

ПСИХОЛОГІЧНІ ПРАКТИКИ В СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА ЯК СПОСІБ КОНСТРУЮВАННЯ ЕФЕКТІВ (НА ПРИКЛАДІ МОНОТОНІЇ)

Яровий Дмитро

Приватна установа «Університет “Київська школа економіки”»,
Київ, Україна
dmytro.iarovyi@gmail.com

Застосування соціальних медіа в політичному дискурсі є досить активним і давно перетворило цей засіб комунікації на інструмент впливу на спільноти. В умовах політичних та соціальних криз такий вплив може бути особливо актуальним, адже суспільство перебуває в мобілізованому стані, а традиційні медіа часто мають менший рівень довіри. Дискурси в соціальних медіа, особливо в умовах нарощення в суспільстві градієнта протистояння в суспільстві є елементами влади, і через реалізацію в них певних психологічних практик може відбуватися соціальне конструювання у формі встановлення соціальної ієрархії. У цій статті завдяки дослідженню із застосуванням критичного дискурс-аналізу за методом Нормана Феркло комунікативного кейсу в українському сегменті соціальних медіа визначено особливості лінгвістичних характеристик, дискурсивних практик та соціальних практик, що ведуть до відтворення психологічної практики сегрегації членів спільноти. Ця практика призводить до послаблення здатності суспільства до єдності й мобілізації через посилення внутрішніх протиріч між індивідами залежно від їхнього ставлення до «політизації» конкретної теми та до побудови додаткової «лінії розлому» між громадянами. У процесі відтворення цієї практики на цільову аудиторію також навіюється ефект монотонії, тобто втоми від інформації й втрати інтересу. Монотонія, зі свого боку, спричиняє зростання пасивності громадян та втрати ними мотивації якось позиціонувати себе в дискурсах, заповнення комунікаційного простору «зайвою» інформацією й до зниження здатності суспільства до мобілізації.

Ключові слова: психологічні практики, критичний дискурс-аналіз, сегрегація членів спільноти, монотонія.

Dmytro Iarovyi. Psychological Practices in Social Media as a Method of Constructing Effects (on the Example of Monotony). The use of social media in political discourse is quite active, and has turned this means of communication into a tool for influencing the communities. In times of political and social crises, such influence can be particularly relevant, since society is mobilized and traditional media often have lower level of trust. Discourses in social media, especially under conditions of increasing gradient of confrontation in society, are elements of power,

and through the implementation of certain psychological practices in them, social construction can take place in the form of establishing a social hierarchy. In this article, which is utilizing a Fairclough's critical discourse analysis of a communicative case in the Ukrainian segment of social media, the features of linguistic characteristics, discursive practices and social practices that lead to the reproduction of the psychological practice of segregation of community members are identified. This practice is weakening the society's ability to unity and mobilization through the strengthening of internal contradictions between individuals, depending on their attitude to the «politicization» of a particular topic, and to the construction of an additional «fault line» between citizens. In the process of reproducing this practice towards the target audience, the effect of monotony is also instilled, that is the fatigue from information and loss of interest. Monotony, in turn, leads to the increase in the passivity of citizens and their loss of motivation to somehow position themselves in discourses, fills the communication space of «excessive» information and reduces the ability of society to mobilize.

Key words: psychological practices, critical discourse analysis, segregation of community members, monotony.

Яровой Дмитрий. Психологические практики в социальных медиа как способ конструирования эффектов (на примере монотонии). Применение социальных медиа в политическом дискурсе является достаточно активным и давно превратило это средство коммуникации в инструмент воздействия на сообщества. В условиях политических и социальных кризисов такое влияние может быть особенно актуальным, ведь общество находится в мобилизованном состоянии, а традиционные медиа часто имеют меньший уровень доверия. Дискурсы в социальных медиа, особенно в условиях наращивания в обществе градиента противостояния в обществе, являются элементами власти, и через реализацию в них определенных психологических практик может происходить социальное конструирование в форме установления социальной иерархии. В этой статье, благодаря исследованию с применением критического дискурс-анализа по методу Нормана Фэркло, коммуникативного кейса в украинском сегменте социальных медиа, определены особенности лингвистических характеристик, дискурсивных практик и социальных практик, ведущих к воспроизводству психологической практики сегрегации членов сообщества. Эта практика ведет к ослаблению способности общества к единству и мобилизации через усиление внутренних противоречий между индивидами в зависимости от их отношения к «политизации» конкретной темы и к построению дополнительной «линии разлома» между гражданами. В процессе воспроизведения этой практики целевой аудитории также внушается эффект монотонии, то есть усталости от информации и потери интереса. Монотония, в свою очередь, ведет к росту пассивности граждан и утраты ими мотивации как-то позиционировать себя в дискурсах, заполнению коммуникационного пространства «лишней» информации и к снижению способности общества к мобилизации.

Ключевые слова: психологические практики, критический дискурс-анализ, сегрегация членов сообщества, монотония.

