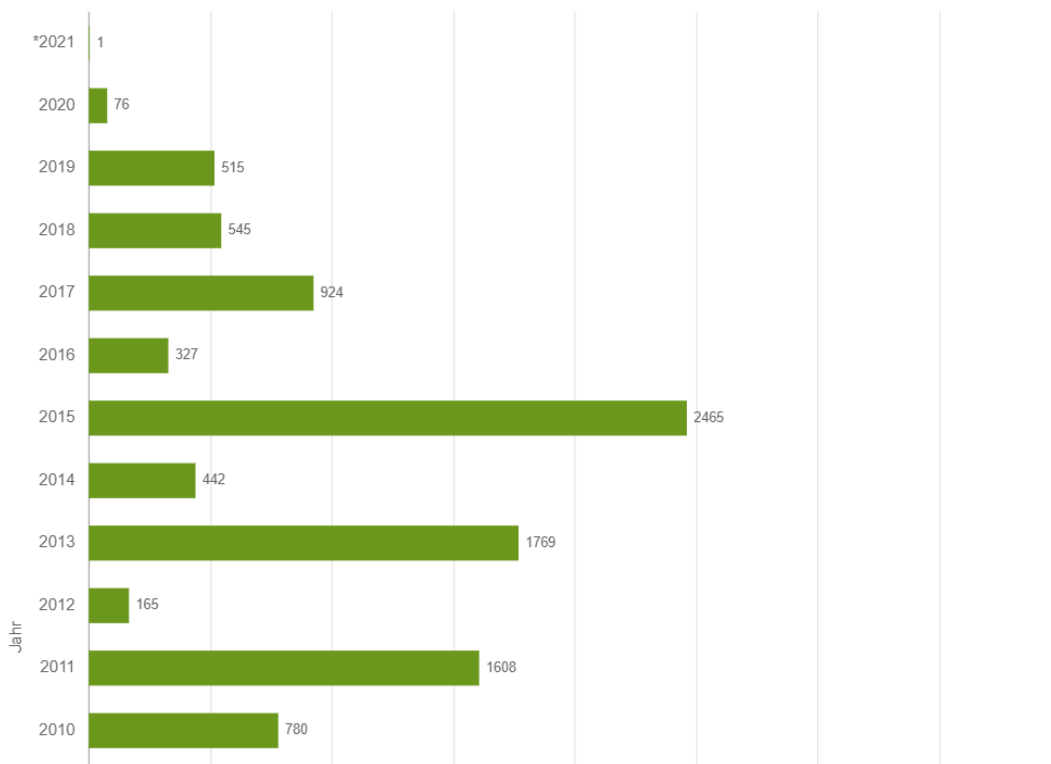


Рисунок 3. 14 – Кількість зареєстрованих випадків

Варто зауважити, що більшість досліджених медіатекстів містить лексему *Impfpflicht*, яка зустрічається 47 разів. Така тенденція дозволяє зробити висновок про нагальність питання та його вирішення на державному рівні.

Якщо раніше спостерігалось використання допоміжного дієслова *sollen*, то у таких медіатекстах як, наприклад, “*Schutzimpfung gegen Masern*” [169], “*MMR-Impfung*” [162], “*Impfpflicht soll Kinder vor Masern schützen*” [130], “*Alles zur Masern-Impfpflicht: Das müssen Sie jetzt wissen*” [72], фігурує лексема *müssen*, що означає обов'язок, а не рекомендацію, необхідність.

Закон про обов'язкову вакцинацію проти кору в Німеччині набув чинності 1 березня 2020 року.

Тут можна виокремити відповідну градацію:

1. *Daher hat die ständige Impfkommission (STIKO) am Robert-Koch-Institut in den neuen Richtlinien (seit August 2010) empfohlen, dass alle Personen ab Jahrgang 1970 mit unklarem oder ungenügendem Impf- bzw. Immunstatus eine Masernimpfung erhalten **sollen*** [155].
2. *Kinder ab einem Jahr, die in Kindertagesstätten oder in der Tagespflege betreut werden, sowie Schulkinder **müssen** gegen Masern geimpft sein* [158].

Отже, реалізація комунікативного акту у дослідженому німецькомовному контенті відбувається завдяки використанню різних лексичних та графічних засобів, що дозволяє посилювати прагматичний вплив на реципієнта.

3.3.6 Вакцинація від гепатиту А і Б

Оскільки в Німеччині вакцинація проти гепатиту необов'язкова, автори медіатекстів використовують лексему *empfehlen* та модальне дієслово *sollen*: *Die Ständige Impfkommission (STIKO) am Robert Koch-Institut (RKI) empfiehlt die Hepatitis-Impfung aber in einigen Fällen* [126]. Зауважимо, що сема лексеми *empfehlen* “*jemandem als vorteilhaft, geeignet, zuverlässig vorschlagen; jemandem raten, sich für jemanden, etwas zu entscheiden*” у зазначеній структурній одиниці тексту підкріплена посиланням на державну інстанцію та виступає імпульсом для реципієнта прочитати статтю й зробити для себе певні висновки.

Спостерігаємо подвійні засоби вираження рекомендації (прямі та непрямі): *Frühgeborene sollten nach offizieller Empfehlung viermal geimpft werden, weil ihr Immunsystem noch nicht ausgereift ist* [141]. Прямим засобом вираження рекомендації необхідності отримання щеплення виступає лексична одиниця *nach offizieller Empfehlung*, непрямим – модальне дієслово *sollen*, яке, власне, передбачає рекомендацію. Одночасно чітко прослідковується аргументація висловлення завдяки підрядному обставинному реченню причини.

Висвітлення основних питань, що можуть хвилювати читача/глядача відбувається шляхом використання безособових імплікованих речень *Wie kann gegen Hepatitis geimpft werden?* [120]; *Sich gegen Hepatitis impfen lassen?* [122].

Автори медіатекстів вступають в діалог з реципієнтом, передаючи інформацію від першої особи множини *wir*, що створює враження колективного обговорення питання, а не «сухого» викладу інформації: *Wir erklären, wann eine Auffrischung nötig ist und wie oft die Impfung insgesamt erfolgen sollte, Wir beantworten Ihre Fragen!* [126].

Наведений нижче приклад демонструє часткову ефективність щеплення проти гепатиту В:

*Die 1982 in Deutschland eingeführte Hepatitis-B-Impfung hat zu einer signifikanten Abnahme der Erkrankungsfälle bei Heilberufen geführt. **Jedoch** hat sie die Hepatitis-B-Inzidenz in der Gesamtbevölkerung **kaum** beeinflusst* [118]. Зазначаємо, що лексеми *jedoch* та *kaum* є показниками невпевненості та запереченням ефективності.

Вперше в ході дослідження зустрічається інформаційний лист як форма звернення до батьків щодо питання вакцинації:

Sehr geehrte Eltern!

Gerne orientieren wir Sie mit diesem Schreiben über die Bedeutung der vom Bundesamt für Gesundheit (BAG) empfohlenen Impfung gegen Hepatitis B und darüber, wie und wo die Impfung angeboten wird.

