

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ  
ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

*Кафедра журналістики та філології*

**МАС-МЕДІА В СИСТЕМІ БОРОТЬБИ З COVID-19:  
ПРОБЛЕМНО-ТЕМАТИЧНІ ОРІЄНТИРИ ТА ОСОБЛИВОСТІ  
ВИСВІТЛЕННЯ**

**MASS MEDIA IN THE FIGHT AGAINST COVID-19: PROBLEM-  
THEMATIC REFERENCE POINTS AND HIGHLIGHT FEATURES**

Кваліфікаційна робота рівня «магістр»  
спеціальності 061 Журналістика  
освітньої програми «Журналістика»  
студентки II курсу факультету ІФСК  
**Ізотової Катерини Василівни**

Науковий керівник  
**Садівничий Володимир Олексійович,**  
доктор наук із соціальних комунікацій

Суми 2021

Ізотова К. В., Мас-медіа в системі боротьби з COVID-19: проблемно-тематичні орієнтири та особливості висвітлення [Текст]: робота на здобуття кваліфікаційного ступеня магістр; спец.: 061 – журналістика / К. В. Ізотова ; наук. керівник – В. О. Садівничий. – Суми : СумДУ, 2021. – 89 с.

Магістерське дослідження присвячене цілісному аналізу проблемно-тематичних орієнтирів та особливостей висвітлення боротьби з COVID-19 в мас-медіа.

У першому розділі розглянуто теоретико-методологічні основи дослідження, а саме проблему COVID-19 та історіографію її вивчення, а також методико-методологічні основи дослідження.

У другому розділі розглянуто безпосередньо особливості висвітлення боротьби з COVID-19 в українських мас-медіа, а саме проблемно-тематичні орієнтири висвітлення боротьби з COVID-19 у перші три місяці та в останні три місяці пандемії, а також досліджено висвітлення питань, пов'язаних із COVID-19 як журналістську проблему.

У ході дослідження простежено основні зміни у висвітленні питань, пов'язаних із COVID-19 у ЗМІ та виявлено, що головна зміна у висвітленні теми коронавірусу протягом останніх трьох місяців, порівняно із першими трьома місяцями полягає у тому, що додалася нова тема – вакцинація, яка супроводжує практично всю іншу інформацію, пов'язану з пандемією.

**Ключові слова:** COVID-19, коронавірус, пандемія, вакцинація, ЗМІ, журналістські матеріали.

Izotova K. V., Mass media in the fight against COVID-19: problem-thematic reference points and highlight features [Text]: work to obtain a master's degree; specialty.: 061 – journalism / K. V. Izotova ; scientific supervisor – Volodymyr Sadivnychy. – Sumy : SSU, 2021. – 89 p.

This thesis is devoted to a holistic analysis of problem-thematic guidelines and features of coverage of the fight against COVID-19 in the media.

The first section considers the theoretical and methodological foundations of the study, namely the problem of COVID-19 and the historiography of its study, as well as methodological foundations of the study.

The second section deals directly with the features of coverage of the fight against COVID-19 in the Ukrainian media, namely the problem-thematic guidelines of coverage of the fight against COVID-19 in the first three months and in the last three months of the pandemic. Also the coverage of issues related to COVID-19 as a journalistic problem was investigated.

The study traced the main changes in media coverage of COVID-19 and found that the main change over the past three months compared to the first three months was the addition of a new topic, vaccination, which accompanies almost all other information related to the pandemic.

**Key words:** COVID-19, coronavirus, pandemic, vaccination, mass media, journalistic materials.

## ЗМІСТ

### ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ

**ПОКАЖЧИК.....5**

**ВСТУП.....9**

### **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ**

**.....13**

1.1. Постановка проблеми та історіографія її вивчення.....13

1.2. Методико-методологічні основи дослідження.....27

### **РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ БОРОТЬБИ З COVID-19 В УКРАЇНСЬКИХ МАС-МЕДІА.....33**

2.1. Проблемно-тематичні орієнтири висвітлення боротьби з COVID-19 у перші три місяці пандемії.....33

2.2. Динаміка висвітлення боротьби з COVID-19 в останні три місяці пандемії.....45

2.3. Висвітлення питань, пов'язаних із COVID-19 як журналістська проблема.....59

**ВИСНОВКИ.....79**

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....81**

## ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ ПОКАЖЧИК

**Вакцинація** – введення антигенного матеріалу з метою породити імунітет до інфекційної хвороби, який запобігає зараженню або ослаблює його негативні наслідки.

**Вірус** – неклітинний інфекційний агент, який може відтворюватися лише всередині живих клітин.

**Журналістська проблема** – складне практичне питання, що потребує розв'язання, вивчення, дослідження на рівні журналістики.

**Журналістські матеріали** – відомості, дані, які є джерелом інформації.

**ЗМІ** – різновид медіа, орієнтований на одночасне передавання інформації великим групам людей.

**Інформація** – це результат сприйняття й опрацювання повідомлень, які людина отримала від інших людей чи результатів спостережень за навколишнім світом.

**Карантин** – це адміністративні та медико-санітарні заходи на обмеження контактів інфікованої або підозрілої на інфікування особи, тварини, вантажу, товару, транспортного засобу, населеного пункту, на рівні країни або між державами, що застосовуються для запобігання поширенню деяких небезпечних інфекційних хвороб.

**Комунікація** – це процес обміну інформацією між двома або більше особами, спілкування за допомогою вербальних і невербальних засобів із метою передавання та одержання інформації.

**Коронавірус** – це велика родина вірусів, які викликають захворювання, починаючи від звичайної застуди до більш важких захворювань.

**Криза** – це розлад, занепад, загострення суперечностей, а також переломний момент хвороби, коли стан хворого поліпшується чи погіршується.

**Локдаун** – це нагальний протокол дій і система обмежувальних заходів, що вводяться з метою стримання поширення захворюваності.

Локдаун зазвичай забороняє людям вільно відвідувати або залишати певну зону.

**Медіаресурс** – все, що можна використати для виробництва медіаінформації.

**Пандемія** – це найвища інтенсивність розвитку епідемічного процесу, що характеризується прогресуючим поширенням інфекційного захворювання з надзвичайно високим ураженням населення на значних територіях материків або всієї Землі.

**Сторітеллінг** – сукупність пов'язаних між собою реальних чи вигаданих подій, фактів або вражень, які складають оповідний текст.

**Фактчекінг** – це один з напрямків журналістського контролю. Перевірка фактів спрямована на виявлення невідповідностей між наявними фактами та навколишньою дійсністю.

**COVID-19** – інфекційна хвороба, яка вперше виявлена у людини в грудні 2019 року в місті Ухань, Центральний Китай.

## TERMINOLOGICAL INDEX

**A pandemic** is the highest intensity of an epidemic process characterized by the progressive spread of an infectious disease with extremely high population damage over large areas of the continents or the entire Earth.

**A virus** is a non-cellular infectious agent that can only reproduce inside living cells.

**Communication** is the process of exchanging information between two or more people, communicating through verbal and nonverbal means to transmit and receive information.

**Coronavirus** is a large family of viruses that cause diseases ranging from the common cold to more severe diseases.

**COVID-19** is an infectious disease that was first detected in humans in December 2019 in Wuhan, Central China.

**Crisis** is a disorder, decline, exacerbation of contradictions, as well as a turning point in the disease, when the patient's condition improves or worsens.

**Fact-checking** is one of the areas of journalistic control. Fact-checking is aimed at identifying inconsistencies between existing facts and the surrounding reality.

**Information** is the result of the perception and processing of messages that a person has received from other people or the results of observations of the world around him.

**Journalistic materials** – information, data that are a source of information.

**Journalistic problem** is a complex practical issue that needs to be solved, studied, researched at the level of journalism.

**Lockdown** is an urgent protocol of action and a system of restrictive measures introduced to curb the spread of the disease. Lockdown usually forbids people to freely visit or leave a certain area.

**Media resource** – everything that can be used to produce media information.

**Quarantine** is an administrative and health measure to limit the contact of an infected or suspected person, animal, cargo, commodity, vehicle, locality, at the national or interstate level, used to prevent the spread of certain dangerous infectious diseases.

**Storytelling** is a set of interconnected real or imaginary events, facts or impressions that make up a narrative text.

**The media** is a type of media focused on the simultaneous transmission of information to large groups of people.

**Vaccination** – the introduction of antigenic material in order to generate immunity to infectious disease, which prevents infection or reduces its negative effects.



## ВСТУП

**Актуальність теми.** 31 грудня 2019 року Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ) була попереджена про серію випадків пневмонії невідомої етіології у місті Ухань (Китай), пов'язаної з ринком морепродуктів та живих тварин. Китайські дослідники визначили причину захворювання, пізніше названу ВООЗ коронавірусною хворобою 2019 (COVID-19), як новий тип коронавірусу. У період із січня до середини березня 2020 року COVID-19 поширився з епіцентру в інші міста Китаю та у понад 150 країн на всіх континентах. Від 11 березня ВООЗ оголосила COVID-19 пандемією, а до 29 квітня кількість підтверджених випадків перевищила 3 мільйони в усьому світі. Пандемія завдала хаосу в галузі охорони здоров'я та медичних систем у всьому світі, спричинила важкі захворювання та смерть серед частки заражених у перевантажених лікарнях; призвела до закриття шкіл та скасування спортивних і розважальних заходів, обмежень на поїздки та загалом призвела до кардинальних змін у повсякденному житті.

Понад рік після спалаху пандемія коронавірусу продовжує хвилювати міжнародне співтовариство. ЗМІ від самого початку пандемії знаходяться в її епіцентрі, інформуючи аудиторію. Між ризиком зараження вірусом та неможливістю збору інформації безпосередньо на місцях, на додаток до психологічного й економічного тиску, журналістам часто доводилося використовувати свою уяву, щоб знайти способи виконувати роботу. Це призводило до недостовірності інформації, її емоційного навантаження тощо.

Відзначимо, що донесення важливої інформації під час надзвичайних ситуацій до населення є надзвичайно важливим. А інформація від урядів та медичних установ під час пандемії – життєвоважлива для прийняття рішень, вжиття заходів щодо стримування захворювання й запобігання подальшому поширенню. Орієнтація на засоби масової інформації є очікуваним і навмисним компонентом протидії пандемії. Під час спалахів нових інфекційних хвороб їх розуміння формується з часом. Таким чином, у

середовищі науковців, медиків, спеціалістів із охорони здоров'я можуть існувати початкові прогалини в знаннях, що може сприяти поширенню дезінформації та фейкових новин у засобах масової інформації. Хоча фейкові новини визначаються як інформація, свідомо поширювана з наміром ввести в оману, дезінформація – це неправдива інформація, що поширюється незалежно від наміру. Таким чином, хоча ідея про те, що гострий респіраторний синдром коронавірус 2 (SARS-CoV-2) був виготовлений у лабораторії, є прикладом фейкових новин, ідея про те, що часник, лимон та гарячий чай може вилікувати COVID-19, є прикладом дезінформації. І те, й інше може завдати шкоди здоров'ю людини незалежно від намірів.

Щодо традиційних мас-медій, журналісти можуть неправильно подавати інформацію – через нерозуміння наукових фактів, нерозуміння їх недостовірності або через сенсаційність. У соціальних мережах користувачі можуть брати участь напів- або повністю анонімно, поширюючи неправдиву інформацію без наслідків. Поширеність дезінформації сама по собі може бути джерелом ризику в ситуаціях пандемії. Крім того, публікація у ЗМІ неперевіраних методів лікування може додавати їм авторитету або сприяти недооціненню способів запобігання поширенню хвороби. Виникає питання про те, чи допоможуть більш ефективні стратегії із засобами масової інформації досягти цілей громадського здоров'я, пов'язаних із запобіганням та боротьбою із пандеміями, такими як COVID-19.

Під час піку пандемічного хаосу важливість достовірної інформації очевидна. Щоб розглянути зв'язок між фактом і теорією, ми пропонуємо розглянути початкову та поточну ситуацію в українському інформаційному просторі.

Актуальність теми полягає у необхідності дослідження проблеми COVID-19 у ЗМІ та виявлення її основних аспектів, адже це дозволить зробити висновки про вплив ЗМІ на формування громадської думки щодо пандемії.

**Наукова проблема роботи.** Варто відзначити, що активне висвітлення проблеми пандемії коронавірусу у ЗМІ спричинило появу досліджень, які розглядають особливості цього висвітлення. Це, зокрема, дослідження Інституту демократії імені Пилипа Орлика, Інституту масової інформації (ІМІ), медіаресурсу VoxUkraine. Окрім того, проблему COVID-19 у ЗМІ розглянули Л. Писаренко, Я. Яненко, В. Садівничий, Г. Чуланова та інші дослідники. Сумським державним університетом розроблялася наукова тема «Спеціалізована система медичного інформування та безпека особистості в умовах пандемій, криз, інших суспільних потрясінь: формування ефективної соціокомунікаційної моделі».

Загалом, огляд літератури показує зростаючий інтерес до проблеми висвітлення COVID-19 у ЗМІ серед українських та зарубіжних дослідників. Це підтверджує актуальність теми та необхідність нових досліджень у цьому напрямку.

**Мета роботи** – дослідити проблемно-тематичні орієнтири та особливості висвітлення боротьби з COVID-19 в мас-медіа.

Поставлена мета передбачає реалізацію таких **завдань**:

- розглянути історіографію вивчення проблеми;
- визначити методико-методологічні основи дослідження;
- вивчити проблемно-тематичні орієнтири висвітлення боротьби з COVID-19 у різні періоди;
- розглянути висвітлення питань, пов'язаних із COVID-19, як журналістську проблему.

**Хронологічні межі дослідження:** березень–травень 2020 року, липень–вересень 2021 року. Цей вибір зумовлений прагненням дослідити стан масової комунікації в період першої хвилі пандемії – коли світ із цим зіштовхнувся вперше. Верхня хронологічна межа окреслена липнем–вереснем 2021 року, коли набирала обертів тема щеплень від COVID-19.

**Об'єкт дослідження** – українські друковані та онлайн мас-медіа, такі як «День», «Дзеркало тижня», «Кореспондент.net», «BBC News Україна», «Дзеркало тижня», «УНІАН», «Газета по-українськи» та ін.

**Предмет дослідження** – тематика та проблематика опублікованих журналістських матеріалів, пов'язаних із висвітленням перебігу COVID-19.

**Наукова новизна** роботи полягає у спробі на рівні магістерського дослідження здійснити аналіз українських мас-медіа щодо виявлення основних тематичних, структурних особливостей висвітлення боротьби з COVID-19, а також виявлено динаміку висвітлення проблеми (від негативної до більш позитивної, від демонстрування безвихідності до демонстрування вакцинації як способу виходу із ситуації).

**Структура роботи.** Магістерська робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел, який містить 78 позицій. Загальна кількість сторінок складає 89.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

### 1.1. Постановка проблеми та історіографія її вивчення

У грудні 2019 року з'явилися повідомлення про пацієнтів із вірусною пневмонією в Китаї. Походження було пов'язане з усім ринком морепродуктів Huanan. Дослідники встановили, що хвороба, швидше за все, виникла від кажанів, які мутували, і передавалась крапельним шляхом серед людей. Оскільки походження йшло з вологого ринку, ЗМІ критикували китайців за споживання живих тварин, таких як кажани, змії та собаки. Раніше відомий як «вірус Уханя» і «коронавірус Китаю», згодом отримав назву 2019-nCoV, а згодом, 11 лютого 2020 року, Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ) дала цій хворобі офіційну назву «Covid-19» [11].

Широко про коронавірус медіа заговорили з січня 2020 року, після того, як вірус прогресував вже місяць і було заражено більше двохсот осіб, далі рахунок пішов на тисячі й епідемія поширилася на весь світ.

Щоразу, коли з'являється новий вірус або бактеріальна хвороба, вона проходить через локалізовану передачу, посилення поширення та, нарешті, ремісію за допомогою успішних заходів. Контролюючі заходи вживаються на кожному кроці ланцюга. Вони включають передбачення можливого широко розповсюдженого зараження, раннє виявлення, ефективне стримування, заходи контролю та пом'якшення наслідків, і нарешті, викорінення. За даними ВООЗ, це передбачає «координацію відповідальних осіб, належну інформаційну систему охорони здоров'я та управління комунікаційними ризиками» [11].

Метод звітування про новини модифікує поведінку людей та їхнє ставлення до проблеми. Це було вивчено під час епідемії грипу H1N1 у провінції Шеньсі в Китаї в 2009 р. У дослідженні, опублікованому в 2016-му, Yan Q. та співавтори показали, як реакція людей може змінитися завдяки

повідомленням у ЗМІ, а отже, може вплинути на контроль за новими захворюваннями [62].

Повідомлення про поширення хвороби під час пандемії H1N1 викликали страх та обізнаність серед людей. З одного боку, це допомогло вжити необхідних захисних заходів, а з іншого – деякі люди почали клеймити хворих через невідповідні матеріали, опубліковані в деяких газетах [60, с. 15]. Це приклад, який вказує на те, що взаємодія між обізнаністю ЗМІ та контролем над захворюваннями є двонаправленим підходом.

Зважаючи на виникнення проблеми пандемії, розпочалося її активне вивчення як у медичному, так і в інших аспектах. І особливу роль у цьому плані відіграла журналістика, яка стала посередником між суспільством і офіційними медичними установами у поданні інформації.

Вплив медіа на якість висвітлення медичних повідомлень, пов'язаних зі здоров'ям, вивчали Л. Шварц, С. Волошин, А. Ендрюс, Т. Штукель та ін. Наукову проблему, пов'язану з бар'єрами та рішеннями для вдосконалення медичної журналістики, розробляли А. Ларссон, Е. Оксман, Ш. Карлінг та Дж. Еррін. Дослідники М. Кешварі, Н. Ямані, Х. Шахназі проаналізували роботу журналістів щодо висвітлення стану й проблем зі звітуваннями про здоров'я. С. Денцер розробляла тему «Повідомлення медичних новин – підводні камені медичної журналістики». Широку зацікавленість темою медичної журналістики продемонстрували у своїх працях Дж. Уілан, Є. Шибанова, С. Пруднікова, К. Савельєва та інші.

У січні 2020 року служба Time зафіксувала 41 000 англomовних матеріалів, які містили термін «коронавірус», з яких 19 000 потрапили в заголовки. Можна порівняти з епідемією Еболи в Ківу, яка мала 1800 матеріалів і 700 заголовків у серпні 2018 року. Пол Левінсон, дослідник у галузі комунікацій та медіа, пояснював цю значну невідповідність негативною реакцією від передбачуваного надмірного висвітлення спалаху Еболи в 2014 році, а також занепокоєння щодо Китайської цензури під час розроблення теми [58].

17 березня Recode повідомила, що з 3000 сайтів з високою відвідуваністю новин близько 1 % опублікованих матеріалів пов'язані з хворобою коронавірусу, але вони генерують близько 13 % усіх переглядів із такими підтемами, як соціальне дистанціювання, вирівнювання кривої та особливо популярним є самоізоляція. У середині березня 2020 року загальна кількість переглядів матеріалів була приблизно на 30 відсотків більше, ніж у середині березня 2019 року [60].

Аналіз приблизно 141 000 англійських заголовків новин, пов'язаних з коронавірусом від 15 січня 2020 по 3 червня 2020 року, показав, що 52% заголовків викликали негативні настрої, тоді як лише 30% викликали позитивні. Автори припускають, що заголовки сприяють поширенню страху та невпевненості, які мають негативні наслідки для здоров'я та економіки [60].

Інші дослідження в різних контекстах і зосереджені в різних ЗМІ виявили, що новини не відображають стратегії подолання проблеми та поведінку щодо здоров'я настільки, наскільки могли б. Автори припускають, що висвітлення новин призвело до політизації пандемії, було надмірно збурено діяльністю політичних акторів щодо надання наукової та самоєфективної інформації [70].

Матеріал Національного бюро економічних досліджень за листопад 2020 року під назвою «Чому всі новини про COVID-19 погані?» виявила, що «91 % історій великих американських ЗМІ про COVID-19 мають негативний тон порівняно з 54 % для основних ЗМІ за межами Сполучених Штатів» [72]. Проблеми з дезінформацією та фейковими новинами призвели до розробки CoVerify, платформи, яка може допомогти подолати «інфодемію» COVID-19. Стверджується, що розширене та тривале висвітлення пандемії могло спричинити інформаційну втому від COVID-19, що ускладнило передачу оновленої інформації [72].

Загалом, висвітлення COVID-19 у ЗМІ починалося з медичної точки зору – публікувалися матеріали про симптоми хвороби, її небезпеку та

наслідки, шляхи підвищення імунітету, шляхи уникнення зараження тощо. Наприклад, одним із перших в Україні вийшов матеріал BBC News Україна «Вірусна пневмонія: таємничий спалах хвороби у Китаї» (03.01.2020; <http://surl.li/asove>).

