

Ленец Анна Викторовна, Лагажан Юлия Алексеевна
Южный федеральный университет
г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация
annalenets@sfedu.ru, lagazhan@sfedu.ru

Языковая репрезентация вакцинации от COVID-19 в немецкоязычном медиапространстве

Аннотация

В статье представлен анализ языковых средств, используемых в немецкоязычном медиапространстве лидерами новостных изданий, направленных на воздействие и манипулирование общественным сознанием в странах немецкоязычного ареала в условиях пандемии COVID-19. Материалом исследования послужили газетные статьи о вакцинации в ведущих интернет-изданиях Германии, Австрии и Швейцарии. Методом сплошной выборки было отобрано 206 примеров. Далее был применён метод семантико-стилистического анализа. В результате используемые авторами новостных статей языковые средства, выражающие отношение к вакцинации, были разделены на три группы: 1) с позитивной семантикой, 2) с негативной семантикой, 3) нейтральные. Выявлено, что в немецкоязычном медийном дискурсе вакцинация рассматривается позитивно как необходимость, спасение и долг. Вместе с тем доля лексико-семантических групп, выражающих положительную семантику, относительно небольшая (28%). Негативное отношение к вакцинации выражается в скептицизме и недоверии к ней. Доля лексико-семантических групп, выражающих негативную семантику, намного больше (68%). В исследовании отмечена значительная вариативность распределения по группам в зависимости от страны немецкоязычного ареала. Нейтральное мнение встречалось редко (4%).

Ключевые слова: COVID-лексика, медиадискурс, речевое воздействие, СМИ, немецкий язык

© Ленец А. В., Лагажан Ю. А. 2023

Для цитирования: Ленец А. В., Лагажан Ю. А. Языковая репрезентация вакцинации от COVID-19 в немецкоязычном медиапространстве // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2023. Вып. 9, № 4. С. 68–83. https://doi.org/10.22250/24107190_2023_9_4_68

Anna V. Lenets, Iuliia A. Lagazhan
Southern Federal University
Rostov-on-Don, Russian Federation
annalenets@sfedu.ru, lagazhan@sfedu.ru

Language representation of COVID-19 vaccination in the German-speaking media space

Abstract

The article aims to examine the language means exploited by the leaders of the German-speaking media space that are aimed at influencing and manipulating public consciousness during the COVID-19 pandemic. Journal articles about vaccination published in leading online newspapers in Germany, Austria and Switzerland were used as research material. 206 examples were selected using continuous sampling. The methods of semantic and stylistic analysis were applied for the obtained data processing. As a result, the language means used by the authors in the news articles to express the attitude to vaccination were classified into 3 groups: (i) with positive semantics showing confidence in vaccines, (ii) with negative semantics indicating a complete rejection of vaccination, (iii) neutral. It was found that in the German-language media discourse, vaccination is viewed positively as a necessity, salvation and duty. However, the percentage of lexico-semantic groups expressing

positive semantics was relatively small (28%). The negative attitude towards vaccination is expressed in skepticism and distrust of it. The percentage of lexico-semantic groups expressing negative semantics was as high as 68%. The study noted a significant variability in the distribution of groups depending on the country of the German-speaking area. Neutral attitude was rare (4%).

Keywords: COVID vocabulary, media discourse, speech impact, mass media, the German language

© Lenets A. V., Lagazhan I. A. 2023

For citation: Lenets, A. V., Lagazhan, I. A. (2023). Yazykovaya reprezentatsiya vaktsinatsii ot COVID-19 v nemetskoyazychnom mediaprostranstve [Language representation of COVID-19 vaccination in the German-speaking media space]. *Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika* [Theoretical and Applied Linguistics], 9 (4), 68–83. https://doi.org/10.22250/24107190_2023_9_4_68

1. Введение [Introduction]

Средства массовой информации являются важным связующим звеном между обществом и различными событиями, которые происходят ежедневно. Газеты, журналы, блоги и другие средства передачи информации призваны публиковать только настоящие новости, т. е. события, которые произошли на самом деле. Однако реальность сегодняшнего дня такова, что не каждое печатное или Интернет-издание придерживается нейтральной позиции и публикует объективно правдивую информацию о прошедших или предстоящих событиях. Средства массовой информации способны создавать вторую реальность, отличную от настоящей, преследуя при этом определённые цели, чтобы влиять на общественное мнение. Всякая обстановка в мире или стране, вызванная природными катаклизмами или созданная искусственно человечеством, находит своё отражение в СМИ в виде новостей, при этом распространение новой информации происходит молниеносно. Большое внимание в СМИ уделяется важным событиям, которые либо резонируют с мировоззрением общества, либо имеют большое влияние на людей, в большинстве случаев негативное [Архипова, Пейгин, 2021]. Различные глобальные катастрофы, войны, международные конфликты и многое другое побуждают средства массовой информации реагировать на данные события и оповещать о них общество [Ленец, Зарипова, 2018].

В начале 2020 года мир потрясло событие, которое повлияло и продолжает влиять на жизнь всего мира. Обнаруженная в 2019 году в Китае вирусная инфекция получает название COVID-19 (от англ. COronaVIrus Disease; также Coronavirus; 2019-nCoV). Данный вирус распространился на 210 стран по всему миру. Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) объявила пандемию коронавируса 30 января 2020 года и подняла, в связи с этим, международные проблемы общественного здравоохранения [Novel Coronavirus, 2020]. Событие такого уровня во многом повлияло не только на вектор изысканий учёных в естественных науках (что вполне закономерно). Так, в области политики и политологии учёные изучают понятия риска в условиях пандемии [Vera-Valdés, 2021], в сфере экономики исследователи большое внимание уделяют изучению безработицы в период пандемии [Su et al., 2021], в области медицины исследователей интересуют мероприятия по предотвращению распространения вируса в других странах и по оказанию медицинской помощи [Trout, Kleinman, 2020].

Пандемия во многом определила и тематику дальнейших изысканий в гуманитарных науках [Bunevičienė et al., 2021], в том числе и в лингвистике [Болотнов, 2021; Дубинина, 2022; Редкозубова, 2020; Borankulova, Proshina, 2021; Sanz et al., 2021 и др.]. Так, актуальными в этой связи для лингвистов становятся вопросы словообразования COVID-лексики [Редкозубова, 2020], анализа средств выразительности в освещении

COVID-19 [Павленко, 2020]. Большое внимание учёные уделяют теории дискурса, в частности, стремятся определить роль СМИ в освещении пандемии [Anwar et al., 2020], способы подачи информации о COVID-19 [Kartika, 2020]. В последнее время актуальной во всем мире становится тема вакцинации [Hughes et al., 2021]. С появлением информации о первой вакцинации конфронтация людей, которые выполняют все требования в период пандемии, и тех, кто выступает против данного вируса и всех ограничений, только увеличилась. Вакцинация от COVID-19, а также её целесообразность и/или вредность для человека получает самое живое обсуждение в средствах массовой информации [Цонева, 2021; Zimand-Sheiner et al., 2021]. Новостные агрегаторы порой максимально полярно пишут о вакцине и вакцинации, применяя при этом различные языковые средства и методы, которые позволяют манипулировать общественным мнением [Hughes et al., 2021].

