

С. А. Козиряцька

кандидат наук із соціальних комунікацій
доцент кафедри культурології та українознавства
e-mail: kozyriatska@gmail.com, ORCID: 0000-0003-4372-6082
Запорізький державний медичний університет
проспект Маяковського, 26, м. Запоріжжя, 69000, Україна

УКРАЇНСЬКИЙ МЕДІАПРОСТІР У ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ: РЕЛІГІЙНИЙ АСПЕКТ

Мета статті – вивчити особливості презентації українськими ЗМІ новин на релігійну тематику та самопрезентації християнських конфесій в українському медіапросторі під час пандемії.

Методологія дослідження. Відповідно до мети під час дослідження було застосовано комплекс таких методів, як спостереження (для збирання первинних емпіричних матеріалів), індуктивно-дедуктивний (для визначення та опису особливостей повідомлень на релігійну тематику); порівняння, аналізу, узагальнення.

Результати. За результатами аналізу заголовкового комплексу та змістового наповнення матеріалів ЗМІ виділено такі тенденції в українському медіапросторі: 1) визнання церкви як інституції загалом причиною спалахів COVID-19 по регіонах (на початку 2020 р.); 2) особливий інтерес до УПЦ МП через порушення нею карантинних приписів і зростання статистики захворюваності та акцент на цій конфесії в новинах; 3) маніпуляції в заголовках інтернет-публікацій з метою привертання уваги до самого повідомлення чи видання загалом; 4) неточність у фактах; 5) використання заяв церковних ієрархів у заголовках повідомлень без маркування прямої мови. Визначено особливості самопрезентації християнських конфесій у медійному просторі: 1) УПЦ МП – від войовничого запалу (заклики до ігнорування карантинних приписів, беззаперечної віри в силу ритуалу) через часткове прийняття ситуації (одночасне запрошення до участі в контактних релігійних практиках і декларування «дотримання соціальної дистанції») до позиції «жертви» («мученика, що зазнає гоніння») внаслідок потужного натиску з боку ЗМІ; 2) ПЦУ та УГКЦ – підкреслена демонстрація соціальної відповідальності й готовності до змін згідно з вимогами часу.

Наукова новизна полягає в тому, що визначено тенденції у висвітленні новин релігійної тематики під час пандемії (2020 р.) та особливості самопрезентації християнських конфесій в українському медіапросторі.

Практичне значення. Результати дослідження можуть бути використані під час комплексного вивчення релігійної журналістики в Україні та як навчальний матеріал у процесі підготовки майбутніх журналістів.

Ключові слова: медіапростір, релігійна тематика, фактчекінг, заголовки, самопрезентація.

I. Вступ

Пандемія коронавірусної хвороби стала в Україні лакмусовим папірцем для багатьох інституцій суспільства, своєрідним іспитом, який вони проходять з погляду відповідальності, добросовісного ставлення до своїх обов'язків, дотримання декларованих раніше істин. Відтак до релігійних організацій, що, за даними багатьох соціологічних досліджень, і до сьогодні зберігають високий рівень довіри до них з боку громадян, прикута особлива увага. Їх діяльність, публічні звернення та заяви у «часи турбулентності» викликають особливий резонанс у суспільстві і стають певним орієнтиром для вірян, оскільки статус мовця апіорі надає особливої ваги його повідомленням. Як платформу для трансляції своїх поглядів церкви часто обирали і обирають ЗМІ (як традиційні, так і мережеві). З іншого боку, українські медіа як «джерело натхнення» для повідомлень на релігійну тематику також обирали релігійні організації, особливо християнські конфесії, які протягом 2020 р. постійно забезпечували інформаційні приводи. Особливо активно новини, які стосуються релігійної сфери, почали з'являтися з початком пандемії, коли церкви як інституції, що передбачають масові зібрания, контактні ритуали (цілування ікон, участь у таїнстві євхаристії), які були прийнятними в «докоронавірусні» часи, почали публічно окреслювати свою позицію щодо цього або вже постфактум ставали «героями» сюжетів і публікацій із цим пов'язаних. Таким чином, контент вітчизняних і конфесійних ЗМІ викликає цікавість як з погляду

самопрезентації конфесій у медіапросторі в період пандемії, так і з погляду особливостей подання інформації про них у медіаповідомленнях.

Проблему висвітлення релігійних новин українськими ЗМІ в контексті пандемії вивчала проф. А. Бойко, яка у жовтні 2020 р. виступила з доповіддю «Релігійні організації та пандемія у медійному просторі України (за матеріалами ЗМІ 2020 р.)» на Міжнародній науковій конференції «Танчерівські читання. Релігійна безпека в Україні під час коронавірусної пандемії» [1]. Світовий досвід функціонування церков і деномінацій у контексті пандемії розглянув В. Токман [8].

