Text Health Messages in Religious Discourse: Psycholinguistic Analysis

Текстові повідомлення про здоров'я у релігійному дискурсі: психолінгвістичний аналіз

Natalia Kostruba

Ph.D. in Psychology,
Lecturer

Наталія Коструба

кандидат психологічних наук,
старший викладач

E-mail: chmil.nata@ukr.net

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

ResearcherID: Y-6251-2019

Scopus ID: 57216884328

*Lesya Ukrainka Volyn National
University (Ukraine)*

✉ 13 Volya Avenue, Lutsk,
Volyn region, 43025

*Волинський національний
університет імені Лесі Українки
(Україна)*

✉ пр. Волі 13, м. Луцьк,
Волинська обл., 43025

Original manuscript received December, 02, 2020

Revised manuscript accepted July, 07, 2021

ABSTRACT

Objective. The aim of this research is psycholinguistic analysis of text health messages in religious discourse.

Materials & Methods. The material for the study was public statements about the Covid-19 pandemic of the largest churches in Ukraine (Orthodox, Catholics, Protestants). In total, 8 information messages were analyzed (4 reports – the first response to the pandemic; 4 reports – official recommendations for behavior during the pandemic). We used Statistica 12 software and Linguistic Inquiry and Word Count (LIWC) to perform psycholinguistic analysis.

Results. We analyzed the stylistic and content characteristics of Information messages about Covid-2019, as well as identified their emotional, cognitive and structural markers. Religious appeals have neutral emotional markers. Messages have some

cognitively complex, as evidenced by both meaningful (the presence of causal links and facts) and stylistic markers (frequent use of prepositions and conjunctions). But qualitative text analysis did not reveal complex terms or constructions. Religious news is full of data on new social rules, distancing, the asymptomatic course of the disease. In general, the text is informative, contains emotionally supportive instructions and decisions, gives temporary advice on physical and spiritual life, calls for prayer and humility. There are many indefinite pronouns in the text to emphasize that the virus applies to everyone. The messages are aimed at assessing and discussing the present, without predictions for the future. A common feature of all reports is the appeal to church involvement, as well as to the authority of the government and healthcare facilities.

Conclusions. *Text health messages in religious discourse are characterized by neutral emotional markers and cognitive simplicity. Churches carry out informational education through mass communication, which aims to support and disseminates the state's information position and guidelines on Covid-19. We see the prospects for further research in building a model of effective health communication.*

Key words: *psycholinguistic markers, religious discourse, mass communications, COVID-19, health, health messages.*

Вступ

Аналіз медіа повідомлень є популярною темою дослідження у психолінгвістиці останніх років. Вивчення медіа простору в міждисциплінарній парадигмі, зокрема на перетині психолінгвістики та медіа психології вважає необхідним М. Мачикова (2015), яка наполягає, що дискурс-аналіз є провідним методом дослідження медіа простору. Українська дослідниця Н. Акімова (2017) детально описала психолінгвістичні особливості текстів-новин у медіа-просторі. Так, основними характеристиками таких текстів авторка вважає презентативність та персоналізацію, що ускладнює розуміння текстів новин. Дослідниця звертає увагу, що користувачі несвідомо звертають увагу на такі тексти, мимовільно їх запам'ятовують та можуть використовувати їх як моделі у власному мовленні. У свою чергу, зміна мовленнєвої поведінки призводить до зміни способу мислення і розуміння реальності (там само). Загалом, можна підсумувати, що текст медіа повідомлень має великий вплив на свідомість особистості (Zolotar, 2018).

Група американських вчених провели дослідження ефективності повідомлень про підтримку в Інтернеті у взаємозв'язку

із відповідальністю та стресом. Науковці виокремили багато умов, які визначають ефективність таких повідомлень (Rains et al., 2019). Про відсутність лінійного зв'язку між лінгвістичною структурою, психологічним змістом та результатами впливу на поведінку людини стверджують і інші дослідники. Вчені Elbert та Ots (2018) підтвердили, що повідомлення про здоров'я, які описують переваги і здобутки у разі дотримання рекомендацій є більш ефективними для впливу на поведінку людини. Крім того, озвучені повідомлення мають більший вплив, ніж інформація у письмовому вигляді.

Постійні інформаційні атаки та тривожні новини щодо поширення і смертності від Covid-19, які заповнили медіапростір тримають людей у постійній емоційній напрузі. Суспільство як ніколи потребує психологічної підтримки та інформаційної допомоги для подолання страху, тривоги та депресії, що виникли у наслідок пандемії. У пошуках спокою, багато вірян звертаються до релігії. Духовний інститут церкви завжди опікується людьми, які потребують підтримки та надії. З початком кризи COVID, і більшість церков змушені переходити у мережу Інтернет для радіомовлення та зв'язку (Geoffrey, 2020). Під час пандемії багато релігійних громад припинили чи обмежили свої служби та зібрання. Люди у пошуках духовної підтримки знайшли способи частково компенсувати відсутність зборів через посилення особистої та сімейної молитви, за допомогою відеопотоків служб, онлайн молитов та зустрічей (VanderWeele, 2020). Вивчення лінгвістичних характеристик релігійних масових комунікацій та їхній взаємозв'язок з емоційним здоров'ям уже активно здійснюється і є актуальною темою у закордонних дослідників (Claydon & Whitehouse-Hart, 2018).

Американський дослідник J. Levin (2020) розглянув вплив інформаційної політики різних релігій і церков щодо поширення коронавірусної інфекції. Учений вбачає релігію і як частину проблеми, і як рішення у сфері дезінформації щодо пандемії. Так, автор стверджує, що окреме духовенство та конгрегації, за традиціями віри, були джерелами дезінформації, пропагуючи повідомлення та дії, що породжують страх, ворожість до інших, і необґрунтований ризик. Але вчений зазначає і позитивну роль релігії та пропонує багато прикладів лідерів та організацій, які вступають у розвиток колективного відновлення (там само). Мовленнєві реакції експертів та їхні спроби психологічно керувати

пандемією та її наслідками дослідив D.M. Markowitz (2021). Учений дійшов висновку, що експерти спілкуються з меншою кількістю термінів когнітивної обробки, які зазвичай вказують на те, що люди “переживають” кризу (там само).

Психолінгвістичні дослідження інформаційних повідомлень щодо COVID-19 часто стосуються особливостей мови, лінгвістичної структури, а також вивчення перцепції та прогнозування ефективності таких повідомлень. Українська дослідниця К. Тараненко (2020) аналізує мову медіа під час епідемії COVID-19 на предмет її екологічності чи неекологічності. Польський дослідник К.К. Imbir (2017) виявив, що основне при оцінці інформації – її “теплота”, тобто людина частіше використовує емоційний підхід, ніж компетентний.

Арабські вчені B.A. Essam та M.S. Abdo (Essam & Abdo, 2021) дослідили мовленнєві реакції арабського населення на пандемію COVID-19 у Twitter протягом дванадцяти тижнів після спалаху. Тематичний аналіз на основі лексикону із використанням корпусних інструментів та LIWC та застосування стилістики мови R показав, що твіти підтримували високий рівень афективної розмови, яка була завантажена негативними емоціями та сумом. Крім того, психологічні категорії релігії та здоров'я LIWC домінували в арабських твітах, що обговорювали ситуацію з пандемією (там само).