Между тем, в лингвистической литературе не представлено трудов, посвящённых языковым средствам, используемым для речевого воздействия с целью убеждения вакцинироваться от COVID-19 (или наоборот) в немецкоязычном медийном пространстве. В связи с вышеизложенным, целью данной статьи является анализ языковых средств в немецкоязычных средствах массовой информации, которые направлены на воздействие и манипулирование общественным сознанием в условиях пандемии COVID-19. Обозначенная цель позволяет определить решение следующих задач: 1) установить особенности современного медиа-дискурса в связи с ситуативным контекстом; 2) описать использование языковых средств дискурсивного воздействия в медиа-пространстве; 3) проанализировать прагматический потенциал языковых средств на материале немецкоязычных статей ведущих новостных агрегаторов Германии, Австрии и Швейцарии.

1.1. Медийный дискурс и его свойства [Media discourse and its properties]

Пресса продолжает выполнять основную функцию убеждения в условиях новых цифровых форм передачи информации. Предполагается, что данная функция воздействует на сознание человека при помощи апелляции к критическому мышлению реципиента. В условиях постоянно и быстро меняющейся жизни общества, а также сильно изменившегося медиаландшафта средства массовой информации не теряют своих позиций, остаются основным источником информации и играют жизненно важную роль в просвещении и информировании масс.

Современный медийный дискурс является продуктом нынешних социокультурных трансформаций, где пандемия COVID-19 оказала большое влияние на его развитие. При определении медийного дискурса мы опираемся на мнение Т. Г. Добросклонской, которая понимает под ним совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всём богатстве и сложности их взаимодействия [Добросклонская, 2020, с. 110]. Обратимся к основным характеристикам современного медийного дискурса, к которым современные исследователи относят демонстративность, ювенилизация, поликодовость, визуальное представление информации, размывание институциональности [Карасик, 2021].

Демонстративность стала ярким примером тиражирования в современном медиапространстве [Карасик, 2021, с. 18]. Помимо демонстративности происходит ювенилизация общения, которая особо выражена в статьях, нацеленных на подростковую аудиторию, а также характеризуется использованием сниженной лексики для сокращения дистанции между автором и читателем [Карасик, 2021, с. 18–19]. В современных реалиях из-за большого количества поступающей информации возникает фикцианализация информации, которая вытесняет устоявшееся информирование [Карасик, 2021, с. 20]. В связи с этим появляется потребность в развитии навыков критического анализа для того, чтобы уметь различать факты, фейки и фактоиды, которые в медиапро-

странстве противопоставляются. Современный медийный дискурс характеризуется повышением доминирования визуального представления информации и поликодовости [Карасик, 2021, с. 21–22], которая в тексте представляет собой замену традиционного буквенного текста на мультимедийный способ передачи информации. С другой стороны, происходит размывание институциональности, т.е. расширение интердискурсивности осуществляется за счёт смешения форм организации коммуникации различных институтов [Карасик, 2021, с. 25–26]. Обозначенные признаки характерны для большинства печатных информационно-аналитических агрегаторов, которые для сохранения аудитории и в условиях конкуренции с набравшими огромную популярность социальными сетями частично перешли в онлайн-формат. Кроме того, поступающая информация (очень часто неподкреплённая достоверными источниками и фактами) распространяется с огромной скоростью. В борьбе за сохранение уже существующей аудитории и привлечение новых читателей, журналисты прибегают к различным тактикам для манипулирования мнением аудитории и воздействия на неё [Петренко, 2020].

Другой важной характеристикой медийного дискурса является размывание границ приватности, публичности, при котором в СМИ появляются статьи различных жанров и тем медийного дискурса. Сохранение эмоционального напряжения в медийном пространстве позволяет успешно влиять на восприятие и потребление информации читателем. Особенно это проявляется в заголовках статей, с помощью которых журналисты пытаются привлечь внимание аудитории именно к их новостным ресурсам [Красина, 2020]. Активное продвижение той или иной темы в медиаресурсах способствует привлечению внимания к актуальной для многих стран проблеме (например, движение против расизма и насилия „Black Lives Matter“, которое возникло в 2013 году, а сама фраза активно используется как в политическом, так и в медийном дискурсе).

1.2. Пандемия коронавируса и вакцинация в медийном дискурсе [The coronavirus pandemic and vaccination in media discourse]

Актуальной темой для всего мира с конца 2019 года становится пандемия коронавируса, которая привела к тому, что медийный дискурс стал перенимать определённые формы коммуникации, которые присущи врачам. С другой стороны, данная тема получила политическую значимость, т.к. многие статьи были посвящены деятельности государства по борьбе с коронавирусной инфекцией. Исследования современных лингвистов направлены на рассмотрение такого явления как COVID-19 в самых разнообразных отраслях языкознания [Болотнов, 2021 ; Дубинина, 2022 ; Павленко, 2021 ; Цонева, 2021]. Постепенно COVID-тема приобретает значение для исследований в области медийного дискурса в рамках политолингвистики (например, готовность читателей изменить свое поведение для обеспечения коллективной безопасности) [Мухарьямова, 2021], теории дискурса (напр., понимание и изучение роли средств массовой информации и коммуникаций в области общественного здравоохранения) [Anwar et al., 2020], прагмалингвистики (например, роль источников коммуникации в формировании отношения людей к вакцинации) [Zimand-Sheiner, 2021]. Из-за существующих противоположных точек зрения на вирус общество раскололось на два лагеря. Средства массовой информации, призванные снизить градус критичности ситуации, не всегда справляются со своей задачей, а в некоторых случаях во многом усугубляют положение. Наряду с новостными изданиями, которые объективно и ясно предоставляли новости о COVID-19, также были и те, кто ставил под сомнение существование самого вируса и его опасность для человечества.

Лингвистические исследования COVID-темы показывают, что наблюдается тенденция к рационализации фактов о пандемии, с ясными и чёткими рекомендациями [Карасик, 2020]. Учёные-лингвисты подробно изучают различные аспекты влияния

пандемии на общество в целом и на язык в частности. Влияние COVID-19 проявляется в возникновении новой лексики, в изменениях уже существующей или же в образовании новых понятий уже привычных дефиниций, а также в процессе заимствования новых слов из других языков. В российском медийном дискурсе само появление и развитие пандемии отражалось ярко и эмоционально, часто в юмористической форме. Вместе с тем, информация о вакцине и вакцинации 2021 года, согласно исследованиям, более сбалансирована и не так ярко окрашена в СМИ [Цонева, 2021, с. 43]. Другим интересным направлением исследований является метафоризация пандемии в средствах массовой информации. В политическом дискурсе СМИ наблюдается тенденция метафоризации с привлечением различных эпитетов для передачи ёмкой и во многом отрицательной оценки сложившейся ситуации [Петренко, 2020, с. 206]. Помимо излишней милитаризации COVID-19 исследователи указывают на метафоризацию болезни как путешествия для понижения уровня агрессии и замены данной тенденции на более спокойную, указывающую на смирение с событиями, которые не представляется возможным контролировать [Нагорная, 2021, с. 31].

В связи с быстрым распространением и проникновением вируса во все сферы жизнедеятельности было выявлено, что на первый план вышли понятия «ковид», «карантин», которые активно используются в различных сферах коммуникации. Помимо этого, узкоспециальные медицинские термины, такие как сатурация, резистентность, антитела и другие понятия, стали наиболее употребительными в период пандемии [Голованова, 2021, с. 34]. Впоследствии самой обсуждаемой в медиапространстве темой становится «вакцинация». А само понятие *vax* («вакцина»), согласно исследованию Оксфордского словаря, стало самым важным в 2021 году. Для обоснования необходимости массовой вакцинации и убеждения населения в достаточном количестве вакцин и их эффективности против коронавирусной инфекции в статьях и их заголовках используются различные лексико-грамматические средства. Остановимся на полученных результатах исследования использования лексики о вакцинации от COVID в медийном пространстве.

