<https://doi.org/10.31470/2706-7904-2020-15-137-141>

**РЕЛІГІЙНІ КОМУНІКАЦІЇ В УКРАЇНІ У ЧАСИ COVID-19:
ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ МАРКЕРИ**

***Religious Communication in Times COVID-19:
Psycholinguistic Markers***

Natalia Kostruba

Ph.D. in Psychology, Senior lecturer

Lesya Ukrainka Eastern European National University (Ukraine)

nataliia.kostruba@eenu.edu.ua

<https://orcid.org/0000-0002-3852-4729>

Abstract

The Covid-19 pandemic affected religious life and communications. Most churches are forced to go online to communicate with believers. Many believers turn to religion for guidance on spirituality and religious life in quarantine. We analyzed church news headlines in Ukraine during Covid-19 to identify psycholinguistic markers of religious communications. We used computer software Statistica 12 and Linguistic research and the number of words (LIWC 2015) for the analysis. Among all categories of stylistic words in the processed headings prepositions, conjunctions and pronouns are dominate. The words «coronavirus», «pandemic» and «spread» are most often used in all the headlines and in all denominations. Churches in Ukraine pursue an educational policy on Covid to preserve the health of believers.

Key words: *coronavirus, psycholinguistic markers, religion, communications.*

**Вступ
Introduction**

Пандемія Covid-19 вплинула на усі сфери життя. Запровадження карантинних обмежень (масової соціальної ізоляції, дистанційної роботи або ж змушеної відпустки, використання особистих засобів захисту) породжує у людей страх, тривогу, депресію (Fegert, Vitiello, Plener et al., 2020; Lin, 2020). Негативні емоційні стани поглиблюються у зв'язку із постійними інформаційними атаками та тривожними новинами щодо смертності від коронавірусу, які заповнили медіапростір. У пошуках підтримки багато українців звертаються до релігії.

Церкви ще до пандемії швидко розвивались у напрямку надання віртуальних церковних послуг, але все ж це була не постійна практика християнських конфесій (Bryson, Andres, Davies, 2020). Проте, через кризу Covid, більшість церков змушені переходити у мережу Інтернет для зв'язку з вірянами (Geoffrey, 2020). Через заборону зібрань, люди у пошуках духовної підтримки звертаються до посиленних молитовних дій, за допомогою переглядів відеопотоків служб, онлайн молитов та зустрічей (VanderWeele, 2020). Отже, церква значно розширила свою присутність у медіапросторі і своїми інформаційними повідомленнями дає настанови щодо духовності та релігійного життя в умовах карантину.

Враховуючи високий рівень довіри до церкви в Україні (Церкві українці довіряють..., 2019), а отже і до її повідомлень, набуває актуальності вивчення таких звернень на предмет основної змістовної складової. Тобто, чи допомагають інформаційні повідомлення церков впоратися із психологічними наслідками пандемії чи посилюють страх за здоров'я. Так, мета дослідження – психолінгвістичний аналіз заголовків інформаційних повідомлень церков в Україні у кризу Covid-19.

Методи та методики дослідження *Methods and Techniques of the Research*

Матеріалом для дослідження ми обрали заголовки інформаційних повідомлень найчисельніших церков в Україні (православні, католики, протестанти). Інформація щодо чисельності релігійних організацій ґрунтується на даних Департаменту у справах релігій та національностей Міністерства культури України (Звіт, 2019). Загалом, було проаналізовано заголовки повідомлень 4 офіційних сайтів: Православна церква України (ПЦУ, <https://www.pomisna.info>), Українська православна церква Московського патріархату (УПЦ МП, <https://news.church.ua>), Українська Греко-католицька церква (УГКЦ, <http://ugcc.ua>) та Протестантські церкви України (<https://www.baptyst.com>). В усіх заявлених церквах є прес-служби та офіційні очільники, окрім протестантизму, який представлений безліччю конфесій. Ми розглядаємо звернення Ради Євангельських Протестантських Церков України (РЄПЦУ), яка є координуючим органом таких церков.

Загалом, ми проаналізували 48 заголовків новин (ПЦУ – 12, УПЦМП – 22, УГКЦ – 5, РЄПЦУ – 7 заголовків) за період 12-19.03.2020. До аналізу бралися усі заголовки новин за обраний період. Для здійснення психолінгвістичного аналізу ми використали комп'ютерне забезпечення Statistica 12 та Linguistic Inquiry and Word Count (LIWC 2015) (Pennebaker, Boyd, Jordan & Blackburn, 2015).

Результати *Results*

Загалом усі заголовки ми об'єднали у один файл (518 слів) та за допомогою LIWC виявили лінгвістичні (стильові) характеристики досліджуваного тексту. Так, ми виявили, що серед усіх категорій стильових слів у опрацьованих заголовках домінують прийменники (10.23%), сполучники (2.32%), числа (2.32%) і займенники (1.74%). Найбільш чисельними серед займенників є безособові та першої особи множини. Наявність високих відсотків вживання прийменників та сполучників свідчить про когнітивну складність інформаційних заголовків (Pennebaker & King, 1999).