У ньому йшлося про те, що в китайському місті Ухань десятки людей захворіли на вірусну пневмонію. І місцеві медики не можуть точно встановити, що викликало спалах. На той момент було 44 підтверджених випадки, 11 вважалися важкими.

У соцмережах спалах почали порівнювати з «тяжким гострим респіраторним синдромом» (ТГРС або Sars), через який у 2002–2003 роках померли близько 700 людей у різних країнах.

Через два місяці, 03 березня, перший випадок коронавірусу офіційно підтвердили в Україні. А ще за кілька днів, 11 березня, Кабмін ввів перші карантинні обмеження.

Важливим при висвітленні медичного аспекту хвороби стало те, що більшість ЗМІ вказувало на небезпеку вірусу для людей похилого віку. Наприклад, у матеріалі «Коронавірусне захворювання (COVID-19): що повинні знати батьки?» (Unicef, 11.03.2020; <http://surl.li/asovj>): «Це новий вірус, і ми поки що недостатньо знаємо про те, як він діє на дітей чи вагітних жінок. Ми знаємо, що вірусом можуть заразитися люди будь-якого віку, але поки що зафіксовано небагато випадків інфікування COVID-19 серед дітей. Вірус є летальним у рідкісних випадках, поки що в основному серед людей похилого віку, які раніше мали проблеми зі здоров'ям».

Подібні новини змінили ставлення громадськості людей похилого віку та спричинили депресію серед них. На відміну від них, студенти та старшокласники вирушали на природу, що згодом виявилось небезпечним.

Виявлялися протиріччя і у висвітленні засобів захисту від коронавірусу у ЗМІ. У тому ж матеріалі «Коронавірусне захворювання (COVID-19): що повинні знати бітьки?» від Unicef було вказано: «Використовувати медичну маску рекомендується, якщо у вас є такі симптоми, як кашель або чхання, для



захисту інших. Якщо у вас немає таких симптомів, не потрібно носити маску» (11.03.2020; <http://surl.li/asovj>). Деякі видання взагалі відкрито піддавали сумнівам ефективність носіння маски: ««Маска на вулиці»: чи допоможе нове правило побороти коронавірус» (Радіо Свобода, 25.03.2020; <http://surl.li/asoxj>): «Українців зобов'язали носити маски на вулиці – в регіонах, які потрапили до «червоної зони» за темпами поширення коронавірусу. Порушників цього правила штрафуватимуть. Про це йдеться в оновленій постанові Кабміну про карантинні обмеження. В Міністерстві охорони здоров'я наголошують, що це та інші правила є обов'язковими і мають на меті «розірвати ланцюжок» поширення хвороби. У відомстві також пояснили у відповідь на запит Радіо Свобода, де саме потрібно носити маски. Правило «маски на вулиці» вже викликало критику серед українців. Медичні експерти, з якими спілкувалось Радіо Свобода, та частина депутатів не впевнені, що носіння на вулиці засобів захисту дасть істотний ефект. Вони закликають уряд зосередитися на більш дієвих кроках: передовсім – на масовій вакцинації» (««Маска на вулиці»: чи допоможе нове правило побороти коронавірус», Радіо Свобода, 25.03.2020; <http://surl.li/asoxj>).

Такі протиріччя, показані у ЗМІ, викликали протиріччя й у настроях громадян, адже, як відомо, далеко не всі поставилися серйозно до пандемії та до карантинних обмежень.

На сьогодні історіографія проблеми висвітлення пандемії коронавірусу у ЗМІ є доволі значною і вагомою. Розглянемо, насамперед, напрацювання зарубіжних науковців.

Дослідженням ролі засобів масової інформації та комунікацій із питань охорони здоров'я під час пандемії, викликаній поширенням вірусу COVID-19, займались А. Анвар, М. Малік, В. Реес та ін. Зокрема, Х. Бао, Б. Као, Ю. Сюн, В. Тан вивчали роль цифрових медіа в пандемії COVID-19 [53]. Вплив публікацій у соціальних мережах на формування домінуючих емоцій у суспільстві за умов поширення захворюваності до рівня пандемії досліджували С. Салчак та Ч. Монгуш [33].

Дослідження групи європейських авторів [56] оцінює висвітлення друкованих та онлайн-газет про коронавірусну хворобу COVID-19 за березень 2020 року, коли була оголошена глобальна пандемія, до серпня 2020 року в трьох країнах: Канаді (із найнижчим рівнем випадків захворювання на душу населення та смертністю протягом періоду дослідження), Сполученого Королівства (з яскраво вираженим раннім сплеском) і Сполучених Штатів (зі стабільно високими показниками). Інструменти, які раніше були перевірені для записів новин, пов'язаних з пандемією, дозволяють вимірювати численні показники наукової якості (тобто репортажів, які відображають стан наукових знань) і сенсаційності (тобто стратегії, які роблять новини більш незвичайними, ніж вони є насправді). Дослідники дійшли висновку, що звіти про COVID-19 мали помірну наукову якість і низьку сенсаційність у 1331 вибіркового матеріалі в дванадцяти газетах, що охоплюють політичний спектр трьох країн. Газети, орієнтовані на правих популістів, мали найнижчу наукову якість репортажів, у поєднанні з дуже низькою сенсаційністю в деяких випадках. На тлі провідних світових показників захворюваності американські газети лівого політичного відомства мали більш розкрите висвітлення, наприклад, були зосереджені на політичних невдачах чи дезінформації. Незважаючи на загальноприйняті переваги низької сенсаційності, висвітлення пандемії у досліджуваній авторами період відзначалося низькою науковою якістю, яке також не зуміло попередити читачів про ризики для громадського здоров'я, спричинило дезінформацію чи невдачі в політиці, можливо, посилили наслідки хвороби для громадського здоров'я. Такі складнощі, ймовірно, залишаться центральними як для матеріалів ЗМІ про пандемію, так і для стратегій охорони здоров'я, які залежать від них [56].

У дослідженні Евон Мвангале Кіптінес використовується теорія фреймінгу для аналізу розмірів висвітлення COVID-19 у Кенії та Танзанії в період із лютого 2020 по квітень 2020 року. Кількісний аналіз газет Daily Nation і Citizen показав різні моделі поширення вірусу. Зокрема, цей аналіз

зосереджується на кількох фреймах, які використовуються двома газетами щодо таких тематичних категорій: контекст, основна інформація, інформація про профілактику, інформація про лікування, медичні дослідження, соціальний, економічний, політичний контексти, особисті історії тощо. Хоча Daily Nation опублікувала більше історій, ніж Citizen Newspaper, лише кадрові особисті історії були значно вищими в Daily Nation порівняно з Citizen Newspaper [48].

Ч. Хінгуа здійснив вивчення впливу ЗМІ на поширення COVID-19 у провінції Хубей, Китай. Автор доходить висновку, що «збільшується обізнаність про профілактику, щоб зменшити рівень зараження через висвітлення в ЗМІ, що відіграє важливу роль у запобіганні та боротьбі з інфекційними захворюваннями» [77]. На основі епідемічної ситуації, пов'язаної з коронавірусною хворобою у Хубей, була запропонована модель епідемії SIHRS з висвітленням у ЗМІ. По-перше, за базовим числом відтворення  $R_0$  доведено глобальну асимптотичну стійкість рівноваги без хвороб та ендемічної рівноваги. Потім, на основі повідомлених епідемічних даних провінції Хубей з 26 січня по 13 лютого, для перевірки результатів аналізу використовуються чисельні моделювання, а вплив часу піку та масштаби передачі захворювання в основному враховуються з різною швидкістю впровадження інформації та контактною швидкістю. Було показано, що зі зниженням швидкості впровадження інформації пік підтверджених випадків значно збільшиться. Тому «для більш якісного проведення профілактичних заходів підтримувати обсяг інформації та рівень реалізації висвітлення в ЗМІ» [77], – підсумовує автор.

Цікавим є дослідження групи авторів на чолі з О. Пірмен, які виявили, що «на початку 2020 року відсоток висвітлення в ЗМІ, у яких згадується COVID-19 (з такими термінами, як COVID або коронавірус), різко зріс у 102 джерелах з великим тиражем у 50 країнах світу» [67]. Ця тема стала основною сюжетною лінією ЗМІ, оскільки висвітлення зміни клімату різко скоротилося за той же період у тих самих джерелах. Це відстеження медіа

COVID-19 проводилося одинадцятьма мовами (англійською, іспанською, французькою, італійською, японською, норвезькою, шведською, данською, російською, німецькою та португальською) у семи регіонах (Африка, Азія, Європа, Латинська Америка, Близький Схід, Північна Америка та Океанія). Дослідники також відстежували ці самі джерела щодо висвітлення зміни клімату в Обсерваторії ЗМІ та зміни клімату, Університет Колорадо Боулдер, Колорадо, США [67].

Автори доходять висновку, що «висвітлення в ЗМІ про COVID-19 стрімко зросло протягом лютого та березня 2020 року разом із першим великим сплеском випадків COVID-19. Проте з останнього тижня березня висвітлення в ЗМІ поступово зменшувалося, незважаючи на триваюче швидке та глобальне поширення COVID-19 протягом наступних місяців. Разом із висвітленням у ЗМІ, цифра відображає середню кількість нових підтверджених випадків захворювання за тиждень (не кумулятивні випадки) у 50 країнах. Випадки COVID-19 у цих 50 країнах становлять приблизно 85 % загальної кількості випадків COVID-19 у світі» [67].

Існує кілька можливих пояснень розбіжності між висвітленням у ЗМІ та тенденціями пандемії, які представлені співвідношенням середніх нових випадків до матеріалів у ЗМІ за тиждень, включаючи так звану «втому від COVID» [67], термін, що все частіше використовується в публічному дискурсі, що стосується відчуття виснаження від постійного занепокоєння про пандемію; інші питання, що витісняють висвітлення COVID-19 у кінцевій стрічці новин (наприклад, обговорення системного расизму та виборів у США); або загальні цикли кризової комунікації (у яких спочатку відкривається і поширюється велика кількість нової інформації, що супроводжується періодами порівняно меншої кількості нової інформації для обміну та виникають інші пріоритети для уваги громадськості) [67].

Г. Медхаві у своєму дослідженні показує, що «ефективна відповідь на пандемію COVID-19 залежить від індивідуального розуміння хвороби та дотримання заходів профілактики» [61]. Автор доводить, що «ранне

зображення інформації про COVID-19 у ЗМІ може вплинути на сприйняття та поведінку громадськості. Засоби масової інформації повинні забезпечити релевантне, своєчасне та ефективне висвітлення, щоб заохочувати людей реагувати належним чином» [61]. Індія особливо постраждала від великої кількості випадків COVID-19. Науковець проаналізував онлайн-звіти в Індії, щоб оцінити, наскільки добре ЗМІ представляють інформацію про COVID-19 відповідно до рекомендацій Всесвітньої організації охорони здоров'я щодо стратегічного зв'язку з ризиком. Це включало висвітлення в ЗМІ симптомів, передачі хвороби та профілактики. Виявлено, що обмежена кількість матеріалів (18,8 %) надає читачам корисні пропозиції, зокрема закликає людей залишатися вдома та дотримуватися соціальної дистанції. Більшість матеріалів були актуальними відповідно до оновлень ВООЗ щодо COVID-19, точно висвітлюючи симптоми, фактори ризику серйозних симптомів, передачу та профілактику. Однак «40 % висвітлення в ЗМІ варіантів лікування надавали оманливу інформацію, таку як пропозиція плазмової терапії або хлорохіну. Крім того, лише 1,9 % матеріалів включали обговорення питань справедливості, де багато профілактичних заходів, таких як дистанція, менш застосовні в домогосподарствах з низьким рівнем доходу. 67 % відсотків матеріалів із посилаються і цитують надійні джерела, такі як органи охорони здоров'я та дослідників» [61]. Також виявлено, що висвітлення в ЗМІ не вчасно відображало оновлення ВООЗ, оскільки більшість висвітлення передувала цим оновленням. Результати показують, що індійські ЗМІ повинні зосередитися на релевантних репортажах, що дають рекомендації щодо індивідуальної реакції. Засоби масової інформації повинні також намагатися повідомляти про обґрунтовані докази варіантів профілактики й лікування, щоб запобігти поширенню дезінформації [61].

К. Кравчик вивчав висвітлення пандемії COVID-19 у ЗМІ онлайн-новин. Він кількісно оцінив загальний обсяг матеріалів про COVID-19, їх поляризацію настроїв і провідні підтеми, що використовувалися як посилення для майбутніх комунікаційних стратегій. Автор зібрав 26

мільйонів новинних матеріалів з перших сторінок 172 основних джерел онлайн-новин в 11 країнах (доступні онлайн на SciRide). Використовуючи визначення тем, було означено вміст, пов'язаний із COVID-19, щоб кількісно визначити частку загального висвітлення пандемії у 2020 році. Інструмент аналізу настроїв Vader використано для стратифікації емоційної полярності звітів про COVID-19. Подальше виявлення тем та аналіз настроїв було проведено щодо висвітлення COVID-19, щоб виявити провідні теми у звітах про пандемію та їх відповідні емоційні поляризації [57].

У результаті виявлено, що «висвітлення COVID-19 становило приблизно 25,3 % усіх матеріалів онлайн-новин на перших сторінках у період із січня по жовтень 2020 року. Аналіз настроїв англомовних джерел показав, що загальне висвітлення COVID-19 не було винятково негативно поляризованим, що свідчить про широкі гетерогенні звіти пандемії. У межах цього різноманітного висвітлення 16 % новинних матеріалів про COVID-19 (або 4 % усіх англомовних матеріалів) можна класифікувати як дуже негативно поляризовані, посиляючись на такі проблеми, як смерть, страх чи криза» [57].

Дослідник доходить висновку, що «метою комунікації з охорони здоров'я щодо COVID-19 є покращення розуміння правил дистанціювання та максимізації впливу урядової політики. Ступінь, до якої кількість та якість інформації з різних комунікаційних каналів (наприклад, соціальних медіа, урядових сторінок та новин) впливають на розуміння громадськістю заходів громадського здоров'я, ще потрібно встановити» [57]. Тут автор робить висновок, що чверть усіх звітів у 2020 році охоплювала COVID-19, що свідчить про перевантаження інформацією. У цій якості дані та аналіз утворюють кількісну основу для інформування про стратегії комунікації з питань охорони здоров'я в традиційних каналах ЗМІ, щоб мінімізувати ризики COVID-19 під час упровадження вакцинації [57].

Важливим є дослідження групи авторів «Наслідки для психічного здоров'я висвітлення в ЗМІ COVID-19: потреба в ефективних методах

комунікації в кризових ситуаціях» [78]. Дослідження показує, що «висвітлення COVID-19 у ЗМІ за своєю суттю є негативним, адже сама хвороба це не що інше, як триваюча смертельна пандемія. Цей внутрішній негатив, який природним чином переходить у висвітлення вірусу в ЗМІ, може спричинити проблеми з психічним здоров'ям» [78]. Дослідження впливу медіа підтверджують, що негативні новини можуть призвести до легких або серйозних проблем із психічним здоров'ям у споживачів. Важливо, що через масштаби та серйозність COVID-19 увага ЗМІ була непропорційно зосереджена на новинах, пов'язаних із пандемією, що може ще більше вплинути на людей, які вже зіштовхуються з більш серйозними проблемами психічного здоров'я. Автори зазначають, що «хоча збалансованого, заснованого на фактах та правдивого висвітлення COVID-19 у ЗМІ може бути важко досягти, важливо, щоб медіа-організації прагнули відповідати цим стандартам» [78].

Коли новини упереджені та вводять в оману, несприятливий вплив висвітлення COVID-19 у ЗМІ на здоров'я та добробут особи й населення може бути більш вираженим. Дослідження показало, що «ЗМІ правого спрямування часто випускають упереджені та оманливі повідомлення про COVID-19, що, у свою чергою, може сприяти поширенню дезінформації щодо вірусу» [78]. Аналіз вибірки з 38 мільйонів повідомлень ЗМІ з 1 січня по 25 травня 2020 року показує, що приголомшливі 84 % дезінформації, поширеної застарілими ЗМІ, не були ані оскаржені, ані перевірені фактами до того, як вони потрапили до громадськості. Важливо також зазначити, що страх і паніка, викликані дезінформацією, пов'язаною з COVID-19, можуть мати довготривалий вплив на психічне здоров'я людей, яке переживе цикли медіа COVID-19 [78].

Це лише деякі приклади досліджень із теми, загалом можна відзначити, що зарубіжна історіографія проблеми COVID-19 у ЗМІ є дійсно ґрунтовною і різносторонньою.

В Україні останнім часом проблема висвітлення COVID-19 у ЗМІ також досліджується досить активно.

У травні 2020 року Інститут демократії імені Пилипа Орлика за підтримки Медійної програми в Україні провів моніторинг роздержавлених регіональних друкованих медіа та їхніх сайтів у восьми регіонах України: Дніпропетровській, Донецькій, Житомирській, Львівській, Одеській, Сумській, Харківській, Чернівецькій областях. Моніторинг мав на меті, у тому числі, відстежити висвітлення в ЗМІ теми COVID-19 та поширення маніпуляцій, пов'язаних із цією темою [30].

В інституті масової інформації (ІМІ) вивчали особливості висвітлення COVID-19 в онлайн-медіа. Дослідження показало, що «рівень конструктивного матеріалу на тему пандемії був досить високим: багато сайтів писали поради та пояснювали людям, які обмеження будуть запроваджені як протидія поширенню вірусу» [41]. За даними моніторингу, близько 15 % від загальної кількості коронавірусних матеріалів були конструктивними на всіх досліджуваних сайтах. Більшість таких матеріалів виявлено на веб-сайті «24 каналу» (25 % усіх конструктивних матеріалів надходить з цього джерела) та на сервері «Укрінформ» (17 % від загальної кількості конструктивних матеріалів) [41].

VoxUkraine проаналізував канали новин найкращих українських онлайн-медіа та з'ясував, які теми про Covid-19 домінують в інформаційному просторі. Відповідно до проведеного дослідження, більшість ЗМІ писали про міжнародну й українську статистику, карантинні заходи та стан системи охорони здоров'я країни. Найбільший інтерес до коронавірусу був у березні, після чого кількість новин на цю тему постійно зменшується [1].

Л. Писаренко проаналізувала матеріали одеських ЗМІ, виявивши такі маніпулятивні прийоми: поширення моральної паніки серед населення, неповне інформування людей, недостовірність джерела, гра на емоціях, сусюкання з народом, відволіканням уваги, підміна фактів і приховане залякування [24].



В. Батиргареева на прикладі COVID-19 представила основні напрями протидії поширенню дезінформації у ЗМІ, яка нерідко створює загрозу національній безпеці держав. До таких напрямів віднесено організаційно-інституційний, правовий та просвітницько-виховний [3].

Я. Яненко визначив особливості репрезентації пандемії COVID-19 в українських інтернет-ЗМІ, зокрема способи представлення теми коронавірусу на головних сторінках сайтів провідних українських інтернет-медій та стиль заголовків публікацій із проблематики. Дослідник з'ясував, що тема COVID-19 є пріоритетною для українських інтернет-ЗМІ, про що свідчать різноманітні способи підвищення обізнаності з цієї теми на головних сторінках українських інтернет-видань, зокрема у відповідних розділах, розділах та рубриках. Особливу увагу науковець звернув на наявність у назвах видань елементів так званого «спортивного» стилю, зокрема слів «рекорд» та «антирекорд» [44].

М. Онищук дослідив діяльність вітчизняних та зарубіжних ЗМІ з метою визначення причин, перебігу та можливих наслідків пандемії COVID-19, а також виявлення особливостей боротьби з коронавірусом в Україні [20].

Проведений аналіз змісту ЗМІ, спеціальних звітів Європейської служби зовнішніх дій, показав, що «з виявленням коронавірусу в китайському Ухані по телебаченню поширилася недостовірна інформація, чутки, дезінформація та міфи. Це має негативний морально-психологічний вплив на населення всіх без винятку країн і може мати згубні наслідки для громадської безпеки, охорони здоров'я та ефективної соціальної комунікації в умовах кризи» [20].

Дослідником виявлено, що, незважаючи на безпрецедентну увагу світових спецслужб, питання походження коронавірусу є одним із головних у медіа. Сьогодні існує кілька версій штучного або природного походження COVID-19, враховуючи різні суб'єкти, які могли б стати розповсюджувачами коронавірусу, але чітка причина його виникнення не встановлена. Згідно з дослідження, іноземні ЗМІ досить активно поширюють думку про те, що

пандемія має штучне походження і спрямована на скорочення населення світу, а ті, хто залишився, повинні піддаватися жорсткому контролю [20].