2. Эксперимент [Experiment]

2.1. Материал и методика исследования [Material and methods]

Постепенное, а в последние 20 лет стремительное развитие средств массовой информации привело к тому, что информационные агрегаторы предоставляют огромное количество информации в сети Интернет за короткий промежуток времени. С целью сохранения аудитории и влияния многие газетные издания также перенесли выход новостей в онлайн-формат. В качестве материала исследования были отобраны статьи о вакцинации, размещённые на страницах девяти информационно-аналитических газетных изданий Германии – „Die Zeit“, „Frankfurter Allgemeine Zeitung“, „Süddeutsche Zeitung“, Австрии – „Wiener Zeitung“, „Kronen Zeitung“, „Der Standard“, Швейцарии – „Neue Zürcher Zeitung“, „Der Blick“, „Tages-Anzeiger“. Вышеперечисленные немецкоязычные средства массовой информации являются самыми тиражируемыми газетными изданиями на территории немецкоязычного ареала. Все упомянутые газеты оказывают значительное влияние на общественное мнение в немецкоязычных странах. Кроме того, в указанных изданиях представлены различные точки зрения на процесс вакцинации от COVID-19. Для анализа полученных результатов исследования газеты были разделены на три большие группы, в которые вошли по три новостных издания из каждой немецкоязычной страны.

Первая группа представлена ежедневными газетами Г е р м а н и и. Ярким представителем немецкой межрегиональной газеты, которая придерживается центристских взглядов, является газета „Die Zeit“ (DZ). Данное информационное издание популярно

среди читателей благодаря обсуждению самых спорных тем с привлечением различных экспертов из различных областей для формирования объективного мнения по определённой проблеме. Другой общенациональной подписной газетой является „*Frankfurter Allgemeine Zeitung*” (FAZ), которая играет огромную роль в формировании мнения немцев, являясь независимой газетой и не поддерживая ни одну из партий Германии. География распространения данного газетного издания является самой обширной из всех газет Германии. Издание газетного типа „*Süddeutsche Zeitung*” (SZ) также относится к общенациональной подписной газете мюнхенской издательской группы *Süddeutsche Verlag*, которая не всегда выступает в роли объективного издания предлагаемых новостей. Газета имеет скандал с публикацией поддельного интервью.

Во вторую группу входят информационные издания *A v s t r i i*, которые имеют широкое влияние на всей территории Республики. Материалом для исследования послужили примеры из старейшей, всё ещё издаваемой и известной газете в Европе – „*Wiener Zeitung*” (WZ). Данная газета используется для публикации официальных объявлений правительства Австрийской Республики. Также большой интерес представляет газета „*Kronen Zeitung*” (KZ), которая является самой крупной австрийской бульварной газетой. Данное издание не всегда придерживается курса объективности предлагаемой информации. Газета уже обвинялась в антисемитизме и правом экстремизме. Абсолютной противоположностью является общенациональная газета издательства *Standard Verlagsgesellschaft* „*Der Standard*” (DS), которая публикует материал в соответствии с кодексом чести австрийской прессы, т.е. уважает право на частную жизнь и печатает актуальную и объективно правдивую информацию.

Третья группа представлена газетами, тиражируемыми в *Ш в е й ц а р и и*. Так, одной из ведущих немецкоязычных газет Швейцарии является „*Neue Zürcher Zeitung*” (NZZ), которая известна своей объективностью и глубоким анализом текущих событий. Другое новостное (одно из самых читаемых в Швейцарии) издание – немецкоязычная газета, выпускаемая в Цюрихе „*Der Blick*” (DB). Газета не отличается объективностью, т.к. в ней публиковались манипулятивные статьи, в которых содержалась ложная информация. Немецкоязычная газета, которая считается одной из самых влиятельных газет Швейцарии и представляет большой интерес – „*Tages-Anzeiger*” (TA).

В настоящем исследовании использовались различные лингвистические методы. Метод словарных дефиниций позволил проанализировать и сформулировать понятия медиадискурса, дискурсивного влияния и вакцинации. Для рассмотрения языковых средств, применяемых авторами статей для описания явления вакцинации, использовался семантико-стилистический анализ. Методом сплошной выборки было отобрано и проанализировано 206 языковых примеров репрезентации процесса вакцинации в статьях немецкоязычных газетных СМИ. Для анализа и подсчёта полученных данных использовалась программа *Antconc* – инструмент для статистических исследований текстов (создатель программы – профессор Школы науки и техники университета Васеда (Япония) Лоуренс Антони).

2.2. Обсуждение результатов [Results and discussion]

Интересно рассмотреть происхождение немецкой лексемы *Impfung* (вакцинация), этимология которой зафиксирована в онлайн-словаре DWDS: «*процесс инъекции или инъекции защитных веществ в организм для иммунизации*». Истоки вакцинации заложены ещё в период расцвета римской культуры, когда германцы по примеру римлян учились облагораживать и прививать фруктовые деревья (*ahd. imphōn* – растения). Позже в XII веке используется уже и переносное значение – «добавить, принести». В XVIII веке с изобретением вакцины против оспы данный термин становится меди-

цинским и обозначает процесс введения в организм патогенов, сделанных для создания защитных веществ. С начала XIX века термин вакцинации устойчиво сохраняет значение вакцинации против определённого заболевания. Помимо лексемы *Impfung* в словаре DWDS предлагается синоним *Vakzination*, который менее популярен. Также представлен лексический ряд, который чаще всего используется в словосочетании с *Impfung*: *Nebenwirkung, Nutzen, Risiko, Wirksamkeit, empfehlen, schützen*.

Обратимся к определению понятия. „*Impfung – das Einbringen vom Impfstoff in den Körper eines Menschen, um Immunität gegen eine oder mehrere Krankheiten zu erzielen, Schutzimpfung; Aufbringen von Mikroben oder mikrobenverdächtigem Material auf einen lebenden Organismus zum Zweck des Nachweises oder der Weiterzucht; Einbringen von Stickstoff erzeugenden Bakterien in den Boden, Bodenimpfung*“ [DUDEN] – 'Вакцинация – введение антивируса в организм человека для формирования иммунитета к одному или нескольким заболеваниям, защитная вакцинация; внесение бактерий, грибов или вирусов в питательную среду с целью выявления или дальнейшего разведения; внесение в почву бактерий, генерирующих азот, вакцинация почвы' (здесь и далее перевод наш – А. Л., Ю. Л.).

Помимо основного значения в области медицины, данный термин используется в сельском хозяйстве, сохраняя своё первоначальное значение, где имеется в виду удобрение определённых видов растений для выработки азота. С точки зрения биологии вакцинация – это внесение бактерий, вирусов или грибов в питательную среду для их последующего размножения. Следует отметить, что лексема *Impfung* имеет и переносное значение, описывая процесс иммунизации против ложной информации, т. е. дезинформации.

Для противостояния пандемии COVID-19 создаётся вакцина, которая предоставляет возможность на начальном этапе снизить ограничения, а впоследствии вернуть привычный уклад жизни. Вопрос вакцины и вакцинирования в целом вызывает полярные мнения, в результате чего возникли два противоборствующих лагеря. Первый объединяет сторонников повсеместного вакцинирования, а во втором лагере, наоборот, находятся противники вакцинирования, в редких случаях вакцинирование воспринимается резко отрицательно. С начала появления коронавируса отмечалась ментальная стойкость ассоциации болезни с войной, что подкреплялось выступлениями политиков, которые в своих речах использовали милитаристскую риторику. Но такая риторика оказалась деструктивной, т. к. её активное использование провоцирует столкновение представителей двух групп – сторонников необходимости вакцинироваться и противников вакцинирования. Риторика «войны» и противостояние болезни как врагу извне не является верной в связи с тем, что ограничительные меры были направлены не на объединение, а на изоляцию. Это подтверждает, что языковая репрезентация вакцинации в медийном дискурсе имеет важное значение.