Was ist Hepatitis B?

...

Wie wird Hepatitis B übertragen?

...

In 80% findet die Ansteckung im Alter zwischen 15 und 40 Jahren statt.

Wie wird geimpft?

...

Wer soll geimpft werden?

...

Ist es möglich, gleichzeitig auch gegen Hepatitis A zu impfen?

...

Freundliche Grüße

Amt für Gesundheit und Soziales [139]

З огляду на вище зазначене робимо такі висновки щодо мовлення автора: діалогічність, що досягається завдяки мовленнєвій дії, адресованої конкретному отримувачу та звертання у формі *ihr*; чіткість; логічність і фактологічність.

Захворювання описане через використання негативно маркованої лексики: *eine der verbreitetsten Infektionskrankheiten der Welt, ansteckend, eine sehr ernste Erkrankung, die akute Infektion, lebensbedrohlich*. Згідно зі статистичним аналізом, встановлено повторюваність негативно маркованої лексеми *Risiko*, що складає 43 рази. Це говорить про небезпеку, яку несе таке захворювання.

Аргументативність досліджених текстових сегментів виражена підрядними обставинними реченнями умови: *Für Erwachsene wird die Impfung besonders empfohlen, wenn sie durch ihren Beruf ein erhöhtes Ansteckungsrisiko haben. Viele Jugendliche haben eine Grundimmunisierung im Baby-Alter erhalten. Die Ständige Impfkommission (STIKO) empfiehlt eine Grundimmunisierung für alle Jugendlichen, die als Babys/Kleinkinder nicht gegen Hepatitis B geimpft worden sind: Im Alter von neun bis 17 Jahren. Die Impfung muss nur dann verschoben werden, wenn der oder die Jugendliche eine schwere, behandlungsbedürftige Erkrankung hat [140]*. Зауважуємо, що автор намагається посилити прагматичний ефект на реципієнта шляхом вживання модального дієслова *müssen*.

Загалом можна підсумувати, що досліджені німецькомовні відеоповідомлення та друковані медіатексти реалізуються за допомогою використання низки лексичних та стилістичних прийомів, а також комунікативних тактик та стратегій адресантів, які спрямовані на реципієнта та

передбачають виконання ним певних дій (отримання щеплення чи відмова від нього), зашифрованих у кодах текстових сегментів та аудіоповідомлень.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

У мові Інтернет-ЗМІ чітко прослідковуються такі тенденції: посилення діалогічності, відхилення від певних усталених норм мовлення та збільшення кількості учасників масової комунікації. Яскраво помітним також є поєднання двох тенденцій – тенденції до експресивності і тенденції до стандартизованості.

Досліджені медіатексти німецькомовного контенту, в яких висвітлена тематика вакцинації від COVID-19, дифтерії, туберкульозу, грипу, КПК та гепатиту А і В, відрізняються своїм смисловим наповненням, однак проаналізований матеріал дає змогу зробити такий висновок: у кожному з текстів найбільшу частину займає негативно маркована лексика, виражена прикметниками, іменниками та дієсловами, що свідчить про серйозність захворювань.

Автори медіатекстів вдаються до написання своїх повідомлень у публіцистичному стилі, насичених зворотами, стійкими дієслівними сполуками, засобами образності. Проте переважають публікації, яким притаманні риси наукового стилю. Така тенденція свідчить про наочність досліджень, необхідність просвіти суспільства у питаннях вакцинації, можливі переконання та вплив на свідомість кожного реципієнта.

Аналіз вербального вираження свідчить про дескриптивність та аргументативність розкриття теми у медіатекстах.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Дослідження німецькомовного контенту про вакцинацію в Інтернет-медіа дає підстави зробити такі висновки:

Медіаландшафт теми вакцинації відрізняється своєю різноманітністю. Аудіальні, зображальні та вербальні компоненти визначальні у таких текстах, оскільки привертають увагу реципієнта, мають високий ступінь інформативності та зумовлюють досягнення прагматичних цілей адресанта. Зокрема, автори досліджених медіатекстів розкривають тему через знакову аргументацію шляхом використання ілюстрацій чи фонових зображень у відеоповідомленнях, а також вдаються до використання аргументації через пояснення, яке ґрунтується на каузальному зв'язку, наприклад, посилення на компетентних осіб в галузі медицини чи державних установ (*STIKO, керівник відділення Вищої медичної школи Ганновера Крістоф Шиндлер*).

Вдалося встановити також дескриптивне розкриття теми, що свідчить про домінування інформативної функції у висловлюваннях. Дескрипція виражається, зокрема, через вживання модального дієслова *sollen*, що слугує для рекомендації, необхідності робити те, що правильно, раціонально, без подальшої аргументації.

Прагматичне навантаження висловлювання досягається завдяки відцентровому розкриттю теми авторами медіатекстів, тобто вживання, займенників *ich* та *du*, адже таким чином адресант апелює безпосередньо до кожного конкретного індивіда та веде з ним свій діалог, в якому дає відповіді на необхідні запитання.

Лексичні одиниці, текстові сегменти були класифіковані на відповідні тематичні групи, аналіз яких дав змогу встановити основні тенденції висвітлення тематики вакцинації у німецькомовних Інтернет-ЗМІ: використання негативно-оцінної лексики, яка слугує для привертання уваги та спонукування реципієнтів до дій, зокрема, до отримання щеплення від різних захворювань. Таким чином,

спостерігаємо закономірність: для опису таких захворювань як коронавірус, туберкульоз, дифтерія, грип, кір, гепатит А і В автори використовують негативно марковані лексеми, слова-маркери, щоб наголосити на масштабах та серйозності захворювання: *ansteckend, akut, lebensbedrohlich, hochansteckend, schwer verlaufende*.

Ефективність вакцинації виражена через лексичні одиниці з позитивною конотацією *harmlos, gut verträglich, wirksam*, що слугує імпульсом до прихильності реципієнта щодо отримання щеплення.

Встановлено, що досліджений контент не тільки належить до публіцистичного стилю, але й до наукового. Стиль мовлення визначається джерелом публікації. Так, наприклад, Інститут Роберта Коха оприлюднює дописи у науковому стилі, натомість онлайн-журнали надають інформацію у публіцистичному стилі.

Належність досліджених медіатекстів до публіцистичного стилю сигналізується такими характеристиками: використання риторичних запитань (*Tuberkulose-Impfstoff gegen Corona?; Die Ergebnisse überraschen – kann das ein Heilmittel sein?*), загальноживані формулювання (*Impfpflicht soll Kinder vor Masern schützen; Frühgeborene sollten nach offizieller Empfehlung viermal geimpft werden, weil ihr Immunsystem noch nicht ausgereift ist.*), насиченість стійкими дієслівними сполуками (*Sind Impfstoffe tatsächlich die Lösung gegen das durch SARS-CoV-2 ausgelöste COVID-19 und welche Gefahren bergen eigentlich RNA-Impfstoffe?; Das Coronavirus SARS-CoV-2 hat Regierungen um den gesamten Globus im Gleichschritt in den Panikmodus verfallen lassen*), засобами образності (*Warum werden kritische und skeptische Stimmen wie Ken Jebsen, Bodo Schiffmann, Wolfgang Wodarg, Sucharit Bhakdi und viele mehr diffamiert und als Spinner vorgeführt?; Mir wird Angst und Bange, wenn ich mir vorstelle, was hier passieren würde, wenn wir einer wirklichen Bedrohung gegenüberstünden.*).