Релігійна журналістика також є об'єктом наукової уваги таких українських науковців, як М. Балаклицький [10], Н. Гадьо [2], Л. Пономаренко [6], А. Смуць [7] та ін. З-поміж зарубіжних дослідників можна назвати А. Adamski [9], S. Hoover [11], K. Marcyński [12], які вивчали релігійну комунікацію та медіа, «релігію в новинах», трансформацію образу церкви в пресі тощо.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета статті – вивчити особливості презентації українськими ЗМІ новин на релігійну тематику та самопрезентації християнських конфесій в українському медіапросторі під час пандемії. Досягнення поставленої мети передбачало вирішення таких завдань: здійснити моніторинг Мережі з погляду виявлення медіаресурсів (онлайн-видання, сайти телеканалів, радіо, портали тощо), які містять повідомлення на релігійну тематику у період пандемії (2020 р. – початок 2021 р.); виявити особливості заголовкового комплексу, змістового наповнення матеріалів, а відтак, основні тенденції у поданні новин релігійної сфери. Відповідно до мети під час дослідження було застосовано комплекс таких методів, як спостереження (для збирання первинних емпіричних матеріалів), індуктивно-дедуктивний (для визначення та опису особливостей повідомлень на релігійну тематику); порівняння, аналіз, узагальнення.

III. Результати

Починаючи з березня 2020 р., коли в Україні було вперше запроваджено карантин через поширення COVID-19, у фокусі уваги українських ЗМІ з різних причин перебували переважно християнські конфесії. Як ми вже зазначали, з початком пандемії всі вони перманентно забезпечували інформаційні приводи журналістам. Так, УМЦ МП (будемо послуговуватись саме цією назвою конфесії як найбільш представленою у медіаповідомленнях) робила публічні заяви на своєму ютуб-каналі (пряма мова вищих церковних ієрархів), які суперечили не тільки рекомендаціям Кабміну щодо обмеження відвідування церков, але й загалом елементарним санітарно-гігієнічним нормам у контексті пандемії, демонструючи при цьому цілковиту безвідповідальність, озвучувала тези щодо можливого «чіпування» громадян під час вакцинації і так далі. Таким чином, конфесія існувала й демонструвала світові парадигму беззаперечної віри в силу ритуалу, важливості участі у релігійних практиках як запоруки порятунку від інфекційної хвороби, нехтуючи медичними (світськими) рекомендаціями й заборонами. Згодом УПЦ МП дещо змінила риторику і, запрошуючи й надалі громадян до участі в релігійних практиках, почала декларувати «дотримання соціальної дистанції», а коли отримала потужний натиск з боку ЗМІ (які, щоправда, виявляли до неї особливий інтерес, «забуваючи» про інші конфесії), то на медіаресурсах, які є її прихильниками, почала формувати образ «мученика, що зазнає гоніння».

ПЦУ, навпаки, маркувала у суспільстві (у тому числі й через ЗМІ) підкреслено протилежну позицію, закликаючи у зверненнях до необхідності самоізоляції, дистанційних служб, щодо необхідності вакцинації, готувала для парафіян антисептичні засоби, передавала кошти, отримані на доставку Благодатного вогню, на боротьбу з коронавірусом, і тим самим забезпечувала собі позитивний імідж. УГКЦ так само виголошувала погляди щодо необхідності дотримання соціальної дистанції, приписів санітарних норм, застосування засобів телекомунікації на Великдень замість особистої присутності, важливості щеплень проти COVID-19 та анонсувала введення особливих дозволів і диспенси (звільнення) від деяких обов'язкових релігійних практик. Отже, обидві конфесії окреслювали в медіапросторі протилежну парадигму, яку можна звести до такого: «Допомагай Богові рятувати світ і тебе».

У свою чергу, українські ЗМІ (насамперед телебачення) у повідомленнях на релігійну тематику більшою мірою вдавались до висвітлення «гарячих» новин: скандальні заяви, порушення карантинних норм, спалахи COVID-19 у монастирях та парафіях. Діяльність церков, релевантна вимогам часу (виділення коштів на боротьбу з хворобою, виготовлення антисептиків для вірян, пропагування сучасних засобів комунікації як нового способу існування церков у період пандемії, вимушена трансформація церковних ритуалів), фактично залишалась на маргінесі інформаційного простору. Така тенденційність знайшла вияв у тому, що медіа прямо називали церкви винними у поширенні небезпечної хвороби. Наприклад: «*Церкви стали осередками розповсюдження коронавірусу: де найбільше заражених священників*» («1+1», ТСН, 16.04.20), «*В Україні церкви стали розповсюджувачами COVID-19: де заразилися найбільше*» («РБК-Україна», 16.04.20), «*Церква і медики стали осередком розповсюдження COVID-19*» (Кам'янецький часопис, 20.05.20), «*Причина спалаху коронавірусу на Дніпропетровщині – збори баптистів*» («Українська правда», 08.04.20). Останній заголовок взагалі перебуває на межі розпалювання релігійної ворожнечі, оскільки безапеляційно «призначає» протестантську громаду винною за поширення

хвороби на рівні області, хоча в Україні ще до цього часу домінують стереотипи у ставленні до протестантів (як до «сектантів»).