Загалом релігійні ЗМІ мають глобальне значення у культурному та економічному плані. Проте, існує також більш широкий інтерес до психолінгвістичних досліджень співвідношення між цифровими комунікаціями та ролі, яку відіграють мова та дискурсу у виробництві афекту (Winslow, 2014; Massumi, 2015). Огляд результатів досліджень психолінгвістів дає можливість сформулювати дві сфери інтересів: перша стосується фактичного дискурсу, “текстів” та їх наслідків; по-друге, яку роль відіграють медіатехнології у формах артикуляції афекту та сенсу (Slack, 1996). Схожі напрямки досліджень уже окреслювали E.A. Claydon та J. Whitehouse-Hart (Claydon & Whitehouse-Hart, 2018). Проте вчені наголошують, що їхні наукові пошуки не включають аналізу медіатекстів, комунікації та лінгвістики, а також ролі медіатехнологій (там само). Отже, тема психолінгвістичного вивчення онлайн релігійних текстів та їхній вплив на благополуччя є недостатньо дослідженою ланкою у межах окресленої проблематики.

Ураховуючи високий рівень довіри до церкви в Україні, а отже і до її повідомлень, набуває актуальності вивчення таких звернень на предмет інформаційно-психологічної безпеки людини. Тобто, чи допомагають інформаційні повідомлення церков впоратися із психологічними наслідками пандемії чи посилюють страх за здоров'я. Актуальними є й дослідження особливостей комунікації у релігійному дискурсі (Салихова & Мурсалімова, 2021). Так, **мета статті** – представлення результатів аналізу текстових повідомлень церков в Україні про здоров'я у психолінгвістичному аспекті. **Новизна дослідження** полягає у вивченні психолінгвістичних маркерів повідомлень про здоров'я в релігійному дискурсі як одного з аспектів психосемантики й соціопсихолінгвістики.

Методи та методики дослідження

Предметом емпіричної розвідки є *психолінгвістичні маркери та концепти текстових повідомлень мас медійного релігійного дискурсу у пандемію Covid-19 як показники вигоди чи втрати для мотивації до збереження здоров'я.*

Емпіричними **завданнями** дослідження є такі:

- (1) Виявити психолінгвістичні маркери повідомлень про здоров'я щодо Covid-19 у релігійних ЗМІ України.
- (2) Порівняти частоту вживання слів у континуумі “здоров'я – хвороба” у текстових інформаційних повідомленнях найчисельніших церков в Україні.

Матеріалом для дослідження було обрано публічні заяви щодо пандемії корона вірусу найчисельніших церков в Україні (православні, католики, протестанти). Інформація щодо чисельності релігійних організацій ґрунтується на даних Департаменту у справах релігій та національностей Міністерства культури України (Report, 2019). Найбільші церкви в Україні – Православна церква України (ПЦУ), Українська православна церква Московського патріархату (УПЦ МП), Українська Греко-католицька церква та Протестантські церкви України. В усіх заявлених церквах є прес-служби та офіційні очільники, окрім протестантизму, який представлений безліччю конфесій. Ми розглядаємо звернення Ради Євангельських Протестантських Церков України (РЕПЦУ), яка є координуючим органом таких церков.

Процедура дослідження. Для аналізу ми використали дві хвили офіційних заяв. *Перша хвиля* – коментарі церков щодо прийнятого загальнодержавного карантину та його обмежень. *Друга хвиля* – повідомлення з конкретними рекомендаціями і порадами щодо функціонування інституту церкви та здоров'я вірян. Усі обрані публічні заяви мають широкий діапазон поширення і опубліковані на офіційних сайтах, блогах, сторінках соціальних мереж та газетних виданнях церков. Масове поширення повідомлення – один із критеріїв для вибору звернення для аналізу.

Крім того, відбір повідомлень відбувався у *два етапи*. На *першому етапі* аналізувалися усі новини у період з 06.03. – 06.04.2020 на офіційних сайтах найчисельніших церков в Україні (<https://www.pomisna.info>, <https://news.church.ua>, <https://www.baptyst.com>, <http://ugcc.ua>). Було виявлено невідповідність публікаційної активності у різних конфесіях. Так, Українська православна церква Московського патріархату (УПЦ МП) за зазначений термін опублікувала більше 300 інформаційних повідомлень, тоді як Українська Греко-католицька церква та Протестантські церкви України близько 5–10 повідомлень.

На *другому етапі* підбору емпіричного матеріалу був здійснений змістовний аналіз усіх публічних заяв. Загалом, більшість релігійних повідомлень стосувалися благодійності чи новин церковного життя. Ми обрали ті заяви, які змістовно відображали новини про COVID-19 та пандемію.

Загалом, було проаналізовано 8 інформаційних повідомлень, які розділялися на першу реакцію на пандемію 4 заяви (Інформація у зв'язку..., 2020; Коронавірус: з довірою..., 2020; Коронавірус: Коментар..., 2020; Блаженніший Митрополит Онуфрій..., 2020) та другу реакцію на пандемію 4 повідомлення (Практичні настанови..., 2020; Пам'ятка для церков..., 2020; Звернення єпископів..., 2020; Звернення Священного Синоду..., 2020).

Для здійснення психолінгвістичного аналізу використовувалося комп'ютерне забезпечення Statistica 12 та Linguistic Inquiry and Word Count (LIWC) (Pennebaker, Boyd, Jordan, Blackburn, 2015). Ураховувалося, що слова можуть бути інформативними лінгвістичними маркерами психологічних конструктів (Clinton, Carlson & Seipel, 2016). Програма LIWC була ефективним методом вивчення емоційних, когнітивних та структурних компонентів,

що присутні у вербальних та письмових зразках мовлення людей (Taraban & Khaleel, 2019). Програма активно використовується науковцями для прикладних досліджень (Pennebaker et al., 2014). LIWC містить два блоки – програмне забезпечення та словники. Вбудовані у програму відразу англійський та німецький словники. Український словник до програми розробила група авторів (Zasiekin et al., 2018). Програма LIWC активно використовується вченими для психолінгвістичних досліджень (Su et al., 2020).

LIWC дозволяє отримати більше 80 показників за лінгвістичними, психологічними, граматичними шкалами. У своєму дослідженні ми розглянемо психологічні та лінгвістичні показники. Більшість змінних LIWC2015 виражаються у відсотках від загальної кількості слів. Існує лише шістьшкал-винятків: загальна кількість слів (WC), середня кількість слів у реченні (WPS) та чотири підсумкові змінні: Analytical thinking, Clout, Authentic та Tone. Проте, чотири підсумкові шкали підраховуються лише для англійської та німецької мов.

Загалом усі повідомлення ми об'єднали у два сегменти для аналізу: перша (1353 слова) та друга (3420 слів) офіційні реакції церков на введення загальнодержавного карантину у зв'язку із Covid-19. Так, перші реакції церков були короткими, а подальші роз'яснення щодо коронавірусу та життя вірян уже більш об'ємні.

У попередніх дослідженнях ми робили акцент на фреймовому аналізі релігійних текстів (Коструба, 2019). У цьому дослідженні для психолінгвістичного аналізу було взято за основу погляди Y.R. Tausczik та J.W. Pennebaker (2010) про існування широких категорій слів, які мають різні психометричні та психологічні властивості: змістовні (іменники, регулярні дієслова, прикметники та прислівники) та стильові чи функціональні (займенники, прийменники, сполучники, допоміжні дієслова). Автори стверджують, що функціональні слова, зазвичай, є більш надійними маркерами психологічних станів, ніж змістовні (там само).