М. Онищук також виявив, що в Україні є певні особливості висвітлення COVID-19 у ЗМІ: боротьба з пандемією коронавірусу відбувається в умовах руйнування системи охорони здоров'я, гострого протистояння колишньої та нинішньої влади, посилення зовнішнього управління в політиці, економіці та соціальній сферах, функціонування ряду біологічних лабораторій зростання домашнього насильства тощо. У війні проти Російської Федерації вирішується комплекс проблем, які негативно впливають на боротьбу з цією хворобою [20].

Виявилось, що багато проблем у боротьбі з пандемією виникло в процесі реформування медицини: «Це стосується ... зменшення кількості туберкульозних амбулаторій, ліквідації санепідемслужби, корупції на всіх рівнях влади, створення атмосфери духовності та вандалізму в країні» [20].

«Аби узагальнити зроблене на певному етапі українськими журналістикознавцями, виявити головні точки спрямування уваги науковців, а також спробувати заглянути в майбутнє, у листопаді 2020 року було проведено круглий стіл «Медіа і пандемія коронавірусної хвороби (COVID–2019)». Працював він у межах конференції «Медіазнавчі студії в європейському діалозі: освітній та науковий дискурси», яка пройшла на базі Київського університету імені Бориса Грінченка. На круглому столі виступили, зокрема, Т. Куцай, О. Одаренко, В. Садівничий. Вивчення питань впливу пандемії на стратегію і принципи інформування населення розглядалися на конференції «Проблеми розвитку соціологічної теорії: Концептуальні стратегії дослідження соціальних наслідків пандемії COVID–19» (КНУ імені Тараса Шевченка). Про пошук нових тем для журналістів під час пандемії йшлося на публічному обговоренні «Медіа та COVID–19: помилки, успіхи, нові виклики та нові можливості», що 9 липня 2020 р. провела Незалежна медійна рада. І приклади наукового підходу до проблеми далеко непоодинокі» [23].

Отже, проблема COVID-19 охопила сферу журналістики, спричинивши наукове дослідження особливостей висвітлення цієї теми у ЗМІ як зарубіжними, так і українськими науковцями. Проведений аналіз історіографічних джерел дозволяє стверджувати, що більшість дослідників вбачають тісний зв'язок між поширенням пандемії і ситуацією інформованості населення через ЗМІ, яка не завжди була задовільною через недостовірність інформації, її емоційність тощо.

## **1.2. Методико-методологічні основи дослідження**

Будь-яке наукове дослідження ґрунтується насамперед на використанні певних методів. У філософії метод – «це спосіб пізнання і практичної зміни речей і явищ» [21, с. 118]. Згідно з теоретичними визначеннями в інших науках, метод «характеризується специфічністю вибору способу вирішення певної проблеми» [13, с. 132]. Існують загальні методи наукового пізнання – характерні для кожної людини і на яких базуються пізнавальні процеси; загальнонаукові методи, що можуть бути використані в будь-якій науці, та методи, які можливі лише для певних наукових галузей. Однак потрібно мати на увазі, що такий поділ дещо умовний. Наприклад, так званий «історичний» метод використовується не тільки істориками, але й представниками всіляких природних і суспільних наук.

У дослідженні «Система методів у науковому дослідженні» В. Єдронов та А. Овчаров загалом включають «аналіз, синтез, абстрагування, узагальнення, індукцію, дедукцію, аналогію, моделювання» [7, с. 33]. Ці методи характерні й для теоретичного рівня знань. Важливо мати на увазі, що на теоретичному рівні здійснюється логічне дослідження зібраних фактів, вироблення понять, суджень та реалізація висновків. У процесі цієї роботи попередні наукові ідеї співвідносяться з новими [4, с. 42].

Вагомим для нашого дослідження став метод аналізу. Аналіз – це уявний чи реальний поділ цілого об'єкта на окремі частини (сторінки, ознаки, властивості чи відносини) для їх всебічного вивчення [7, с. 33]. Цей метод є

одним із найпоширеніших у науці та виступає частиною практично кожного дослідження. Він дозволяє різноманітно характеризувати об'єкт, явище чи окремі компоненти і створює всі передумови для глибокого пізнання. У той же час методи аналізу й синтезу в науковій роботі органічно взаємопов'язані та можуть приймати різні форми залежно від властивостей об'єкта, мети дослідження, ступеня пізнання об'єкта, глибини проникнення в його сутність [36, с. 95].

Аналіз – це «метод пізнання, що передбачає розчленування предмета дослідження на складові частини з метою їх всебічного вивчення» [34]. Завдяки цьому методу виокремлено проблему COVID-19 як важливу складову інформаційного поля ЗМІ.

У процесі дослідження послуговувалися також контент-аналізом – змістовний аналіз полів однорідних документів, особливо публікацій у ЗМІ. Предметом його є аналіз змісту текстових полів та продуктів комунікаційної кореспонденції. Контент-аналіз є відносно суворим науковим методом, що забезпечує систематичну та надійну фіксацію окремих елементів змісту сукупності документів з подальшою кількісною оцінкою (кількісною обробкою) отриманих даних [22, с. 13]. Цей метод використовується під час роботи з великими текстовими полями, коли потрібно визначити тенденцію, яку не видно на поверхні. Контент-аналіз широко використовується в соціальних науках, особливо в соціології, політології, лінгвістиці та комунікативних дослідженнях [19, с. 66].

Необхідність роботи зі значною кількістю даних виникає в багатьох сферах. Контент-аналіз допомагає виділити найважливіше у великій кількості інформації та знайти важливе соціальне значення. Він також перетворює багато даних в інформацію. Саме таким методом послуговувалися на першому етапі дослідження, коли слідкували за повідомленнями про коронавірус у ЗМІ, виділяючи в журналістських матеріалах наукову складову, науково-популярну та інформаційну. Предметом контент-аналізу був стан місцевої журналістики на початку пандемії COVID-19 та нині.

Предметом є набір текстів на цю тему, що транслюються в ЗМІ. Спочатку ми обрали багатоетапний зразок, а саме вирішили вивчити найпопулярніші ЗМІ.

Наш інформаційний пошук був обмежений часовою рамкою: березень-травень 2020 року, липень-вересень 2021 року. Цей вибір зумовлений прагненням дослідити стан масової комунікації в період першої хвилі пандемії та нині. Варто зауважити, що матеріали аналізувались у межах суцільної вибірки. Тобто ми не пропускали жодної публікації в зазначений період та шукали всі можливі матеріали про COVID-19. Одиницями аналізу стали такі слова: пандемія, коронавірус, нова хвороба, COVID-19 тощо. Далі використано спостереження за ставленням автора до вказаних категорій та тематика і проблематика, яка там підіймається.

Протилежним, але пов'язаним із усебічним аналізом, є метод синтезу: уявне або реальне з'єднання раніше виділених частин (сторін, ознак, властивостей або відносин) предмета або об'єкта в єдине ціле [Едрінова, с. 34]. Метод синтезу – це метод пізнання, змістом якого є з'єднання окремих частин предмета в єдине ціле. Завдяки цьому методу дослідження окремих фактів, матеріалів, припущень дозволило зробити загальний висновок про роль і місце інформації, пов'язаної з COVID-19 у ЗМІ.

Абстракція використовується для поглибленого вивчення певних властивостей предмета чи явища. «Це дозволяє не зациклюватися на непотрібній інформації і відразу вивчати тематично пов'язані компоненти. Абстракція – це взагалі особливий прийом, що полягає у відволіканні уваги від кількості властивостей і зв'язків досліджуваного об'єкта чи явища під час відбору властивостей, які цікавлять дослідника» [7, с. 35]. Нам потрібен був метод абстракції, щоб визначити конкретну мету й зосередитися на ній. У своїй роботі, як уже зазначалося, ми виокремлювали матеріали про COVID-19 та шукали в них тематичні, проблемні елементи. Для вивчення загальних закономірностей тематичного й проблемного стану коронавірусу в місцевих ЗМІ використовувався метод індукції для визначення журналістських матеріалів та їх властивостей – процес виведення загального ставлення з

низки тверджень та окремих фактів [7, с. 35]. Таким чином, ми дійшли висновку, що тексти з недостовірною інформацією, суб'єктивними й емоційними висловлюваннями є проблемною зоною масиву журналістських матеріалів про коронавірус.

До одного з базисних принципів наукового пізнання світу відноситься в наукових джерелах порівняння. Спостерігаючи повторювані явища, з глибокої давнини люди намагалися зрозуміти їх причини. Як підсумок у них виникали відповіді на ті чи інші питання. Логічною підставою порівняльного методу є аналогія. Аналогія – це подібність предметів і явищ. Спосіб мислення за аналогією передбачає, що при зовнішній схожості властивості і ознаки, характерної для одного об'єкта, вони переносяться на інші. Це один із найпоширеніших механізмів мислення [7].

Аналогія – це «коли на основі подібності двох об'єктів за якимись параметрами робиться висновок про їх подібність за іншими параметрами» [7, с. 34]. Суть методу полягає в тому, що за схожістю в більш простих речах можна робити висновки про більш складні. Цей метод допоміг нам зробити висновок, що тематика коронавірусу є дуже поширеною у ЗМІ, оскільки використовується в різних жанрах публікацій.

Однак аналогія не є достатньою для пояснення схожості. Для цього необхідний глибокий науковий аналіз. Такий аналіз може бути проведений якраз за допомогою порівняльного методу. Його передумовою є те, що багато природних і соціальних явищ повторюються, хоча останні далеко не в настільки явному вигляді, як перші. Завдання дослідника – зрозуміти причини цієї повторюваності. Тому порівняльний метод – один із найпоширеніших методів у суспільних науках. За допомогою цього методу ми визначили спільні та відмінні тенденції при висвітленні проблеми COVID-19 у кожному з досліджуваних ЗМІ.

При роботі з журналістськими матеріалами використовувались також специфічні методи, зокрема лінгвістичного аналізу.

Концептуальний аналіз полягає в реконструкції знань про світ, що складають мовну картину світу. Концептуальний аналіз передбачає семантичний розгляд лексики, граматики та прагматики мови, ідіоматики, етимології, залучає до сфери своїх інтересів не тільки лінгвістику, а й культурологію, історію, психологію, соціологію, філософію тощо та, крім аналізу словникового значення, включає особистий та етнічний досвід, асоціації носіїв мови та культурно-національний контекст [26].

На думку дослідників, «концептуальний аналіз дає реальну змогу простежити, як і яким чином знання мови відображає знання людини про світ у вигляді тлумачення у словникових дефініціях» [26, с. 12].

Першим етапом концептуального аналізу є метод компонентного аналізу, завдяки якому було встановлено лексичні одиниці, що розглядалися більш детально та використовувалися для ілюстрування запропонованих нами положень. Це такі одиниці як коронавірус, COVID-19, пандемія, вакцина і т.д.

«Компонентний аналіз – це метод лінгвістичного вивчення змісту слів. Метою компонентного аналізу є розчленовування мовного значення на мінімальні одиниці» [12]. У компонентному аналізі виділяють три етапи:

- 1) з'ясування значення слова;
- 2) встановлення компонентів у змісті значення слова;
- 3) побудова формул, що відображають структуру значень [26, с. 34].

Сюди ж слід віднести й перевірку об'єктивності виділених компонентів значення.

При компонентному аналізі в структурі значення слова виділяють такі семи: архісеми, які відображають ознаки, властиві цілим класам об'єктів, диференціальні семи, які в своїй сукупності складають ядро значення слова, визначаючи його обсяг всередині лексико-семантичної групи слів і відрізняючи значення даного слова від значень його «сусіда»; потенційні семи, які відображають різні другорядні, іноді не обов'язкові ознаки

предмета, різні асоціації, з якими даний елемент дійсності пов'язується у свідомості мовців.

Важливим етапом концептуального аналізу в когнітивній лінгвістиці є, як правило, звернення до лексикографічних джерел, а саме, аналіз словникових тлумачень значень слова (імені концепту) [12, с. 91]. Найважливішою процедурою на першому етапі є вивчення, нехай навіть у примітивному вигляді, етимології слова як його «історичної пам'яті». В основу номінації може бути покладено тільки одна ознака (мотивуюча), що тягне за собою найважливіші культурні наслідки. Концепт і значення слова співставні в сенсі виділюваних ознак, тому метою аналізу словникових дефініцій на початковому етапі було встановлення ядерної та периферійної зони змісту концепту [12, с. 93].

Лексикографічний опис, таким чином, дав змогу визначити загальнонаціональні та специфічні компоненти концепту на системно-мовному рівні, що своєю чергою сприяло моделюванню національної картини світу. Тож для встановлення змісту лінгвокультурологічного концепту необхідним є використання прийому аналізу слів, що називають імена концепту. Таким чином проаналізовано тлумачення базової лексичної репрезентації концепту в різних тлумачних словниках. До словникових матеріалів додавалися приклади з безпосередньо із текстів роману, які дозволяли скоригувати словникові тлумачення.

Інтерпретативний аналіз полягає у виявленні та співвідношенні значення й змісту лексичних одиниць і включає такі етапи:

- 1) визначення значення лексичних одиниць;
- 2) вияв прихованого змісту лексичних одиниць;
- 3) визначення співвідношення форми та змісту лексичних одиниць [12, с. 13].

Опис – кінцевий метод, «пов'язаний із закріпленням і передачею результатів спостереження певними символічними засобами» [12, с. 7]. Опис дав можливість узагальнити результати, а саме показати, що тексти про



COVID-19 стали новим інструментом впливу на свідомість населення та важливим елементом розвитку ситуації пандемії у світі. Описуючи цю проблему, ми дійшли висновку, що такі тексти мають значну інформаційну цінність, однак їхня велика кількість дещо перевантажує медіа простір та може створювати ситуації паніки у громадян. Використовуючи вищенаведені методи, змогли отримати інформацію про досліджувану проблему, усебічно вивчити, проаналізувати та систематизувати отримані дані.

## РОЗДІЛ 2.

### ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ БОРОТЬБИ З COVID-19 В УКРАЇНСЬКИХ МАС-МЕДІА

#### 2.1. Проблемно-тематичні орієнтири висвітлення боротьби з COVID-19 на початковому етапі

Розглянемо особливості висвітлення пандемії в різних українських виданнях у перші три місяці від її початку (березень–травень 2020 року).

Одним із перших в Україні вийшов матеріал BBC News Україна «Вірусна пневмонія: таємничий спалах хвороби у Китаї». У ньому йшлося про те, що в китайському місті Ухань десятки людей захворіли на вірусну пневмонію. І місцеві медики не можуть точно встановити, що викликало спалах. На той момент було 44 підтверджених випадки, 11 вважалися важкими (03.01.2020; <http://surl.li/asove>).

Під час аналізу контенту газети «День» помітний різкий перехід до теми пандемії разом із її розповсюдженням у світі. Так, номери за 06.03.2020 та 11.03.2020 лише раз згадують про поширення коронавірусу та подають відповідні факти. Випуск за 12.03.2020 показує зовсім іншу картину: на першій сторінці газети бачимо фото з чоловіком у масці та заголовок «Поправка на вірус», який засвідчує головну тему випуску. У матеріалі йдеться про зміни в українському бюджеті, пов'язані з пандемією, а саме про «рішення надати 100 млн грн на першочергову закупівлю засобів індивідуального захисту для поточних потреб міністерств, відомств та служб, а також для поповнення держрезерву».

Також йдеться про плани щодо карантину в Україні та столиці. «Станом на 11 березня 2020 року в Україні підтверджено один випадок захворювання на коронавірус, і Центр громадського здоров'я України отримав 43 підозри про захворювання .... У всьому світі на 11 березня понад 119 тисяч осіб заразилися коронавірусом нового типу, 65 тисяч одужали, 4284 людини –

загинули. Тож не панікуймо, дотримуймося правил гігієни і сидимо на карантині. Головне – усім використати цей час із користю» («День», 11.03.2020; <http://surl.li/asozg>).

Загалом матеріал вирізняється позитивним настроєм, який не сіє паніки у свідомості читача і не визначає вірус як щось небезпечне.

У випуску газети за 19.03.2020 року ситуація змінилася – аж 5 матеріалів присвячено темі коронавірусу, а на першій шпальті красується заголовок ««Люди недооцінюють загрозу...», де вже не відчувається позитивного настрою щодо поточної ситуації в Україні та світі: ««Якщо це буде потрібно – ми введемо надзвичайний стан» – заявив днями президент України Володимир Зеленський. У зв'язку із небезпекою розповсюдження коронавірусу це питання останнім часом активно обговорюється на засіданнях РНБО і різних нарадах керівництвом держави. Поки відповідне рішення не прийнято: наразі по всій країні діють досить жорсткі карантинні заходи, зокрема зупинено метро у Києві, Харкові і Дніпрі, що викликало, наприклад, в столиці великі черги до маршруток, а в автобусах явно більше людей, ніж це передбачено карантинними заходами (20 чоловік)» («День», 18.03.2020; <http://surl.li/asozj>).

Далі практично кожен березневий випуск газети «День» містить кілька матеріалів про пандемію, а на головній сторінці вміщено відповідні фото і заголовки: «На два фронти: воїни та лікарі», «На кого 'грає' вірус?», «планета Пандемос», «Вчені знову мають зібратися в 'Лабораторії Y'» (<http://surl.li/asozn>).

У квітні в газеті почали з'являтися матеріали про наслідки карантину для українського та світового населення: «Супергерої чотирьох стін», «Школа з телевізора», «Коронавірус і єдність у ЄС» (<http://surl.li/asozt>).

Кількість матеріалів, присвячених коронавірусу, у кожному квітневому випуску газети «День» значно зросла – в середньому до 7–8.

Перегляд архівних травневих номерів газети «День» показує деякий спад у висвітленні теми коронавірусу і карантину, адже на перших шпальтах

бачимо вже також заголовки, пов'язані з іншими темами: «Українські ґрунти: рятувати і цінувати»; «Канонада салюту й обстрілу», «Черкаси: ризики децентралізації» (<http://surl.li/asozy>).

Настрої матеріалів, присвячених коронавірусу, знову ідуть вгору: «Якщо все буде гаразд, то з 12 травня поступово українці повертатимуться до попереднього способу життя. Не будемо загадувати наперед, хто першим вийде на роботу чи коли запустять громадський транспорт у містах, бо в уряді теж не знають точних дат, – ясно одне: про своє здоров'я потрібно дбати й надалі» («День», 07.05.2020; <http://surl.li/asrav>).

Аналіз травневих випусків показує, що темі коронавірусу все ще було присвячено велику кількість матеріалів, в середньому 7–8 у кожному випуску. Йшлося, здебільшого, про поступове повернення до попереднього життя, відкриття кордонів, знахідки в лікуванні пацієнтів із COVID-19 тощо.

Загалом із перебігом пандемії матеріали в газеті «День» почали охоплювати все ширший спектр проблем, пов'язаних із коронавірусною інфекцією, інформація ставала все повнішою й детальнішою.

Розглянемо ще одне всеукраїнське видання – «Дзеркало тижня».

До 12 березня 2020 року в «Дзеркалі тижня» практично відсутні згадки про коронавірусну інфекцію. У випуску за 12.03.2020 вже два матеріали присвячено темі: «Вжити самому і захистити бізнес. Уроки Італії»; «Коронавірус Байдену не завада Трамп отримує небажаного суперника» (ZN,UA; <http://surl.li/aspbb>).

У одній із публікацій ідеться: «В Україні на сьогоднішній день офіційно зареєстровано три випадки інфікування COVID-19. Але, з урахуванням потоку "заробітчан" з Італії, очевидно, що річ не у відсутності хворих, а в неналежному їх виявленні. Першого-ліпшого моменту крива епідемії може продемонструвати різкий стрибок. Україну очікують ті ж самі проблеми, що й будь-яку іншу країну Європи. ... тест на спроможність належить пройти не тільки нашій системі охорони здоров'я, а й економіці країни, де, крім уряду, кожній конкретній людині доведеться боротися за те,

аби банально утриматися на плаву, зберегти свій бізнес та робоче місце» (ZN,UA, 12.03.2020; <http://surl.li/aspbi>).

Як бачимо, це пряме залякування, адже всі прогнози щодо ситуації в Україні є негативними, в деяких місцях матеріалу прямо говориться про можливу смерть, особливо для людей похилого віку. У ситуації напруги та невідомості такий матеріал міг стати спусковим механізмом для поширення паніки.