Для обоснования формируемого необходимого мнения в медийном дискурсе нами установлены лексико-семантические группы слов, которые преимущественно используются для описания процесса вакцинации. Важными при этом являются группы лексических единиц, которые характеризуют:

- **процесс и этапы вакцинации** (*Impfung, Zweitimpfung, Dritt-Impfung; Impfdurchbrüche; Impfleistung, Impffortschritt, Impfplafond, Impflücke, Impftempo, Impfgeschwindigkeit, Impfverlauf*):

Denn wenn viel Virus zirkuliert, kann sich der Einzelne nur mehr bedingt vor Kontakt mit dem Virus schützen. Und gerade jene, die besonders vulnerabel sind, haben als Erste ihre Impfungen erhalten (WZ, 2021, №144);

- **акторы процесса вакцинирования, среди которых как последователи, так и противники** (*Impfbefürworter, Impfexperte, Impfskoordinator, Impfbotschafter, Impfmotivator; Impfkritiker, Impfzögerer, Impfzauderer, Impf-Verunsicherte, Impfmuffel, Impfgegner, Anti-Vaxxer*):

*Solange ich mein Kind nicht selbst schützen kann, erwarte ich mir, dass die Kleinen vom Umfeld geschützt werden“, sagt die Mutter, die anonym bleiben möchte, weil sie und ihre Kinder negative Erfahrungen mit **Impfkritikern** gemacht haben (KZ, 2021, №22.070);*

- **причины вакцинирования** (Impfmöglichkeit, Impf-Anreiz, Impfabwägungen, Impfvertrauen, Impfbereitschaft, Notwendigkeit, Ordnung, Pflicht, Misstrauen, Druck, Bedrohung):

Bei einer verpflichtenden Impfung würde aus dieser Spannung in der Belegschaft jedes Krankenhauses und jedes Pflegedienstes eine Spaltung. Zumal man eines bedenken muss: Eine Impfpflicht für Angestellte in Pflegeheimen löst ja das eigentliche Problem dort nicht (DZ, 2021, №53);

- **показатели вакцинирования** (empfohlen, möglich, bereit; vollständig, dreimalig, hierzulande; obligatorisch, notwendig, verpflichtend, sinnlos, unzureichend):

Momentan sehen wir, dass zu viele Menschen nicht zur Impfung bereit sind. Dass also viele Menschen nicht bereit sind, Solidarität zu üben. Eine Impfpflicht wäre deshalb ein gerechtes, zumutbares Mittel (DZ, 2021, №33).

Выявленные лексические единицы, используемые в медийном дискурсе для описания процесса вакцинирования, совершенно противоположны – с положительной и отрицательной коннотацией. Прагматический потенциал выявленных лексических единиц заключается в возможности формирования позитивного отношения к вакцинации (напр., спасение, доверие, рекомендация, возможность выбора вакцины), а также нейтрального восприятия процесса вакцинирования (напр., терпение, взаимоподдержка). С другой стороны, в немецкоязычном медиапространстве внедряется и негативное отношение к вакцинированию как непроверенному медицинскому способу противодействия коронавирусу (напр., обязанность, недоверие, давление, угроза, призыв, беспорядок). Рассмотрим их подробнее.

Особое внимание уделяется формированию позитивного отношения к вакцинации для увеличения количества вакцинированных и получения в дальнейшем коллективного иммунитета. В новостной статье австрийской газеты *WZ* вакцинация преподносится как *спасение*. Благодаря вакцинации определённой части людей удалось избежать госпитализации в отделение интенсивной терапии. Так, представитель здравоохранения Г. Лоакер призывает к увеличению числа вакцинированных до необходимых 70% к осени 2021:

(1) *Die Zahl der Personen, denen dank Impfung die Einlieferung auf eine Intensivstation erspart blieb, beziffert das Ministerium mit 1.755. Neos-Gesundheitssprecher Gerald Loacker fordert die Regierung, nun alles zu unternehmen, um bis zum Herbst zumindest 70 Prozent der Bevölkerung zu impfen (WZ, 2021, №111).*

С другой стороны, необходимость коллективного иммунитета формулируется в швейцарской газете как *требование* в случае появления нового штамма COVID-19. Исполнение данного требования послужит защите большого количества граждан:

(2) *Angesichts der Ausbreitung der Delta-Variante fasst der amerikanische Präsident Biden die obligatorische Covid-19-Impfung für Bundesangestellte ins Auge. Das wäre eine Abkehr von der bisherigen Politik, die auf Freiwilligkeit beruhte (NZZ, 2021, №174).*

Ещё один способ повышения количества вакцинированных выражается в существующей возможности выбора вакцины. Выбор представляется, с одной стороны, как *преимущество или привилегия* для определённых групп граждан, а с другой – как *мотивация*. Вакцинировавшиеся получают определённые льготы, которых лишены те, кто не вакцинируется или выступает против вакцины (например, граждане со слабым здоровьем). Кроме того, особое преимущество перед другими имеют дети, которые могут вакцинироваться в специальных ковидных центрах вакцинирования:

(3) *Wiesbaden und Wetterau organisieren **Sonderimpfungen für Kinder**. Termine können nun auch in den Impfzentren vereinbart werden (FAZ, 2021, №39).*

Подчёркиваемое в немецкоязычном медийном пространстве преимущество имеют не только возрастные, но и профессиональные группы. Специфика работы с большим количеством людей обусловила появление ряда профессий, представители которых имеют преимущество, а также обязательство вакцинироваться (напр., учителя). Выполнение данного требования во многом повлияло на понижение уровня заболевших COVID-19 среди представителей данных профессий во время третьей волны:

(4) *Im Verlauf der dritten Welle hatten die Lehrer dann wegen **der ausgeweiteten Impfmöglichkeiten** kein höheres Risiko mehr zu erkranken als die übrige Bevölkerung. Während die Ansteckungsraten in den Haushalten aufgrund der Delta-Variante deutlich angestiegen seien, konnten sie in den Schulen weitgehend konstant gehalten werden* (FAZ, 2021, №47).

Другой мотивацией для вакцинации, например, в Швейцарии, являются возможные льготы в виде денежных выплат, свободных дней, бесплатных поездок на общественном транспорте и др.:

(5) *In der Schweiz soll die Impfquote erhöht werden. Nun belegt erstmals eine Studie, dass **Geldanreize bei Corona-Impfungen funktionieren** können. Im Versuch wurde die Impfquote um vier Prozentpunkte erhöht* (NZZ, 2021, №234).

На время пандемии помимо ограничительных мер появляются и рекомендации как для тех, кто пока еще не вакцинировался, так и для тех, кто уже прошёл полный этап вакцинации. Так, для тех, кто ещё не вакцинировался и не прошёл тест на COVID-19, рекомендуется постоянно носить маски, соблюдать правила дистанции в общественных местах:

(6) *Laut dem Plan müssten diejenigen **ohne Covid-19-Impfung sich regelmässig testen lassen, eine Maske tragen, Abstandsregeln befolgen und wären Reisebeschränkungen unterworfen**. Dies liess das Weisse Haus am Dienstag verlauten. Es kündigte an, Biden werde am Donnerstag in einer Rede weitere Schritte vorstellen, um mehr Amerikaner zu einer Impfung zu bewegen* (NZZ, 2021, №174).