Характерними для наукового стилю є такі ознаки: наявність галузевої терміносистеми (*mRNA-Impfstoffe, Vektorimpfstoffe, Koplik-Flecken, adjuvantierter Ganzvirusimpfstoff, das Spike-Protein, Rötung, inaktiviertes Diphtherietoxin*), ясність і предметність тлумачення (*Für eine vollständige Impfserie sind bei dem AstraZeneca-Impfstoff zwei Impfstoffdosen notwendig*), аргументація (*Darüber hinaus empfiehlt die STIKO ausdrücklich allen noch nicht oder unvollständig Geimpften im gebärfähigen Alter die Impfung gegen COVID-19, damit bereits vor Eintritt einer Schwangerschaft ein sehr guter Schutz vor dieser Erkrankung besteht*), лаконічність тверджень (*Eine Grundimmunisierung mit einer Auffrischimpfung, zu kombinieren, ist bei anderen Impfungen mit Totimpfstoffen bereits ein etabliertes Vorgehen und ist aus immunologischer Sicht absolut sinnvoll*) та переконливість висловлювань (*Der abgestimmte Beschlussentwurf und die wissenschaftliche Begründung befinden sich aktuell im Stellungnahmeverfahren mit den Bundesländern und den betroffenen Fachkreisen*).

Результати дослідження можуть бути використані як матеріал на семінарських заняттях, для наукових робіт, об'єктом дослідження яких є друковані, аудіо- чи відеотексти, що пов'язані з лінгвістичним аналізом німецькомовного контенту Інтернет-ЗМІ, в яких висвітлена, зокрема, тематика вакцинації від різних захворювань.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабенко В.В. До характеристики терміна «телевізійний текст», Вісник Львівського університету. 2008. № 620. С. 288
2. Бехта І. А. Текст і лінгвістика тексту. Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини». Львів, 2000. С. 570–583.
3. Біло В. І. Дефініційний аналіз слова-імені концепту OFFER. URL : <https://int-konf.org/en/2013/suchasna-nauka-v-merezhi-internet-25-27-02-2013-r/66-bilo-v-i-definitsijnij-analiz-slova-imeni-kontseptu-offer> (дата звернення: 03.07.2022)
4. Братиця Г. Г. Використання колоративів у творах В. Борхерта: Основні методи аналізу. Wissenschaftliche Ergebnisse und Errungenschaften: Band 3. München. 2020. С. 106-111, с. 106.
5. Вайшенберг З. Журналістика та медіа: довідник / З. Вайшенберг, Г. Й. Кляйнштойбер, Б. Пьорксен. К. : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2011. 529 с.
6. Вакуленко М.О. Методологічні засади вивчення наукової термінології. Термінологічний вісник. Вип. 2(2). 2013, с. 17.
7. Гаман І. А. Засоби когерентності тексту в тематичній структурі (на прикладі німецькомовних путівників по зоопарку) / І. А. Гаман // Закарпатські філологічні студії : науковий журнал / голов. ред. І. М. Зимомря. – Ужгород : Видавничий дім «Гельветика», 2019. Т. 1. Вип. 9. С. 63-67.
8. Городецька І. В. англійськомовний рекламний текст косметичних засобів: структура, семантика, прагматика: дис. на здобуття наук. ступеня канд.. філол. наук: 10.02.04 / Чернівецький нац. ун-т ім. Юрія Федьковича. Чернівці, 2015. 203 с.

9. Ємець О. В. Засоби прагматичної стилістики і проблеми перекладу. *Наукові записки. Філологічні науки*. Ніжин, 2014. Вип. 3. С. 67–70.
10. Колегаєва І. М. Конструювання номінативного поля концепту: етапи та одиниці // *Записки з романо-германської філології*. (1) 2018: 121-127.
11. Коломієць Н. В. Подання інформації на вебсайтах служби новин CNN: структурні особливості резюме. Мовні і концептуальні картини світу: Зб. наук. праць. К. : Логос, 2002. №7. С. 254-262.
12. Колотілова Н. А. Риторика [навч. посібник]. К. : Центр навчальної літератури, 2007. 232 с., с. 54.
13. Кочерган М.П. Основи зіставного мовознавства. Київ: Видавничий центр «Академія», 2006. 423 с., с. 77, 86, 93-94.
14. Кравченко Н.К. Методи лінгвістичних досліджень. URL : <https://discourse.com.ua/lekcii/metodi-lingvistichnih-doslidzhen/> (дата звернення: 05.07.2022)
15. Мартинюк А. Лінгвістична концептологія: методологічні платформи, методики аналізу, перспективи розвитку// *Науковий Вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки*. Серія: Філологічні науки. Луцьк: ВНУ. 23(248) (2012): 81-88.
16. Мозгова Я. О. Мовностилістичні засоби експресивності сучасної німецької журнальної публіцистики: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови". Донецьк, 2011. 19 с.
17. Мунтян Л. В. Концептуальний аналіз та методи дослідження вербалізованих концептів // *Наукові записки Національного університету "Острозька академія"*. Сер. : Філологічна. 33 (2013): 103-105.
18. Павлик Н. В. Комунікативна та структурно-семантична організація фатичних мовленнєвих актів в англійській та українській мовах (на матеріалі драматичних творів кінця ХІХ – початку ХХ століть) : автореф.

- дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ : НПУ імені М.П. Драгоманова, 2018. 21 с.
19. Пашкова Н.І. Етимологічний аналіз у концептуальних дослідженнях. Науковий вісник кафедри Юнеско КНЛУ. Серія: Філологія. Педагогіка. Психологія. 2013. Вип. 27. С. 32—38.
20. Пентилюк М. І. Лінгвістичний аналіз тексту в методологічному ракурсі. *Науковий Вісник ХДУ. Серія «Лінгвістика» : зб. наукових праць*. Херсон : ХДУ, 2015. Вип. 22. С. 158–162. URL: <http://linguistics.kspu.edu/system/files/157-162.pdf> (дата звернення: 17.05.2022).
21. Піхтовнікова Л. С., Мукатаєва Я. В. Німецький прозовий шванк : прагматистичний і лінгвокогнітивний аспекти. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. 156 с.
22. Радзієвська Т. В. Текст як засіб комунікації. Київ : Ін-т української мови, 1998. 194 с.
23. Рекало В. В. Зв'язність і членування тексту (на матеріалі англійської мови) : автореф дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Харків, 1996, 23 с.
24. Селіванова О. О. Методи дослідження тексту в сучасній лінгвістиці. URL: <http://uchika.in.ua/metodi-doslidjennya-tekstu-v-suchasnij-lingvist.html> (дата звернення 15.03.2019).
25. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : напрями та проблеми : підручник. Полтава : Довкілля-К., 2008. 712 с.
26. Семенюк О. А., Паращук В. Ю. Основи теорії мовної комунікації : навч. посібник. Київ : ВЦ «Академія», 2010. 240 с.
27. Серажим К.С. Текстознавство: підручник. Київ: Київський університет, 2012. 528 с.