Від середини березня кількість матеріалів, присвячених пандемії, у виданні зростає – в середньому чотири на кожен випуск. Ідеться здебільшого про поступову зміну життя людей у світі: «У Польщі коронавірус. Це головна новина, що її обговорюють в усій країні вже другий тиждень. Обговорюють у месенджерах і по скайп-зв'язку, адже міністерство здоров'я наполегливо просить поляків залишатися вдома, а у Фейсбуці вже поширюється хештег #siedzimywdomu. Більше того – влада міст Познань, Торунь і Бидгощ впровадила спеціальну послугу для людей похилого віку (за 60 років), які можуть зателефонувати на спеціально виділений номер телефону і замовити їжу, ліки та інші товари першої необхідності, які їм доставить волонтер. Напевно, найближчими днями таку послугу впровадять і в інших містах» (ZN,UA, 17.03.2020; <http://surl.li/aspbk>).

У квітні кількість матеріалів, присвячених темі пандемії у «Дзеркалі тижня» зростає в середньому до семи у кожному випуску. Настрої матеріалів змінюються з нейтральних на негативні, сповнені невтішних передбачень: «Пандемія COVID-19 продовжує свою руйнівну ходу по планеті. Нинішнім лідером за кількістю захворювань стали США. Причина, звісно ж, у широкому охопленні тестуванням і точності діагнозів. Особливо напружена ситуація склалась у Нью-Йорку. Тим часом держави, які вже зробили криву інфікування плоскою, – Гонконг, Японія, Сінгапур – зіштовхнулися з новою хвилею заражень. Очевидно, не останньою. Схоже, що вірус прийшов усерйоз і надовго та загрожує стати хронічним» (ZN,UA, 30.03.2020; <http://surl.li/aspbp>).

У травні в «Дзеркалі тижня» писали переважно про наслідки карантинних обмежень для України та світу, а кількість тематичних матеріалів у кожному випуску зменшилася в середньому до п'яти-шести.

Отже, в «Дзеркалі тижня» в перші три місяці пандемії були наявні інформаційні викиди, які могли викликати паніку серед населення. У них відображено не офіційні факти чи статистику, а суб'єктивне ставлення самих журналістів до ситуації та висловлено власні страхи щодо ситуації і її можливих наслідків.

У виданні «Кореспондент.net» перші об'ємні матеріали, присвячені коронавірусу, почали з'являтися у випусках із 13.03.2020: «COVID-19 прийшов до України. Поки що у вигляді «імпортованого» хворого, але практично неминучою є поява хворих, які підчепили заразу вже на території країни. І все це на тлі істерики, що розкручується. Ми розуміємо, наскільки це серйозно. Спойлер: так, все досить серйозно, але приводів для істерики немає, якщо ми, звичайно, хочемо зберегти здоров'я, гроші та психіку» («Кореспондент.net», 13.03.2020; <http://surl.li/asuno>). Це в середньому до п'яти матеріалів у кожному випуску.

На сайті «Кореспондент.net» не представлено архівних видань за квітень 2020, тому не можемо говорити про тенденції у висвітленні пандемії за цей період.

У травні головними темами видання стали вихід із карантину та подальші наслідки коронавірусу для звичайних громадян: «Люди, які думають про майбутнє, розділилися приблизно на три табори: ті, кому все пофігу; ті, хто бачить нову реальність і намагається пристосувати її до себе та своїх планів; ті, хто до нудоти зляканий. Зрозуміло, є півтони між тими трьома крайнощами. Але саме навколо цих трьох життєвих позицій все крутитиметься у найближчий рік. І щодо роботи, і щодо бізнесу, і в особистому житті, і у відпочинку-хобі-фітнесі. Завантажуємо нову матрицю?»; «Жорсткий етап карантину закінчився – починається м'який. Не те щоб українці фанатично сиділи вдома, але за два місяці жорсткої фази

дуже багато хто втратив доходи, а хтось і роботу. Та й після карантину все буде не так просто. Втім, багато залежатиме від того, як швидко економіка виходити з непритомності»; «Коли пандемія прийшла до України, це стало найсильнішим із викликів для нашої системи охорони здоров'я. Виклик, який мав перевірити її на міцність. Виклик, який чиновники прийняли з тріумфуванням на телеекранах і програли в житті» («Кореспондент.net», 28.05.2020;<http://surl.li/aspbu>).

Кількість матеріалів про коронавірус у цей час зросла до шести-семи у кожному виданні, що засвідчує динаміку у висвітленні проблеми.

Загалом, видання «Кореспондент.net» обмежилося фактами і думками експертів, не заражаючи інформаційний простір необ'єктивними судженнями і текстами, що навіюють паніку. Кожен матеріал, присвячений коронавірусу, тверезо оцінює ситуацію та подає кілька поглядів, завдяки чому читач може скласти об'ємну картину і самостійно обрати, якої точки зору дотримуватися.

Розглянемо також видання «Газета по-українськи».

Так само як і в проаналізованих раніше виданнях, інформація про коронавірус почала з'являтися переважно з 12 березня. Газета публікувала переважно новини про випадки нових заражень, без оціночних суджень, просто сухі факти: «Роналду опинився в ізоляції через коронавірус»; «В Україні сталися два нові випадки зараження на коронавірус»; «Коронавірус виявили у чиновника, який контактував із Трампом»; «Трюдо з дружиною пішли на самоізоляцію» (Gazeta.ua, 12.03.2020; <http://surl.li/aspcb>).

Помітно, що видання уникало оціночних суджень і спиралося на думки експертів: «У світі та в Україні зокрема заговорили про все більшу ймовірність глобальної фінансової кризи. Вона може стати наслідком швидкого поширення коронавірусу. Експерти радять українцям не витратити кошти, а акумулювати заощадження» (Gazeta.ua, 12.03.2020; <http://surl.li/aspcd>).

Загалом у березні динаміка висвітлення інформації про коронавірус в «Газеті по-українськи» поступово зростала: від двох до семи-дев'яти матеріалів у кожному випуску.

У кожному матеріалі журналісти посилаються на мовлення посадових осіб, уникаючи власних оціночних суджень. Однак відсутнє різностороннє висвітлення проблеми, зазвичай це просто суха констатація фактів: «Міністр охорони здоров'я Ілля Ємець 16 березня підпише наказ, який зобов'язуватиме медичні заклади переносити планові операції. Таким чином лікарні хочуть підготувати до надання допомоги людям, у яких можуть виявити коронавірус, повідомив головний санітарний лікар України Віктор Ляшко, пише Громадське. За його словами, операції переноситимуть на пізніший термін, «щоб ми звільняли заклади охорони здоров'я і були готові для надання якісної ефективної медичної допомоги, яку будуть потребувати українці» (Gazeta.ua, 15.03.2020; <http://surl.li/aspcg>).

У квітні видання все більше матеріалів присвячує коронавірусу – більше десяти у кожному випуску. Тематика – різноманітна, від способів заробітку на карантині до статистики померлих: «В чому переваги стосунків на карантині»; «Шмигаль повідомив, як Україна буде виходити з карантину»; «У Києві не буде комендантської години»; «Де можна заробити під час карантину»; «Від коронавірусу помер лікар»; «В області сталась перша смерть від коронавірусу»; «На Буковині померли дві людини з коронавірусом» (Gazeta.ua, 10.04.2020; <http://surl.li/aspcj>).

Головні теми травневих випусків «Газети по-українськи» – наслідки тривалого карантину, подальші прогнози щодо захворюваності і карантинних обмежень тощо: «ВООЗ попереджає про другу хвилю коронавірусу»; «Коронавірус в Україні: повідомили про вражаючі збитки харківського метрополітену»; «В Івано-Франківському онкоцентрі зафіксували спалах коронавірусу»; «У Чехії зняли більшість карантинних обмежень» (Gazeta.ua, 25.05.2020; <http://surl.li/aspdt>).



Загалом, у травневих номерах газети середня кількість публікацій, присвячених досліджуваній темі в одному випуску – чотири-п'ять, що у два рази менше, аніж у попередньому місяці.

Отже, перші три місяці пандемії в українських ЗМІ відбилися майже однаково: 12 березня 2020 року стало відправною точкою збільшення кількості публікацій щодо коронавірусної інфекції в різних аспектах:

- медичному – відображення особливостей перебігу хвороби, груп ризику, наслідків та ускладнень захворювання тощо;
- соціальному – вплив коронавірусу на повсякденне життя і діяльність людей, труднощі, з якими стикнулися різні групи населення тощо.

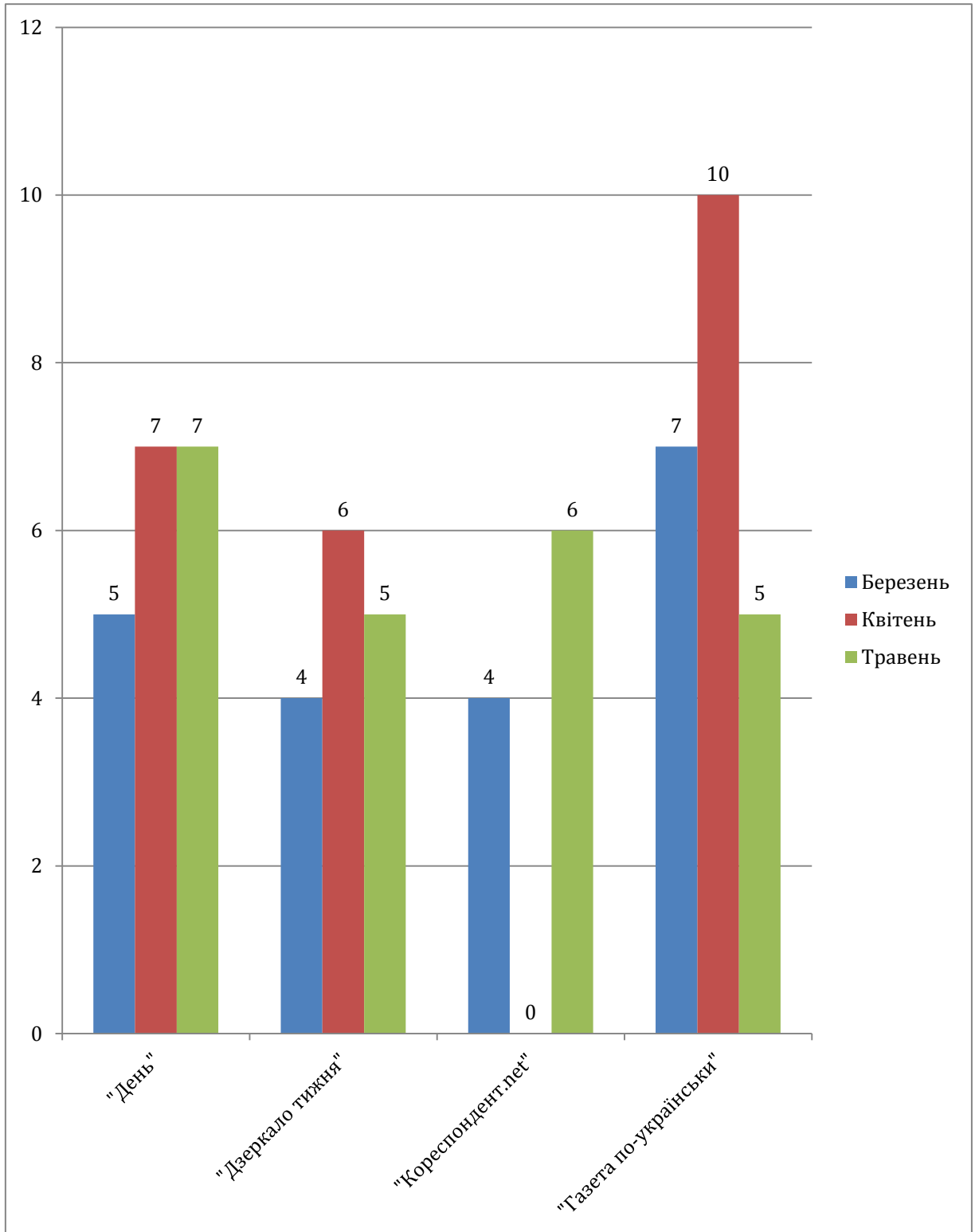
Часто інформація подавалася у негативному плані, що могло викликати паніку серед населення і, відповідно, необдумані дії деяких людей, особливо серед людей похилого віку.

У квітні найбільше писали про карантинні обмеження – фактичний стан та подальші прогнози, поради щодо того, як провести карантин і захистити своє здоров'я тощо, а також зосереджували увагу – на економічному аспекті – вплив вірусу на туризм, бізнес, заробітні плати, рівень життя населення загалом тощо.

Настрої переважали негативні, адже став зрозумілим весь негативний вплив хвороби на всі сфери життя, що в березні ще було не так сильно помітним.

У травні почали розглядати наслідки двох місяців карантину для усіх галузей життя, почали говорити про повернення до нормального життя, відкриття кордонів тощо, з'явилися позитивні тенденції у висвітленні інформації – про успішне лікування хвороби, про зниження захворюваності тощо.

Усе це відображено у таблицях нижче.



*Малюнок 2.1. Середня кількість публікацій, присвячених коронавірусу, у кожному випуску видань за перші 3 місяці пандемії*

Таблиця 2.1. Порівняння публікацій, присвячених коронавірусу у кожному випуску видань у перші 3 місяці пандемії

Назва ЗМІ	Загальний настрій публікацій	Наявність недостовірної, суб'єктивної інформації, що може викликати паніку серед населення	Повнота висвітлення інформації
<b>Березень 2020</b>			
«День»	Нейтральний	Інформація суто об'єктивна, без оціночних суджень	Інформація висвітлена досить повно, із залученням різних точок зору
«Дзеркало тижня»	Емоційно насичений у негативному плані	У деяких матеріалах відсутнє посилання на думки експертів, подано суб'єктивні оціночні судження і припущення	Деякі матеріали висвітлюють інформацію неповно, без посилання на факти, статистику і джерела
«Кореспондент.net»	Здебільшого позитивний	Інформація достовірна, із посиланнями на факти та думки експертів	Висловлені різні точки зору, часто протилежні, завдяки чому складається об'ємна картинка подій
«Газета по-українськи»	Нейтральний, без емоційної	Інформація достовірна, із посиланнями на факти	Інформація подається

	оцінки	та думки експертів	однобічно, як суха констатація фактів
<b>Квітень 2020</b>			
«День»	Негативний	Інформація суто об'єктивна, без оціночних суджень	Інформація висвітлена повно, об'єм матеріалів більшає
«Дзеркало тижня»	Негативний	Є суб'єктивна інформація, з виразними негативними оцінками	Інформація висвітлена повно, об'єм матеріалів більшає
«Кореспондент.net»	Негативний	Є суб'єктивна інформація, з виразними негативними оцінками	Інформація висвітлена повно, об'єм матеріалів більшає
«Газета по-українськи»	Нейтральний	Суха, об'єктивна інформація	Інформація висвітлена неповно, матеріали невеликі
<b>Травень 2020</b>			
«День»	Нейтрально-позитивний	Інформація суто об'єктивна, без оціночних суджень	Інформація висвітлена повно, об'єм матеріалів меншає
«Дзеркало тижня»	Здебільшого позитивний	Є суб'єктивна інформація, з позитивними та негативними оцінками	Інформація висвітлена повно, об'єм матеріалів меншає
«Кореспондент.net»	Здебільшого	Інформація	Інформація висвітлена

	позитивний	об'єктивна, без оціночних суджень	повно, об'єм матеріалів меншає
«Газета по-українськи»	Нейтральний	Суха, об'єктивна інформація	Інформація висвітлена неповно, матеріали невеликі

Отже, проведений аналіз українських ЗМІ показує, що важливим є інформаційний факт зараження коронавірусом та його наслідок: панічна атака людства. Цю атаку можна сміливо відносити до штучно створеної засобами масової інформації та Інтернетом людьми, які по-різному тлумачили цей факт. Наш аналіз інформаційних потоків ЗМІ виявив такі тенденції у перші три місяці пандемії: по-перше, численні повідомлення про кількість заражених людей коронавірусом у світі, окремих містах України, розміщених повсюдно; по-друге, чимало суперечливих повідомлень представників медичних та немедичних професій щодо того, що люди повинні чи не повинні робити (виходити чи сидіти вдома, шукати чи не звертатися за медичною допомогою, носити чи не носити маски для обличчя тощо). Така тенденція спостерігалася в Україні на початку березня. Протягом третього місяця пандемії населення України розколалося: в той час, як деякі люди охоплені панікою, інші заперечували небезпеку коронавірусу.

Повідомлення важливої медичної інформації під час пандемій заразних хвороб має вирішальне значення для інформування та освіти громадськості. Особливо важливим для зусиль громадського здоров'я щодо боротьби зі спалахом та запобігання додатковим випадкам є спілкування на початкових стадіях епідемії, коли хвороба проникає в населення і починає поширюватися. На початкових етапах існували певні проблеми, оскільки багато інформації про збудника (тобто інкубаційний період, шляхи передачі) та захворювання (підходи до лікування, ступінь тяжкості) можуть бути невідомими, як це було у випадку з COVID-19, спричиненим новим

коронавірусом. Оскільки у міру розгортання пандемії знання зростають, передбачається, що суб'єкти охорони здоров'я надаватимуть громадськості додаткову інформацію та виправлятимуть інформацію, яка раніше поширювалась.

Початкове повідомлення від посадових осіб охорони здоров'я під час спалаху нової інфекційної хвороби повинно визнати невизначеність, пов'язану з нововиявленим агентом, і підготувати громадськість до ситуацій, у яких буде надходити додаткова інформація або інструкції можуть змінитися з плином часу. Режими спілкування, включаючи залежність від новин та соціальних медіа під час швидкоплинної пандемії, повинні бути спритними, гнучкими та ефективними, щоб цього досягти.

## **2.2. Тема боротьби з COVID-19: липень–вересень 2021 року**

Тепер простежимо ситуацію висвітлення проблеми коронавірусу у період липня–вересня 2021 року. Для аналізу взято ті ж мас-медіа, що досліджувались у попередньому розділі. Це дозволить простежити зміни у висвітленні інформації.

Дослідження газети «День» за липень 2021 року показує, що тема коронавірусу зійшла з перших шпальт, змінившись іншими: «Про що насправді стаття Путіна?»; «Мільярд дерев – це ще не ліс»; «На відкуп забудовника»; «1229 угод за перші три тижні Ринку землі»; «На межі 'великої угоди'»; «Почути солдата»; «За 'мюнхенським' сценарієм»; «Ми свій ліс не віддамо»; «(Не)відоме Запоріжжя»; «Чому шкільна історія в глухому куті?».

Аналіз липневих випусків показує, що у багатьох із них взагалі відсутня згадка про коронавірус, карантин чи вакцинацію, натомість висвітлюються інші теми.

Серпневі випуски також практично не зачіпають тему коронавірусу, натомість висвітлюються такі теми: «Несподівана опіка»; «Смарагдовий стимул»; «Коли пішов Учитель...»; «Чи безпечна для тварин Україна»; «Ядерний Крим»; «Забутий пантеон Скоропадських»; «Передчуття місця і простору»; «Український хід»; «Тернистий шлях», «Поставити Росію на місце»; «Наш фронт»; «Паспортизація окупації»; «У них великі серця» («День»; <http://surl.li/aspeq>).

Лише один випуск за місяць підіймає проблему коронавірусу, зосереджуючись на питаннях вакцинації: «Кількість інфікованих на COVID-19 знову починає зростати. 7 серпня показник захворюваності перевалив за тисячу випадків, а це свідчить про те, що країна впритул наближається до четвертої хвилі спалаху цієї хвороби, відзначає головна інфекціоністка Вінниччини, завідувачка кафедри інфекційних хвороб Вінницького національного медичного університету ім. Пирогова Лариса Мороз. Вона добре відома тим, що є однією з авторів першого в Україні протоколу лікування COVID-19 і веде найважчих ковідних хворих із атиповими пневмоніями. Лікарка пояснює, що зростання кількості випадків нових інфікувань пов'язане з багатьма чинниками: відпустками, масовими скупченнями в громадських місцях, нехтуванням маскового режиму і пізньою активізацією процесу вакцинації» («День» 10.08.2021; <http://surl.li/aspes>). Тема вакцинації відтворена як нагальна на сьогодні, про яку неможливо мовчати.

Окрім того, деякі серпневі випуски оцінили збитки від тривалих карантинних обмежень: «Втрати емоційні, моральні, фінансові, втрати відпочинку і можливостей – про це говорили українці в дослідженні, організованому в межах волонтерського проєкту «Онлайн-коло» (збір якісних даних при роботі з втратами під час пандемії) та на платформі Google Forms, одним із організаторів якого є кандидатка психологічних наук, старша наукова співробітниця лабораторії соціальної психології особистості Інституту соціальної і політичної психології НАПН України Катерина

Мирончак. На запитання «Яка сфера життя найбільше відчула на собі пережиту вами втрату (яка сфера життя є вразливою)?», більшість респондентів відповіла, що сфера емоційна» («День», 20.08.2021; <http://surl.li/aspew>).