Порядок повышения позитивного отношения к вакцинации также зависит от порядка вакцинации, грамотного и удобного планирования и доступности. Для контроля вакцинированных был создан специальный цифровой мониторинг, куда для всеобщего удобства попадают все сведения о вакцинированных:

(7) *Die **tatsächlichen Impfungen erfasst** das Digitale Impfquoten-Monitoring (DIM). Dort gehen alle Impfungen ein, die an die Kassenärztliche Vereinigung gemeldet werden: von Haus- und Betriebsärzten, mobilen Impfteams, aus Krankenhäusern und Impfzentren* (DZ, 2021, №45).

Для увеличения числа тех, кто вакцинировался, были созданы специальные передвижные центры, чтобы граждане, живущие в самых отдалённых местах, смогли комфортно вакцинироваться:

(8) *Zudem startet heute **der Betrieb in der Impfbox** im Gerngross auf der Mariahilfer Straße. Und ab Montag kann man sich dann sogar im Hauptgebäude der TU Wien beim Karlsplatz immunisieren lassen* (KZ, 2021, №22.047).

При планировании вакцинации учитываются специальные дни, когда определённые группы граждан могут вакцинироваться. Так, в одной из немецких статей описывается комфортный период для вакцинации детей перед Рождеством:

(9) *Für die Impfkation der Fünf- bis Elfjährigen wird den Angaben zufolge **ausschließlich das für die Altersgruppe zugelassene Vakzin des Herstellers Biontech/ Pfizer verwendet**. Am Mittwoch hatten bereits zahlreiche Kliniken in Hessen angekündigt, **Kinderimpfstage vor Weihnachten einzurichten*** (FAZ, 2021, №52).

В немецкоязычном медиапространстве формируется и отрицательное отношение к процессу вакцинирования. Так, довольно часто встречаются обоснования отказа от

вакцинации. В данную группу входят следующие номинации – обязанность (*Notwendigkeit*), недоверие (*Misstrauen*), давление (*Druck*), угроза (*Bedrohung*), призыв (*Appell*), беспорядок (*Chaos*). Рассмотрим их подробнее.

К группе лексических единиц, номинирующих *давление*, относятся те, с помощью которых оказывается воздействие на определённые группы общества. Самое сильное давление оказывается на людей, входящих в возрастную группу от 18 до 40 лет, и на представителей определённых профессиональных сфер. Другая группа лексических единиц, номинирующих *недоверие*, также широко используется в статьях немецкоязычных СМИ. Скептицизм по отношению к вакцинации выражается по шкале от неготовности граждан вакцинироваться (*die mangelnde Impfbereitschaft*) до полного отрицания необходимости вакцинироваться в связи с бессмысленностью защиты от данной инфекции (*eine vermeintlich unsinnige Impfung*):

(10) *Bisher unbekannte Nebenwirkungen seien bei Impfungen aber immer möglich. Die Frage, wer dafür haftbar gemacht werden kann, gewinnt angesichts der angelaufenen Covid-19-Impfung an* (WZ, 2021, №2);

(11) *Die Meinung, Antikörpertests wären quasi das Allheilmittel, um einer vermeintlich unsinnigen Impfung zu entgehen, hält sich vor allem unter Impfskeptikern schon lange* (KZ, 2021, №22.039).

При увеличении спроса на вакцину возникает проблема, которая связана с *ограничением* или *лимитом*, в связи с чем большое количество граждан не имеют возможность вакцинироваться. Так, из-за отсутствия достаточного количества вакцин перед справочным центром вакцинирования в Цюрихе возникают очереди, которые также являются прямым нарушением ограничительных правил во время пандемии:

(12) *Die Ausweitung der Zertifikatspflicht führt zu einer deutlich höheren Nachfrage nach Covid-Impfungen. Vor dem Referenzimpfzentrum beim Zürcher Central bildeten sich gestern Warteschlangen – von einem eigentlichen Großandrang berichtet das Zentrum in Uster. Die Gesundheitsdirektion rechnet mit einer weiteren Zunahme der Impfungen* (TG, 2021, № 210).

Беспорядок в закупке вакцин также отражает отрицательную ситуацию, которой успешно манипулируют лидеры медиапространства. Беспорядок представляет собой угрозу всему обществу, с помощью которой в медиапространстве оказывается воздействие на граждан, намеренно избегающих возможности вакцинироваться. В связи с этим работодатель имеет возможность уволить сотрудника из-за отсутствия вакцинации:

(13) *Arbeitgeber können eine Corona-Schutzimpfung nicht einseitig anordnen. Kündigungen wegen einer Impfverweigerung könnten aber zulässig sein* (WZ, 2021, №100).

С другой стороны, например, в австрийском законодательстве обязательная вакцинация не предусмотрена и это используется в австрийских СМИ как *призыв* вообще отказаться от вакцинации:

(14) *Da in Österreich aber keine gesetzliche Impfpflicht besteht, können Arbeitgeber ihre Mitarbeiter nicht zu einer Impfung verpflichten* (WZ, 2021, №100).

В ходе анализа статей была обнаружена большая группа номинаций акторов вакцинации, которая включает в себя участников, выступающих за вакцинацию и против. Для привлечения внимания читателя в медийном пространстве используются лексемы, характеризующие участников процесса вакцинации и их отношение к ней. Большую группу таких слов составляют определения людей, которые критически (*Impfkritiker*), недоверчиво или ворчливо (*Impfzögerer*, *Impfzauderer*, *Impf-Verunsicherte*, *Impfmuffel*) относятся к вакцинации или выступают против неё (*Impfgegner*, *Anti-Vaxxer*). Такое активное противостояние вакцинации имеет свои основания, где главной причиной выступает недостаточность исследований эффективности вакцин, которые появляются на мировом

рынке. При этом активное рекламирование той или иной вакцины и давление, оказываемое на определённые группы граждан, порождают сомнения. Когда давление становится чрезмерным, возникает активное противодействие. Излишняя привилегированность одних усиливает нежелание вакцинироваться других. Установленные послабления для вакцинированных отражаются на тех, кто не желает вакцинироваться. Меры ограничения по отношению к противникам вакцинирования ужесточаются, что не способствует повышению мотивации прививаться в дальнейшем:

(15) *Und sie tragen solidarisch dazu bei, die bis zur körperlichen und seelischen Erschöpfung auf den Intensivstationen arbeitenden Krankenpfleger und Ärzte zu entlasten. Für Millionen **Impfzauderer**, **Impffaule** und **Impfgegner** wird es dagegen richtig ungemütlich. Die bundesweite 2-G-Regel, wonach nur noch Geimpfte und Genesene Zugang zum öffentlichen Leben haben, bedeutet de facto einen Lockdown für Ungeimpfte – und hoffentlich die Motivation, sich doch impfen zu lassen* (FAZ, 2021, №39).

Помимо этого, громкие заявления граждан, выступающих против вакцинации и имеющих влияние на формирование общественного мнения, также порицаются властью, т.к. такая открытая конфронтация является прямой угрозой для общественного здравоохранения и правопорядка:

(16) *Der demonstrativ ungeimpfte Tennisspieler ist zu einer Heldenfigur für die weltweite Szene der Impfgegner geworden, womöglich mehr, als er es selber will, aber eben nicht ohne eigenes Zutun. Allein seine Präsenz im Land und seine Wirkung auf **Anti-Vaxxer** und **Impf-Verunsicherte** mache ihn zu einer Gefahr für die öffentliche Gesundheit und Ordnung, argumentierten die Regierungsjuristen* (SD, 2022, №12).