Дотримання етичних стандартів

Фінансування на проведення цього дослідження не отримано. Автор немає потенційного конфлікту інтересів, який може вплинути на рішення про публікацію цієї статті.

Результати

У таблиці 1 представлені результати аналізу стильових слів.

Таблиця 1

Стильові показники текстових повідомлень щодо здоров'я у релігійному дискурсі

	First reaction, %	Second reaction, %	General indicators, %	General indicators	
				Mean	Standard Deviation
Total function words	22.69	21.08	21.54	21.698	2.283
Total pronouns	6.50	6.49	6.49	6.425	1.566
Personal pronouns	1.63	0.99	1.17	1.316	1.199
1st pers singular	0.37	0.12	0.19	0.244	0.442
1st pers plural	0.67	0.32	0.42	0.510	0.646
2nd person	0.15	0.09	0.10	0.153	0.177
3rd pers singular	0.00	0.18	0.13	0.100	0.124
3rd pers plural	0.44	0.29	0.34	0.313	0.246
Impersonal pronouns	3.03	2.40	2.58	2.788	1.064
Prepositions	10.20	8.95	9.30	9.390	2.451
Auxiliary verbs	0.22	0.61	0.50	0.481	0.434
Common Adverbs	0.74	1.43	1.24	1.046	0.579
Conjunctions	5.76	6.99	6.64	6.194	1.243
Negations	1.40	0.99	1.11	1.154	0.796
Common verbs	0.81	0.96	0.92	0.888	0.298
Common adjectives	1.33	2.31	2.03	1.663	0.806
Comparisons	0.67	1.02	0.92	0.801	0.466
Interrogatives	2.22	1.84	1.95	2.065	0.460
Numbers	1.77	2.69	2.43	2.351	1.629
Quantifiers	0.30	0.18	0.21	0.259	0.294

Серед усіх категорій стильових слів у опрацьованих повідомленнях домінують прийменники, сполучники і займенники. Найбільш чисельними серед займенників є безособові, які представлені у тексті: *кожному хто, інші, що, тих хто*. У першій реакції серед безособових займенників часто використовують слова *цей, ці, цю, це*. Вони вказують на вірус Covid-19 як близький у просторі і в часі. У інформаційних повідомленнях другої хвилі частіше вживаються *інші, інших*, що демонструє дистанціювання від проблем, традиційних богослужінь і один від одного.

В опрацьованих релігійних повідомленнях виявлено достатньо високі відсотки вживання прийменників (9.3%) та

сполучників (6.64%), що свідчить про когнітивну складність (Pennebaker & King, 1999). І демонструє багатомірний погляд на проблему коронавірусу в Україні. Також це може свідчити про обґрунтованість та конкретність інформації, що повідомляється, про відсутність спотворень (Zasiekin et al., 2018).

Варто зазначити, що у текстах виявлені незначні прояви емоційної напруги, що проявляються у вигляді запитань та заперечень, особливо у першій інформаційній хвилі (2.22% та 1.4% відповідно). Якісний аналіз тексту дозволяє стверджувати, що у своїх повідомленнях священнослужителі використовують не риторичні запитання, усі вони мають подальші роз'яснення із відповідями та порадами. Серед таких запитань: “Хто в групі ризику?”; “Багато людей питають: що робити? як себе поводити?”; “Скільки вірус живе на поверхнях?”; “Як захиститися від захворювання?”; “Що робити, якщо у себе запідозрили коронавірус?” тощо.

Наступним етапом психолінгвістичного аналізу став огляд змістових слів у релігійних повідомленнях щодо коронавірусу (Табл. 2).

Таблиця 2

Змістовні показники інформаційних повідомлень церков в Україні щодо Covid-19

	First reaction, %	Second reaction, %	General indicators, %	General indicators	
				Mean	Standard Deviation
Affective processes	1.33	2.16	1.93	1.753	0.667
Positive emotion	1.18	1.70	1.55	1.355	0.439
Negative emotion	0.15	0.47	0.38	0.391	0.540
Anxiety	0.00	0.06	0.04	0.018	0.049
Anger	0.00	0.03	0.02	0.019	0.053
Sadness	0.00	0.09	0.06	0.096	0.272
Social processes	4.21	3.19	3.48	3.698	1.462
Family	1.03	0.47	0.63	0.940	0.877
Friends	0.15	0.09	0.10	0.140	0.182
Female references	0.07	0.23	0.19	0.190	0.193
Male references	0.00	0.03	0.02	0.009	0.025
Cognitive processes	4.80	5.85	5.55	5.079	1.253
Insight	0.22	1.08	0.84	0.559	0.513

Causation	0.89	1.43	1.28	1.045	0.619
Discrepancy	0.15	0.23	0.21	0.276	0.265
Tentative	0.52	0.64	0.61	0.459	0.382
Certainty	1.18	0.58	0.75	0.876	0.374
Differentiation	2.22	1.81	1.93	1.996	0.794
Perceptual processes	0.44	0.47	0.46	0.491	0.265
See	0.07	0.06	0.06	0.080	0.162
Hear	0.07	0.06	0.06	0.058	0.117
Feel	0.00	0.18	0.13	0.159	0.353
Biological processes	0.22	0.85	0.67	0.713	1.086
Body	0.00	0.18	0.13	0.113	0.174
Health	0.15	0.53	0.42	0.484	0.859
Ingestion	0.00	0.03	0.02	0.033	0.092
Drives	8.28	7.11	7.44	7.274	1.500
Affiliation	2.44	2.16	2.24	2.154	1.023
Achievement	0.74	0.47	0.54	0.581	0.377
Power	1.26	1.17	1.19	1.148	0.189
Reward	0.15	0.09	0.10	0.161	0.174
Risk	0.81	0.47	0.57	0.626	0.529
Past focus	0.07	0.23	0.19	0.999	0.637
Present focus	0.59	1.23	1.05	0.233	0.307
Future focus	0.15	0.32	0.27	76.171	1.210
Relativity	76.79	75.73	76.03	0.164	0.200
Motion	0.07	0.23	0.19	7.530	1.832
Space	8.28	7.25	7.54	3.141	0.668
Time	3.55	2.92	3.10	0.810	0.466
Work	0.96	0.85	0.88	0.040	0.088
Leisure	0.15	0.23	0.21	0.000	0.000
Home	0.07	0.03	0.04	1.798	0.917
Money	0.00	0.00	0.00	0.013	0.035
Religion	1.70	2.31	2.14	0.449	0.410
Death	0.00	0.03	0.02	0.013	0.035

Загалом 76.03% з усіх опрацьованих слів були віднесені до категорії відносності. тобто їхнє змістовне наповнення залежить від контексту. Усі опрацьовані інформаційні повідомлення закликають до дотримання рекомендацій щодо коронавірусної інфекції. що супроводжується щільною релігійною термінологією.

LIWC виокремила лише 2.14% слів, що стосуються релігії, і серед них найпоширеніші слова *церква, храм, святі, віра та сповідь*. Проте повідомлення насичені закликами до молитов, цитуванням Біблії та згадуванням імені Господа.

Емоційні вислови щодо ковід є незначними, становлять лише 1.93% і представлені у повідомленнях перших реакцій словами *безпека, важливо і достойно*. У другій хвилі повідомлень емоційні реакції дещо збільшуються і представлені двома полюсами емоцій: позитивні – *віра, надія, безпека, прийняття* та негативні – *тягар, ризик, страх, паніка*. Але загалом релігійні повідомлення насичені позитивними емоціями (1.55%), що підтверджує і якісний аналіз тексту (“нехай страх перед хворобою не затуманює наші розум і совість, нашу людяність”, “...маємо зберігати спокій і впевненість у тому, що Господь сильний зупинити епідемію...”).