Загалом аналіз кількості публікацій показує значне зменшення інтересу журналістів до теми коронавірусу – три-чотири публікації на місяць.

У вересневому випуску газети «День» на перших шпальтах також здебільшого обговорювали інші теми, не пов'язані з коронавірусом: «Правда має бути почутою»; «Після канікул»; «Небезпечна гра з вектором»; «Ефект дня»; «Вбивці з північного сходу»; «Братський зашморг»; «Час 'Ч' вже настав»; «Усі дороги ведуть до Львова»; «Кремль повинен відповісти»; «Без кордонів і... гальм»; «Кому 'привіт'?»; «Війна навчань»; «Платити зарплату більше нічим» («День»; <http://surl.li/aspfb>).

У темах про коронавірус ідеться здебільшого про прогнози захворювання на осінь та зиму: «Лікарі очікують пік захворюваності у жовтні-листопаді. На відміну від минулого року у новому сезоні в Україні очікується циркуляція чотирьох штамів грипу та COVID-19. За даними МОЗ, сьогодні в Україні спостерігається підвищена захворюваність на грип та ГРВІ. Так, за минулий тиждень на ГРВІ захворіло близько 182 тис. українців. Зростання – дуже стрімке: це на 50% більше, ніж тижнем раніше. До того ж на 60% зросла захворюваність на коронавірус» («День», 23.09.2021; <http://surl.li/aspfd>).

Тему коронавірусу «День» підіймає лише кілька разів на місяць. Це засвідчує згасання інтересу до проблеми та висвітлення лише нових відомостей і фактів, а також подальших прогнозів, пов'язаних із нею.

Загалом, у матеріалах про коронавірус присутні думки різних експертів, факти подаються послідовно та логічно, завдяки чому складається цілісна картина подій.

У газеті «Дзеркало тижня» також спостерігається згасання інтересу до теми коронавірусу в аналізований період.



Так, протягом липня–серпня у виданні здебільшого висвітлювалися інші теми – пов’язані з погодою, економікою, культурою тощо: «Цьогорічний липень став найспекотнішим місяцем за всю історію спостережень. Але радити немає чому. Це свідчить про серйозні кліматичні зміни, наслідки яких можуть бути руйнівними» (ZN,UA, 14.08.2021; <http://surl.li/aspfe>); «Показники промвиробництва впали в Україні до максимальних значень. За рік показники зросли на 1,8% попри низьку базу порівняння» (ZN,UA, 25.08.2021; <http://surl.li/aspfh>); «Держстат з’ясував, в яких регіонах України найбільші зарплати. Найнижчі виплати в Кіровоградській області» (ZN,UA, 31.08.2021; <http://surl.li/aspfk>).

Важливою також була тема подорожей українців у контексті коронавірусу та вакцинації: «Є кілька країн, які точно дозволяють в’їзд громадянам України. Для перетину кордону там не вимагають ні ПЛР-тесту, ні сертифікату про вакцинацію. Проте таких держав мало. Йдеться про Північну Македонію, Албанію та Чорногорію. Для подорожей в Ісландію, Марокко, Алжир, Францію, Німеччину, Нідерланди, Австрію, Словаччину, Хорватію, Сербію, Боснію та Герцоговину, Естонію, Латвію, Литву, Угорщину, Румунію, Болгарію, Грецію, Туреччину, Сирію, Ірак, Ліван, Саудівську Аравію, Єгипет, Йорданію, Туніс та Португалію українці все ж повинні дотримуватися певних правил. В’їзд для наших громадян туди дозволяється лише за умови наявності негативного ПЛР-тесту чи сертифікату про вакцинування» (ZN,UA, 15.07.2021; <http://surl.li/aspft>).

Безпосередньо тема коронавірусу стосувалася переважно актуальних питань нових штамів та вакцинації: «Медичні фахівці з агентства Суспільної охорони здоров’я Англії (PHE) заявили про виявлення нової мутації коронавірусної інфекції. Назви штаму поки не придумали, а лише привласнили номер B.1.621, повідомляє The Mirror з посиланням на PHE. Штам виявили у 16 громадян Сполученого Королівства. Більшість випадків зараження пов’язані з поїздками за кордон. Поки у фахівців немає даних, що цей варіант викликає більш важкий перебіг захворювання або знижує

ефективність вакцини. Медики проводять лабораторні випробування» (ZN,UA, 24.07.2021; <http://surl.li/aspfy>); «У першу чергу рекомендується дотримуватися традиційних схем вакцинації, тобто вводити дві дози однієї вакцини. Зробити вакцинацію іншою вакциною, тобто не тією котру ви робили першою, можна лише у виняткових випадках» (ZN,UA, 23.07.2021; <http://surl.li/aspge>).

Із вересня кількість матеріалів, присвячених темі коронавірусу, зростає. Наприклад, у матеріалі «Повністю вакциновані люди вдвічі рідше хворіють затяжним COVID-19 – дослідження» (ZN,UA, 02.09.2021; <http://surl.li/asudv>) ідеться про ефективність вакцини від коронавірусу. Зокрема вказується, що «Повністю вакциновані люди вдвічі рідше хворіють затяжним COVID-19 – дослідження». Люди, які зробили лише одне щеплення, більш схильні до ризику захворіти на COVID-19». У матеріалі «Штам коронавірусу "Дельта" небезпечний для дітей – дослідження. Перебіг хвороби може бути у важкій формі» (ZN,UA, 08.09.2021; <http://surl.li/asudy>), зокрема, говориться: «Звичайно зараження коронавірусом призводить до легкої форми захворювання у дітей і підлітків, ніж у дорослих, але важка форма може виникати у дітей і підлітків при зараженні "Дельта" варіантом, а також може вимагати госпіталізації та підтримки відділення інтенсивної терапії. Статистика показує, що невакциновані підлітки потрапляють на лікарняне ліжко значно частіше тих, хто отримав щеплення від коронавірусу».

У матеріалі «Захворюваність на коронавірус в Україні зростає: минулої доби виявили понад шість тисяч випадків хвороби» наявні тривожні нотки, що були характерні для висвітлення ситуації на початку пандемії: «Станом на 17 вересня в країні 6 624 нових випадки COVID-19. Про це повідомили в Telegram-каналі Міністерства охорони здоров'я. Також за минулу добу 1 568 осіб госпіталізували, 1 914 осіб одужало, 99 – померли від ускладнень.... В Україні з 20 вересня змінюються правила карантину. Наразі країна перебуває у «зеленій» карантинній зоні, але вже через тиждень її можуть перевести у

«жовту зону» через швидкі темпи зростання захворюваності на коронавірус» (ZN,UA, 17.09.2021; <http://surl.li/asuej>).

Отже, головними темами останніх трьох місяців пандемії у виданні «Дзеркало тижня» є вакцинація та прогнози щодо поширення коронавірусу і його штамів та можливого карантину восени і взимку.

Загалом, висвітлення інформації опирається на факти та думки спеціалістів, а їхній емоційний фон – здебільшого нейтральний.

Видання «Кореспондент.net» за останні три місяці пандемії активніше висвітлювало проблеми коронавірусу, аніж інші ЗМІ. Ось, наприклад, уривок матеріалу «В Україні чотири дні триває приріст COVID-19 (23.07.2021; <http://surl.li/asuen>). Найбільша кількість нових випадків зараження зареєстрована у Києві, Донецькій та Харківській областях. Напередодні повідомлялося, що у Києві вперше виявили випадки штаму Дельта. В Олександрівській лікарні первинним тестуванням виявлено шість випадків цього штаму. Пізніше стало відомо, що інфіковані приїхали до Києва із Росії. Стан людей середнього та важкого ступеня тяжкості. Їм від 21 до 73 років».

Чимало уваги видання приділяло саме статистиці нових хворих: «В Україні понад 400 нових випадків COVID за добу. Одужали за добу майже 250 українців, при цьому госпіталізували понад 430 пацієнтів із коронавірусом» («Кореспондент.net», 16.08.2021; <http://surl.li/asuer>); «В Україні більше 1,5 тисячі нових випадків COVID-19. Одужали від коронавірусу за добу майже 900 українців. При цьому до лікарень потрапило понад 600 осіб» («Кореспондент.net», 19.08.2021; <http://surl.li/asuer>); «В Україні різко знизився приріст COVID-19 («Кореспондент.net», 30.08.2021; <http://surl.li/asuet>). Найбільша кількість нових випадків зараження зареєстрована у Києві, Чернівецькій та Дніпропетровській областях. В Україні минулої доби виявили 749 нових випадків зараження коронавірусом COVID-19. Це майже втричі менше вчорашнього показника, повідомило МОЗ у понеділок, 30 серпня».

У вересні інтерес до теми коронавірусу у виданні «Кореспондент.net» зріс ще більше, зокрема почали писати про вакцинацію, прогнози щодо можливого карантину восени та взимку, а також досягнення у боротьбі із пандемією: «США будуть вакцинувати від коронавірусу дітей починаючи з п'яти років. Схвалення імунізації серед дітей вікової категорії з 5 до 11 років може бути вже в кінці жовтня поточного року» (11.09.2021; <http://surl.li/asuew>); «Розкрито секрет несприйнятливості до COVID-19 («Кореспондент.net», 29.09.2021; <http://surl.li/asuez>). Мутація в гені OAS1 допомагає краще "шукати" вірус, який вторгається, і вчасно "бити на сполох". Частина населення Землі завдяки мутаціям у гені OAS1 є менш піддатливою до зараження коронавірусом або є повністю захищеною від нього. Матеріал про відкриття вчених із Центру вірусних досліджень MRC-Університету Глазго опублікували в журналі Science, пише ITV».

Загалом висвітлення питань, пов'язаних із коронавірусом та вакцинацією, відбувається безоціночно, із посиланням на факти та думки експертів. У цьому плані видання стало більш професійним порівняно із початком пандемії.

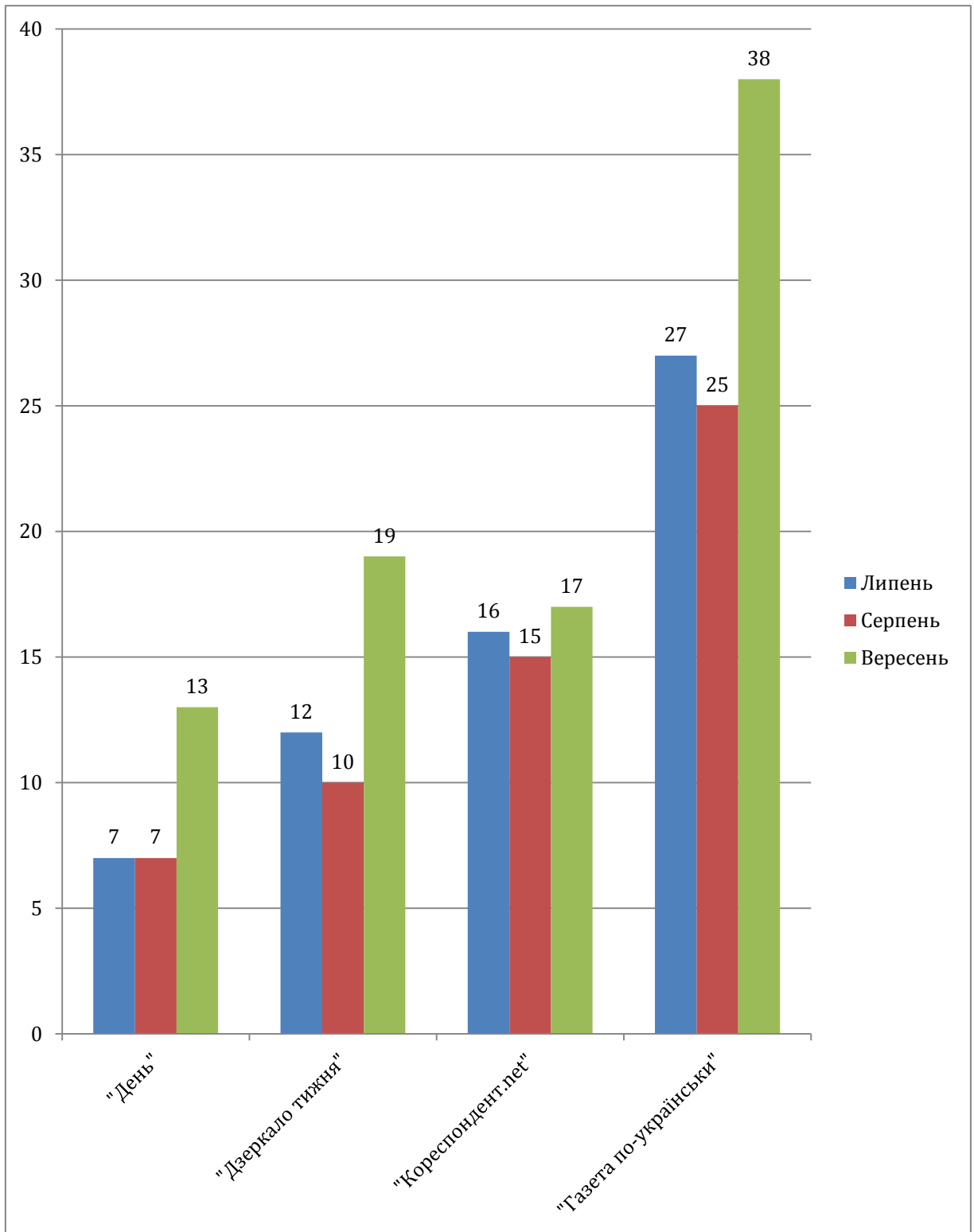
«Газета по-українськи» в останні три місяці пандемії також значно зменшила кількість публікацій, пов'язаних із темою коронавірусу, адже навіть не кожен випуск зачіпає ці питання. Газета висвітлює, як і раніше, новини, пов'язані з пандемією, до яких додалася ще тема вакцини та подальших прогнозів щодо пандемії в Україні та світі: «Назвали термін збереження симптомів після коронавірусу» (Gazeta.UA, 10.07.2021; <http://surl.li/asufa>); «Маски з українцями надовго – головний санлікар засмутив прогнозом» (Gazeta.UA, 10.08.2021; <http://surl.li/asufd>); «Штам Delta накриє Україну. Назвали терміни» (Gazeta.UA, 10.07.2021; <http://surl.li/asufg>); «Україна розробляє вакцину проти Covid-19 – подробиці» (Gazeta.UA, 10.07.2021; <http://surl.li/asufh>); «Секс і коронавірус: як хвороба впливає на інтим» (Gazeta.UA, 15.07.2021; <http://surl.li/asufk>); «Вакцини зберігатимуть по-новому» (Gazeta.UA, 15.07.2021; <http://surl.li/asufm>); «ЄС передасть

Україні 3 млн вакцин від коронавірусу» (Gazeta.UA, 15.07.2021; <http://surl.li/asugk>); «Пункти вакцинації можуть відкрити в аптеках» (Gazeta.UA, 15.07.2021; <http://surl.li/asugl>); «В МОЗ розповіли, коли очікувати нову хвилю захворюваності на Covid-19» (Gazeta.UA, 16.08.2021; <http://surl.li/asugn>); «Вакцинованим українцям пообіцяли безкоштовні квитки на концерт» (Gazeta.UA, 16.08.2021; <http://surl.li/asugo>).

Із вересня, як і в інших проаналізованих виданнях, тематика коронавірусу розширюється та набирає обертів. В «Газеті по-українськи» висвітлюють переважно останні новини, сплески захворювань та тенденції у вакцинації: «Разумков вдруге захворів на коронавірус» (Gazeta.UA, 10.09.2021; <http://surl.li/asugv>); «Учителів починають вакцинувати у школах» (Gazeta.UA, 10.09.2021; <http://surl.li/asugw>); «Київське метро запроваджує карантинні обмеження» (Gazeta.UA, 10.09.2021; <http://surl.li/asuhg>); «Підприємець "заробив" мільйони на підроблених Covid-сертифікатах» (Gazeta.UA, 10.09.2021; <http://surl.li/asuhj>); «Японія пожертвує іншим країнам 60 мільйонів доз Covid-вакцин» (Gazeta.UA, 25.09.2021; <http://surl.li/asuhl>); «США почали кампанію з додаткової Covid-вакцинації» (Gazeta.UA, 25.09.2021; <http://surl.li/asuho>); «У США вперше виявили хворого Covid-19 тхора» (Gazeta.UA, 25.09.2021; <http://surl.li/asuhp>).

Загалом, як і раніше, при висвітленні проблеми коронавірусу «Газета по-українськи» уникає інформаційних викидів із негативним забарвленням, орієнтуючись виключно на перевірені факти, статистичні дані та думки спеціалістів. Як і раніше, порівняно з іншими проаналізованими виданнями, газета публікує найбільшу кількість матеріалів, пов'язаних із пандемією.

Підсумки проведеного аналізу відображені нижче.



Малюнок 2.2. Кількість місячних публікацій, присвячених коронавірусу в останні 3 місяці пандемії

Таблиця 2.2. Порівняння публікацій, присвячених коронавірусу у кожному випуску видань в останні 3 місяці пандемії

Назва ЗМІ	Загальний настрій публікацій	Наявність недостовірної, суб'єктивної інформації, що може викликати паніку серед населення	Повнота висвітлення інформації
<b>Липень 2021</b>			
«День»	Нейтральний	Інформація об'єктивна, оціночних суджень	суто без висвітлена досить повно, тема коронавірусу підіймається рідко
«Дзеркало тижня»	Нейтральний	Інформація об'єктивна, оціночних суджень	суто без висвітлена досить повно, тема коронавірусу підіймається рідко
«Кореспондент.net»	Нейтральний	Інформація достовірна, із посиланнями на факти та думки експертів	Інформація висвітлена досить повно, тема коронавірусу підіймається рідко
«Газета по-українськи»	Нейтральний, без емоційної оцінки	Інформація достовірна, із посиланнями на факти та думки експертів	Інформація подається однобічно, як суха констатація фактів

<b>Серпень 2021</b>				
«День»	Нейтральний	Інформація об'єктивна, оціночних суджень	суто без	Інформація висвітлена досить повно, тема коронавірусу підіймається рідко
«Дзеркало тижня»	Нейтральний	Є інформація, з виразними негативними оцінками	суб'єктивна	Інформація висвітлена досить повно, тема коронавірусу підіймається рідко
«Кореспонд ент.net»	Нейтральний	Є інформація, з виразними негативними оцінками	суб'єктивна	Інформація висвітлена об'єм матеріалів більшає
«Газета по- українськи»	Нейтральний	Суха, інформація	об'єктивна	Інформація висвітлена хоча матеріали невеликі
<b>Вересень 2021</b>				
«День»	Нейтральний	Інформація об'єктивна, оціночних суджень	суто без	Інформація висвітлена об'єм і кількість матеріалів більшає
«Дзеркало тижня»	Нейтральний	Є інформація, позитивними негативними оцінками	суб'єктивна з та	Інформація висвітлена об'єм і кількість матеріалів більшає
«Кореспонд ент.net»	Нейтральний	Інформація	об'єктивна,	Інформація



		без оціночних суджень	висвітлена повно, кількість матеріалів більшає
«Газета по-українськи»	Нейтральний	Суха, об'єктивна інформація	Інформація висвітлена повно, матеріали невеликі

Отже, в останні 3 місяці пандемії спостерігається спочатку згасання інтересу до проблеми коронавірусу (липень-серпень) та висвітлення інших тем, пов'язаних з туризмом, культурою, відпочинком тощо. З вересня, зі зростанням чисельності хворих, інтерес до теми посилюється, тематичних матеріалів стає більше і вони стають ширшими за обсягом.

Головна зміна у висвітленні теми коронавірусу протягом останніх трьох місяців, порівняно із першими трьома місяцями полягає у тому, що додалася нова тема – вакцинація, яка супроводжує практично всю іншу інформацію, пов'язану з пандемією.

ЗМІ висвітлюють кількість вакцинованих, розробку нових вакцин, позитивні наслідки вакцинації для населення тощо. Актуальним також є висвітлення подальших прогнозів щодо поширення хвороби, нових штамів коронавірусу, а також прогнозів щодо можливих карантинних обмежень восени та взимку 2021 року.

Помітно, що значно зменшилася суб'єктивність при викладі інформації, журналісти почали працювати більш професійно, уникали оціночних суджень, які можуть створювати негативні настрої та паніку серед читачів, посилатися на перевірені факти, статистичні дані, а також опиратися на думки експертів. Газета «День» залишається тим виданням, яке при висвітленні інформації опирається на різні джерела та думки експертів, завдяки чому читач може самостійно дійти певних висновків щодо поточної ситуації та зробити власні прогнози на майбутнє.