Звісно, що випадки інфікування у церквах є, однак храми – це не єдині локації в суспільстві, де може бути порушена соціальна дистанція, де вірус може передаватись через речі (так само, як і в рестораціях, концертних залах, супермаркетах тощо). Відзначимо також, що акцент у медіапросторі на негативних прогнозах щодо діяльності церков під час пандемії зумовив появу заяви від Інституту релігійної свободи та Всеукраїнської ради церков щодо розпалювання релігійної ворожнечі журналістами та посадовцями у зв'язку з пандемією COVID-19. У контексті цього наведемо коментар релігієзнавця Д. Горєвого, який вважає, що «...тут злий жарт зіграла корпоративна солідарність. Українські церкви дуже хворобливо реагують на будь-який негатив, який пов'язаний з діяльністю релігійних організацій. <...> Церкви ще інерційно сприймають себе, як переслідуваних у радянський час» [3]. Проте, на думку науковця, у випадку порушення карантинних приписів мова має йти про персональну відповідальність окремої релігійної організації, а не про узагальнений образ церкви. Від себе також додамо, що відбуватись це має насамперед у правовій, а не в суто медійній площині.

Прагнучи до об'єктивності, зауважимо, що порушення санітарних норм під час карантину, хоча б незначні, але були наявні у всіх конфесіях, про що свідчать окремі повідомлення у ЗМІ; і на коронавірус хворіли священники різних церков («У лаврі УГКЦ на Львівщині виявлено спалах коронавірусу» («Interfax-Україна», 30.07.20)), однак своєрідним лідером новин стала УПЦ МП («Коронавірус в Україні: як Києво-Печерська лавра стала інфекційною бомбою» («5 канал», 21.04.20), «Коронавірус змусив релігію перейти в онлайн?» (емфатичний наголос саме на УПЦ МП) (ICTV, «Ранок», 24.03.20), «Вогнище захворювання. Києво-Печерську Лавру закривають на карантин» (Депю, 13.04.20)). З одного боку, конфесія сама забезпечила інтерес до неї через безвідповідальні заяви та демонстративне порушення карантинних приписів, що могло мати серйозні наслідки, але з іншого боку, журналісти у своїх матеріалах почали активно акцентувати саме на ній (як, наприклад, телеканал «1+1»). Окремі ж телеканали, навпаки, замовчували факти, не вигідні для УПЦ МП (як-то «Інтер» та «Україна»). Таким чином, українські ЗМІ у висвітленні новин про християнські конфесії вже традиційно керувались власними симпатіями.

Зауважимо, що значна кількість публікацій у медіапросторі «карантинного періоду» були тематично пов'язані з Вербною неділею та Великоднем (2020 р.). Деякі онлайн-ресурси не втримались від спокуси та використали маніпуляцію в заголовку – «Кабмін заборонив святкування Великодня» («Кореспондент. net», «Голос Карпат», «Надзвичайні новини», «ОГО», «Тячів. News»), тоді як мова йшла лише про заборону масових святкувань. Слід підкреслити, що до такого прийому вдалися в основному регіональні медіа, адже подібні заголовки в мережі – це найкоротший шлях до збільшення відвідування сторінки, а отже, й популяризації видання. У заголовках іноді траплялись певні перекичування прямої мови церковних ієрархів («Московський патріархат *закликає* парафіян *ризикнути здоров'ям і спробувати заразитися коронавірусом*» (УНІАН, 18.04.20)) чи наголошувалось на безкарності священників: «*Як рятують порушників карантину: суд на Львівщині віддає священника на поруки*» (Главком, 20.07.20), «*На Львівщині священник уникнув покарання за масову ходу під час жорсткого карантину*» (Форпост, 12.07.20).

Додамо також, що іноді журналісти вдавалися до маніпулятивних прийомів не лише в заголовках, але й у підводках до сюжету або в самому сюжеті, про що у своєму аналізі релігійних новин в українських ЗМІ під час пандемії зазначав О. Довженко («Детектор медіа») [4].

Показовою з погляду застосування/незастосування фактчекінгу є майже детективна історія з госпіталізацією найвищих ієрархів УПЦ МП через COVID-19 напередодні Великодня. Українські медіа повідомили цю новину таким чином:

1) як доконаний факт з посиланням на ЗМІ (в заголовку) або конкретно на інтернет-видання «Релігійна правда» як на першоджерело повідомлення чи «на свої джерела» (в тексті): «Митрополити УПЦ (МП) Онуфрій і Антоній заразилися коронавірусом і таємно госпіталізовані – ЗМІ» (Interfax-Україна); У «Релігійній правді» зазначено: «Очільник РПЦ в Україні (МП) митрополит Онуфрій заразився коронавірусом і його таємно госпіталізували. Про це Релігійній правді *повідомили джерела у Києво-Печерській лаврі*» або «*За даними наших джерел*, митрополити Онуфрій та Антоній проходили тест на коронавірус анонімно...», «Швидше за все, митрополит Онуфрій не проводитиме Великодню літургію <...>», – *зазначило джерело*» [5]. На свої, але також анонімі джерела посилалась: «Дзеркало тижня» в матеріалі «Глава УПЦ Московського патріархату Онуфрій госпіталізований з коронавірусом до Інституту серця»; «Лівий берег» у публікації «У митрополита Онуфрія виявили коронавірус. В УПЦ МП це заперечують» (цю інформацію «*підтвердило джерело, близьке до митрополита*»); телеканал «1+1» (програма ТСН) у сюжеті під назвою «Діагноз лаври», де було сказано, що про госпіталізацію повідомили «*одразу кілька ЗМІ*»;

2) як одночасне ствердження-заперечення новини (протиставлення двох позицій у структурі заголовка): «ЗМІ повідомляють про госпіталізацію із COVID-19 глави УПЦ МП Онуфрія і митрополита Антонія. У пресслужбі церкви це заперечують» («ЦензорНет»), «У митрополита Онуф-

рія виявили коронавірус. В УПЦ МП це заперечують» («Лівий берег»), «ЗМІ пишуть, главу УПЦ МП госпіталізували з коронавірусом. У церкві заперечують» («Hromadske»), «Коронавірус у митрополитів Онуфрія та Антонія: в УПЦ МП заперечують інформацію ЗМІ» («24 канал»), «ЗМІ: Онуфрій і Антонія таємно госпіталізували з коронавірусом. У Лаврі кажуть: живі і здорові» («Главком»);

3) як чергування суперечливих повідомлень (в той самий день з різницею кілька годин): спочатку як про доконаний факт (посилаючись на ЗМІ як у заголовку, так і в тексті повідомлення), а пізніше – як про непідтверджений (з посиланням на представників від УПЦ МП): «Глава УПЦ МП Онуфрій госпіталізований з коронавірусом, – ЗМІ» та «Митрополит Онуфрій не захворів на коронавірус, – Клімент» («РБК-Україна»); «Митрополити УПЦ (МП) Онуфрій і Антоній заразилися коронавірусом і таємно госпіталізовані – ЗМІ» – «Митрополити Онуфрій та Антоній здорові й готуються до Великоднього богослужіння, заявляють в УПЦ (МП)» (Interfax-Україна).

На офіційних мережових ресурсах УПЦ МП безапеляційно було сказано, що обидва митрополити були здорові та провели Великодню службу без парафіян, а відтак, і без публічного висвітлення у ЗМІ. Через таку «втаємниченість» перевірка фактів для журналістів, дійсно, могла нагадувати своєрідний квест, адже потрібно було знайти джерела, які б одночасно відповідали принаймні двом критеріям – незалежність (тоді можна говорити про правдивість (достовірність) наданої інформації) та відкритість (не анонімність). Відтак, суперечлива інформація була спричинена тим, що доступними в основному були матеріали окремих ЗМІ з їх «інсайдерськими джерелами», заяви офіційних ресурсів чи представників УПЦ МП, повідомлення сайту «Союз православних журналістів», який просуває інтереси цієї конфесії в медіапросторі, що ставить під сумнів питання об'єктивності та прозорості опублікованих матеріалів.

Зауважимо, що моніторинг сайтів телеканалів дав змогу виявити відео з прямого ефіру «Великдень. Ми люди» – телемарафон, у якому митрополит Антоній узяв участь (19.04.20 об 12.30), а також його фото та відео в соціальних мережах, зокрема у мережі «Фейсбук», що засвідчили проведення ним Великодньої служби. Таким чином, проаналізувавши матеріали, наявні в медіапросторі, спробуємо висловити власне припущення щодо цієї інформації. Вважаємо, що в цьому випадку можна говорити про факт напівправди (як з боку світських, так і з боку конфесійних ресурсів): митрополит Антоній все ж таки був присутнім у публічному просторі, незважаючи на заяви світських ЗМІ про його госпіталізацію (про це свідчать фото, відео з прямого ефіру), тоді як митрополит Онуфрій – ні, попри спростувальні заяви ресурсів УПЦ МП та поодинокі (цілком імовірно, архівні) фото.

Крім того, відзначимо, що журналісти українських ЗМІ цікавились в основному статистикою хворих (або протестованих) на коронавірус служителів Києво-Печерської або Почаєвської лаври, які підпорядковуються УПЦ МП, тоді як про захворювання священників ПЦУ чи УГКЦ з'являлись лише поодинокі повідомлення («Священників різних конфесій масово тестують на коронавірус» («1+1», 14.04.20), «У Львові вирішили протестувати всіх священників на коронавірус» («Zaxid.net»), і не згадувались протестантські релігійні громади.