Соціальні процеси виявлені у 3.48% інформації у повідомленнях, що представлені словами *люди, суспільство, громадяни, члени*. Найчастіше наголошується на майже сімейних зв'язках у релігійних громадах, що проявляється у звертанні *браття і сестри* (0.63%). Особлива увага акцентується на допомозі іншим людям (“...захистити всіх членів наших спільнот...”, “...дистанція може бути властивим виявом автентичної любові до ближнього та громадянської відповідальності”).

Варто зазначити, що опрацьовані повідомлення мають певну когнітивну складність (5.55% тексту), що найчастіше проявляється у використанні причинно-наслідкових зав'язків (*як...так, адже, бо*), розрізень і наведенні беззаперечних фактів (*важливо, незмінно, потрібно*). Наприклад, “...належить уникати двох крайнощів як ігнорування реальної небезпеки, так і впадання у паніку”, “У разі появи ознак, схожих на інфекційне захворювання, слід лишатись вдома”.

Майже відсутнє звернення до перцептивних процесів (0.47%), тобто немає звернень чи акцентуації на тому, що можна побачити, почути та відчути. Можливо це акцентує увагу на тому, що вірус не можливо побачити і не завжди є симптоми захворювання.

Достатньо рідко в опрацьованих повідомленнях текст акцентований на здоров'ї (0.42%). У цій тематичній групі виявилися слова *лікарі, імунітет, кашель, біль* тощо. Загалом, у емпіричному матеріалі слово “здоров'я” використовується лише 22

рази і зазвичай не як заклик дбати про своє здоров'я, а в контексті закладів і структур, що про нього турбуються.

Текст насичений так званими закликами до дій (7.44%). Найбільше робиться акцент на залученості до церкви та авторитетності влади. Наприклад, *“у зв'язку з введенням карантину закликаємо усі помісні церкви до проведення загальноукраїнської молитви”, “...закликає з уважністю та розумінням поставитися до рекомендацій, рішень та заходів з боку держави та органів місцевого самоврядування, органів охорони здоров'я”*. Аналіз інформаційних повідомлень з точки зору часової перспективи, демонструє наявність 1.05% слів-маркерів, які підтверджують орієнтацію в основному на теперішній час.

Виявлено 7.54% тексту, що стосується просторового розміщення. Тобто, значна частина повідомлень акцентує увагу на важливості підтримувати фізичну дистанцію для запобігання зараження коронавірусом. Також 3.1% слів у повідомленнях стосуються часу, а саме найчастіше вживається маркер *тимчасово*.

За допомогою функції TextMining у програмі Statistica 12 ми виявили найчастотніші слова у опрацьованих текстових повідомленнях. Частота вживання слів здійснювалась за коренем слова, тобто слова розглядались без закінчень. Ці дані представлені у таблиці (Табл. 3).

Таблиця 3

Найчастотніші слова у інформаційних повідомленнях церков в Україні щодо Covid-19

Stem / Phras	Words summary	
	Count	Number of documents
час	37	8
молитв	35	7
церкв	33	7
наш	33	8
богослуж	22	6
житт	20	7
здоров'я	20	6
Господ	17	6
особлив	16	6
хвор	16	7
хвороб	13	6

Найчастіше у зверненнях використовується слово “час”. У всіх опрацьованих повідомленнях зустрічаються лише слова “час” та “наш”, що підтверджує акцент у повідомленнях на часових межах, на спільності проблеми Covid-19 та згуртуванні релігійної громади. Специфічна релігійна термінологія серед найчастіше вживаних слів, а саме “молитва”, “церква”, “богослужіння”, “Господь”. Також серед найчастотніших слів виявилися “життя”, “здоров’я”, “особливо”, “хвороба” та “хворі”. За допомогою слова “особливо” підкреслюється безпрецедентність та унікальність ситуації всесвітньої пандемії.

Детальний аналіз частоти вживання слів “здоров’я”, “хвороба” та “хворі” (а також контекстних до здоров’я слів “збереження”, “заклик” “заходи”) у кожному опрацьованому повідомленні представлений у таблиці (Табл. 4).

Таблиця 4

Частота вживання слів у континуумі “здоров’я - хвороба” у інформаційних повідомленнях церков в Україні щодо Covid-19

Message	Frequency of word usage					
	заклик	заход	збер	здор	хвор	хвороб
1. ПЦУ 1	0.981	2.559	0.981	0.981	0.827	2.559
2. Протестанти 1	1.661	0.981	0.981	-	1.400	-
3. Католики 1	1.661	1.661	0.981	2.889	1.973	0.981
4. УПЦ МП 1	-	-	0.981	-	-	0.981
5. ПЦУ 2	0.981	2.058	1.661	2.341	1.973	2.058
6. Протестанти 2	-	1.661	1.661	0.981	1.400	1.661
7. Католики 2	0.981	0.981	-	2.058	1.400	0.981
8. УПЦ МП 2	1.661	-	-	2.341	0.827	-

Найчастіше про здоров’я у межах першої хвилі інформаційних повідомлень згадували католики, проте друга хвиля звернень усіх церков України акцентує увагу на здоров’ї. Найменше до цього слова звертаються протестанти. Заклики до збереження здоров’я та дотримання правил карантину відсутні у першій хвилі повідомлень УПЦ МП та у другій хвилі звернень протестантів. Про конкретні заходи в межах карантину найбільше сповіщає ПЦУ у своїх повідомленнях. згадки про них повністю відсутні у повідомленнях УПЦ МП. До збереження здоров’я і спокою закликають усі на

першій хвилі повідомлень. проте у другій хвилі сповіщень від католиків та УПЦ МП такі заклики відсутні.

Хвороба коронавірусу є великою частиною опрацьованих повідомлень. Найчастіше про неї згадують у своїх зверненнях ПЦУ, тоді як саме слово *“хвороба”* не зустрічається у сповіщеннях першої хвилі від протестантів та у другій хвилі повідомлень від УПЦ МП. Про людей, які хворіють на Covid-19 повідомляють усі церкви. Найменше про це згадують УПЦ МП. Аналіз отриманих статистичних даних щодо частоти вживання слів у континуумі *“здоров'я – хвороба”* у інформаційних повідомленнях церков в Україні щодо Covid-19. дає можливість стверджувати, що найменша просвітницька діяльність щодо заходів збереження здоров'я та симптомів коронавірусу виявлено у зверненнях до вірян УПЦ МП.