В немецкоязычном медийном пространстве представлено также мнение тех, кто выступает за обязательное вакцинирование (*Impfbefürworter*). Для улучшения отношения к вакцинированию приводится мнение экспертов, которые объясняют важность вакцинирования (*Impfexperte*); координаторов, которые отчитываются по поводу наличия, видов и способов вакцинирования (*Impfkoordinator*); а также тех, кто активно распространяет информацию о вакцине (*Impfbotschafter*) и способствует повышению доверия к вакцине (*Impfmotivator*). Мнение экспертов в области вакцинации, врачей и учёных приводится в случае аргументированного подхода к массовому вакцинированию для более быстрого преодоления пандемии и выхода из мирового кризиса:

(17) *Impfexperte Herwig Kollaritsch etwa führt gegenüber Ö1 aus: „Obwohl ich kein großer Freund solcher Maßnahmen bin, sehe ich zunehmend weniger Spielraum, dass man nicht doch auf so etwas wie die 1-G-Regel umsteigt, weil offensichtlich das reine darüber Sprechen nicht hilft* (KZ, 2021, №22.039).

По мере того, как протекает пандемия, противостояние между сторонниками и противниками вакцинации всё больше и больше нарастает. Так, активное распространение информации, развенчание мифов и проведение широкой кампании по увеличению числа вакцинированных являются приоритетными задачами:

(18) *Auch Argumente für die Impfung und Fakten über Impfmythen müssen den Menschen aktiv vermittelt werden. Informationen nur im Internet oder auf Flyern bereitzustellen, reicht dabei nicht aus. Neben reichweitenstarken Kampagnen gilt es, Vorbilder sowie **Impfbotschafterinnen/ Impfbotschafter zu gewinnen, die für den Stich werben – gerade auch in lokalen Communitys abseits des Mainstreams*** (DS, 2021, №9738).

Однако бесконечные дискуссии мало чем помогают. Более эффективным представляется обращение элиты ко всем слоям общества и её активное содействие целям в области общественного здравоохранения. Кроме того, мотиваторами являются и те, кто уже успешно вакцинировался, что должно стать одним из стимулов вакцинироваться:

(19) *Der **Impfmotivator** Landeshauptmann Hans Peter Doskozil (SPÖ) hat ja eine Art Tombola mit insgesamt 1.000 Preisen angekündigt, wenn das Ziel 80 Prozent der impfbaren*

Bevölkerung überschritten werde. Das Impfziel dürfte das Burgenland nun diese Woche erreichen, am Dienstag fehlten noch 84 Personen. Nun ist Doskozil zuversichtlich, "dass wir da deutlich drüber liegen werden (DS, 2021, № 9945).

Собранные языковые примеры были проанализированы и высчитаны с использованием программы Antconc. Анализ материала позволяет заключить, что в рассмотренных новостных статьях наглядно представлены полярные мнения о вакцинации. Нейтральное мнение встречается редко в небольших аннотациях перед статьями или при передаче фактической информации (4%). Вакцинация рассматривается в немецкоязычном медийном дискурсе как необходимость и спасение, так и в качестве обязанности или долга. При этом восприятие вакцинирования значительно отличается в каждой из стран немецкоязычного ареала. Так, описание вакцинации как обязанности обнаружено в 39% примеров в газетах Германии и лишь в 7% в австрийских газетах. Скептицизм, опасность, угроза, недоверие описываются преимущественно в 27% информационно-аналитических агрегаторов Германии, в меньшей степени – в австрийском (12%) и лишь в 8% – в швейцарском медийном дискурсе.

Следует отметить, что репрезентация акторов, причин и показателей процесса вакцинирования представляет собой довольно небольшую группу. Так, примеры с акторами вакцинации составляют всего 7%, где 4% – это сторонники всеобщей вакцинации, а 3% – её противники. Вместе с тем в проанализированных примерах широко представлено и недовольство уклонением граждан вакцинироваться во всём немецкоязычном медиaprостранстве. Количество примеров, в которых описываются причины нежелания вакцинироваться, в определённых случаях и страх перед вакцинацией, составляет 28%. Беспорядок в организации порядка вакцинирования, описываемый в новостных статьях, составляет 3%. Описание призывов вакцинироваться достигает 9%. При этом абсолютное навязывание необходимости вакцинироваться составляет 4%, что вызывает негативную реакцию населения. Репрезентация открытого дискурсивного воздействия в немецкоязычном медиадискурсе на читателей составляет 13%.

3. Заключение [Conclusion]

Любое масштабное социальное явление порождает неологизмы, пополняя словарный запас любого языка. К такому явлению относится и тема вакцинации от COVID, которая широко обсуждается в современном немецкоязычном медиaprостранстве. Повсеместная цифровизация и повышенный запрос на быстрое и качественное информирование расширяют характерные особенности медийного дискурса. Возникает потребность в таком представлении темы вакцинации от COVID, которая зачастую имеет воздействующий манипулятивный характер.

Языковые средства дискурсивного воздействия широко используются в немецкоязычном медийном пространстве для управления мнением социума, формирования положительной общественной позиции к процессу вакцинации и содействия в повышении уровня доверительного отношения к вакцине. С точки зрения лингвистического описания процесса вакцинации анализ новостных газетных изданий позволяет заключить, что лидеры немецкоязычного медиaprостранства полностью придерживались общей повестки по вакцинированию.

Семантико-стилистический анализ используемых авторами новостных статей позволил разделить языковые средства, выражающие отношение к вакцинации, на три группы: 1) с позитивной семантикой, 2) с негативной семантикой, 3) нейтральные. Выявлено, что в немецкоязычном медийном дискурсе вакцинация рассматривается позитивно как необходимость, спасение и долг. Вместе с тем доля лексико-семантических групп, выражающих положительную семантику, оказалась относительно небольшой и составила

28%. Негативное отношение к вакцинации выражается в скептицизме и недоверии к ней. Доля лексико-семантических групп, выражающих негативную семантику, оказалась преобладающей и составила 68%. Была отмечена значительная вариативность распределения по группам в зависимости от страны немецкоязычного ареала. Нейтральное мнение встречалось редко (4%). Результаты исследования показали, что успешное использование COVID-лексики позволяет лидерам немецкоязычного медийного пространства манипулировать мнением читателей в сторону положительного либо отрицательного отношения, соблюдая баланс, выгодный для заинтересованных сторон на данный момент.

Список сокращений и условных обозначений

DB – Der Blick, DS – Der Standard, DWDS – Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache, DZ – Die Zeit, FAZ – Frankfurter Allgemeine Zeitung, KZ – Kronen Zeitung, NZZ – Neue Zürcher Zeitung, SZ – Süddeutsche Zeitung, TA – Tages-Anzeiger, WZ – Wiener Zeitung