Деякі видання порушили журналістські стандарти, коли, публікуючи новину, у якій почесний патріарх Православної церкви Філарет причиною появи коронавірусу називає корупціонерів та представників ЛГБТ-спільнот, не використали лапки для маркування прямої мови: «Філарет озвучив причину появи коронавірусу: винні геї» (РБК-Україна, 22.03.20), «Філарет: Одностатеві шлюби стали причиною коронавірусу» (Кореспондент.net, 20.04.20).

Скандали продовжують побутувати у новинах, що стосуються релігійної сфери. При чому іноді вони стосуються не інформаційного приводу, а саме роботи журналістів. Так, ресурс «Арnews» публікує матеріали, марковані словом «скандал»: «Кореспондент “1+1” працював на скандал, але сам в нього вляпався, – Апасов» (19.04.20); «Журналіст “1+1” запропонував гроші кореспонденту Арnews за поцілунок ікони в Києво-Печерській лаврі» (18.04.20). Від «1+1» у публічному просторі згодом з'явилась спростувальна заява щодо цього («Детектор-медіа: “1+1” назвав неправдою інформацію Апасова, що журналіст ТСН нібито просив за гроші цілувати ікони»).

Під час аналізу не можна було залишити поза увагою контент такого ресурсу, як «Союз православних журналістів» (далі – СПЖ). Незважаючи на те, що матеріали сайту за багатьма об'єктивними критеріями важко віднести до сфери журналістики (та й цілкове призначення цього ресурсу викликає низку запитань), він становить певний інтерес для нашого дослідження, оскільки перманентно присутній в інформаційному просторі. Загалом у медіапросторі розгортається своєрідне протистояння між світськими медіа та сайтом «Союз православних журналістів», яке ґрунтується на тому, що перші звинувачують УПЦ МП в ігноруванні карантину та поширенні коронавірусу, а «СПЖ», у свою чергу, здійснює своєрідний фактчекінг повідомлень щодо цієї конфесії та закидає світським ЗМІ упередженість, використання неперевіраних фактів, тенденційне подання матеріалів. Водночас відзначимо, що в орбіту «коронавірусного конфлікту» потрапляє і «дратівлива тема» для УПЦ МП – отримання томосу, яка не має жодного стосунку до основної теми повідомлення, але відображена в заголовку, що апелює до емоцій аудиторії

через використання дисфемізмів: «Лавра – вогнище коронавірусу? Навіщо пропагандисти Томосу брешуть про УПЦ» (СПЖ, 28.04.20).

УПЦ МП на сайті «СПЖ» свідомо поширює для вірян фейки про чіпування через вакцину (републікація з News24ua): «Вакцина от коронавируса или биологическое программное обеспечение?». Подібні меседжі з'являються й у світських ЗМІ: «Намісник Почаївської лаври УПЦ МП застеріг від “мікрочіпної вакцини, контрольованої 5G”. Документ» (Еспресо, 30.05.20), «Намісник Почаївської лаври вважає, що Білл Гейтс використає вакцину від коронавірусу, щоб чіпувати людей» (Hromadske, 01.06.20).

ПЦУ та УГКЦ також використовують світські ЗМІ як платформу для виголошення своєї (проти-лежної) позиції стосовно цього питання: «Церква підтримує вакцинацію від COVID-19 – Епіфаній» (Суспільне/новини, 20.12.20), «Глава УГКЦ: “Немає жодних релігійних причин, щоб оминати вакцинацію”» (Ukrain. Український дощ).

Багато публікацій у медіапросторі були пов'язані з таїнством євхаристії, при чому це були як дискусійні новини, так і ті, що стосуються нових правил проведення цього контактного ритуалу («Коронавірус і церква: традиціоналісти захищають священну ложечку» («Радіо «Свобода»), «Як коронавірус змушує змінюватися церкви в Україні» («Главком»), «Через пандемію хочуть змінити обряд причастя» («Дивись», «Діло»), «Коронавірус: УГКЦ звільнила вірян від обов'язкових сповідей та причастя» («Еспресо»), «Причастя з одноразових стаканчиків та дезінфекція ікон: ПЦУ дала “карантинні” рекомендації» («Укрінформ»)), а також повідомлення про ігнорування церквами санітарно-гігієнічних норм: «Причащалися з однієї ложки, але слизової не торкалися: скандальне відео зі Львова і реакція УГКЦ» («24 канал»), «У Львові священник причащав вірян з однієї ложечки» («Суспільне»), «Коронавірус “вибухне” з новою силою? Філарет причащав вірян з однієї ложки і давав цілувати Біблію» («Вголос»).