За допомогою функції Text Mining у програмі Statistica 12 ми виявили найчастотніші слова у опрацьованих заголовках. Частота вживання слів здійснювалась за коренем слова, тобто слова розглядались без закінчень. Результати відображені у таблиці (Табл. 1).

Таблиця 1. Найчастотніші слова у заголовках новин церков в Україні у перший тиждень карантину Covid

Stem / Phras	Words summary	
	Count	Number of documents
упц	14	1
коронав	11	4
священ	10	2
синод	10	2
митропол	5	1
блажен	5	2
молитв	5	2
пандем	4	3
поширен	4	2
онуфр	4	1

Найбільшу кількість повторювань у опрацьованих текстах отримало слово «УПЦ», як аббревіатура Української православної церкви Московського патріархату, але вона повторюється лише у новинах на їхньому офіційному сайті. Так само, слово «Онуфрій» часто вживається, але лише у заголовках повідомлень УПЦМП. Заголовки

акцентують увагу на благодійній і культурній діяльності її предстоятеля та представників. Найчастіше у всіх опрацьованих заголовках та в усіх конфесіях використовується слово «коронавірус». Церкви в Україні проводять інформаційну політику просвітництва щодо Covid, прагнуть зберегти здоров'я вірян, що також підтверджується частим використанням слів «пандемія» і «поширення». Крім того, заголовки насичені релігійною термінологією, що відображається у часто використовуваних словах «священний», «синод», «митрополит», «блаженніший». Також опрацьовані заголовки пронизані закликами до «молитов».

Висновки *Conclusions*

Психолінгвістичний аналіз заголовків повідомлень церков України у період Covid-19 дав можливість виявити когнітивні та структурні маркери досліджуваного тексту. Досліджуваний текст володіє достатньою когнітивною складністю, про що свідчать стильові маркери (часте вживання прийменників та сполучників). Крім надання інструкцій вірянам щодо поведінки під час корона вірусу, з посиланнями на владні структури охорони здоров'я. Зокрема, релігійні сайти також інформують вірян про юридичні протистояння та справи церкви (зокрема УПЦМП), а також про воїнів АТО (ПЦУ).

Найбільше опрацьованих заголовків стосувалися кризи корона вірусу. Заголовки насичені настановами щодо поведінки священнослужителів та вірян в часи пандемії. Наскрізною характеристикою усіх заголовків є заклики до церковної залученості, до спільних молитов та звернення до авторитетності влади та органів охорони здоров'я.

Література *References*

- ЗВІТ про мережу релігійних організацій в Україні станом на 1 січня 2019 року (2019). https://risu.ua/religiyni-organizaciji-v-ukrajini-stanom-na-1-sichnya-2019-r_n97463
- Церкві українці довіряють у 4 рази більше, ніж суду: дослідження (2019). https://risu.ua/cerkvi-ukrajinci-doviryayut-u-4-razi-bilshe-nizh-sudu-doslidzhennya_n100143
- Bryson, J.R., Andres, L., & Davies, A. (2020). COVID-19, Virtual Church Services and a New Temporary Geography of Home. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 111, 360-372. <https://doi.org/10.1111/tesg.12436>

- Fegert, J.M., Vitiello, B., Plener, P.L. et al. (2020). Challenges and burden of the Coronavirus 2019 (COVID-19) pandemic for child and adolescent mental health: a narrative review to highlight clinical and research needs in the acute phase and the long return to normality. *Child Adolesc Psychiatry Ment Health*, 14, 20 <https://doi.org/10.1186/s13034-020-00329-3>
- Geoffrey, B. (2020). COVID Crisis and churches moving online – will it hasten the consumerism and commercialization of religion in Protestantism? *A Sociological and Theological analysis*. <https://doi.org/10.31235/osf.io/czybu>
- Lin, C.Y. (2020). Social reaction toward the 2019 novel coronavirus (COVID-19). *Social Health and Behavior*, 3(1), 1–2. https://doi.org/10.4103/SHB.SHB_11_20
- Pennebaker, J.W., Boyd, R.L., Jordan, K., & Blackburn, K. (2015). *The development and psychometric properties of LIWC 2015*. Austin, TX: University of Texas at Austin.
- Pennebaker, J.W., & King, L.A. (1999). Linguistic styles: Language use as an individual difference. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77(6), 1296–1312. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.77.6.1296>
- VanderWeele, T.J. (2020). Love of Neighbor During a Pandemic: Navigating the Competing Goods of Religious Gatherings and Physical Health. *Journal of Religion and Health*. <https://doi.org/10.1007/s10943-020-01031-6>
-