Дискусії

Одним із завдань нашого дослідження було виявити психолінгвістичні маркери текстових повідомлень про здоров'я на сайтах релігійних спільнот. Для реалізації цього завдання ми проаналізували кількісні показники вживання стильових та змістовних слів (Tausczik & Pennebaker, 2010). Повідомлення першої хвилі є більш емоційні та використовуються ймовірно для привернення уваги (Samson & Buijzen, 2020) до проблеми пандемії вірусу. Про це свідчать і стильові й змістовні слова (Табл. 1, 2). Загалом повідомлення можна визначити як емоційно нейтральні. Запитання і заперечення використовуються у повідомленнях для структурування тексту. Ці запитання не риторичні, церква відразу надає відповідь на поставлені запитання. Заперечення більшою мірою використовуються для підтримки морального духу, а також при описі обмежень та прикладів як не потрібно робити. Наприклад, *“не ігнорувати загальноприйнятих норм”*, *“не більше 10 присутніх осіб”* тощо. Результати досліджень інших вчених демонструють, що ефективними для впливу на поведінку людини є повідомлення про здоров'я, які описують переваги і здобутки в разі дотримання рекомендацій (Elbert & Ots, 2018). Аналіз повідомлень про здоров'я у релігійному дискурсі, з точки зору здобуків чи втрат, виявляє домінування акценту на обмеженнях із директивними

приписами. До прикладу, “ми зобов’язані дотримуватися всіх правил, які випливають з певних розпоряджень органів державної влади”, а також активно оперують словами повинен / не повинен, заохочуємо, закликаємо. Загалом, повідомлення більше опираються на відповідальність і зобов’язання, наприклад, “відчувати сьогодні особливу відповідальність за здоров’я”.

Про відсутність позитивної мотивації у випадку дотримання карантинних обмежень свідчить і низька частотність використання слова “здоров’я”. Прослідковуються тенденції до використання негативної мотивації з використанням слів “хвороба”, “хворобливий” (Табл. 4).

Функціональні та змістовні слова в опрацьованих повідомленнях про здоров’я вказували на наявність когнітивно складних мовленнєвих конструкцій. Але якісний аналіз тексту продемонстрував, що кількісні показники складності мовлення частково пов’язані з використанням складнопідрядних і складносурядних речень, а також із наголошенням на важливості ситуації та обмежень. Загалом інформаційні повідомлення про здоров’я майже не містять складних термінів і доступні для розуміння. Як стверджує D.M. Markowitz (2021), такі характеристики тексту вказують на те, що люди “переживають” кризу. І справді, пандемія коронавірусу стала кризовою для багатьох через жорсткі обмеження та зміни способу життя (Arslan et al., 2020).

Крім закликів до дотримання обмежень у пандемію інформаційні повідомлення церкви містять традиційні маркери релігійного дискурсу, серед яких: мотивація до залучення до релігійної практики і спільноти, звернення до Господа Бога та підкреслення його всемогутності, релігійні інтерпретації причин появи пандемії (гріховність людська) та цитування Біблійних текстів.

Висновки

Психолінгвістичний аналіз інформаційних повідомлень про здоров’я у релігійному дискурсі дав можливість виявити емоційні, когнітивні та структурні маркери досліджуваного тексту. Так, опрацьований текст характеризується нейтральними емоційними маркерами. Змістовних показників тривожності, гніву чи суму

майже не виявлено. Негативний емоційний фон повідомлень проявився у стильових словах, а саме: виявлено незначні показники запитань та заперечень. У першій хвилі інформаційних повідомлень використовуються емоційні слова для привернення уваги до проблеми.

Досліджуваний текст володіє достатньо низькою когнітивною складністю, про що свідчать і змістовні (наявність причинно-наслідкових зав'язків та фактів), і стильові маркери (часте вживання прийменників та сполучників). Складні терміни для розуміння в тексті відсутні, за виключенням декількох релігійних. Повідомлення насичені даними щодо нових правил поведінки в соціумі, дистанціювання, про непомітність симптомів вірусу або їх відсутність. Загалом, текст не лише інформативний, але містить і емоційно-підтримуючі вказівки та рішення, тобто дає тимчасові поради щодо життя фізичного і духовного, закликає до молитов і смирення. У цілому, текст насичений неозначеними займенниками для привернення уваги, що вірус стосується усіх і кожного. Повідомлення спрямовані на оцінку й обговорення сьогодення, без прогнозів на майбутнє. Наскрізною характеристикою усіх повідомлень є наявність закликів долучитися до релігійної спільноти, до молитов і читання відповідної тематичної літератури, а також звернення до авторитетності влади та органів охорони здоров'я. Так, слово “здоров'я” дуже рідко зустрічається у контексті турботи чи зміцнення, а лише коли мова йде про владні структури та організації.

Підсумовуючи отримані результати можна стверджувати, що масові комунікації мають усі можливості для пропагування здорового способу життя. Проте, виявлені психолінгвістичні маркери свідчать про недостатній опис переваг у текстових повідомленнях щодо результатів дотримання рекомендацій для збереження здоров'я. Ефективність інформаційної підтримки можна покращити шляхом зменшення використання слів негативного емоційного забарвлення і детального опису переваг дотримання соціальних обмежень.

Вивчення медіа текстів про здоров'я та ефективності їхнього впливу розкриває нові напрямки для психолінгвістичних досліджень. Перспективи подальших досліджень вбачаємо у конструюванні моделі ефективного повідомлення про здоров'я з використанням психолінгвістичних маркерів (позитивний емоційний

фон, когнітивна простота, орієнтація на майбутнє) та перевірки цієї моделі експериментальним методом.

Література

- Акімова, Н. (2017). Мовленнєвий код сайтів новин: презентативність та персоналізація. *East European Journal of Psycholinguistics*, 4(1), 8–16. <https://doi.org/10.29038/eejpl.2017.4.1.aki>
- Блаженніший Митрополит Онуфрій дав духовні настанови, як поводитися під час поширення коронавірусу (2020). <https://news.church.ua/2020/03/15/blazhennishij-mitropolit-onufrij-dav-duhovni-nastanovi-yak-povoditися-pid-chas-poshirennya-koronavirusu/>
- Звернення єпископів Української Католицької Церкви у Сполучених Штатах Америки з приводу пандемії вірусу COVID-19 (2020). Режим доступу: http://news.ugcc.ua/documents/zvernennya_iepiskop%D1%96v_ukrainskoi_katolitskoi_tserkvi_u_spoluchenih_shtatah_ameriki_z_privodu_pandem%D1%96i_v%D1%96rusu_covid19_88998.html
- Звернення Священного Синоду УПЦ у зв'язку з поширенням коронавірусу COVID-19 (2020). Режим доступу: <https://news.church.ua/2020/03/18/zvernennya-svyashhennogo-sinodu-upc-u-zvyazku-z-poshirennyam-koronavirusu-covid-19/>
- Звіт про мережу церков і релігійних організацій в Україні станом на 01.01.2019 р. (n.d.). Режим доступу: https://risu.org.ua/ua/index/resourses/statistics/ukr_2019/75410/
- Золотар, О.О. (2018). Інформаційна безпека людини: теорія і практика. Київ: АртЕк.
- Інформація у зв'язку з поширенням коронавірусу та захворювання COVID-19 (2020). Режим доступу: <https://www.pomisna.info/uk/vsi-novyny/informatsiya-u-zv-yazku-z-poshyrennyam-koronavirusu-ta-zahvoryuvannya-covid-19/>
- Коронавірус: з довірою Богу і без зайвих рухів! (2020). Режим доступу: <https://www.baptyst.com/koronavirus-z-doviroyu-bogu-i-bez-zajvyh-ruhiv/>
- Коронавірус: Коментар Блаженнішого Святослава. Глави УГКЦ (2020). Режим доступу: http://ugcc.ua/news/koronav%D1%96rus_komentar_blazhenn%D1%96shogo_svyatoslava_glavi_ugkts_88926.html
- Коструба, Н. (2019). Психолінгвістичний аналіз релігійних комунікацій у часи становлення православної церкви України. *Психологічні перспективи*, 33, 163–177. <https://doi.org/10.29038/2227-1376-2019-33-163-177>
- Мачикова, М. (2015). Медіа в контексті психолінгвістики та медіа психології. *East European Journal of Psycholinguistics*, 2(2), 118–126.
- Пам'ятка для церков щодо коронавірусу COVID-19 (2020). Режим доступу: <https://www.baptyst.com/pam-yatka-dlya-tserkov-shhodo-koronavirusu-covid-19/>
- Практичні настанови для єпископату, духовенства і вірних Православної Церкви України у зв'язку з оголошеною пандемією особливо небезпечної коронавірусної хвороби (COVID-19) (2020). Режим доступу: <https://www.pomisna.info/uk/document-post/praktychni-nastanovy-dlya-yepyskopatu-duhovenstva-i-virnyh-u-zv-yazku-z-ogoloshenoyu-pandemiyeyu-osoblyvo-nebezpechnoyi-koronavirusnoyi-hvoroby-covid-19/>