Цікаво відзначити, що новини про традиційні заходи, які застосовують церкви з метою запобігання поширенню коронавірусу та для підтримки своєї репутації (переведення богослужінь в онлайн, використання антисептиків, дотримання соціальної дистанції), ЗМІ висвітлювали досить стримано, тоді як повідомлення про ритуальні дії окремих конфесій, як-то хресна хода, освячення вулиць святою водою у боротьбі з небезпечною інфекцією, відзначались певною емоційністю, образністю й певною десакралізацією: «В окупованому Луганську “вдарили” по коронавірусу масовою молитвою», «Кирил на “Мерседесі” з мигалкою возив по Москві “антикоронавірусну” ікону, «У Бердянську священники УПЦ МП “виганяють” коронавірус водою» («Українська правда»), «У Запоріжжі УПЦ МП виганяла коронавірус хресною ходою на гелікоптері з іконами» («Hromadske»), «3 іконами на коронавірус. У Вінниці церква Московського патріархату влаштувала хресну ходу проти “спалахів хвороб”» («Еспресо») та ін. Зрідка заголовки були неповними і повідомляли лише загальну новину без вказівки на конфесію: «У Запоріжжі священники на вертольоті облетіли місто» («Кореспондент. net»), «Запоріжжя облетіли на гелікоптері з молитвою проти коронавірусу» («Україна молода»).

IV. Висновки

Отже, аналіз заголовкового комплексу та змістового наповнення матеріалів ЗМІ дав змогу виділити такі тенденції в українському медіапросторі: 1) визнання церкви як інституції в цілому причиною спалахів COVID-19 по регіонах (на початку 2020 р.); 2) особливий інтерес до УПЦ МП через порушення нею карантинних приписів і зростаючу статистику захворюваності та акцент на цій конфесії в новинах; 3) маніпуляції в заголовках інтернет-публікацій з метою привернення уваги до самого повідомлення чи видання в цілому; 4) неточність у фактах; 5) використання заяв церковних ієрархів у заголовках повідомлень без маркування прямої мови. Що стосується самопрезентації християнських конфесій у медійному просторі, то УПЦ МП протягом 2020 р. пройшла три етапи: 1) войовничого запалу (заклики до ігнорування карантинних приписів, беззаперечної віри в силу ритуалу); 2) часткового прийняття: запрошення й надалі до участі в контактних релігійних практиках з одночасним декларуванням «дотримання соціальної дистанції»; 3) позиції «жертви» («мученика, що зазнає гонінь») через потужний натиск з боку ЗМІ. Натомість ПЦУ та УГКЦ підкреслено демонстрували законслухняну поведінку, соціальну відповідальність й готовність змінюватись відповідно до вимог часу, що знаходило вияв в повідомленнях окремих ЗМІ, які у новинах вдавались до порівняння позицій УПЦ МП та ПЦУ.

Перспективи подальших досліджень вбачаємо у вивченні особливостей презентації церков у соціальних мережах та блогосфері, їх комунікації із суспільством, оскільки вплив цих нових медій на аудиторію є досить значним і може охоплювати різні вікові категорії. Масштаби кількісного та якісного розвитку такого явища інформаційного суспільства, основні функціональні можливості соціальних мереж уже стають предметом вивчення дослідників [13], тому варто розглянути цей феномен у релігійному аспекті.

Список використаної літератури

1. Бойко А. Релігійні організації та пандемія у медійному просторі України (за матеріалами ЗМІ 2020 р.). *Танчерівські читання. Релігійна безпека в Україні під час коронавірусної пандемії: програма між нар. науков. конф.*, м. Київ, 26 жовтня 2020 р. Київ, 2020. 8 с.

2. Гадьо Н. Католицька церква і комунікація: від слова до онлайну. *Теле- та радіожурналістика*. 2014. Вип. 13. С. 182–191.
3. Горьвой Д. Церкви проти звинувачень у порушенні карантину на Великдень. Чи було розпалювання ворожнечі? *Радіо свобода*. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/30588472.html> (дата звернення: 17.11.2020).
4. Довженко О. Православ'я і смерть. Як (не)любов до УПЦ МП виявилася важливішою за правду. *Детектор Медіа*. URL: <https://detector.media/kritika/article/176535/2020-04-22-pravoslavyya-i-smert-yak-nelyubov-do-upts-mp-vyyavylasya-vazhlyvishoyu-za-pravdu/> (дата звернення: 17.11.2020).
5. Митрополити Онуфрій та Антоній таємно госпіталізовані з COVID-19. *Релігійна правда*. URL: <https://religionpravda.com.ua/?s=%D0%BC%D0%B8%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B8+%D0%9E%D0%BD%D1%83%D1%84%D1%80%D1%96%D0%B9+%D1%96+%D0%90%D0%BD%D1%82%D0%BE%D0%BD%D1%96%D0%B9+%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%85%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%BB%D0%B8+%D1%82%D0%B5%D1%81%D1%82+> (дата звернення: 17.11.2020).
6. Пономаренко Л. Морально-етичний дискурс сучасних друкованих та електронних ЗМІ : монографія. Запоріжжя : КПУ, 2011. 328 с.
7. Смуць А. Г. Релігійний контент християнського спрямування в сучасному українському телепросторі : дис. ... канд. соц. ком. : 27.00.06. Київ, 2015. 213 с.
8. Токман В. Релігійні організації в умовах пандемії COVID-19. Інформаційно-аналітичний матеріал; Національний інститут стратегічних досліджень. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/socialna-politika/religiyni-organizacii-v-umovakh-pandemii-covid-19> (дата звернення: 17.11.2020).
9. Adamski A. The Church in Poland in the Mirror of the Press. Ružomberok, 2012. 124 s.
10. Balaklytskyi M. Religious Issues in the Ukrainian Media after Euromaidan. *Occasional Papers on Religion in Eastern Europe*. 2015. Vol. 35. Issue 1. Article 1. URL: <https://digitalcommons.georgefox.edu/ree/vol35/iss1/1> (date of request: 11.11.2020).
11. Hoover S. Religion in the News: Faith and Journalism in American Public Discourse. Thousand Oaks, (Ca). London, 1998. 234 p.
12. Марцыński K. Komunikacja religijna i media. Kraków : Wydawnictwo Petrus, 2016. 248 s.
13. Bessarab, A., Mitchuk, O., Baranetska, A., Kodatska, N., Kvasnytsia, O., Mykytiv, G. Social Networks as a Phenomenon of the Information Society. *Journal of Optimization in Industrial Engineering*. 2021. Vol. 14. Issue 1. P. 35–42. DOI: 10.22094/JOIE. 2020.677811.