Різниця між висвітленням проблеми коронавірусу в українських ЗМІ на початку карантину та зараз показана у таблиці нижче.

*Таблиця 2.3. Різниця між висвітленням проблеми коронавірусу в українських ЗМІ у перші три місяці та в останні три місяці пандемії*

<b>березень-квітень-травень 2020 року</b>	<b>липень-серпень-вересень 2021 року</b>
<p><b>головні теми:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- медичний опис коронавірусу, його походження, вплив на організм людини, способи уникнення зараження</li> <li>- карантин та його вплив на життя людей</li> <li>- наслідки тривалого карантину для різних сфер життя</li> <li>- подальші прогнози щодо виходу із карантину</li> </ul>	<p><b>головні теми:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- вакцинація як спосіб побороти корона вірусну інфекцію та повернутися до нормального життя без карантину</li> <li>- нові штами коронавірусу та їх вплив на здоров'я людини</li> <li>- прогнози щодо карантину на осінь-зиму 2021</li> </ul>
<p><b>особливості висвітлення:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- щоденна публікація великої кількості матеріалів, новин, думок експертів, які часто є протилежними, через що створювалася ситуація непорозуміння у свідомості читача</li> <li>- присутність емоційного, суб'єктивного компонента щодо зображуваних явищ, часто негативного, навіть випадки прямого залякування, що могло викликати паніку у читача</li> </ul>	<p><b>особливості висвітлення:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- інформація щодо коронавірусу публікується помірно, не перенавантажує інформаційне поле та свідомість читачів. Рівномірно висвітлюються також інші теми та проблеми</li> <li>- відсутність емоційного, суб'єктивного компонента щодо зображуваних явищ. Інформація подається спокійно, чітко, із використанням перевірених фактів і</li> </ul>

	думок експертів. Відсутні розбіжності у зображуваних думках, наявна єдина стратегія щодо виходу із ситуації – вакцинація
--	--

Як бачимо, тенденції висвітлення теми пандемії у ЗМІ з плином часу дещо змінилися.

### 2.3. Висвітлення питань, пов'язаних із COVID-19, як журналістська проблема

Пандемія коронавірусу в мас-медійному плані – це перший випадок, коли поширення вірусу на все нові території висвітлюється світовими ЗМІ в режимі «нон-стоп». Так, ЗМІ практично всього світу щодня публікують велику кількість матеріалів, присвячених цій темі. Коронавірус буквально підпорядкував собі всі сфери діяльності, спосіб життя і засоби масової інформації: телебачення, радіо, пресу, Інтернет.

У той же час, як указувалося в попередніх розділах, не вся інформація, наявна в ЗМІ, є об'єктивною та достовірною.

Для визначення складу лексико-семантичного поля концепту COVID-19 у сучасних ЗМІ здійснено вибірку лексичних елементів та проаналізовано їх семантику.

Варто відзначити, що в сучасних ЗМІ активно вживається слово COVID-19 та його спільнокореневі слова, такі як *коронавірус*, *коронавірусна інфекція*, *вірусна пневмонія*, *вірус*, *хвороба*, *пандемія*, *епідемія*. Наприклад:

- У Польщі **коронавірус**. Це головна новина, що її обговорюють в усій країні вже другий тиждень» («Безлюдні вулиці, гроші ЄС і хворий міністр: як Польща бореться з коронавірусом», ZN,UA, 17.03.2020; <http://surl.li/aspbk>).

- «Пандемія **COVID-19** продовжує свою руйнівну ходу по планеті» («Про що мовчить панголін», ZN,UA, 30.03.2020; <http://surl.li/aspbp>)

- «**Вірусна пневмонія**: таємничий спалах **хвороби** у Китаї» (BBC News, 03.01.2020; <http://surl.li/asove>).

- «Першого-ліпшого моменту крива **епідемії** може продемонструвати різкий стрибок. Україну очікують ті ж самі проблеми, що й будь-яку іншу країну Європи» («Вижити самому і захистити бізнес. Уроки Італії», ZN,UA, 20.03.2020; <http://surl.li/aspbi>).

Зрозуміло, що автори матеріалів про коронавірус вживають різні лексичні відповідники, пов'язані з вірусом, його наслідками тощо, які й утворюють лексико-семантичне поле концепту COVID-19. Розглянемо їх детальніше.

Звичайно, найбільш частотною лексемою, яка зустрічається у контексті COVID-19 є слово *пандемія*.

Пандемія – це хвороба, яка поширюється на всю країну або весь світ.

Отож, лексема *пандемія*, входячи до лексико-семантичного поля концепту COVID-19, вказує на його світове поширення.

Ще одна частотна лексема – *спалах* – це раптовий початок чогось неприємного, особливо насильства або хвороби. Тут уже бачимо зв'язку з такими характеристиками як раптовий, неприємний, що вказують на не підконтрольність вірусу людству та його жахливі наслідки. Наприклад: Понад рік після спалаху пандемія коронавірусу продовжує хвилювати міжнародне співтовариство («Вижити самому і захистити бізнес. Уроки Італії», ZN,UA, 12.03.2020; <http://surl.li/aspbi>).

Здійснений нами аналіз показав, що до лексико-семантичного поля концепту COVID-19 у сучасних ЗМІ входить також і лексема *криза*. Криза – це час великої небезпеки, труднощів або сумнівів, коли необхідно вирішити проблеми або прийняти важливі рішення; час, коли проблема, погана ситуація або хвороба знаходяться в найгіршому стані. Ця лексема дає

вказівку на тривалість такого явища як коронавірус, адже бачимо, що у її визначенні головним є слово “час”.

Частотним складником лексико-семантичного поля концепту COVID-19 у ЗМІ є *локдаун* – офіційний наказ про контроль за пересуванням людей або транспортних засобів через небезпечну ситуацію. Як бачимо, тут знову наявна вказівка на небезпеку, а також на контроль зі сторони влади. Наприклад: У березні Італія була першою західною країною, яка запровадила національний локдаун, який успішно зменшив поширення вірусу та приніс країні рівень нормального життя протягом усього літа («Вижити самому і захистити бізнес. Уроки Італії», ZN,UA, 12.03.2020; <http://surl.li/aspbi>).

Лексема *локдаун* тісно пов’язана з такими лексемами як *обмеження*, *заборона*, *карантин*.

Обмеження – це дія чи процес обмеження чи контролю кимось/чимось; обмеження того, що хтось/щось може зробити або наскільки добре вони чи це можуть бути; правило, факт або умова, що обмежує щось.

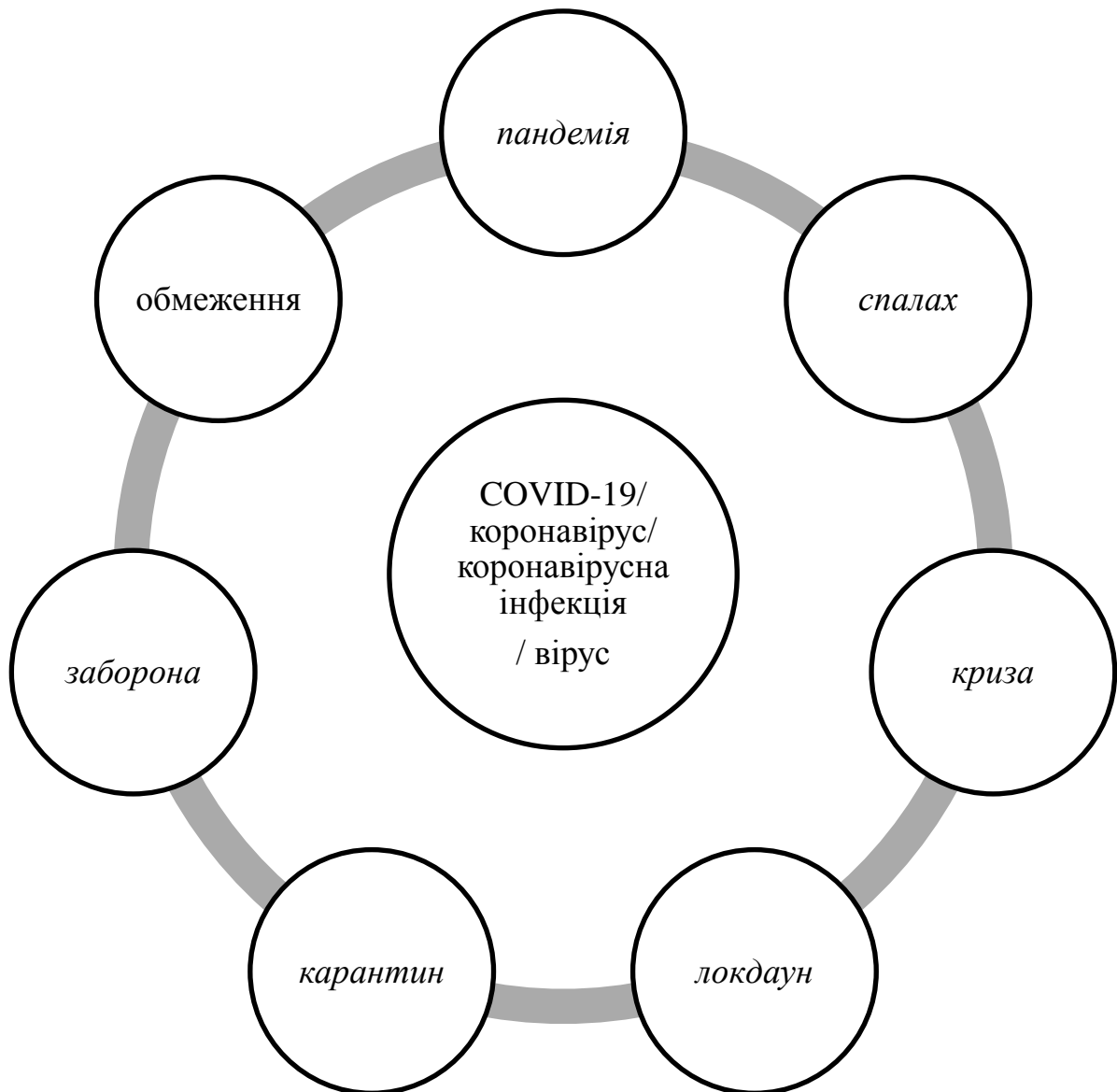
Заборона – це правило чи закон, що обмежує те, що ви можете робити або що може статися; акт обмеження або контролю когось/чогось.

Карантин – проміжок часу, коли тварина чи людина, яка хворіє або може мати хворобу, тримається подалі від інших, щоб запобігти поширенню хвороби.

Бачимо, що всі ці слова між собою пов’язані тим, що вони позначають обмеження – як фізичні (обмеження пересування), та і психологічні (обмеження свободи). Наприклад: Щоб запобігти сплеску заражень під час свят, уряд оголосив про жорсткі обмеження на пересування всередині країни до кінця року, ввів карантин для мандрівників, які повертаються з-за кордону, і закрав усі гірськолижні траси (New York Times); Але новий сплеск заражень у жовтні спонукав уряд прийняти нові заборони (New York Times).

Таким чином, можемо зробити висновок, що COVID-19, згідно з проаналізованими ЗМІ, – це неконтрольований, поширений по всьому світу вірус, який спричинює тривалу небезпеку для життя і здоров’я людей та

втрата прав і свобод людини як на фізичному, так і на психологічному рівні. Отож, можемо стверджувати, що для картини світу небезпечною є втрата людської свободи порівняно із небезпекою від зараження, хоча вона також висвітлюється доволі активно. Відзначимо, що висвітлення концепту COVID-19 відбувається в ЗМІ переважно з негативного боку, що призводить до навіювання страху та паніки серед читачів.



*Малюнок 2.3. Лексико-семантичне поле концепту COVID-19 у ЗМІ*

Коронавірус буквально підпорядкував собі всі сфери діяльності, спосіб життя і засоби масової інформації. Щоразу, коли відбувається спалах, люди, як правило, звертаються до ЗМІ за інформацією. За даними зарубіжних

дослідників, станом на 11 березня 2020 року зафіксовано майже 20 мільйонів згадувань про коронавірус [62]. Самі ці згадки є достатніми, щоб громадськість відчувала себе ошелешеною. Крім того, поширення ненаукових тверджень за допомогою технології миттєвих повідомлень створює паніку. У цій пандемії неправдива та оманлива інформація поширюється без перевірки за допомогою різних типів засобів масової інформації. Групи соціальних медіа, зрозумівши це, почали використовувати сторонні перевірки фактів, щоб обмежити розповсюдження непідтверджених знань. Це сталося пізно, і шкода вже була завдана.

Наприклад, на початку пандемії виявлялися протиріччя у висвітленні засобів захисту від коронавірусу. Так, у статті «Коронавірусне захворювання (COVID-19): що повинні знати батьки?» (Unicef, 11.03.2020; <http://surl.li/asovj>) було вказано: «Використовувати медичну маску рекомендується, якщо у вас є такі симптоми, як кашель або чхання, для захисту інших. Якщо у вас немає таких симптомів, не потрібно носити маску». Деякі видання взагалі відкрито піддавали сумнівам ефективність носіння маски: ««Маска на вулиці»: чи допоможе нове правило побороти коронавірус» (Радіо Свобода, 25.03.2020; <http://surl.li/asoxj>): «Українців зобов'язали носити маски на вулиці – в регіонах, які потрапили до «червоної зони» за темпами поширення коронавірусу. Порушників цього правила штрафуватимуть. Про це йдеться в оновленій постанові Кабміну про карантинні обмеження. У Міністерстві охорони здоров'я наголошують, що ця та інші правила є обов'язковими і мають на меті «розірвати ланцюжок» поширення хвороби. У відомстві також пояснили, відповідаючи на запит Радіо Свобода, де саме потрібно носити маски. Правило «маски на вулиці» вже викликало критику серед українців. Медичні експерти, з якими спілкувалось Радіо Свобода, та частина депутатів не впевнені, що носіння на вулиці засобів захисту дасть істотний ефект. Вони закликають уряд зосередитися на більш дієвих кроках: передовсім – на масовій вакцинації».

Такі протиріччя, показані у ЗМІ викликали протиріччя і в настроях громадян, адже, як відомо, далеко не всі поставилися серйозно до пандемії та до карантинних обмежень.

Після введення карантинних обмежень до висвітлення медичної проблеми почали додаватися інші аспекти – політичні, соціальні, економічні, культурні тощо. Через карантин почали страждати туризм, освіта, бізнес, культура тощо, а тому ці проблеми не могли оминати стороною і ЗМІ.

Наприклад, матеріал від видання Радіо Свобода «Коронавірус. Як вижити, коли школа на карантині?» (19.03.2020; <http://surl.li/asuim>): «Мати багато вільного часу, бути вдома з родиною, нікуди не поспішати – як казали древні, мрійте обережно, бо ваші мрії можуть збутися! Для багатьох родин із дітьми, які вимушені залишитися вдома через карантин, праця з дому, чи навіть просто перебування в одному закритому просторі з членами своєї родини, перетворилося на домашнє пекло – діти носяться по хаті, висловлюють десятки суперечливих бажань, вимагають вашої постійної уваги. А при цьому вам потрібно не лише зайняти, але й грамотно організувати свій і дитячий час та не збитися з робочого та навчального ритму, адже це – не продовжений вікенд і не канікули – школу не скасували – її лише перевели додому».

Вживання таких слів, як «пекло», «вижити» «не канікули» тощо створює у читача відповідний настрій, загострюючи увагу на негативних аспектах карантинних обмежень.

У матеріалі «Аналітики порахували втрати малого та середнього бізнесу через карантин» (Zaxid.net, 30.04.2020; <http://surl.li/asuir>) показано згубні наслідки карантинних обмежень для бізнесу: «Україна на карантині п'ятий тиждень. Для українського бізнесу – це занадто довга пауза. Він втрачає прибутки, компанії закриваються, українці лишаються без роботи».

Як і при висвітленні інших аспектів, вплив коронавірусу на бізнес з часом набуло більш позитивного забарвлення: «Карантин та коронавірус спричинили масштабний злам в економіці, змусивши цілі бізнеси



пристосуватися до нових, складніших реалій. Когось три місяці «локдауну» змусили закрити справу, а для когось карантин подарував нові можливості» («Як карантин та коронавірус змінили малий та середній бізнес», «hromadske», 03.07.2020; <http://surl.li/asuis>).

Пізніше щодо карантинних обмежень настрої у ЗМІ почали дещо змінюватися: «Таке явище, як дистанційне навчання, буде мейнстрімом, безвідносно до коронавірусу та карантину. Тому, я впевнений, що міністерство освіти повинно вдосконалювати методики дистанційного навчання, переглядати плани та робити інші методологічні розробки, які дозволять надати школярам повноцінну можливість навчання, якщо вони будуть вимушені повернутися до навчання з дому. Раніше це сприймалося, як допоміжна форма, але зараз ставлення до цього повинно змінитися» («Освіта та COVID-19: чи замінить дистанційне навчання традиційну освіту», «Слово і діло», 04.09.2020; <http://surl.li/asuiu>).

Помітно, що з часом дистанційна освіта перестала сприйматися як негативне явище, і ЗМІ почали підкреслювати її позитивні сторони.

Загалом аналіз українських медіа показує, що висвітлення різних аспектів проблеми пандемії найчастіше пов'язані з їх негативними сторонами, через що ЗМІ використовують такі маркери як «криза», «колапс», «проблема» тощо. Це, безперечно, викликає відповідні настрої у громадськості, яка сприймає цю інформацію. Все ж із плином часу та певним чином пристосуванням до життя в умовах пандемії спостерігається зміна настроїв у ЗМІ: починають враховуватися позитивні аспекти впливу COVID-19 на різні сфери життя, завдяки чому змінюється і громадська думка щодо теми.

Скоріше за все, позитивні зміни у висвітленні питань коронавірусу, підвищення професіоналізму журналістів пов'язані з загостренням уваги на цьому питанні офіційних органів та самих журналістів.

Слід зазначити:

- тільки інформація, що стосується керівних принципів ВООЗ, повинна бути дозволена для розміщення в соціальних групах або в телеефірах;

- кожне джерело засобів масової інформації повинно мати спосіб підключення людей до достовірних джерел за допомогою спеціальних вкладок або спливаючих вікон;

- засоби масової інформації повинні діяти як місток для людей, які потребують зв'язку з представниками органів охорони здоров'я та місцевого самоврядування щодо їхніх проблем;

- наукові та політичні висловлювання слід тримати окремо та належним чином класифікувати;

- у ЗМІ необхідне заохочення та оцінка робочої сили, яка намагається боротися з хворобою [71].

ВООЗ закликає журналістів наголосити на важливості профілактичних заходів, раннього виявлення та лікування. Також слід акцентувати увагу на позитивних результатах і наголошувати на ефективності раннього тестування при наявності симптомів.

ВООЗ надало такі рекомендації щодо того, як писати про коронавірус:

- надавати лише точну та перевірену інформацію;
- називати вірус повною назвою – COVID-19, некоректно використовувати словосполучення «китайський вірус» або «вірус Уханя»;
- називати хворих «пацієнтами з COVID-19», а не «жертвами», не використовувати словосполучення «випадки COVID-19»;
- допомагати своїй аудиторії подолати проблеми, з якими вони стикаються, за допомогою історій успішного лікування та відновлення;
- подумати про наслідки інформації, яка поширюється, і про те, як її можна інтерпретувати [11].

Важливими є рекомендації Міністерства охорони здоров'я України, яке опублікувало серію порад для журналістів щодо висвітлення ситуації навколо пандемії коронавірусу COVID-19. Зокрема, журналістам рекомендується називати вірус його повною назвою – COVID-19 та не

вживати термінів «китайський вірус» або «вірус Уханя». Заражених на коронавірусну інфекцію пропонують називати «пацієнтами з COVID-2019», а не «потерпілими». Одна з рекомендацій для журналістів – наголосити на необхідності запобіжних заходів та раннього лікування, зосередитись на позитивному, наголосити на ефективності раннього тестування за наявності симптомів», а не детально підкреслювати загрози та негативні наслідки [17].