- Салихова, Э.А., & Мурсалимова, Ю.Р. (2021). Коммуникативная актуальность фразеорефлексов в религиозной картине мира. *Вестник славянских культур*, 59, 268–280. <https://doi.org/10.37816/2073-9567-2021-59-268-280>
- Тараненко, К. (2020). Принципи екологічної медіакомунікації під час пандемії. *Актуальні питання гуманітарних наук*, 2(33), 168–173. <https://doi.org/10.24919/2308-4863.2/33.215869>
- Arslan, G. et al. (2020). Coronavirus Stress, Optimism-Pessimism, Psychological Inflexibility, and Psychological Health: Psychometric Properties of the Coronavirus Stress Measure. *International Journal of Mental Health and Addiction*. <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00337-6>
- Claydon, E., & Whitehouse-Hart, J. (2018). 'Overcoming' the 'Battlefield of the Mind'. *Language and Psychoanalysis*, 7(2), 29–56. <https://doi.org/10.7565/landp.v7i2.1588>
- Clinton, V., Carlson, S.E., & Seipel, B. (2016). Linguistic Markers of Inference Generation While Reading. *Journal of Psycholinguistic Research*, 45, 553–574. <https://doi.org/10.1007/s10936-015-9360-8>
- Elbert, S.P., & Ots, P. (2018). Reading or listening to a gain- or loss-framed health message: Effects of message framing and communication mode in the context of fruit and vegetable intake. *Journal of Health Communication*, 23(6), 573–580. <https://doi.org/10.1080/10810730.2018.1493059>
- Essam, B.A., & Abdo, M.S. (2021). How Do Arab Tweeters Perceive the COVID-19 Pandemic? *Journal of Psycholinguistic Research*, 50, 507–521. <https://doi.org/10.1007/s10936-020-09715-6>
- 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>
- Imbir, K.K. (2017). Valence and Origin of Emotional Words Influence on Subsequent Perception of Ambiguous Stimuli in Terms of Competence Versus Warmth. *Journal of Psycholinguistic Research*, 46, 1549–1571. <https://doi.org/10.1007/s10936-017-9505-z>
- Levin, J. (2020). The Faith Community and the SARS-CoV-2 Outbreak: Part of the Problem or Part of the Solution? *Journal of Religion and Health*. <https://doi.org/10.1007/s10943-020-01048-x>
- Markowitz, D.M. (2021). How Experts React: The World Health Organization's Appraisal of COVID-19 via Communication Patterns. *Journal of Language and Social Psychology*. <https://doi.org/10.1177/0261927X211026346>
- Massumi, B. (2015). *The politics of affect*. London, UK: Polity Press.
- Pennebaker, J.W., Chung, C.K., Frazee, J., Lavergne, G.M., & Beaver, D.I. (2014). When Small Words Foretell Academic Success: The Case of College Admissions Essays. *PLoS ONE*, 9(12): e115844. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0115844>
- 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>
- 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.
- Rains, S.A., Tsetsi, E., Akers, C., Pavlich, C.A., & Appelbaum, M. (2019). Factors Influencing the Quality of Social Support Messages Produced Online: The Role of Responsibility for Distress and Others' Support Attempts. *Communication Research*, 46(6), 866–886. <https://doi.org/10.1177/0093650218796371>

- Samson, L., & Buijzen, M. (2020). Craving healthy foods?! How sensory appeals increase appetitive motivational processing of healthy foods in adolescents. *Media Psychology*, 23(2), 159–183. <https://doi.org/10.1080/15213269.2019.1584569>
- Slack, J.D. (1996). The theory and method of articulation in cultural studies. In: K. Chen, & D. Morely (Eds.), *Stuart Hall: Critical dialogues in cultural studies* (pp. 113–130). London: Routledge.
- Su, Y., Xue, J., Liu, X., Wu, P., Chen, J., Chen, C., Liu, T., Gong, W., & Zhu, T. (2020). Examining the Impact of COVID-19 Lockdown in Wuhan and Lombardy: A Psycholinguistic Analysis on Weibo and Twitter. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(12):4552. <https://doi.org/10.3390/ijerph17124552>
- Taraban, R., & Khaleel, A. (2019). Analyzing Topic Differences. Writing Quality. and Rhetorical Context in College Students' Essays Using Linguistic Inquiry and Word Count. *East European Journal of Psycholinguistics*, 6(2), 107–118. <https://doi.org/10.29038/eejpl.2019.6.2.tar>
- Tausczik, Y.R., & Pennebaker, J.W. (2010). The Psychological Meaning of Words: LIWC and Computerized Text Analysis Methods. *Journal of Language and Social Psychology*, 29(1), 24–54. <https://doi.org/10.1177/0261927X09351676>
- Ukrainians trust the church 4 times more than the court: study* (2019). URL: https://risu.org.ua/en/index/all_news/community/social_questioning/77170/
- 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*, 59, 2196–2202. <https://doi.org/10.1007/s10943-020-01031-6>
- Winslow, L.A (2014). The Imaged Other: Style and substance in the rhetoric of Joel Osteen. *Southern Communication Journal*, 79, 250–271. <https://doi.org/10.1080/1041794X.2013.872173>
- Zasiekin, S., Bezuglova, N., Hapon, A., Matiushenko, V., Podolska, O., & Zubchuk, D. (2018). Psycholinguistic Aspects of Translating LIWC Dictionary. *East European Journal of Psycholinguistics*, 5(1), 111–118. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1436335>

References

- Akimova, N. (2017). Movlennievyyi kod saitiv novyn: prezentatyvnist ta personalizatsiia [News Sites Speech Code: Presentation and Personalization]. *Skhidnoievropeiskyi zhurnal psykholinhvistyky – East European Journal of Psycholinguistics*, 4(1), 8–16. <https://doi.org/10.29038/eejpl.2017.4.1.aki> [in Ukrainian].
- Arslan, G. et al. (2020). Coronavirus Stress. Optimism-Pessimism. Psychological Inflexibility, and Psychological Health: Psychometric Properties of the Coronavirus Stress Measure. *International Journal of Mental Health and Addiction*. <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00337-6>
- Blazhennishyi Mytropolyt Onufrii dav dukhovni nastanovy. yak povodytysia pid chas poshyrennia koronavirusu [His Beatitude Metropolitan Onufriy gave spiritual instructions on how to behave during the spread of the coronavirus].* (2020). Retrieved from <https://news.church.ua/2020/03/15/blazhennishij-mitropolit-onufrij-dav-duhovni-nastanovi-yak-povoditysya-pid-chas-poshyrennya-koronavirusu/> [in Ukrainian].