References

1. Boyko, A. (2020). Relihiini orhanizatsii ta pandemiia u mediinomu prostori Ukrainy (za materialamy ZMI 2020 r.) [Religious organizations and the pandemic in the media space of Ukraine (according to media news in 2020)]. *Tancherivski chytannia. Relihiina bezpeka v Ukraini pid chas koronavirusnoi pandemii*. Proceedings of the International Scientific Conference. Kyiv, 2020 [in Ukrainian].
2. Gado, N. (2014). Katolytska tserkva i komunikatsiia: vid slova do onlainu [Catholic church and communications: from words to online]. *Tele- ta radiozhurnalistyka*, 13, 182–191 [in Ukrainian].
3. Horyevoy, D. (2020). Tserkvy proty zvinuvachen u porushenni karantynu na Velykden. Chy bulo rozpaliuvannia vorozhnechi? [Churches are against accusations of violating quarantine at Easter. Was there a stirring up the hostility?]. *Radio svoboda*. Retrieved from <https://www.radiosvoboda.org/a/30588472.htm> [in Ukrainian].
4. Dovzhenko, O. (2020). Pravoslavia i smert. Yak (ne)liubov do UPTs MP vyavylasya vazhlyvishoiu za pravdu [Orthodoxy and death. How (dis) love for the UOC-MP turned out to be more important than the truth]. *Detektor Media*. Retrieved from: <https://detector.media/kritika/article/176535/2020-04-22-pravoslavyya-i-smert-yak-nelyubov-do-upts-mp-vyyavylasya-vazhlyvishoyu-za-pravdu/> [in Ukrainian].
5. Mytropolity Onufrii ta Antonii taiemno hospitalizovani z COVID-19 [Metropolitans Onufriy and Anthony were secretly hospitalized with COVID-19]. *Relihiina pravda*. Retrieved from <https://religionpravda.com.ua/?s=%D0%BC%D0%B8%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B8+%D0%9E%D0%BD%D1%83%D1%84%D1%80%D1%96%D0%B9+%D1%96+%D0%90%D0%BD%D1%82%D0%BE%D0%BD%D1%96%D0%B9+%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%85%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%BB%D0%B8+%D1%82%D0%B5%D1%81%D1%82+> [in Ukrainian].
6. Ponomarenko, L. (2011). Moralno-etychnyi dyskurs suchasnykh drukovanykh ta elektronnykh ZMI [Moral and ethical discourse of modern published and electronic media]. *Zaporizhzhia* [in Ukrainian].
7. Smus, A. H. (2015). *Relihiinyi kontent khrystyianskoho spriamuvannia v suchasnomu ukrainskomu teleprostori* [Religious content of the Christian perspective in modern Ukrainian television expence] (Extended abstract of candidate's thesis). Kyiv [in Ukrainian].

8. Tokman, V. (2020). Relihiini orhanizatsii v umovakh pandemii COVID-19. Informatsiino-analitychnyi material [Religious organizations in the context of the COVID-19 pandemic. Information and analytical material]. Retrieved from <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/socialna-politika/religiyni-organizacii-v-umovakh-pandemii-covid-19> [in Ukrainian].
9. Adamski, A. (2012). The Church in Poland in the Mirror of the Press. Ružomberok [in Polish]ю
10. Balaklytskyi, M. (2015) Religious Issues in the Ukrainian Media after Euromaidan. *Occasional Papers on Religion in Eastern Europe*, 35 (1). Article 1. Retrieved from <https://digitalcommons.georgefox.edu/ree/vol35/iss1/1> [in English].
11. Hoover, S. (1998). Religion in the News: Faith and Journalism in American Public Discourse. Thousand Oaks, (Ca). London [in English].
12. Marcyński, K. (2016). Komunikacja religijna i media. Kraków: Wydawnictwo Petrus [in Polish].
13. Bessarab, A., Mitchuk, O., Baranetska, A., Kodatska, N., Kvasnytsia, O., & Mykytiv, G. (2021). Social Networks as a Phenomenon of the Information Society. *Journal of Optimization in Industrial Engineering*, 14 (1), 35–42. DOI: 10.22094/JOIE.2020.677811 [in English].