Важливими стали поради для журналістів, опубліковані виданням Детектор Медіа про те, як варто писати про коронавірус:

#### 1. Сторітеллінг:

- коротіть використання суб'єктивних означень, наприклад: смертельна хвороба, вірус-убивця. Вибирайте слова уважно. Те, як ви говорите, може впливати на ставлення інших;

- використовуйте ілюстрації обережно, щоб не поширювати неправильні повідомлення. Не використовуйте фотографії реальних людей, ілюструючи матеріали;

- пояснюйте профілактичні дії. Це може зробити вашу історію менш страшною;

- пам'ятайте, що статистичні тексти менш страшні, ніж оповідальні;

- уникайте «клікабельних» заголовків, не женіться за рейтингом;

- не нехуйте історіями, які, на вашу думку, не є захопливими;

- уникайте стигматизації людей і регіонів, уражених вірусом. Не наголошуйте на походженні вірусу з певної країни чи міста (Китай, Італія, Чернівці), аби не налаштовувати аудиторію проти людей, пов'язаних із цими місцями;

- підсилюйте голоси, розповіді та образи місцевих людей, які пережили COVID-19 і видужали або підтримали близьку людину, яка одужала, щоб підкреслити, що більшість людей виліковуються від COVID-19;

- показуйте людей, які протистоять епідемії. Лікарів, медсестер, службовців Міністерства охорони здоров'я, фармакологів, які виробляють

вакцини, генетиків та інших фахівців. Дозвольте їм розказати про успішні результати роботи та плани з перешкодження поширення коронавірусу;

- Акцентування на пошуку вакцини та лікування може посилити страх і створити враження, що ми не в змозі зупинити інфекцію. Натомість необхідно поширювати інформацію про основні методи профілактики, симптоми COVID-19 та випадки, коли потрібно шукати медичну допомогу;

- комунікуйте з читачами у соцмережах, відповідайте на їхні запитання, діліться посиланнями на свої матеріали. Контент про епідемію, якому можна довіряти, зараз дуже важливий і затребуваний;

- відмовтеся від слів «не панікуйте» – вони лише посилюють паніку. Заспокойте людей, що бути стурбованим у цій ситуації нормально, бо вона непередбачувана і непрогнозована. Але далі надайте факти про хворобу й інформацію про профілактику;

- не бійтеся казати чесно, що людству відома ще не вся інформація про вірус, адже він новий і поки що не до кінця досліджений. Але науковці працюють над тим, щоб якнайшвидше приборкати його;

- у контексті до свого матеріалу пояснюйте, як працює система охорони здоров'я, що таке віруси, як діє імунна система тощо. В умовах інформаційного дефіциту навіть люди, які раніше ігнорували новини, відкриті до цих фактів та цікавляться цими темами;

- не забувайте щоразу пояснювати терміни або давати посилання на словничок з простими і зрозумілими тлумаченнями. Зараз у новинах багато специфічної медичної термінології, незрозумілої людям. І навіть слова «пандемія» чи «обсервація» зрозумілі не для всіх;

- не бійтеся повторюватись у своїх поясненнях. Чим більших масштабів набуває ситуація, тим більше з'являється зацікавлених людей, які розуміють серйозність проблеми. Що ближче вірус підбирається до домівок людей, то більше у них з'являється запит на пояснення того, що відбувається;

- знайте межі, за які ви не готові вийти як професіонал. Не бійтеся сказати редактору «ні», якщо не готові висвітлювати певну тему чи говорити про неї певні слова.

## 2. Робота з експертами:

- збирайте якомога більше експертних думок. Але розділяйте факти і думки. Уникайте хибного балансу. Нехай говорять тільки справжні експерти. Думку лікарів та науковців не потрібно врівноважувати псевдо експертами;

- шукаючи факти, покладайтеся не на політичних, а на медичних експертів. Це питання науки, а не політики. Не давайте слова політикам, які намагаються маніпулювати темою коронавірусу у гонитві заробити додаткові бали на паніці. Ігноруйте людей, які намагаються нажитися на «чудодійних засобах від коронавірусу», та антивакцинаторів, які будують власні теорії змови. Звертайтеся за коментарями лише до компетентних лікарів – епідеміологів-інфекціоністів;

- залучайте у дискусію селебрітіз і лідерів думок, які доноситимуть думку про підтримку людей, які захворіли на коронавірус. Підтримуйте проведення кампанії «герой» на честь доглядачів, волонтерів та медичних працівників, які можуть бути стигматизовані.

## 3. Фактчекінг:

- перевіряйте цифри і пам'ятайте, що не всі з них точні;

- діліться фактами та точною, підтвердженою інформацією про захворювання: симптоми, шляхи поширення, профілактичні методи;

- повідомляйте тільки точну і перевірену інформацію, бажано підтверджену офіційними джерелами – Міністерством охорони здоров'я чи іншими органами влади;

- не поширювати без перевірки інформацію із соцмереж та інших сумнівних джерел;

- киньте виклик міфам та стереотипам;

- боріться з дезінформацією, яка плодиться в соцмережах і несумлінній пресі. Доведіть читачам, що ця інформація неправдива, надайте факти, поясніть джерела її походження та способи розповсюдження;

- будьте обережні, цитуючи результати попередніх досліджень і невиданих наукових робіт. Попросіть академіків допомогти оцінити нові теорії та твердження;

- розрізняйте підтвержені випадки захворювання й підозри на хворобу;

- чітко авторизуйте всі думки медиків – ніяких «лікарі кажуть». Важливо показати, що людина, якій належить коментар, думка чи оцінка, справді компетентна у цій сфері та володіє інформацією;

- ретельно почистіть список своїх джерел інформації. Позбудьтеся відвертих «сайтів-сміттярок», проросійських ЗМІ, які нагнітають паніку, маніпулюють думками і штучно створюють атмосферу страху у власних інтересах. Будьте обережні з локальними виданнями, які ставляться до фактів не зовсім сумлінно та не завжди перевіряють їх. Візьміть за правило: якщо ви вперше чуєте про якесь видання, відмовтеся від цього джерела інформації («Детектор медіа», 18.03.2020; <http://surl.li/asujb>).

Інститут масової інформації підготував добірку своїх матеріалів, у яких містяться рекомендації для медіа, влади та звичайних громадян щодо висвітлення інформації про коронавірус, комунікування із суспільством та споживання новин.

Рекомендації для влади:

1. Розробити план комунікації для систематичного надання чіткої та повної інформації про загрози. Ні в якому разі не приховувати негативну інформацію – інакше населення втратить довіру до офіційних повідомлень. Пам'ятати, що в сучасному світі приховування або приховування інформації призводить до зростання чуток і лише посилює недовіру до державних інституцій.

2. Складіть список ключових повідомлень, пов'язаних із загрозою коронавірусу, та систематично поширюйте їх. Такі звіти мають містити конкретну інформацію про шляхи передачі вірусу, про те, як довго він здатний вижити в навколишньому середовищі, плани уряду на випадок зараження вірусом в Україні. Ви також можете додати наступне до списку можливих повідомлень:

- заходи, що вживаються для запобігання поширенню інфекції в місцях спостереження та прилеглих населених пунктах;
- які технічні та медичні ресурси забезпечені на спостережних пунктах та в найближчих лікарнях;
- пояснення виживання вірусу в середовищі, протягом якого вірус зберігає свою активність за межами носіїв.

3. Плануйте заздалегідь та пишіть звіти про основні проблеми, які можуть виникнути у разі виявлення коронавірусу в Україні.

4. Дати громадянам чіткі вказівки, що робити у разі хвороби, які симптоми, як захиститися, які заходи профілактики вжити тощо. Такі рекомендації можуть розповсюджуватися через сімейних лікарів, педіатрів, навчальних закладів тощо.

5. Використовуйте різні канали комунікації для поширення інформації: офіційні сайти, традиційні медіа, соціальні мережі, листування тощо. Складіть список таких каналів і створіть для них різні типи повідомлень.

6. Ваша інформація має бути максимально актуальною. Чим пізніше ви почнете спілкуватися, тим важче буде протистояти чуткам і паніці.

7. Провести польові роботи на місці, щоб уникнути паніки серед місцевого населення. Зокрема, запустити місцеву гарячу лінію для покращення комунікації. Створити робочу групу з представниками місцевих громад для поширення важливої інформації серед населення.

8. Налагодити чітку та системну комунікацію в офіційних структурах. Важливо, щоб звіти від різних органів влади не суперечили один одному і

щоб у таких звітах ви використовували однакову термінологію та узгоджені цифри.

9. Окремо для МОЗ: провести внутрішні тренінги з кризового та оперативного спілкування.

10. Почніть моніторинг висвітлення коронавірусу в ЗМІ та моніторингу ефективності комунікації уряду. Негайно реагуйте на інформаційні запити та, якщо необхідно, коригуйте урядові комунікації, щоб підтримувати їх актуальними [6].

Рекомендації для ЗМІ:

1. Припиніть використовувати емоційні епітети у звітах про коронавірус. Зокрема, словосполучення «смертельний коронавірус» категорично не слід вживати.

2. Напишіть конструктивно та додайте інформацію про:

симптоми захворювання;

способи передачі інфекції;

як захиститися від зараження (методи профілактики);

який визначає швидкість зараження;

офіційні дані МОЗ.

3. Надавайте лише точну та перевірену інформацію, найкраще підтверджену офіційними джерелами. Використовуйте статистику ВООЗ про смертність від інфекції, швидкість поширення.

4. Завжди перевіряйте інформацію про спалах з офіційних джерел. Телефонуйте в МОЗ або інші офіційні органи, які можуть підтвердити чи спростувати інформацію про захворювання.

5. Отримуйте коментарі лише від лікарів тих спеціальностей, які безпосередньо працюють із захворюванням. За допомогою таких експертів, наприклад, можна порівняти дані про новий коронавірус з даними про інші, давно відомі та поширені інфекційні захворювання: це допоможе зменшити паніку.



6. Не варто використовувати інформацію із соціальних мереж та сумнівних джерел, оскільки підробки коронавірусу вже виявлені.

7. Чітко вкажіть, чи є підтверджений випадок захворювання чи тільки підозрюваний випадок.

8. Будьте якомога точнішими і не використовуйте узагальнень «як вважають лікарі». Визначте, кому саме належить дана думка.

9. Може бути вказана країна походження захворювання, але не завжди слід підкреслювати, що причиною захворювання є громадяни цієї країни. Більшість захворювань є міжнародними.

10. Не використовуйте зображення реальних людей у звітах про епідемію [6].

Рекомендації для громадян:

1. Не вірте своїм емоціям. Зупиняйтеся на 10 хвилин щоразу, коли ваші емоції змушують вас розповсюдити інформацію, особливо коли йдеться про публікації у Viber, Facebook та інших соціальних мережах. Під час «секундоміра» шукайте підтвердження чи спростування інформації, яка викликає у вас сильні емоції.

2. Використовуйте тільки надійні джерела. До таких ресурсів належать: офіційний сайт ВООЗ, ЮНІСЕФ, МОЗ, урядовий сайт covid19.com.ua;

Рекомендуємо використовувати якісні медіа-сайти, які внесені до «білого списку» ІМІ, особливо Укрінформ, Ліга, Український тиждень, Українська правда, Радіо Свобода, Цензор, Громадське, Дзеркало тижня. Новое время та ін.

3. Обчисліть факти. Зверніть увагу, скільки конкретних і підтверджених фактів перераховано в дописі, який ви хочете поширити. А скільки емоцій та оцінних суджень?

4. Оцініть джерело інформації. Кожен факт повинен мати чітко визначене та назване джерело, яке можна легко ідентифікувати та перевірити. «Тайванські вчені», «персонал Стенфордської лікарні» не можна вважати ресурсом, оскільки це узагальнене поняття, яке неможливо

перевірити та ідентифікувати. Це означає, що інформація, на яку спирається таке джерело, є неправдивою.

5. Не варто довіряти інформації, яка супроводжується емоційною оцінкою, наприклад «смертельна», «жахлива», «дивовижна», «прекрасна» тощо. Майте на увазі, що такі «прикметники» є методом маніпулювання вашою думкою.

6. Утримайтеся від поширення емоційної інформації з соціальних мереж та груп у Вайбері. Саме в цих джерелах інформації міститься найбільше паніки та підробок. Краще обмежити час, який ви проводите там, якщо це можливо.

7. Баланс. Щоб емоційно не вигорати і не панікувати, шукайте позитивну інформацію. Шукайте те, що вам сподобається, і обов'язково знайдіть матеріали, які підказують способи вирішення ситуації, яка вас бентежить. Також рекомендуємо утриматися від перегляду фільмів чи читання книг про масові епідемії.

8. Довіряйте експертам! Безсумнівно прибрати всі рекомендації щодо лікування захворювань або зміцнення імунітету, за винятком рекомендацій медичних установ та визначених спеціалістів – вірусологів, інфекціоністів, імунологів. Відомі блогери, політики, лідери думок та експерти в інших галузях не компетентні і не можуть поради лікування [6].

Громадська ініціатива «Ти можеш врятувати» також склала поради для журналістів щодо того, як писати про коронавірус:

1. Зменште використання суб'єктивних визначень, таких як: смертельна хвороба, вірус-вбивця. Уважно підбирайте слова. Те, як ви говорите, може вплинути на ставлення інших.

2. Уважно використовуйте ілюстрації, щоб не поширювати неправильні повідомлення. Не використовуйте фотографії реальних людей для ілюстрації матеріалів.

3. Поясніть запобіжні заходи. Це може зробити вашу історію менш страшною.

4. Пам'ятайте, що статистичні тексти менш страшні, ніж оповідання.
5. Уникайте заголовків, які містять елементи тиску, не поєднуйте оцінки.
6. Не ігноруйте історії, які, на вашу думку, не захоплюють.
7. Уникайте стигматизації людей та районів, уражених вірусом. Не наголошуйте на походження вірусу з конкретної країни чи міста (Китай, Італія, Чернівці), щоб не наштовхувати аудиторію на людей, пов'язаних із цими місцями.
8. Поширюйте історії та образи місцевих жителів, які пережили COVID-19 та одужали чи підтримали близьку людину, щоб підкреслити, що більшість людей вилікувалися від COVID-19.
9. Спілкуйтеся з лікарями, медсестрами, посадовцями МОЗ, фармакологами вакцин, генетиками та іншими фахівцями. Попросіть їх розповісти про успішні результати та плани щодо запобігання поширенню коронавірусу.
10. Зосередженість на пошуку вакцини та лікування може посилити страх і створити враження, що ми не можемо зупинити інфекцію. Натомість важливо розповсюджувати інформацію про основні методи профілактики, симптоми COVID-19 та коли звертатися за медичною допомогою.
11. Спілкуйтеся з читачами в соціальних мережах, відповідайте на їхні запитання, діліться посиланнями на свої матеріали. Зміст надійної епідемії зараз дуже важливий і затребуваний.
12. Відмовтеся від слів «не панікуйте» — вони лише посилюють паніку. Запевніть людей, що хвилюватися через цю ситуацію – нормально, тому що вона непередбачувана. Але потім наведіть факти про захворювання та інформацію про профілактику.
13. Не бійтеся чесно сказати, що людство ще не знає всієї інформації про вірус, оскільки він новий і ще не повністю вивчений. Проте вчені працюють над тим, щоб якомога швидше зменшити це.

14. У контексті вашої статті поясніть, як працює охорона здоров'я, що таке віруси, як працює імунна система тощо. В умовах інформаційного дефіциту люди відкриті до цього факту і люди, які раніше ігнорували новини, зараз цікавляться цими темами.

15. Не забувайте завжди пояснювати терміни або надавати посилання на словник із простими і зрозумілими поясненнями. Зараз у новинах є багато специфічної медичної термінології, яку люди не розуміють. А слова «пандемія» чи «спостереження» зрозумілі не всім.

16. Не бійтеся повторюватись у своїх поясненнях. Чим більша ситуація, тим більше з'являється людей, які розуміють серйозність проблеми. Чим ближче вірус наближається до людей, тим більше від них вимагається пояснювати, що відбувається.

17. Знайте межі, за які ви не готові вийти. Не бійтеся сказати «ні» редактору, якщо ви не готові висвітлити певну тему або сказати про неї певні слова.

На наш погляд, ці поради є дійсно важливими, і якби ЗМІ дотримувалися їх на початку карантину, то можна було б уникнути значного поширення паніки серед населення.

Важливим у процесі вдосконалення журналістських матеріалів про COVID-19 є те, що Національна рада з питань телебачення і радіомовлення перевіряє українські ЗМІ на поширення інформації щодо коронавірусу та вакцинації.

Так, ситуація з поширенням неправдивої інформації про COVID-19 у ЗМІ змусила ввести спеціальний моніторинг. Він допоможе стежити за появою таких небезпечних новин у ЗМІ, – сказав член Нацради Максим Онопрієнко.

У Нацраді наголосили, що влада зіткнулася з черговою «інформаційною епідемією» в умовах пандемії – поширенням підробок, дезінформації та відвертої брехні. Це впливає не лише на здоров'я людей, а й на безпеку та довіру до держави в цілому. Як наслідок, Україна зазнає

непоправних втрат від шкоди здоров'ю населення та смертей, спричинених пандемією COVID-19 [15].

Нацрада закликає журналістів об'єктивно та неупереджено інформувати громадськість про пандемію COVID-19 та шляхи боротьби з нею.

«Ми закликаємо журналістів уважно стежити за джерелами інформації, дотримуватися законодавчих вимог щодо точності та об'єктивності повідомлень про інциденти та поширювати неправдивий контент про коронавірус та вакцинацію», – сказав Онопрієнко.

Нацрада вже розпочала офіційний моніторинг телерадіопрограм. Зазначимо, що у разі поширення інформації, яка може погіршити епідеміологічну ситуацію, до ЗМІ застосовуватимуться санкції згідно зі статтею 6 та/або 59 Закону України «Про телебачення і радіомовлення».

За результатами опитування групи «Оцінка», більше половини українців не хотіли вакцинуватися від коронавірусу до січня навіть безкоштовно.

На початку жовтня Кабінет Міністрів за дорученням Президента виділив 25 млн грн на інформаційну кампанію щодо вакцинації проти COVID-19. «Нам потрібно використовувати всі ресурси, доступні методи, щоб донести до різних верств населення важливість захисту від COVID-19. Люди, які вакциновані, не тільки захищають себе від серйозної хвороби, але й захищають навколишнє середовище, в т.ч. членів їхніх сімей», – заявив тоді президент Володимир Зеленський.

МОЗ неодноразово згадує та спростовує подробиці про вакцинацію від COVID, наголошуючи при цьому, що правдиву та вичерпну інформацію про вакцини можуть надати лише лікарі. Головний фельдшер Ігор Кузін також зазначив, що вакцинація може врятувати життя людей похилого віку, але фальшивомонетники часто відлякують українців і не хочуть вакцинуватися. Він підкреслив, що вакцини, які використовуються в Україні, добре вивчені і не викликають «ефектів», якими ІНОДІ лякають людей в ЗМІ.

Однією з найпопулярніших інформаційних підрбок про коронавірус є те, що пандемію нібито влаштував мільярдер і засновник Microsoft Білл Гейтс, щоб продати вакцину під приводом імплантації мікročіпів в організм. Також поширилися чутки, що Фонд Білла і Мелінди Гейтс виділив 300 мільйонів доларів на розробку вакцини проти COVID-19 і на боротьбу з наслідками COVID-19. Коментуючи такі повідомлення, Гейтс сказав, що стурбований «існуванням усіх цих божевільних ідей». Він охарактеризував чутки про «чіпування» як незрозумілі та дивні [15].

Отже, саме ЗМІ стали головним плацдармом для поширення інформації про коронавірус. У перші місяці 2020 року COVID-19, безумовно, був лідером за висвітленням у ЗМІ та поширенням в інформаційному просторі, значно відстаючи від усіх інших тем і проблем. Коронавірусна хвороба виявилася загрозою, від якої немає повного захисту. Розгубленість перших тижнів у медіасередовищі перетворилася на, здавалося б, непомітну боротьбу за привернення уваги людей до новин про COVID-19.

Аналіз ЗМІ показав, що деякі ЗМІ прагнуть просувати якісний, перевірений контент і викликати довіру у своїх споживачів. Інші використовують цю ситуацію як спосіб створити і почати писати власні матеріали, які вміло замасковані під звичайний контент, але не мають інформаційної цінності. Обидва намагаються убезпечити читача навколо свого інформаційного поля та визначити його наступну модель поведінки. Все ж, порівняно із початком пандемії, нині стан висвітлення теми COVID-19 значно покращився: у журналістських матеріалах переважає об'єктивність суджень, посилення на офіційні джерела та відсутність емоційно забарвлених компонентів, які можуть викликати паніку серед читачів.

## ВИСНОВКИ

Широко про коронавірус медіа заговорили з 20 січня 2020 року, після того, як вірус прогресував вже місяць і було інфіковано більше двохсот осіб, далі рахунок пішов на тисячі, і дана епідемія поширилась на весь світ.

Зважаючи на виникнення проблеми пандемії, розпочалося її активне вивчення як у медичному, так і в інших аспектах. І особливу роль у цьому плані відіграла журналістика, яка стала посередником між суспільством і офіційними медичними установами у поданні інформації.

Загалом, висвітлення COVID-19 у ЗМІ починалося з медичної точки зору – публікувалися статті про симптоми хвороби, її небезпеку та наслідки, шляхи підвищення імунітету, шляхи уникнення зараження тощо. Пізніше до медичного аспекту почали додаватися економічний, соціальний, культурний і т.д.