Библиографический список

- Архипова, 2021 – Архипова А. С. Министерство правды: как российское правительство борется со слухами в эпоху коронавируса // ШАГИ-STEPS. 2021. Т. 7, № 4. С. 124–150. <https://doi.org/10.22394/2412-9410-2021-7-4-124-150>
- Болотнов, 2021 – Болотнов А. В. О некоторых особенностях подтекста в медиадискурсе публициста // Вестник Томского гос. ун-та. Филология. 2021. № 71. С. 25–37. <https://doi.org/10.17223/19986645/71/2>
- Голованова, 2021 – Голованова Е. И. Динамические процессы в русском языке эпохи коронавируса // Вестник Северного (Арктического) фед. ун-та. Сер.: Гуманитарные и социальные науки. 2021. № 5. С. 33–39. <https://doi.org/10.37482/2687-1505-V128>
- Добросклонская, 2021 – Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: теория, методы, направления. М.: «КДУ», «Добросвет», 2020. 178 с. <https://doi.org/10.31453/kdu.ru.91304.0107>.
- Дубинина, 2022 – Дубинина М. Н. Моделирование лексико-семантического поля «коронавирус» (на примере китайского языка) // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2022. Вып. 8, № 3. С. 79–89. https://doi.org/10.22250/24107190_2022_8_3_79
- Карасик, 2021 – Карасик В. И. Эпидемия в зеркале медийного дискурса: факты, оценки, позиции // Политическая лингвистика. 2020. № 2 (80). С. 25–34. <https://doi.org/10.26170/pl20-02-02>
- Карасик, Слышкин, 2021 – Карасик В. И., Слышкин Г. Г. Тенденции развития современного дискурса // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2021. № 1. С. 14–31
- Красина, 2020 – Красина Е. А. Англоязычные газетные заголовки онлайн как явление медиалингвистики (опыт лингвистического описания) // Вопросы теории и практики журналистики. 2020. Т. 9. 1. С. 136–148. [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2020.9\(1\).136-148](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2020.9(1).136-148)
- Ленец, Зарипова, 2018 – Ленец А. В., Зарипова А. Н. Лингвокультурный и прагматический аспекты использования терминов-реалий в медийных сообщениях о миграции (на материале медийного дискурса Германии и Австрии) // Известия Юго-Западного гос. ун-та. Сер.: Лингвистика и педагогика. 2018. Т. 8, № 4 (29). С. 73–81.
- Мухарямова, 2021 – Мухарямова Л. М. Пандемия COVID-19 в российских массмедиа: политический контекст // Политическая лингвистика. 2021. № 1 (85). С. 72–80. https://doi.org/10.12345/1999-2629_2021_01_06
- Нагорная, 2021 – Нагорная А. В. Метафорический фрейминг пандемии COVID-19 // Вестник Томского гос. ун-та. 2021. № 469. С. 28–35. <https://doi.org/10.17223/15617793/469/4>
- Павленко, 2020 – Павленко В. Г. Способ образования и перевода сложных слов в английском языке (на материале аналитических статей) // Язык и культура. 2020. № 49. С. 83–98. <https://doi.org/10.17223/19996195/49/5>
- Петренко, 2020 – Петренко Д. А. Средства языковой выразительности в образе COVID-19 (на материале немецкого политического дискурса СМИ) // Научный диалог. 2020. № 7. С. 194–209. <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2020-7-194-209>

- Редкозубова, 2020 – Редкозубова Е. А. COVID-лексика: этимологические и словообразовательные аспекты (на материале русского, английского и немецкого языков) // Гуманитарные и социальные науки. 2020. № 4. С. 193–200. <https://doi.org/10.18522/2070-1403-2020-81-4-193-200>
- Цонева, 2021 – Цонева Л. М. Особенности отображения вакцинации против коронавируса в медийном дискурсе // Политическая лингвистика. 2021. № 6 (90). С. 37–45. https://doi.org/10.26170/1999-2629_2021_06_04
- Anwar et al., 2020 – Anwar A., Malik M., Raees V. Role of mass media and public health communications in the COVID-19 pandemic // Cureus. 2020. Vol. 12 (9): e10453. P. 1–9. <https://doi.org/10.7759/cureus.10453>
- Borankulova, Proshina, 2021 – Borankulova B. E., Proshina Z. G. New vocabulary related to coronavirus: The potential of its use in the Kazakh language and the problem of translation // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2021. Вып. 7, № 3. С. 18–25. https://doi.org/10.22250/24107190_2021_7_3_18_25
- Buneviciene et al., 2021 – COVID-19 media fatigue: predictors of decreasing interest and avoidance of COVID-19-related news / I. Buneviciene, R. Bunevicius, S. Bagdonas S., A. Bunevicius // Public Health. 2021. Vol. 196. P. 124–128. <https://doi.org/10.1016/j.puhe.2021.05.024>
- Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache, hrsg. v. d. Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften, <<https://www.dwds.de/d/wb-dwdswb>>, abgerufen am 19.08.2022.
- Hughes et al., 2021 – Development of a codebook of online anti-vaccination rhetoric to manage COVID-19 vaccine misinformation / B. Hughes, C. Miller-Idriss, R. Piltch-Loeb, B. Goldberg, K. White, M. Criezis, E. Savoia // Int. J. Environ. Res. Public Health. 2021. Vol. 18. P. 1–18. <https://doi.org/10.3390/ijerph18147556>
- Kartika, Lestari, 2020 – Kartika A. D., Lestari T. E. Framing of COVID-19 in German and Indonesian news // Advances in Social Science, Education and Humanities Research. 2020. Vol. 491. P. 797–804.
- Novel Coronavirus, 2020 – Novel Coronavirus (2019-nCoV): Situation report-1. World Health Organization, 2020. P. 1–5. URL : https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200121-sitrep-1-2019-ncov.pdf?sfvrsn=20a99c10_4
- Sanz et al., 2021 – Sanz R. I., Jiménez M. J., Prieto B. P. The discourse on COVID-19: A study in the Italian, Spanish and German press // Revista de Comunicación. 2021. Vol. 20 (1). P. 239–267. <https://doi.org/10.26441/RC20.1-2021-A13>
- Su et al., 2021 – COVID-19 pandemic and unemployment dynamics in European economies / C-W. Su, K. Dai, S. Ullah, Z. Andlib // Economic Research-Ekonomiska Istraživanja. 2021. P. 1–13. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2021.1912627>
- Trout, Kleinman, 2020 – Trout L. J., Kleinman A. Covid-19 Requires a Social Medicine Response // Front. Sociol, 2020, 5 (579991), p. 1–4. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2020.579991>
- Vera-Valdés, 2021 – Vera-Valdés E. J. The political risk factors of COVID-19 // International Review of Applied Economics. 2021. Vol. 35 (2). P. 269–287. <https://doi.org/10.1080/02692171.2020.1866973>
- Zimand-Sheiner et al., 2021 – To be (vaccinated) or not to be: The effect of media exposure, institutional trust, and incentives on attitudes toward COVID-19 vaccination / D. Zimand-Sheiner, O. Kol, S. Frydman, S. Levy. // Int. J. Environ. Res. Public Health. 2021. Vol. 18:12894. P. 1–14. <https://doi.org/10.3390/ijerph182412894>

References

- Arkhipova, A. S. (2021). Ministerstvo pravdy: kak rossiiskoi pravitel'stvo boresya so slukhami v epokhu koronavirusa [Ministry of truth: How the Russian state fights fake news during the COVID-19 pandemic]. *ShAGI/STEPS*, 7 (4), 124–150. (In Russ.). <https://doi.org/10.22394/2412-9410-2021-7-4-124-150>
- Bolotnov, A. V. (2021). O nekotorykh osobennostyakh podteksta v mediadiskurse publitsista [Some features of the subtext in the media discourse of a publicist]. *Vestnik Tomskogo gos. un-ta. Filologiya* [Tomsk State University Journal of Philology], 71, 25–37. (In Russ.). <https://doi.org/10.17223/19986645/71/2>
- Golovanova, E. I. (2021). Dinamicheskie protsessy v russkom yazyke epokhi koronavirusa [Dynamic processes in the Russian language of the coronavirus era]. *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) fed. un-ta. Ser.: Gumanitarnye i sotsialnye nauki* [Vestnik of Northern (Arctic) Federal University.