28. Семенюк Т. П. Когнітивно-семантичні та прагматичні особливості німецькомовних полікодових текстів. : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя, 2017. 20 с.
29. Скрябіна В. Б. Персуазивні стратегії любовного дискурсу: комунікативно-прагматичний аспект (на матеріалі англomовної художньої прози ХХ століття) : дис. канд. філол. наук : 10.02.04. К. : КНЛУ, 2011. 250 с.
30. Сурмін Ю. П. Наукові тексти: специфіка, підготовка та презентація. Київ: НАДУ, 2008. 184 с.
31. Тимченко Є. П. Порівняльна стилістика німецької та української мов. Вінниця : Нова книга, 2006. 240 с.
32. Чайковська О. Ю. Лінгвостилістичні характеристики теленовін у комунікативно-прагматичному аспекті: Чайковська Олена Юріївна. дис. канд. філ. наук.: 10.02.04. Запоріжжя, 2020. – с. 29, 33.
33. Шаряк О. М. Текстові словотвірні конструкції в сучасній німецькій пресі : : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Львів, 2015. 20 с.
34. Adamzik K. Textsorte – Texttypologie. Eine kommentierte Bibliographie. Münster : Nodus, 1995. 301 S.
35. Adamzik K. Textlinguistik. Eine einführende Darstellung. Tübingen : Niemeyer, 1981. 176 S.
36. Adamzik K. Textlinguistik. Grundlagen, Kontroversen, Perspektiven. 2., völlig neu bearb., aktual. Neuauflage. Berlin / Boston : de Gruyter, 2016. 425 S.
37. Bendel S. Werbeanzeigen von 1622-1798. Entstehung und Entwicklung einer Textsorte. Tübingen : Niemeyer, 1998. 457 S.
38. Beneš E., Vachek, J. Stilistik und Soziolinguistik. Beiträge der Prager Schule zur strukturellen Sprachbetrachtung und Spracherziehung. Berlin, 1971. 432 S.
39. Bense M. Theorie der Texte. Eine Einführung in neuere Auffassungen und Methoden. Köln : Kiepenheuer & Witsch, 1962. 160 S.

40. Blödmann S. Informationsvermittlung durch elektronische Medien. Eine Zwischenbilanz Ende der neunziger Jahre. Information und Informationsrezeption. Schriftenreihe Forum Medienrezeption. Baden-Baden : Nomos, 2000. Band 3. S. 85-101.
41. Brinker K., Antos G., Heinemann W. und Sager S. F. Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch (1. Halbband). Berlin : de Gruyter, 2000. 884 S.
42. Brinker K. Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden. 8. neu bear., erw. Aufl. Berlin : Schmidt, 2014. 188 S.
43. Coseriu E. Textlinguistik. Eine Einführung. Tübingen : Niemeyer, 1981. 219 S.
44. Duden. Das Onlinewörterbuch. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/plappern> (дата звернення: 07.07.2022).
45. Dressler W. Einführung in die Textlinguistik. Tübingen : Niemeyer, 1972. 135 S.
46. Dönninghaus S. Die Vagheit der Sprache. Wiesbaden : Harrassowitz Verlag, 2005. 640 S.
47. Ehlich K. Zum Textbegriff. Tilburg, Katholieke Hogeschool : mimeo In : *Text – Textsorten – Semantik*. Hrsg. Rothkegel A., Sandig B. Hamburg : Buske, 1982. S. 9–25.
48. Ehlich K., Rehbein J. Kommunikation in Institutionen. *Lexikon der germanistischen Linguistik*. Bd. II. Hrsg. Althaus H., Henne H., Wiegand H. Tübingen, 1980. S. 338–346.
49. Ehlich K. Muster und Institution. Tübingen : Gunter Narr Verlag, 2001. 256 S.
50. Engel U. Deutsche Grammatik. Heidelberg : Groos, 1996. 888 S.
51. Ernst P. Pragmalinguistik. Grundlagen, Methoden, Probleme. Berlin, New York : de Gruyter, 2002. 210 S.
52. Fix U. Beiträge zur Stiltheorie. Leipzig : Tübingen, 1990. 156 S.

53. Fix U., Poethe H., Yos G. Textlinguistik und Stilistik für Einsteiger. Ein Lehr- und Arbeitsbuch. 3. Aufl. Frankfurt am Main : Lang, 2001. 216 S.
54. Fix U. Text und Linguistik. Textlinguistik. 15 Einführungen / Hrsg. von Nina Janich. Tübingen: Gunter Narr, 2008. S. 15–34.
55. Fix U. Texte und Textsorten – sprachliche, kommunikative und kulturelle Phänomene. Berlin : Frank&Timme, 2008. 507 S.
56. Forster P. Die verkaufte Wahrheit – Wie uns Medien und Mächtige in die Irre führen. Frauenfeld : Huber, 2005. 317 S.
57. Gaman I. A. Emotionen in der Sprache: theoretische Grundlagen für empirische Analyse. *Наукові записки КДПУ ім. В. Винниченка. Серія : Філологічні науки (мовознавство)*. Кіровоград : Видавець Лисенко В. Ф., 2015. Вип. 138. С. 411–414.
58. Hanisch H. Trickreiche Rhetorik 2100 : Psychologische Gesprächsführung, manipulierende Darstellung, unaufdringliches Nudging. Bonn : Books on Demand, 2015. 300 S.
59. Heinemann W., Viehweger D. Textlinguistik: Eine Einführung. Berlin / Boston : de Gruyter, 1991. 310 S.
60. Jerrentrup T. MedienMacht. Medienwirkungen bezogen auf Wahrnehmung, Gesellschaft, Kommunikation und Individuum. Berlin : Wiku, 2015. 212 S.
61. Kindt T. Moderne Interpretationstheorien. Ein Reader. Göttingen : Vandenhoeck & Ruprecht, 2008. S. 248-276.; Kühn K. Individuell und jederzeit. Anforderungen einer neuen Medientechnik an Nachrichten am Beispiel des Audio-Podcasting. Berlin : Logos Verlag, 2010. 225 S.
62. Knill M. Medien und ihre Macht der Manipulation. URL : <http://www.rhetorik.ch/Macht/Macht.html>.
63. Krüger U. Meinungsmacht. Der Einfluss von Eliten auf Leitmedien und AlphaJournalisten – eine kritische Netzwerkanalyse. Köln : Halem, 2013. 320 S.