Постановка наукової проблеми та її значення. Глобалізація інформаційних процесів, бурхливий розвиток інформаційної інфраструктури держав, їх інтегрування у світовий інформаційний простір, значне посилення залежності функціонування суспільних інституцій від стану інформаційної сфери значною мірою відбуваються під впливом Інтернету. Інтернет та соціальні медіа, безсумнівно, варто вважати черговим важливим етапом комунікативної революції. Така колосальна зміна, як поява соціальних медіа, не могла не вплинути на всі сфери людського життя, у тому числі політику. Як джерело комунікації, соціальні медіа впливають на світову політику, міждержавні, внутрішньодержавні та внутрішньосупільні відносини між політичними акторами, соціальні процеси в межах суспільства, пов'язані з конструюванням і підтриманням цілісності спільнот та ідентичностей, а також на інформаційно-психологічну безпеку суспільства. Із соціальними медіа активно змінилися технології інформування, взаємодії й тиску, пропаганди та контрпропаганди, загалом – впливу на психологічний стан суспільства. Цей вплив може відбуватися шляхом продукування певних ефектів, що, зі свого боку, відбувається за допомогою психологічних практик. В українському політико-психологічному науковому доробку, на жаль, не приділено достатньо уваги цілеспрямованому та системному дослідженню особливостей психологічних практик у соціальних медіа та ефектів, які вони продукують. Водночас, ураховуючи те, що завдяки соціальним медіа ефективність інформаційної діяльності, тобто здатність із використанням мінімальних ресурсів впливати на максимальну кількість користувачів, суттєво зросла, таке дослідження видається доцільним для розуміння можливостей психологічного впливу на суспільство з використанням цього інструменту.

Аналіз останніх досліджень із цієї проблеми. Динамічність політичного дискурсу в Україні, у тому числі в Інтернеті, є надзвичайно високою. Відтворення політичних дискурсів у соціальних медіа стає все більш популярним із кожним роком, а Інтернет як феномен сприяє політичній мобілізації суспільства. Політична криза 2013–2014 рр. в Україні довела значну роль соціальних медіа в цій мобілізації, що серед іншого пов'язується з високою соціально-політичною активністю значної кількості користувачів соціальних медіа. Попри те, що цей канал трансляції дискурсу не є всеохопним, він справляє вплив на цільову аудиторію, яка долучається до політичних перетво-

рень у суспільстві. Соціальні медіа є майданчиком поширення дискурсивних практик і даючи змогу подекуди залучати до них ті верстви населення, які зазвичай не відзначалися високою політичною активністю. Особливий потенціал соціальні медіа мають серед молодіжної аудиторії, яка останнім часом дедалі активніше долучається до політичного життя (Олещук, 2014).

В Україні кількість користувачів Facebook, Twitter, YouTube та інших каналів активно зростає з кожним роком, і ці площадки стають платформами розповсюдження цінностей політичних та ідеологічних дискурсів. Роль соціальних медіа в політичній мобілізації українського суспільства велика, і вони дедалі активніше впливають на електоральні процеси та формування громадської думки. Численні ініціативи в соціальних медіа досягли ефекту «відлуння думок», який допоміг їм вступити в конкуренцію з традиційними ЗМІ (Lozev, Murray, 2013: 6), особливо та зокрема під час Євромайдану, анексії Криму Російською Федерацією та антитерористичної операції на Сході України.

Нарощення в дискурсах соціальних медіа градієнта протистояння безпосередньо пов'язане із закріпленням і відтворенням ієрархії в соціально-політичних конфліктах, адже дискурс, зважаючи на наукові здобутки його класичних дослідників М. Фуко (1996), Т. ван Дейка (1989) та Н. Феркло (1992), можна визначити як елемент влади, який впливає на відтворення соціальної ієрархії й соціальних відносин і загалом є способом соціального конструювання.

Зі свого боку, дискурси, будучи сукупністю тематично спільних текстів, характеризуються інтенційно – вони сприймаються та ідентифікуються як мовний корелят певної соціальної (ідеологічної, політичної) практики (Ерофеева и Кудлаева, 2003). Поняття практик як таких досить добре представлене в психології. Їх визначають, відповідно до концепції П. Бурдьє, як те, що соціальний агент робить сам і з чим стикається в соціальному світі (Бурдьє, 2001), а згідно з концепцією М. Вебера – як навмисний комплекс вчинків (коли дія, яка є осмисленою, визначається заздалегідь поставленою метою й має відповідні форми вираження) (Вебер, 1990). Соціальні практики при цьому розуміють як конкретні форми функціонування суспільних інститутів (у такому розумінні загальною формою реалізації інституту є сукупність наявних соціальних практик) або як сукупність прийнятих у культурі способів діяльності тощо (Антонова, 2009; Шугаль-

ський, 2012). В одному з досліджень щодо інтернет-практик соціальні практики визначено також як сукупність прийнятих у культурі способів діяльності, навичок поводження з різними предметами (Суханова, 2017).