- Claydon, E., & Whitehouse-Hart, J. (2018). 'Overcoming' the 'Battlefield of the Mind'. *Language and Psychoanalysis*, 7(2), 29–56.
- Clinton, V., Carlson, S.E., & Seipel, B. (2016). Linguistic Markers of Inference Generation While Reading. *Journal of Psycholinguistic Research*, 45, 553–574. <https://doi.org/10.1007/s10936-015-9360-8>
- Elbert, S.P., & Ots, P. (2018). Reading or listening to a gain- or loss-framed health message: Effects of message framing and communication mode in the context of fruit and vegetable intake. *Journal of Health Communication*, 23(6), 573–580. <https://doi.org/10.1080/10810730.2018.1493059>
- Essam, B.A., & Abdo, M.S. (2021). How Do Arab Tweeters Perceive the COVID-19 Pandemic? *Journal of Psycholinguistic Research*, 50, 507–521. <https://doi.org/10.1007/s10936-020-09715-6>
- 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>
- Imbir, K.K. (2017). Valence and Origin of Emotional Words Influence on Subsequent Perception of Ambiguous Stimuli in Terms of Competence Versus Warmth. *Journal of Psycholinguistic Research*, 46, 1549–1571. <https://doi.org/10.1007/s10936-017-9505-z>
- Informatsiia u zviazku z poshyrenniam koronavirusu ta zakhvoriuvannia COVID-19 [Information in connection with the spread of coronavirus to COVID-19]. (2020). Retrieved from <https://www.pomisna.info/uk/vsi-novyny/informatsiya-u-zv-yazku-z-poshyrennyam-koronavirusu-ta-zahvoryuvannya-covid-19/> [in Ukrainian].
- Koronavirus: komentar Blazhennishoho Sviatoslava. Hlavy UHKTs [Coronavirus: Commentary by His Beatitude Sviatoslav. Head of the UGCC]. (2020). Retrieved from http://ugcc.ua/news/koronav%D1%96rus_komentar_blazhenn%D1%96shogo_svyatoslava_glavi_ugkts_88926.html [in Ukrainian].
- Koronavirus: z doviroi Bohu i bez zaivkyh rukhiv! [Coronavirus: with confidence in God and without unnecessary movements!]. (2020). Retrieved from <https://www.baptyst.com/koronavirus-z-doviroyu-bogu-i-bez-zajvyh-ruhiv/> [in Ukrainian].
- Kostruba, N. (2019). Psykholinhvistychnyi analiz relihiinykh komunikatsii u chasy stanovlennia pravoslavnoi tserkvy Ukrainy [Psycholinguistic Analysis of Religious Communications in Times of Creation Orthodox Church of Ukraine]. *Psykhologichni perspektyvy – Psychological Prospects Journal*, 33, 163–177. <https://doi.org/10.29038/2227-1376-2019-33-163-177> [in Ukrainian].
- Levin, J. (2020). The Faith Community and the SARS-CoV-2 Outbreak: Part of the Problem or Part of the Solution? *Journal of Religion and Health*. <https://doi.org/10.1007/s10943-020-01048-x>
- Machikova, M. (2015). Media v konteksti psykholinhvistyky ta media psykhologii [Media Within Psycholinguistic and Media Psychological Context]. *Shkidnoievropeiskyi zhurnal psykholinhvistyky – East European Journal of Psycholinguistics*, 2(2), 118–126 [in Ukrainian].
- Markowitz, D.M. (2021). How Experts React: The World Health Organization's Appraisal of COVID-19 via Communication Patterns. *Journal of Language and Social Psychology*. <https://doi.org/10.1177/0261927X211026346>
- Massumi, B. (2015). *The politics of affect*. London. UK: Polity Press.
- Pamiatka dlia tserkov shchodo koronavirusu COVID-19 [Church note on COVID-19 coronavirus]. (2020). Retrieved from <https://www.baptyst.com/pam-yatka-dlya-tserkov-shhodo-koronavirusu-covid-19/> [in Ukrainian].

- 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>
- 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., Chung, C.K., Frazee, J., Lavergne, G.M., & Beaver, D.I. (2014). When Small Words Foretell Academic Success: The Case of College Admissions Essays. *PLoS ONE*, 9(12): e115844. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0115844>
- Praktychni nastanovy dlia yepyskopatu. dukhovenstva i virnykh Pravoslavnoi Tserkvy Ukrainy u zviazku z oholoshenoiiu pandemiieiu osoblyvo nebezpechnoi koronavirusnoi khvoroby (COVID-19) [Practical guidelines for the episcopate, clergy and faithful of the Orthodox Church of Ukraine in connection with the declared pandemic of a particularly dangerous coronavirus disease (COVID-19)]. (2020). Retrieved from <https://www.pomisna.info/uk/document-post/praktychni-nastanovy-dlya-yepyskopatu-duhovenstva-i-virnyh-u-zv-yazku-z-ogoloshenoyu-pandemiyeyu-osoblyvo-nebezpechnoyi-koronavirusnoyi-hvoroby-covid-19/> [in Ukrainian].
- Rains, S.A., Tsetsi, E., Akers, C., Pavlich, C.A., & Appelbaum, M. (2019). Factors Influencing the Quality of Social Support Messages Produced Online: The Role of Responsibility for Distress and Others' Support Attempts. *Communication Research*, 46(6), 866–886. <https://doi.org/10.1177/0093650218796371>
- Salikhova, E.A., & Mursalimova, J.R. (2021). Kommunikativnaya aktualnost frazeorefleksov v religioznoy kartine mira [Communicative significance of phraseoreflexes in a religious worldview]. *Vestnik slavianskikh kultur – Bulletin of slavic cultures-scientific and informational journal*, 59, 268–280. <https://doi.org/10.37816/2073-9567-2021-59-268-280> [in Russian].
- Samson, L., & Buijzen, M. (2020). Craving healthy foods?! How sensory appeals increase appetitive motivational processing of healthy foods in adolescents. *Media Psychology*, 23(2), 159–183. <https://doi.org/10.1080/15213269.2019.1584569>
- Slack, J.D. (1996). The theory and method of articulation in cultural studies. In: K. Chen, & D. Morely (Eds.), Stuart Hall: *Critical dialogues in cultural studies* (pp. 113–130). London: Routledge.
- Su, Y., Xue, J., Liu, X., Wu, P., Chen, J., Chen, C., Liu, T., Gong, W., & Zhu, T. (2020). Examining the Impact of COVID-19 Lockdown in Wuhan and Lombardy: A Psycholinguistic Analysis on Weibo and Twitter. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(12):4552. <https://doi.org/10.3390/ijerph17124552>
- Taraban, R., & Khaleel, A. (2019). Analyzing Topic Differences. Writing Quality. and Rhetorical Context in College Students' Essays Using Linguistic Inquiry and Word Count. *East European Journal of Psycholinguistics*, 6(2), 107–118. <https://doi.org/10.29038/eejpl.2019.6.2.tar>
- Taranenko, K. (2020). Pryntsypy ekolohichnoi mediakomunikatsii pid chas pandemii [Principles of environmental media communication during the pandemic]. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk – Humanities science current issues*, 2(33), 168–173. <https://doi.org/10.24919/2308-4863.2/33.215869> [in Ukrainian].
- Tausczik, Y.R., & Pennebaker, J.W. (2010). The Psychological Meaning of Words: LIWC and Computerized Text Analysis Methods. *Journal of Language and Social Psychology*, 29(1), 24–54. <https://doi.org/10.1177/0261927X09351676>