64. Leith S. You Talkin' to me? Rhetoric from Aristotle to Obama. L. : Profile Books, 2012. 296 p.
65. Lösener H. Zwischen Wort und Wort. Interpretation und Textanalyse. Paderborn : Wilhelm Fink Verlag, 2006. 200 S.
66. Opilowski R. Intertextualität in der Werbung der Printmedien: Eine Werbestrategie in linguistisch-semiotischer Forschungsperspektive. Frankfurt am Main : Peter Lang, 2006. 394 S.
67. Partetzke M. "Lucky Strike" Sonst (wirklich) nichts? Strategien der Emotionalisierung in Werbetexten am Beispiel von „Lucky Strike“-Werbeplakaten der Jahre 2002-2007 / M. Partetzke. Norderstedt : Grin, 2008. 92 S.
68. Perelman Ch., Olbrechts-Tyteca Lucie. Die neue Rhetorik. Eine Abhandlung über das Argumentieren. Stuttgart-Bad Cannstatt : Fink, 2004. 570 S.
69. Frank Überall, Wegweiser in der digitalen Medienwelt – Bedeutung und Veränderungen des Journalismus, in: Friedrich-Ebert-Stiftung, „Medien Digital“, Ausgabe 11, Bonn 2009.
70. Schtscherbak O. Zusammenwirken der linguistisch-rhetorischen Strategien in den deutschen Nachrichten im Internet. Одеський лінгвістичний вісник. 2018. Вип. 11. С. 93–100.
71. Sinner M. Reichweitenerhöhung von Nachrichtenportalen : Mobile Anwendungen und Zugriffe im Mobile-Age. Hamburg : Diplomica Verlag, 2013. 136 S.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

72. Alles zur Masern-Impfpflicht: Das müssen Sie jetzt wissen. URL: <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/gesundheit-pflege/aerzte-und-kliniken/alles-zur-masernimpfpflicht-das-muessen-sie-jetzt-wissen-76370> (дата звернення: 04.09.2022).
73. Allgemeine Infos zur Grippeimpfung. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=T8yU0XLQDWo> (дата звернення: 28.03.2022).
74. Aufklärung über die Impfung gegen Diphtherie. URL: <https://www.forum-impfen.de/images/patauf/de/diphtherie.pdf> (дата звернення: 28.03.2022).
75. Aufklärung über die Impfung gegen Grippe (Influenza). URL: <https://www.forum-impfen.de/images/patauf/de/influenza.pdf> (дата звернення: 28.03.2022).
76. Aufklärung über die Impfung gegen Mumps/Masern/Röteln. URL: <https://www.forum-impfen.de/images/patauf/de/influenza.pdf> (дата звернення: 14.02.2022).
77. BCG-Tuberkuloseimpfung nur im frühen Kindesalter wirksam. URL: <https://www.dzif.de/de/bcg-tuberkuloseimpfung-nur-im-fruehen-kindesalter-wirksam> (дата звернення: 13.09.2022).
78. Biontech ist optimistisch dank Omikron. URL: <https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/unternehmen/optimistisch-dank-omikron-biontech-erhoeht-prognose-18443700.html> (дата звернення: 10.11.2022).
79. Corona-Herbstwelle: Brauche ich die Omikron-Impfung? URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2dY-JdFdfII> (дата звернення: 30.10.2022).

80. Corona-Impfung in Hamburg: Husemann beantwortet Fragen/ URL: <https://www.ndr.de/nachrichten/hamburg/Corona-Impfung-in-Hamburg-Husemann-beantwortet-Fragen,husemann100.html> (дата звернення: 15.02.2022).
81. Corona-Impfung: Das sagen Impfskeptiker und -gegner. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2tzOTzNibB8> (дата звернення: 17.03.2022).
82. Corona-Impfung: Geschädigte berichten von mangelnder Unterstützung. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=c4bESwEZZwU> (дата звернення: 16.08.2022).
83. Corona-Impfung: Gibt es wirklich keine Langzeitfolgen? URL: https://www.youtube.com/watch?v=iF_QNT-TYQ (дата звернення: 16.08.2022).
84. Corona-Pandemie: Südafrika produziert eigenen Impfstoff. URL: <https://www.dw.com/de/corona-pandemie-s%C3%BCdafrika-produziert-eigenen-impfstoff/av-60646985> (дата звернення: 17.07.2022).
85. CORONA: Biontech, Moderna, Astra! Das müsst Ihr über die nachlassende Wirkung der Impfstoffe wissen. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=rfbj3yOIEWQ> (дата звернення: 18.07.2022).
86. COVID-19-Impfung (Erwachsene). URL: https://www.rki.de/DE/Content/Infekt/Impfen/Materialien/Faktenblaetter/COVID-19.pdf?__blob=publicationFile (дата звернення: 12.10.2022).
87. COVID-19: Erschöpfen zu viele Booster-Impfungen unser Immunsystem? URL: <https://www.dw.com/de/covid-19-ersch%C3%B6pfen-zu-viele-booster-impfungen-unser-immunsystem/a-60467331> (дата звернення: 24.05.2022).
88. Die Gefahr, zu viel zu boostern, besteht mit richtigen Abständen nicht. URL: <https://www.faz.net/aktuell/wissen/medizin-ernaehrung/omikron-impfstoff-ein->

- [antikoerper-test-koennte-sinnvoll-sein-18329672.html](https://www.anti-koerper-test.de/antikoerper-test-koennte-sinnvoll-sein-18329672.html) (дата звернення: 05.10.2022).
89. Die Grippesaison beginnt: Impfen gegen Influenza oder nicht? URL: <https://www.swrfernsehen.de/marktcheck/grippeimpfung-coronazeiten-100.html> (дата звернення: 23.10.2022).
90. Die Masern-Impfung wird für Babys ab 11 Monaten empfohlen. URL: <https://www.wirfuersimpfen.de/die-masern-impfung-wird-fur-babys-ab-11-monaten-empfohlen> (дата звернення: 24.07.2022).
91. Die Schutz-Impfung gegen Masern. URL: https://www.stmgp.bayern.de/leichte-sprache-uebersichtsseite-2/die-schutz-impfung-gegen-masern/?lang=de_ls (дата звернення: 15.08.2022).
92. Diphtherie – Auch Erwachsene müssen Impfung auffrischen. URL: <https://www.heute.at/s/diphtherie-auch-erwachsene-muessen-impfung-auffrischen-100211506> (дата звернення: 09.07.2022).
93. Diphtherie-Impfung. URL: <https://www.gesundes-kind.de/impfungen/diphtherie-impfung/> (дата звернення: 23.05.2022).
94. Diphtherie-Impfung bei Erwachsenen. URL: <https://www.impfen-info.de/impfempfehlungen/fuer-erwachsene/diphtherie/> (дата звернення: 15.07.2022).
95. Diphtherie-Impfung bei Kindern. URL: <https://www.impfen-info.de/impfempfehlungen/fuer-kinder-0-12-jahre/diphtherie> (дата звернення: 16.07.2022).
96. Diphtherie-Impfung für Kinder und Erwachsene. URL: <https://www.wirfuersimpfen.de/diphtherie-impfung-fur-kinder-und-erwachsene> (дата звернення: 28.03.2022).
97. Diphtherie-Impfung. URL: <https://www.gelbe-liste.de/impfung/diphtherie-impfung> (дата звернення: 20.07.2022).