Стаття надійшла до редакції 21.11.2020.

Received 21.11.2020.

Kozyryatska S. Ukrainian Media Space During the Pandemic Period: the Religious Aspect

The purpose of the article is to investigate the peculiarities of news presentation on the religious topics by means of Ukrainian media and self-presentation of Christian denominations in the Ukrainian media space during a pandemic period.

Research methods. According to the purpose of the research, a number of such methods was used: observation (to collect primary empirical materials), inductive-deductive (to define and describe the peculiarities of messages on religious topics); comparison, analysis, generalization.

Results. According to the results of the analysis of the headlines and the content of media, the following tendencies in the Ukrainian media space was identified: 1) recognition of the church as an institution as a whole the cause of outbreaks of COVID-19 in the regions (early 2020); 2) special interest in the Ukrainian Orthodox Church of the Moscow Patriarchate (UOC-MP) due to its violation of quarantine regulations and growing statistics of morbidity (during the year), and emphasis on this denomination in the news; 3) manipulation in the headlines of online media materials with the purpose of attracting attention to the published materials or to the media source; 4) inaccuracy in the facts provided; 5) usage the statements of church hierarchs in the headings of published materials without marking direct speech. The following peculiarities of self-presentation of Christian denominations in the media space have been defined: 1) UOC-MP – from military fervour (the appeals to ignore quarantine prescriptions, unquestioning faith in the power of religious ritual) through partial acceptance of the situation (simultaneous invitation to participate in the contactful religious practices and declaration of «observance of social distance») to the position of «a victim» («martyr who is persecuted») as a result of strong pressure from the media; 2) the Orthodox Church of Ukraine (OCU) and the Ukrainian Greek Catholic Church (UGCC) politics is the emphasized demonstration of social responsibility and readiness for change according to the requirements of the time.

Novelty is that the tendencies in the coverage on the religious topics during the pandemic period (2020) and the peculiarities of the self-presentation of Christian denominations in the Ukrainian media space have been identified.

Practical significance. The results of the research can be used in a comprehensive investigation of religious journalism in Ukraine and as educational material in the training of future journalists.

Key words: media space, religious topics, fact checking, headlines, self-presentation.

Козыряцкая С. А. Украинское медиапространство в период пандемии: религиозный аспект

Цель статьи – изучить особенности презентации украинскими СМИ новостей на религиозную тематику во время пандемии и самопрезентации христианских конфессий в украинском медиапространстве.

Методология исследования. Согласно цели исследования был применен комплекс таких методов, как наблюдение (для сбора первичных эмпирических материалов), индуктивно-дедуктивный (для определения и описания особенностей сообщений на религиозную тематику) сравнения, анализа, обобщения.

Результаты. Анализ заголовков и текстов СМИ позволил выделить следующие тенденции в украинском медиапространстве: 1) признание церкви в целом как институции причиной вспышек COVID-19 (в начале 2020 г.) по регионам; 2) исключительный интерес к УПЦ МП из-за таких показателей, как нарушение карантинных предписаний и растущая статистика заболеваемости, и акцент на этом в новостях; 3) манипуляции в заголовках интернет-публикаций с целью привлечения внимания к самой публикации или изданию в целом; 4) неточность в фактах; 5) использование заявлений епископата в заголовках публикаций

без графического обозначения прямой речи. Определены особенности самопрезентации христианских конфессий в медийном пространстве: 1) УПЦ МП – от воинствующего запала (призывы к игнорированию карантинных предписаний, к беспрекословной вере в силу ритуала) через частичное принятие ситуации (одновременные призывы к участию в религиозных ритуалах и декларирование «соблюдения социальной дистанции») к позиции «жертвы» («мученика, испытывающего гонения») в результате пристального внимания СМИ; 2) ПЦУ и УГКЦ – подчеркнутая демонстрация социальной ответственности и готовности к изменениям в соответствии с требованиями времени.

Научная новизна заключается в том, что определены тенденции в освещении новостей религиозной тематики во время пандемии (2020 р.) и особенности самопрезентации христианских конфессий в украинском медиапространстве.

Практическое значение. Результаты исследования могут быть использованы при комплексном изучении религиозной журналистики в Украине и в процессе подготовки будущих журналистов.

Ключевые слова: медиапространство, религиозная тематика, фактчекинг, заголовки, самопрезентация.