Широке висвітлення теми COVID-19 у ЗМІ спричинило його вивчення науковцями. На сьогодні історіографія проблеми висвітлення пандемії коронавірусу у ЗМІ є доволі значною і вагомою – це зарубіжні і українські статті, монографії. Проведений аналіз історіографічних джерел дозволяє стверджувати, що більшість дослідників вбачають тісний зв'язок між поширенням пандемії і ситуацією інформованості населення через ЗМІ, яка не завжди була задовільною через недостовірність інформації, її емоційність тощо.

Методологічна база дослідження досить широка: були використані методи аналізу, зокрема компонентного та концептуального аналізу, синтезу, аналогії та порівняння, метод абстракції та описовий метод на кінцевому етапі роботи.

Ми здійснили аналіз українських ЗМІ щодо висвітлення теми COVID-19 у перші три та останні три місяці пандемії.

Дослідження показало, що перші три місяці пандемії в українських ЗМІ відбилися майже однаково: приблизно 12 березня стало відправною точкою

збільшення кількості публікацій щодо коронавірусної інфекції в різних аспектах: медичному – відображення особливостей перебігу хвороби, груп ризику, наслідків та ускладнень захворювання тощо; соціальному – вплив коронавірусу на повсякденне життя і діяльність людей, труднощі, з якими стикнулися різні групи населення тощо.

Часто інформація подавалася у негативному плані, що могло викликати паніку серед населення і, відповідно, необдумані дії деяких людей, особливо серед людей похилого віку.

В останні 3 місяці пандемії спостерігається спочатку згасання інтересу до проблеми коронавірусу (липень-серпень) та висвітлення інших тем, пов'язаних з туризмом, культурою, відпочинком тощо. З вересня, зі зростанням чисельності хворих, інтерес до теми посилюється, тематичних матеріалів стає більше і вони стають ширшими за обсягом.

Головна зміна у висвітленні теми коронавірусу протягом останніх трьох місяців, порівняно із першими трьома місяцями полягає у тому, що додалася нова тема – вакцинація, яка супроводжує практично всю іншу інформацію, пов'язану з пандемією. Загалом, висвітлення інформації опирається на факти та думки спеціалістів, а їхній емоційний фон – здебільшого нейтральний. Помітно, що значно зменшилася суб'єктивність при викладі інформації, журналісти почали працювати більш професійно, уникали оціночних суджень, які можуть створювати негативні настрої та паніку серед читачів, посилалися на перевірені факти, статистичні дані, а також опиратися на думки експертів.

Скоріше за все, позитивні зміни у висвітленні питань коронавірусу, підвищення професіоналізму журналістів пов'язані із загостренням уваги на цьому питанні офіційних органів та самих журналістів.

Важливим у процесі вдосконалення журналістських матеріалів про COVID-19 є те, що Національна рада з питань телебачення і радіомовлення перевіряє українські ЗМІ на поширення інформації щодо коронавірусу та вакцинації.



На наш погляд, такі дії є дійсно важливими, і якби ЗМІ дотримувалися відповідних правил на початку карантину, то можна було б уникнути значного поширення паніки серед населення.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. «Хіт-парад» вірусних новин. Як медіа писали про COVID-19? URL: <https://voxukraine.org/virusni-novini/>
2. Аналітична та статистична інформація. URL: <https://www.dcz.gov.ua/analitics/67>
3. Батиргарєєва В. С. Основні напрями протидії поширенню дезінформації (на прикладі пандемії COVID-19). *Інформація і право*. №2(33). 2020. С. 121–131.
4. Важинський С. Е., Щербак Т. І. Методика та організація наукових досліджень: Навч. посіб. Суми: СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2016. 260 с.
5. Голубнича Л. О. Педагогічна історіографія: теоретичні аспекти. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*: зб. наук. пр. Запоріжжя, 2012. Вип. 27 (80). С. 150–128.
6. Добірка матеріалів ІМІ з рекомендаціями щодо висвітлення та інформування про коронавірус. URL: <https://imi.org.ua/news/dobirka-materialiv-imi-z-rekomendatsiyamy-shhodo-vysvitlennya-ta-informuvannya-pro-koronavirus-i32207>
7. Едрінова В. Н., Овчаров А. О. Система методів в научних дослідженнях. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-metodov-v-nauchnyh-issledovaniyah>.
8. З початку карантину статус безробітного отримали більше пів мільйона людей *Центр зайнятості*. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/10/13/666209/>
9. Козиряцька С. А. Медична журналістика в контексті наукової. *Психолінгвістика*. 2015. № 17. С. 257-264.

- 10.Козиряцька С. А. Медична журналістика в системі масової комунікації. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2014. № 43. С. 227-234.
- 11.Коронавірус COVID-19. URL: <https://www.who.int/ru/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>
- 12.Красных В. В. От концепта к тексту и обратно. К вопросу о психолінгвістике текста. *Вестник Моск. ун-та*. Сер. 9: Филология. 1998. № 1. С. 53–70.
- 13.Кузнецова О. А. Методология и методы научного познания в условиях научно-технической революции. Ташкент: Изд-во ФАН Узбекской ССР, 1986. 287 с.
- 14.Луканова В. В. Феномен пандемії: підґрунтя, сутність, динаміка (соціально-філософський аналіз) : дис. ... канд. філософ. наук. : 09.00.03 / Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара. Дніпро, 2019. 239 с.
- 15.Матяш Т. Нацрада перевірятиме ЗМІ на поширення фейків про COVID-19. URL: [https://lb.ua/society/2021/10/29/497378\\_natsrada\\_pereviryatime\\_zmi.html](https://lb.ua/society/2021/10/29/497378_natsrada_pereviryatime_zmi.html)
- 16.Медицинская журналистика (настольная книга журналиста). Баку: Ziya-Nurlan, 2005. 284 с.
- 17.МОЗ оприлюднило поради журналістам, як писати про коронавірус. URL: <https://imi.org.ua/news/moz-oprylyudnylo-porady-zhurnalistam-yak-pysaty-pro-koronavirus-i32285>
- 18.Нікберг І. І. Методологічні аспекти популяризації медичних знань у засобах масової інформації. URL: <http://www.mif-ua.com/archive/article/27198>
- 19.Олейник А. Н. Контент-анализ больших качественных данных. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontent-analiz-bolshih-kachestvennyhdannyh/viewer> (дата звернення: 12. 01. 2021).

- 20.Онищук М. COVID-19: український вимір (за матеріалами вітчизняних і зарубіжних ЗМІ). *Вісник Книжкової палати*. 2020. № 5. С. 31-39.
- 21.Орлов В. В. Основы философии: учеб. пособие; в 2 ч. Ч. 1: Общая философия. Перм: Перм. гос. нац. исслед. ун-т, 2012. Вып. 1. 231 с.
- 22.Пашинян И. А. Контент-анализ как метод исследования: достоинства и ограничения URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontent-analiz-kak-metodissledovaniya-dostoinstva-i-ogranicheniya>.
- 23.Перший етап пандемії COVID–19 у журналістській проблематиці: місцеві реалії. URL: [https://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/vseukrainskiy\\_konkurs/Roboty\\_Jurnalistika/6\\_Objectivity.pdf](https://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/vseukrainskiy_konkurs/Roboty_Jurnalistika/6_Objectivity.pdf)
- 24.Писаренко Л. М. Висвітлення теми пандемії коронавірусу COVID-19 в одеських ЗМІ. *Правове життя сучасної України: у 3 т.: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 15 трав. 2020 р.) / відп. ред. М. Р. Аракелян*. Одеса : Гельветика, 2020. Т. 1. С. 442-445.
- 25.Пономаренко Л. Г. Масмедійна реальність: погляд у часи пандемії коронавірусу. *Актуальні проблеми медіапростору: матеріали II Всеукраїнської наук.-практ. конф., Київ, 09 квітня 2020 р.* Київ, 2020. С. 78–83.
- 26.Попова З. Д., Стернин И.А. Понятие «концепт» в лингвистических исследованиях. Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 2000. 30 с.
- 27.Про внесення змін до деяких актів Кабінету Міністрів України: Постанова Кабінету міністрів України від 22 квіт. 2020 р. № 291. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/291-2020-%D0%BF#Text> (дата звернення: 14.01.2021)
- 28.Про запобігання поширенню на території України коронавірусу COVID19: Постанова Кабінету Міністрів України від 11 березня 2020 р. № 211. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zapobigannya-poshim110320rennyu-na-teritoriyiukrayini-koronavirusu-covid-19>.

29. Прудникова С. А. Актуальные проблемы медицинской журналистики. URL: <https://studall.org/all4-23733.html>.
30. Реформовані українські ЗМІ під час пандемії COVID-19. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/reformovani-ukrayinski-zmi-pid-chas-pandemiyi-covid-19-mazhornyj-ofitsioz-vid-vlady-koronavirusna-i33569>
31. Савельева К. Н. Медицинская журналистика. URL: <https://studall.org/all4-23734.html>.
32. Садівничий В. О. Типологічна система спеціалізованої медичної преси (на прикладі видань Наддніпрянської України середини XIX – початку XX ст.). *Журналістика* : наук. збірник. Київ, 2015. С. 57–70.
33. Салчак С. К., Монгуш Ч. Н. Влияние публикаций в социальных сетях на формирование доминирующих эмоций у общественности в условиях пандемии. *Вестник*. Кызыл. 2020. №2. С.6–12.
34. Смоленский Н.И. Проблема объективности исторического познания. *Новая и новейшая история*. 2004. № 6. С. 45-52.
35. Солонина Є. Пандемія-2020 змінила життя українців. Що саме змінилося? URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/пандемія-яка-нас-змінила-як-вплинув-covid-19-на-життя-і-звички-людей/31012767.html>
36. Стеченко Д. М., Чмир О. С. Методологія наукових досліджень. К.: Знання, 2007. 317 с.
37. Супрун У. Що не так з вживанням слова «антирекорд». *Блог Уляни Супрун*. 20.08.2020. URL: <https://suprun.doctor/koronavirus/shho-ne-tak-z-vizhavnyam-slova-antirekord.html>.
38. Тимошенко О. В., Коцюбівська К. І. COVID–19 як каталізатор прискорення діджиталізації. *The 3rd International scientific and practical conference – Priority directions of science and technology development* (November 22-24, 2020) SPC–Sci-conf.com.ua. Kyiv, Ukraine. 2020. P. 1362–1366.
39. Чуланова Г. Особливості процесу побудови і сприйняття рекомендацій ВООЗ для громадян щодо коронавірусу (2019-NCOV). *The 3rd*

- International 37 scientific and practical conference – Priority directions of science and technology development* (November 22-24, 2020) SPC–Sci-conf.com.ua, Kyiv, Ukraine. 2020. P. 1058–1063.
40. Шибанова Е. Ф. «Проблемы медицинской журналистики». *Проблемы современной науки и образования*. 2016. № 15. С. 76-78.
41. Як онлайн-медіа висвітлюють COVID-19. Моніторинг ІМІ. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/yak-onlajn-media-vysvitlyuyut-covid-19-monitoring-imi-i32341>
42. Як писати про коронавірус: детальні поради для журналістів. URL: <https://detector.media/community/article/175654/2020-03-18-yak-pysaty-pro-koronavirus-detalni-porady-dlya-zhurnalistiv/>
43. Як писати про коронавірус: детальні поради для журналістів. URL: <https://www.prostir.ua/?news=yak-pysaty-pro-koronavirus-detalni-porady-dlya-zhurnalistiv>
44. Яненко Я. В. Особливості репрезентації пандемії COVID-19 в українських інтернет-ЗМІ. *Образ*. 2020. Вип. 2 (34). С. 15-23.
45. Яременко В., Дєдова А., Зубар Д. Роль персоніфікованих джерел у конструюванні інформації про COVID–19 для медіаспоживачів. *Образ: науковий фаховий журнал*. Суми; Київ, 2020. Вип. 2 (34). С. 24–34.
46. Angurbala Mishra, Subhasmita Biswal, Somadatta Das, Rabindra Nath Padhy, Bibhuti Bhusan Pradhan. «Social Transmission of Corona Virus: An Overview». *Siriraj Medical Journal*. 2020, Vol 72, No. 6, pp. 508–511.
47. Ayesha Anwar, Meryem Malik, Vaneeza Raees and Anjum Anwar. «Role of Mass Media and Public Health Communications in the COVID-19 Pandemic». *Cureus*. 2020. No. 12. URL: <https://www.cureus.com/articles/38293-role-of-massmedia-and-public-health-communications-in-the-covid-19-pandemic>.
48. Evonne Mwangale Kiptinness Media coverage of the novel Coronavirus (Covid-19) in Kenya and Tanzania: Content analysis of newspaper articles in East

- Africa <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/2331205X.2021.1956034>
49. Gagan Matta. Science communication as a preventative tool in the COVID-19 pandemic. *Humanities and Social Sciences Communications*. 2020, No. 159. URL: <https://doi.org/10.1057/s41599-020-00645-1/>.
  50. Gao J., Zheng P., Jia Y., Chen H., Mao Y., Chen S., Dai J. Mental health problems and social media exposure during COVID-19 outbreak. *Plos one*. 2020. Vol. 15, No. 4. P. 23–24.
  51. Global Surveillance for human infection with novel coronavirus (2019-nCoV): interim guidance, 31 January 2020. World Health Organization; 2020.
  52. González-Padilla D. A., Tortolero-Blanco L. Social media influence in the COVID-19 Pandemic. *International braz j urol*. 2020. Vol. 46. P. 120–124.
  53. Huanyu Bao, Bolin Cao, Yuan Xiong and Weiming Tang. «Digital Media's Role in the COVID-19 Pandemic». *JMIR mHealth and uHealth*. 2020, Vol 8, No 9. URL: <https://mhealth.jmir.org/2020/9/e20156/>.
  54. Jan Greene. «Pharma's Influence on the Fourth Estate: Health Care Journalists' Conflicts Also Scrutinized». *Annals of Emergency Medicine. An International Journal*. 2009, Vol 53, available at: <https://doi.org/10.1016/j.annemergmed.2009.01.010>.
  55. Jo Whelan. «Medical journalism: Another way to write about science». Taylor & Francis Online. 2015, Vol. 24, available at: <https://doi.org/10.1179/2047480615Z.000000000327>.
  56. Katharine J. Mach, Raúl Salas Reyes, Brian Pentz, Jennifer Taylor, Clarissa A. Costa, Sandip G. Cruz, Kerronia E. Thomas, James C. Arnott, Rosalind Donald, Kripa Jagannathan, Christine J. Kirchhoff, Laura C. Rosella & Nicole Klenk News media coverage of COVID-19 public health and policy information. URL: <https://www.nature.com/articles/s41599-021-00900-z>

57. Krawczyk K. Quantifying Online News Media Coverage of the COVID-19 Pandemic: Text Mining Study and Resource. URL: <https://www.jmir.org/2021/6/e28253/>
58. Larsson A., Andrew Oxman, Cheryl Carling and Jeph Herrin. «Medical messages in the media – barriers and solutions to improving medical journalism». *Health Expectations. An International Journal of Public Participation in Health Care and Health Policy*. 2003, Vol. 6, available at: <https://doi.org/10.1046/j.1369-7625.2003.00228>.
59. Mahrokh Keshvari<sup>1</sup>, Niko Yamani, Peyman Adibi, Hossein Shahnazi. «Health journalism: Health reporting status and challenges». *Iranian Journal of Nursing and Midwifery Research*. 2018, Vol. 23. URL: [https://www.ijnmrjournal.net/temp/IranianJNursingMidwiferyRes23114-4653645\\_125536.pdf](https://www.ijnmrjournal.net/temp/IranianJNursingMidwiferyRes23114-4653645_125536.pdf).
60. Martel C., Pennycook G., Rand D. G. Reliance on emotion promotes belief in fake news. *Cognitive research: principles and implications*. 2020. Vol. 5, No. 1. P. 1–20.
61. Medhavi Gupta, Vikash Ranjan Keshri, Pompy Konwar, Katherine L Cox, Jagnoor Jagnoor Media coverage of COVID-19 health information in India: a content analysis. URL: <https://academic.oup.com/heapro/advance-article/doi/10.1093/heapro/daab116/6327060>
62. Media coverage and hospital notifications: Correlation analysis and optimal media impact duration to manage a pandemic. Yan Q, Tang S, Gabriele S, Wu J. *J Theor Biol*. 2016. Pp:1–13.
63. Mohammed Habes, Said A. Salloum, Mokhtar Elareshi. «The Influence of YouTube Videos on ELA During the COVID-19 Outbreaks in Jordan». Conference: the sixth international conference on e-learning to take place on 6th-7th December 2020 at Bahrain. URL: [https://www.researchgate.net/publication/347561480\\_The\\_Influence\\_of\\_YouTube\\_Videos\\_on\\_ELA\\_During\\_the\\_COVID-19\\_Outbreaks\\_in\\_Jordan](https://www.researchgate.net/publication/347561480_The_Influence_of_YouTube_Videos_on_ELA_During_the_COVID-19_Outbreaks_in_Jordan)



64. Mohan P Patel, Vivek B Kute, Sanjay K Agarwal. «Infodemic» of COVID 19: More pandemic than the virus. *Indian J Nephrol.* 2020, Vol 30. P. 188–191.
65. Nour Mheidly, Jawad Fares. Leveraging media and health communication strategies to overcome the COVID-19 infodemic. *J Public Health Pol.* 2020, URL: <https://doi.org/10.1057/s41271-020-00247-w>.
66. O'Glasser A. Y., Jaffe R. C., Brooks M. To tweet or not to tweet, that is the question. In *Seminars in Nephrology.* 2020. Vol. 40, No. 3. P. 249–263.
67. Pearman O., Maxwell Boykoff Jeremiah Osborne-Gowey Midori Aoyagi Anne Gammelgaard Ballantyne Patrick Chandler et al. COVID-19 media coverage decreasing despite deepening crisis. URL: [https://www.thelancet.com/journals/lanplh/article/PIIS2542-5196\(20\)30303-X/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lanplh/article/PIIS2542-5196(20)30303-X/fulltext)
68. Pennycook G., McPhetres J., Zhang Y., Lu J. G., Rand D. G. Fighting COVID-19 misinformation on social media: Experimental evidence for a scalable accuracy-nudge intervention. *Psychological science.* 2020. Vol. 31, No. 7. P. 770–780.
69. Richa Yadav, Omprakash Pandey, Rajendra Shukla, Geeta Yadav. «Knowledge, attitude, and practice study among healthcare workers, during COVID19 pandemic in an aspiring district of Uttar Pradesh». *International Journal of Research in Medical Sciences.* 2020, Vol. 8, No. 11, pp. 4084–4091.
70. Rodelo, F. V. "Framing of the Covid-19 pandemic and its organizational predictors". *Cuadernos.info.* 2021. #50 (1): 91-112.
71. Role of Mass Media and Public Health Communications in the COVID-19 Pandemic. *Cureusv.* #12(9). 2020. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7557800/>.
72. Sacerdote, Bruce; Sehgal, Ranjan; Cook, Molly (2020-11-23). "Why Is All COVID-19 News Bad News?". National Bureau of Economic Research.

- 73.Schwartz L., Steven Woloshin, Alice Andrews, Therese Stukel. «Influence of medical journal press releases on the quality of associated newspaper coverage: retrospective cohort study». *BMJ*. 2012. URL: <https://www.bmj.com/content/344/bmj.d8164>.
- 74.Skulmowski, Alexander; Standl, Bernhard (2021). "COVID-19 information fatigue? A case study of a German university website during two waves of the pandemic". *Human Behavior and Emerging Technologies*.
- 75.Susan Dentzer. «Communicating Medical News – Pitfalls of Health Care Journalism». *New English Journal of Medicine*. 2009, available at: <https://www.nejm.org/doi/full/10.1056/NEJMp0805753>.
- 76.Tasnim S., Hossain M. M., Mazumder H. Impact of rumors and misinformation on COVID-19 in social media. *Journal of preventive medicine and public health*. 2020. Vol. 53, No. 3. P. 171–174.
- 77.Xinghua Ch. Studying on the impact of media coverage on the spread of COVID-19 in Hubei Province, China. URL: <https://www.aimspress.com/article/id/4998>
- 78.Zhaohui Su, Dean McDonnell, Jun Wen, Metin Kozak, Jaffar Abbas, Sabina Šegalo, Xiaoshan Li, Junaid Ahmad, Ali Cheshmehzangi, Yuyang Cai, Ling Yang & Yu-Tao Xiang Mental health consequences of COVID-19 media coverage: the need for effective crisis communication practices. URL: <https://globalizationandhealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12992-020-00654-4>