- Series “Humanitarian and Social Sciences”], 5, 33–39. (In Russ.). <https://doi.org/10.37482/2687-1505-V128>
- Dobrosklonskaya, T. G. (2020). *Medialingvistika: teoriya, metody, napravleniya* [Media linguistics: theory, methods and tendencies]. Moscow : KDU, Dobrosvet. (In Russ.). <https://doi.org/10.31453/kdu.ru.91304.0107>
- Dubinina, M. N. (2022). Modelirovanie leksiko-semanticheskogo polya «koronavirus» (na primere kitayskogo yazyka) [Modeling the lexical semantic field of “coronavirus” (Based on Chinese)]. *Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika* [Theoretical and Applied Linguistics], 8 (3), 79–89. (In Russ.). https://doi.org/10.22250/24107190_2022_8_3_79
- Karasik, V. I. (2020). Epidemiya v zerkale mediinogo diskursa: fakty, otsenki, pozitsii [Epidemic in the mirror of media discourse: Facts, evaluations, positions]. *Politicheskaya lingvistika* [Political Linguistics], 2 (80), 25–34. (In Russ.). <https://doi.org/10.26170/pl20-02-02>
- Karasik, V. I., Slyshkin, G. G. (2021). Tendentsii razvitiya sovremennogo diskursa [Modern discourse developmental trends]. *Aktual'nye problemy filologii i pedagogicheskoi lingvistiki* [Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics], 1, 14–31. (In Russ.).
- Krasina, E. A. (2020). Angloyazychnye gazetnye zagolovki onlain kak yavlenie medialingvistiki (opyt lingvisticheskogo opisaniya) [Online English newspaper headlines as media linguistics phenomenon (An attempt of linguistic description)]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* [Theoretical and Practical Issues of Journalism], 9 (1), 136–148. (In Russ.). [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2020.9\(1\).136-148](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2020.9(1).136-148)
- Lenets, A. V., Zaripova, A. N. (2018). Lingvokul'turnyi i pragmaticheskii aspekty ispol'zovaniya terminov-realiy v mediinykh soobshcheniyakh o migratsii (na materiale mediinogo diskursa Germanii i Avstrii) [Linguoculture and pragmatics aspects of the use of culture-bound terms in mass media messages regarding migration (based on mass media discourse in Germany and Austria)]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gos. un-ta. Ser.: Lingvistika i pedagogika* [Proc. of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogy], 8. 4 (29), 73–81. (In Russ.).
- Mukharyamova, L. M. (2021). Pandemiya COVID-19 v rossiiskikh massmedia: politicheskii kontekst [COVID-19 Pandemic in the Russian Mass Media: A Political Context]. *Politicheskaya lingvistika* [Political Linguistics], 1 (85), 72–80. (In Russ.). https://doi.org/10.12345/1999-2629_2021_01_06
- Nagornaya, A. V. (2021). Metaforicheskii freiming pandemii COVID-19 [Metaphoric Framing of COVID-19]. *Vestnik Tomskogo gos. un-ta* [Tomsk State University Journal], 469, 28–35. (In Russ.). <https://doi.org/10.17223/15617793/469/4>
- Pavlenko, V. G. (2020). Sposob obrazovaniya i perevoda slozhnykh slov v anliiskom yazyke (na materiale analiticheskikh statei) [The method of formation and translation of complex words in English (based on analytical articles)]. *Yazyk i kultura* [Language and Culture], 49, 83–98. (In Russ.). <https://doi.org/10.17223/19996195/49/5>
- Petrenko, D. A. (2020). Sredstva yazykovoi vyrazitel'nosti v obraze COVID-19 (na materiale nemetskogo politicheskogo diskursa SMI) [Linguistic Means in Image of COVID-19 (German Political Discourse in Media)]. *Nauchnyi dialog* [Scientific Dialogue], 7, 194–209. (In Russ.). <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2020-7-194-209>
- Redkozubova, E. A. (2020). COVID-leksika: etimologicheskie i slovoobrazovatel'nye aspekty (na materiale russkogo, angliiskogo i nemetskogo yazykov) [COVID-vocabulary: Etymology and word-formation (Based on Russian, English, German)]. *Gumanitarnye i sotsial'nye nauki* [The Humanities and Social Sciences], 4, 193–200. (In Russ.). <https://doi.org/10.18522/2070-1403-2020-81-4-193-200>
- Tsoneva, L. M. (2021). Osobennosti otobrazheniya vaksinatitsii protiv koronavirusa v mediinom diskurse [Specificity of presentation of vaccination against coronavirus in media discourse]. *Politicheskaya lingvistika* [Political Linguistics], 6 (90), 37–45. (In Russ.). https://doi.org/10.26170/1999-2629_2021_06_04
- Anwar, A., Malik, M., Raees, V. (2020). Role of Mass Media and Public Health Communications in the COVID-19 Pandemic. *Cureus*, 12 (9): e10453, 1–9. <https://doi.org/10.7759/cureus.10453>
- Borankulova, B. E., Proshina, Z. G. (2021). New vocabulary related to coronavirus: The potential of its use in the Kazakh language and the problem of translation. *Teoreticheskaya i prikladnaya*

- lingvistika* [Theoretical and Applied Linguistics], 7 (3), 18–25. https://doi.org/10.22250/2410-7190_2021_7_3_18_25
- Buneviciene, I., Bunevicius, R., Bagdonas, S., Bunevicius, A. (2021). COVID-19 media fatigue: predictors of decreasing interest and avoidance of COVID-19-related news. *Public Health*, 196, 124–128. <https://doi.org/10.1016/j.puhe.2021.05.024>
- Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache, hrsg. v. d. Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften. <https://www.dwds.de/d/wb-dwdswb>, abgerufen am 19.08.2022.
- Hughes, B., Miller-Idriss, C., Piltch-Loeb, R., Goldberg, B., White, K., Criezis, M., Savoia, E. (2021). Development of a Codebook of Online Anti-Vaccination Rhetoric to Manage COVID-19 Vaccine Misinformation. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 18, 1–18. <https://doi.org/10.3390/ijerph18147556>
- Kartika, A. D., Lestari, T. E. (2020). Framing of COVID-19 in German and Indonesian News. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 491, 797–804.
- Novel Coronavirus (2019-nCoV). Situation report-1. (January 21, 2020). *World Health Organization* (pp. 1–5). URL : https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200121-sitrep-1-2019-ncov.pdf?sfvrsn=20a99c10_4
- Sanz, R. I., Jiménez, M. J., Prieto, B. P. (2021). The discourse on COVID-19: A study in the Italian, Spanish and German press. *Revista de Comunicación*, 20 (1), 239–267. <https://doi.org/10.26441/RC20.1-2021-A13>
- Su, C W., Dai, K., Ullah, S., Andlib, Z. (2021). COVID-19 pandemic and unemployment dynamics in European economies. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 1–13. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2021.1912627>
- Trout, L. J., Kleinman, A. (2020). Covid-19 Requires a Social Medicine Response. *Front. Sociol*, 5(579991), 1–4. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2020.579991>
- Vera-Valdés, E. J. The political risk factors of COVID-19 (2020). *International Review of Applied Economics*, 35 (2), 269–287. <https://doi.org/10.1080/02692171.2020.1866973>
- Zimand-Sheiner, D., Kol, O., Frydman, S., Levy, S. (2021). To be (vaccinated) or not to be: The effect of media exposure, institutional trust, and incentives on attitudes toward COVID-19 vaccination. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 18:12894, 1–14. <https://doi.org/10.3390/ijerph182412894>

Статья поступила в редакцию 17.02.2023; одобрена после рецензирования 10.08.2023; принята к публикации 11.09.2023.
The article was submitted 17.02.2023; approved after reviewing 10.08.2023; accepted for publication 11.09.2023.