98. Diphtherie. URL: <https://tropeninstitut.de/impfungen-a-z/alle-impfungen/diphtherie> (дата звернення: 07.08.2022).
99. Diphtherie-Impfung: Wirkung und Risiken. URL: <https://www.netdoktor.de/krankheiten/diphtherie/impfung/> (дата звернення: 09.09.2022)
100. Diphtherie: Prognose, Verlauf & Impfung. URL: <https://www.internisten-im-netz.de/krankheiten/diphtherie/prognose-verlauf-impfung.htm> (дата звернення: 24.09.2022).
101. Diphtherie: Ursache, Symptome, Behandlung. URL: <https://gesund.bund.de/diphtherie> (дата звернення: 29.08.2022).
102. Ein Meilenstein im Kampf gegen Diphtherie. URL: <https://www.deutschlandfunk.de/medizingeschichte-ein-meilenstein-im-kampf-gegen-diphtherie-100.html> (дата звернення: 16.08.2022).
103. EMA empfiehlt Corona-Impfung für Kleinkinder. URL: <https://www.dw.com/de/ema-empfoehlt-corona-impfung-f%C3%BCr-kleinkinder/a-63499635> (дата звернення: 08.10.2022).
104. EMA macht Weg frei für Corona-Impfstoffe für Babys. URL: <https://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/gesundheit/coronavirus/ema-macht-weg-frei-fuer-corona-impfstoffe-fuer-babys-18399522.html> (дата звернення: 22.10.2022).
105. Empfohlene Basisimpfung gegen Hepatitis B. URL: https://www.zh.ch/content/dam/zhweb/bilder-dokumente/themen/gesundheit/gesund_bleiben/uebertragbare_krankheiten/hepatitis_b_factsheet.PD (дата звернення: 09.10.2022).
106. EU gibt grünes Licht für Omikron-Impfstoff. URL: <https://www.dw.com/de/eu-gibt-gr%C3%BCnes-licht-f%C3%BCr-omikron-impfstoff/a-63097715> (дата звернення: 19.10.2022).

107. Grippe (Influenza). URL: <https://www.infovac.ch/de/impfungen/nach-krankheiten-geordnet/grippe> (дата звернення: 05.11.2022).
108. Grippe – Zeit für die Impfung. URL: https://www.bmbf.de/bmbf/shareddocs/kurzmeldungen/de/grippe.html?gclid=Cj0KCQiApb2bBhDYARIsAChHC9vA4G7-TqoGqQgQACOd6tclTxbF41P7jsznKRPuMhOl-MaWjNkbzNMaAsWuEALw_wcB (дата звернення: 18.09.2022).
109. Grippe-Impfung. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=m8S4QotIPuY> (дата звернення: 19.09.2022).
110. Grippeimpfung für Schwangere. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=6pde-noK3Bc&t=4s> (дата звернення: 23.09.2022).
111. Grippeimpfung: Ablauf, Nutzen, Risiken. URL: <https://www.netdokter.de/krankheiten/grippe/grippeimpfung/> (дата звернення: 18.08.2022).
112. Grippeimpfung: Diese Risiken birgt der vermeintliche Schutz. URL: https://www.experto.de/praxistipps/grippeimpfung-diese-risiken-birgt-der-vermeintliche-schutz.html?gclid=Cj0KCQiApb2bBhDYARIsAChHC9vIJeQXLL9nxi5saPS7ZWIdz6v10CYoqYMMW01P4n0sLNRrE-Z9zQaAsxdEALw_wcB (дата звернення: 16.09.2022).
113. Grippeimpfung: Warum sie in der Saison 2022/2023 so wichtig ist. URL: <https://www.ndr.de/ratgeber/gesundheit/Grippeimpfung-Warum-sie-in-der-Saison-2022-2023-so-wichtig-ist,grippeschutz104.html> (дата звернення: 17.10.2022).
114. Grippesaison 2022/2023. URL: <https://www.land-oberoesterreich.gv.at/84642.htm> (дата звернення: 17.10.2022).

115. Grippeschutzimpfung, URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=Pu11Rjc-JR4> (дата звернення:
05.10.2022).
116. Grippeschutzimpfung (Stand: 16.9.2022). URL:
https://www.rki.de/SharedDocs/FAQ/Impfen/Influenza/Hochdosis-Impfstoffe/FAQ_Uebersicht.html#:~:text=Die%20Influenza%20Impfung%20sollte%20wie,Verabreichung%20der%20beiden%20Impfstoffe%20m%C3%B6glich (дата звернення: 20.09.2022).
117. Grippeschutzimpfung. Besonders wichtig in diesem Winter! URL:
<https://www.hamburg.de/grippe/> (дата звернення: 05.11.2022).
118. Gründe für eine generelle Impfung gegen Hepatitis B. URL:
<https://www.aerzteblatt.de/archiv/3985/Gruende-fuer-eine-generelle-Impfung-gegen-Hepatitis-B> (дата звернення: 18.10.2022).
119. Grünes Licht für Omikron-Booster in der EU. URL:
<https://www.dw.com/de/gr%C3%BCnes-licht-f%C3%BCr-omikron-booster-in-der-eu/a-62996580> (дата звернення: 18.08.2022).
120. Hepatitis A: die Krankheit und der Impfstoff – INFOVAC. URL:
<https://www.infovac.ch/de/impfungen/nach-krankheiten-geordnet/hepatitis-a>
(дата звернення: 14.08.2022).
121. Hepatitis B-Impfung bei Kindern. URL: <https://www.impfen-info.de/impfempfehlungen/fuer-kinder-0-12-jahre/hepatitis-b/> (дата
звернення: 14.08.2022).
122. Hepatitis B: die Krankheit und der Impfstoff – Impfungen. URL:
<https://www.infovac.ch/de/impfungen/nach-krankheiten-geordnet/hepatitis-b>
(дата звернення: 16.08.2022).
123. Hepatitis-A Impfung. URL:
<https://www.tropencentersued.at/krankheiten/hepatitis-a-impfung/> (дата
звернення: 18.08.2022).