- Ukrainians trust the church 4 times more than the court: study (2019). URL: https://risu.org.ua/en/index/all_news/community/social_questioning/77170/
- 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*, 59, 2196–2202. <https://doi.org/10.1007/s10943-020-01031-6>
- Winslow, L.A. (2014). The Imaged Other: Style and substance in the rhetoric of Joel Osteen. *Southern Communication Journal*, 79, 250–271. <https://doi.org/10.1080/1041794X.2013.872173>
- Zasiekin, S., Bezuglova, N., Hapon, A., Matiushenko, V., Podolska, O., & Zubchuk, D. (2018). Psycholinguistic Aspects of Translating LIWC Dictionary. *East European Journal of Psycholinguistics*, 5(1), 111–118. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1436335>
- Zolotar, O.O. (2018). *Informatsiina bezpeka liudyny: teoriia i praktyka [Human information security: Theory and practice]*. Kyiv: TOV “Vydavnychi dim “ArtEk” [in Ukrainian].
- Zvernennia Sviashchennoho Synodu UPTs u zviazku z poshyrenniam koronavirusu COVID-19 [Appeal of the Holy Synod of the Ukrainian Orthodox Church in connection with the spread of coronavirus COVID-19]. (2020). Retrieved from <https://news.church.ua/2020/03/18/zvernennya-svyashhennogo-sinodu-upc-u-zvyazku-z-poshirennyam-koronavirusu-covid-19/> [in Ukrainian].
- Zvernennia yepyskopiv Ukrainskoi Katolytskoi Tserkvy u Spoluchenykh Shtatakh Ameryky z pryvodu pandemii virusu COVID-19 [Appeal of the Bishops of the Ukrainian Catholic Church in the United States of America regarding the COVID-19 virus pandemic]. (2020). Retrieved from http://news.ugcc.ua/documents/zvernennya_iepiskop%D1%96v_ukrainskoi_katolytskoi_tserkvi_u_spoluchenykh_shtatah_ameriki_z_privodu_pandem%D1%96i_v%D1%96rusu_covid19_88998.html [in Ukrainian].
- Zvit pro merezhu tserkov i relihiinykh orhanizatsii v Ukraini stanom na 01.01.2019 r. [Report on the network of religious organizations in Ukraine as of January 1. 2019]. (n.d.). Retrieved from https://risu.org.ua/ua/index/resourses/statistics/ukr_2019/75410/ [in Ukrainian].

АНОТАЦІЯ

Мета дослідження. Для виявлення основних маркерів релігійних повідомлень здійснено психолінгвістичний аналіз текстів звернень церков України про здоров'я у релігійному дискурсі.

Методики дослідження. Матеріалом для дослідження обрано публічні заяви щодо пандемії коронавірусу найчисельніших церков в Україні (православні, католики, протестанти). Загалом, було проаналізовано 8 інформаційних повідомлень, які розділялися на першу реакцію на пандемію (4 повідомлення) та офіційні рекомендації щодо поведінки у часи пандемії (4 повідомлення). Для здійснення психолінгвістичного аналізу використано комп'ютерне забезпечення Statistica 12 та Linguistic Inquiry and Word Count (LIWC).

Результати. За допомогою комп'ютерної програми LIWC-2015 проаналізовано стильові й змістовні характеристики таких повідомлень, а також виявлено емоційні, когнітивні та структурні маркери досліджуваного тексту. Так,

релігійні звернення характеризуються нейтральними емоційними маркерами. Повідомлення мають певну когнітивну складність, про що свідчать і змістовні (наявність причинно-наслідкових зв'язків та фактів), і стильові маркери (часте вживання прийменників та сполучників). Проте, якісний аналіз тексту виявив відсутність складних термінів і конструкцій, що свідчить про доступність і зрозумілість тексту для більшості людей. Повідомлення насичені даними щодо нових правил поведінки у соціумі, дистанціювання, про можливу відсутність прояву симптомів вірусу. Загалом, текст не лише інформативний, але містить й емоційно-підтримуючі вказівки та рішення, дає тимчасові поради щодо життя фізичного і духовного, закликає до молитов і смирення. Текст насичений неозначеними займенниками для акцентуації, що вірус стосується усіх. Повідомлення спрямовані на оцінку і обговорення сьогодення, без прогнозів на майбутнє. Наскрізною характеристикою усіх повідомлень є звернення до церковної залученості, а також до авторитетності влади та органів охорони здоров'я.

Висновки. Текстові повідомлення про здоров'я у релігійному дискурсі характеризуються нейтральними емоційними маркерами та когнітивною простотою. Церкви шляхом масових комунікацій підтримує та поширює інформаційну позицію і настанови держави щодо COVID-19. Перспективи подальших досліджень вбачаємо у конструюванні моделі ефективного повідомлення про здоров'я.

Ключові слова: психолінгвістичні маркери, релігійний дискурс, масові комунікації, COVID-19, здоров'я, повідомлення про здоров'я.

Коструба Наталья. Текстовые сообщения о здоровье в религиозном дискурсе: психолингвистический анализ

АННОТАЦИЯ

Цель исследования. Для выявления основных маркеров религиозных сообщений осуществлен психолингвистический анализ текстов обращений церковей в Украине о здоровье в религиозном дискурсе.

Методики исследования. Материалом для исследования выбраны публичные заявления о пандемии коронавируса наиболее многочисленных церковей в Украине (православные, католики, протестанты). В общем, было проанализировано 8 информационных сообщений. Они разделялись на первую реакцию на пандемию (4 сообщения) и официальные рекомендации относительно поведения во времена пандемии (4 сообщения). Для осуществления психолингвистического анализа использовано компьютерное обеспечение Statistica 12 и Linguistic Inquiry and Word Count (LIWC).

Результаты. С помощью компьютерной программы LIWC-2015 проанализированы стилевые и содержательные характеристики таких сообщений, а также обнаружены эмоциональные, когнитивные и структурные маркеры исследуемого текста. Так, религиозные обращения

характеризуються нейтральними емоціональними маркерами. Сообщения обладают достаточной когнитивной сложностью, о чем свидетельствуют и содержательные (наличие причинно-следственных связей и фактов), и стиливые маркеры (частое употребление предлогов и союзов). Однако, качественный анализ текста обнаружил отсутствие сложных терминов и конструкций, что свидетельствует о доступности и понятности текста для большинства людей. Сообщения насыщены данными о новых правилах поведения в социуме, дистанцировании, о возможном отсутствии проявления симптомов вируса. В целом, текст не только информативный, но содержит эмоционально-поддерживающие указания и решения, дает временные советы по физической и духовной жизни, призывает к молитвам и смирению. Текст насыщен неопределенными местоимениями для акцентуации, что вирус касается всех. Сообщения направлены на оценку и обсуждение настоящего, без прогнозов на будущее. Сквозной характеристикой сообщений является обращение к церковной вовлеченности, а также к авторитетности власти и органов здравоохранения.

Выводы. Текстовые сообщения о здоровье в религиозном дискурсе характеризуются нейтральными эмоциональными маркерами и когнитивной простотой. Церкви путем массовых коммуникаций поддерживают и распространяют информационную позицию и установки государства по COVID-19. Перспективы дальнейших исследований видим в конструировании модели эффективного сообщения о здоровье.

Ключевые слова: психолингвистические маркеры, религиозный дискурс, массовые коммуникации, COVID-19, здоровье, сообщение о здоровье.