124. Hepatitis-B-Impfung bei Jugendlichen. URL: <https://www.impfen-info.de/impfempfehlungen/fuer-jugendliche-12-17-jahre/hepatitis-b/> (дата звернення: 20.08.2022).
125. Hepatitis-Impfauffrischung. URL: <https://www.fit-for-travel.de/impfungen/allgemein-zu-impfungen/hepatitis-impfauffrischung/> (дата звернення: 13.09.2022).
126. Hepatitis-Impfung. URL: <https://www.netdoktor.de/krankheiten/hepatitis/impfung/> (дата звернення: 28.01.2022).
127. He-pa-ti-tis-A-Impf-stof-fe. URL: <https://www.pei.de/DE/arzneimittel/impfstoffe/hepatitis-a/hepatitis-a-node.html> (дата звернення: 16.08.2022).
128. He-pa-ti-tis-B-Impf-stof-fe. URL: <https://www.pei.de/DE/arzneimittel/impfstoffe/hepatitis-b/hepatitis-b-node.html> (дата звернення: 17.08.2022).
129. Hilft die Auffrischungsimpfung wirklich? URL: <https://www.youtube.com/watch?v=rOgonaCaX7c>. (дата звернення: 28.07.2022).
130. Impfpflicht soll Kinder vor Masern schützen. URL: <https://www.bundesgesundheitsministerium.de/impfpflicht.html> (дата звернення: 16.07.2022).
131. Impfung - nicht ohne Nebenwirkungen. URL: <https://www.dw.com/de/impfung-nicht-ohne-nebenwirkungen/av-62992997> (дата звернення: 28.08.2022).
132. Impfung gegen Diphtherie. URL: <https://www.infovac.ch/de/impfungen/nach-krankheiten-geordnet/diphtherie> (дата звернення: 18.08.2022).

133. Impfung gegen Diphtherie. URL: <https://www.gesundheit.gv.at/leben/gesundheitsvorsorge/impfungen/ueberblick/diphtherie.html> (дата звернення: 14.07.2022).
134. Impfung gegen Diphtherie. URL: https://www.dr-gumpert.de/html/impfung_diphtherie.html (дата звернення: 05.05.2022).
135. Impfung gegen Grippe. URL: <https://www.kkh.de/leistungen/praevention-vorsorge/schutzimpfungen/grippe> (дата звернення: 28.09.2022).
136. Impfung gegen Grippe. URL: <https://www.tk.de/techniker/gesundheits-und-medizin/praevention-und-frueherkennung/impfungen-medizinische-hintergruende/impfung-grippe-2010108> (дата звернення: 14.06.2022).
137. Impfung gegen Hepatitis A. URL: <https://www.gesundheit.gv.at/leben/gesundheitsvorsorge/impfungen/ueberblick/hepatitis-a.html> (дата звернення: 10.10.2022).
138. Impfung gegen Hepatitis A/B- Gelbsuchtformen A/B/C. URL: <https://www.praxis-wiesbaden.de/patienteninfo/hepatitis.php> (дата звернення: 29.07.2022).
139. Impfung gegen Hepatitis B – Informationsbrief an die Eltern. URL: https://www.sz.ch/public/upload/assets/57248/210924_hepatitis_b_infobrief_eltern.pdf?fp=1 (дата звернення: 07.09.2022).
140. Impfung gegen Hepatitis B – wie oft ist sie nötig? URL: https://www.t-online.de/gesundheits/krankheiten-symptome/id_92201386/impfung-gegen-hepatitis-b-wie-oft-zur-auffrischung-.html (дата звернення: 08.08.2022).
141. Impfung gegen Hepatitis A. URL: <https://www.tk.de/techniker/gesundheits-und-medizin/praevention-und-frueherkennung/impfungen-medizinische-hintergruende/impfung-hepatitis-a-2010088> (дата звернення: 28.08.2022).

142. Impfung gegen Influenza (Grippeimpfung). URL: <https://www.helsana.ch/de/blog/koerper/koerperwissen/mmr-impfung.html> (дата звернення: 12.09.2022).
143. Impfung gegen Masern, Mumps und Röteln für Kinder und Erwachsene. URL: <https://www.praxis-wiesbaden.de/patienteninfo/mmr.php> (дата звернення: 28.07.2022).
144. Impfung gegen Tuber-ku-lose. URL: <https://www.tk.de/techniker/gesundheit-und-medizin/praevention-und-frueherkennung/impfungen-medizinische-hintergruende/impfung-tuberkulose-2010150> (дата звернення: 14.09.2022).
145. Influenza-Impfung: Warum gegen Grippe impfen? URL: <https://www.nali-impfen.de/impfempfehlungen/impfungen-a-z/influenza-impfung/> (дата звернення: 15.09.2022).
146. Informationen zu den Grippe-Impfstoffen. URL: <https://impfengegengrippe.ch/de-ch/impfung/impfstoffe.html> (дата звернення: 01.09.2022).
147. Kann man in Deutschland BCG Impfung erhalten? URL: https://www.impfen-info.de/mediathek/fragen-antworten/?tx_sschaftool_pi1%5Baction%5D=list&tx_sschaftool_pi1%5Bcontroller%5D=FAQ&tx_sschaftool_pi1%5Bfaq%5D=3606&cHash=19f566e1859737480f78e907ed8a25b1 (дата звернення: 16.10.2022).
148. Kann man trotz Influenza-Impfung eine Grippe bekommen? URL: <https://www.br.de/nachrichten/wissen/kann-man-trotz-influenza-impfung-eine-grippe-bekommen,Roy3Ovo> (дата звернення: 23.08.2022).
149. Live-Interview mit Biontech-Chef Prof. Ugur Sahin zu Corona-Impfstoff. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3EuU9lZlycE> (дата звернення: 17.07.2022).

150. Masern und Impfung. Was Sie wissen sollten. URL: <https://www.hamburg.de/masern/4587534/masern-impfung-infos/> (дата звернення: 19.09.2022).
151. Masern – brauche ich eine Nachhol-Impfung? URL: <https://www.patienten-information.de/kurzinformationen/nachholimpfung-masern#> (дата звернення: 28.08.2022).
152. Masern-Impfung bei Erwachsenen- URL: <https://www.impfen-info.de/impfempfehlungen/fuer-erwachsene/masern/> (дата звернення: 15.06.2022).
153. Masern-Impfung bei Kindern- URL: <https://www.impfen-info.de/impfempfehlungen/fuer-kinder-0-12-jahre/masern/> (дата звернення: 26.08.2022).
154. Masern-Impfung. URL: <https://www.masernschutz.de/themen/masern-impfung/> (дата звернення: 28.06.2022).
155. Masern-Impfung. URL: <https://www.gesundes-kind.de/impfungen/masern-mmr-impfung/> (дата звернення: 19.08.2022).
156. Masern-Impfung: Die wichtigsten Antworten zur Impfpflicht. URL: <https://www.br.de/nachrichten/bayern/masern-impfung-die-wichtigsten-antworten-zur-impfpflicht,TErv142> (дата звернення: 17.05.2022).
157. MASERN. URL: <https://www.infektionsschutz.de/erregersteckbriefe/masern/> (дата звернення: 16.09.2022).
158. Masern. URL: <https://www.impfkontrolle.de/content.asp?audience=2&topic=3&vaccination=6&page=1> (дата звернення: 11.10.2022).
159. Masern: die Krankheit und der Impfstoff – Impfungen. URL: <https://www.infovac.ch/de/impfungen/nach-krankheiten-geordnet/masern> (дата звернення: 28.09.2022).

160. Masern: Keine harmlose Kinderkrankheit! URL: <https://www.impfzentrum.de/masern/> (дата звернення: 07.07.2022).
161. Ma-sern-Impf-stof-fe. URL: <https://www.pei.de/DE/arzneimittel/impfstoffe/masern/masern-node.html> (дата звернення: 16.08.2022).
162. MMR-Impfung. URL: <https://www.netdoktor.de/impfungen/mmr-impfung/> (дата звернення: 27.07.2022).
163. Neue Impfstoffe gegen Tuberkulose. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7222064/> (дата звернення: 18.08.2022).
164. Omikron-Variante: Wie gut sind die neuen Corona-Impfstoffe? URL: <https://www.youtube.com/watch?v=UGeevDHQFGQ> (дата звернення: 02.10.2022).
165. Post-Vac-Syndrom: Nebenwirkungen nach der Corona-Impfung. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=KoeQv7HLxM8> (дата звернення: 17.08.2022).
166. RNA-Impfstoff gegen SARS-CoV-2, nein danke! URL: <https://www.nomonoma.de/rna-impfstoff-sars-cov-2-nein-danke/> (дата звернення: 18.08.2022).
167. Sai-so-na-le In-flu-enza-Impf-stof-fe. URL: <https://www.pei.de/DE/arzneimittel/impfstoffe/influenza-grippe/influenza-node.html> (дата звернення: 28.06.2022).
168. Schutzimpfung gegen Diphtherie. URL: <https://www.big-direkt.de/de/gesund-leben/impfungen/schutzimpfung-gegen-diphtherie> (дата звернення: 13.09.2022).
169. Schutzimpfung gegen Masern. URL: <https://www.big-direkt.de/de/gesund-leben/impfungen/schutzimpfung-gegen-masern> (дата звернення: 16.07.2022).

170. Spezielle Omikron-Impfstoffe bringen kaum Vorteile. URL: <https://www.dw.com/de/spezielle-omikron-impfstoffe-bringen-kaum-vorteile/a-6079895> (дата звернення: 25.08.2022).
171. STIKO will angepasste Impfstoffe empfehlen. URL: <https://www.faz.net/aktuell/politik/inland/stiko-will-angepasste-corona-impfstoffe-trotz-kritik-empfehlen-18328734.html> (дата звернення: 19.08.2022).
172. Tuberkulose (TBC). URL: <https://www.sozialministerium.at/Themen/Gesundheit/Uebertragbare-Krankheiten/Infektionskrankheiten-A-Z/Tuberkulose.html> (дата звернення: 28.09.2022).
173. Tuberkulose-Impfung in Deutschland? Welche Möglichkeiten gibt es, wenn die Impfung für einen Auslandsaufenthalt gefordert wird? URL: <https://www.rki.de/SharedDocs/FAQ/Impfen/Tuberkulose/FAQ01.html> (дата звернення: 17.09.2022).
174. Tuberkulose-Impfstoff könnte bei Covid-19 helfen. URL: <https://www.n-tv.de/wissen/Tuberkulose-Impfstoff-koennte-bei-Covid-19-helfen-article21729994.html> (дата звернення: 15.08.2022).
175. Tuberkulose-Impfung. URL: <https://www.netdokter.de/krankheiten/tuberkulose/impfung/> (дата звернення: 12.07.2022).
176. Tuberkulose. URL: <https://www.roche.de/patienten-betroffene/informationen-zu-krankheiten/tuberkulose/therapie-praevention> (дата звернення: 13.07.2022).
177. Tuberkulose: die Krankheit und der Impfstoff. URL: <https://www.infovac.ch/de/impfungen/nach-krankheiten-geordnet/tuberkulose> (дата звернення: 23.08.2022).

178. Universal-Impfstoff gegen Grippe vielversprechend. URL: <https://www.faz.net/aktuell/wissen/rna-impfstoff-universal-vakzine-gegen-grippe-vielversprechend-18427634.html> (дата звернення: 26.09.2022).
179. Universeller Impfstoff gegen alle Corona-Varianten? URL: <https://www.ndr.de/ratgeber/gesundheit/Corona-Impfstoffe-Welche-gibt-es-und-welche-gegen-Omikron,coronaimpfstoffe100.html> (дата звернення: 17.06.2022).
180. US-Behörden für Corona-Impfung bei Kleinkindern. URL: <https://www.dw.com/de/us-beh%C3%B6rden-f%C3%BCr-corona-impfung-bei-kleinkindern/a-62180363> (дата звернення: 28.07.2022).
181. Vierte Corona-Impfung: Für wen ist sie jetzt sinnvoll? URL: https://www.youtube.com/watch?v=QM2dpVQS_18 (дата звернення: 04.10.2022).
182. Warum die neuen Vakzine die Impfbereitschaft fördern. URL: <https://www.faz.net/aktuell/politik/inland/coronavirus-an-omikron-angepasste-impfstoffe-wecken-impfbereitschaft-18365020.html> (дата звернення: 11.08.2022).
183. Warum sie jetzt besonders wichtig ist- URL: <https://www.test.de/Gripeschutzimpfung-Fuer-wen-der-Gang-zum-Arzt-sinnvoll-ist-4624021-0/> (дата звернення: 14.09.2022).
184. Welt-Hepatitis-Tag: So hilft die Impfung gegen Hepatitis A und B- URL: <https://www.br.de/nachrichten/wissen/leberentzuendung-hepatitis-a-und-b-durch-impfung-vermeidbar,RLiUdTN> (дата звернення: 23.09.2022).
185. Wer im Sommer Corona hatte, braucht zunächst keinen Booster. URL: <https://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/gesundheit/coronavirus/corona-infektion-im-sommer-wer-einen-booster-braucht-18286339.html> (дата звернення: 09.09.2022).

186. Wer sollte sich gegen Grippe impfen lassen? URL: <https://www.quarks.de/gesundheit/wer-sollte-sich-gegen-grippe-impfen-lassen/> (дата звернення: 15.09.2022).
187. Wer sollte sich wann gegen Diphtherie impfen lassen? URL: <https://www.rki.de/SharedDocs/FAQ/Impfen/Diphtherie/FAQ01.html#:~:text=Die%20erste%20Auffrischimpfung%20sollte%20im,vervollst%C3%A4ndigt%20werden> (дата звернення: 12.08.2022).
188. Wie viel Schutz bietet eine Grippeimpfung? URL: <https://www.gesundheitsinformation.de/wie-viel-schutz-bietet-eine-grippeimpfung.html> (дата звернення: 12.08.2022).
189. Wird eine neue Impfung den Unterschied machen? URL: https://www.youtube.com/watch?v=dWqV_j50-™ (дата звернення: 26.07.2022).
190. Wirkweise der Vektor Impfstoffe gegen COVID19. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=0fEAEN8oXjI> (дата звернення: 28.08.2022).
191. Wirkweise und potenzielle Risiken der mRNA-Impfstoffe gegen COVID19. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=0LnkoEOHSiM>. (дата звернення: 22.07.2022).
192. Worin unterscheiden sich die Impfstoffe gegen das Coronavirus? URL: <https://www.dw.com/de/worin-unterscheiden-sich-die-impfstoffe-gegen-das-coronavirus/av-60646843> (дата звернення: 03.06.2022).