Натомість психологічні практики, виходячи з описаного вище, можемо визначити як сукупність прийнятих у суспільстві або культурі способів діяльності, у процесі якої конкретна особистість, використовуючи суспільні інститути та міжособистісні взаємини, що виникли з цього приводу, впливає на систему суспільних відносин і змінює власні стани, процеси й властивості. Особливістю психологічних практик, порівняно із соціальними, у такому випадку є те, що в процесі їх відтворення змінюється не суспільство, а сама людина – емоції, установки, стереотипи, ціннісні орієнтації, світогляд тощо. Психологічні практики в соціальних медіа ідентифікуються на підставі відтворення соціально опосередкованої сукупності лінгвістичних характеристик текстів, дискурсивних та соціальних практик на тлі контексту відтворення відповідних дискурсів.

Мета та завдання статті – визначити, як відтворювані в соціальних медіа психологічні практики можуть впливати на формування психологічного ефекту в суспільстві на прикладі монотонії, або «суспільної втоми».

Методи та методики. Дослідження психологічних практик у соціальних медіа потребує використання моделі, яка на основі вивчення дискурсів у соціальному контексті дасть можливість розглянути та систематизувати дискурсивні та соціальні практики. Такою, зокрема, є модель критичного дискурс-аналізу (КДА) Н. Феркло, котра пояснює зв'язок повідомлення з контекстом, указує на відтворені в дискурсі позиції груп інтересів, демонструє взаємодію різних дискурсів і складається з таких трьох компонентів, як лінгвістичні характеристики, дискурс та соціальна практика.

Перший компонент моделі – дослідження **лінгвістичних характеристик** й інструментів тексту, залучених до дискурсу, зосереджений на аналізі словникового запасу, граматики, мови (українська, російська, діалекти), використанні обценної лексики тощо. Другий компонент – дослідження **дискурсивних практик** – дає усвідомлення того, які дискурси присутні в певній комунікативній ситуації, які ідеї в них транслюються, як дискурси взаємодіють та конкурують у боротьбі за гегемонію на відтворення картини світу і як усе це

впливає на співвідношення сил різних акторів та їх співпраці або протидії (Jorgensen and Phillips, 2010: 86). Третій компонент – дослідження **соціальних практик** – відносить дискурс до ширшого контексту, яким є соціальний світ. Цей аналіз презентує соціальну матрицю дискурсу, що сприяє відслідковуванню відтворення психологічного впливу на перебіг соціально-політичних конфліктів через дискурс (Fairclough, 1992: 27).

Обґрунтування та вичерпність матеріалів для абдуктивного дослідження, тобто такого, що починається з презентації гіпотези на основі наявної теорії з подальшим проведенням психологічних досліджень, ґрунтується на методі теоретичної вибірки, який полягає у відборі даних для теорії, пов'язаних зі збором, кодуванням, аналізом і порівнянням даних. Критерієм теоретичної вибірки є теоретична насиченість, або стадія проведення дослідження, на якій аналіз нових даних не додає суттєвих нових понять до теорії. При цьому теоретична релевантність (суттєвість) понять доводиться, коли вони неодноразово присутні чи помітно відсутні при порівнянні випадків та мають достатню значимість (Auerbach and Silverstein, 2003: 20).

Вибір кейсу для дослідження психологічних практик у соціальних медіа здійснено таким чином, щоб він дав змогу повною мірою виконати мету. Для дослідження обрано короткострокову тему, яка спричинила реакцію у віртуальному середовищі, але не мала пролонгованої дії. Цей кейс стосується питання взаємодії українського суспільства з країною-агресором, при цьому не прив'язаний безпосередньо до ведення військових дій і загибелі людей, належачи радше до сфери «м'якої сили», та не стосуються політиків вищого ешелону (що мінімізує потенційний можливий позадискурсивний вплив через застосування ботферм тощо).

Джерелом емпіричного матеріалу для дослідження є Facebook-акаунти активних користувачів, які беруть участь у політичному дискурсі. Для забезпечення валідності нами використано часову тріангуляцію для мінімізації впливу психічного й емоційного стану та забезпечення об'єктивності показників. Масив даних дослідження розглянуто двічі – у перші дні після активізації теми та після того, як вона втратила актуальність. У період між проведенням аналізу не приділено уваги темі і її обговоренню.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. 21 липня 2018 р. в Москві відбувся двобій

українського боксера Олександра Усика з російським суперником Муратом Гасієвим, після перемоги в якому український боксер став абсолютним чемпіоном світу у своїй ваговій категорії. Подія викликала певний резонанс у Facebook-спільноті, який простежено й до самого двобою. Але актуалізувався він напередодні та після завершення зустрічі спортсменів. Лейтмотивом обговорення з політичного погляду стала доцільність можливої участі спортсмена в змаганнях, які відбуваються на території країни-агресора.

Це питання мало ще більшу актуальність у зв'язку з нещодавнім (за тиждень до двобою) завершенням чемпіонату світу з футболу, що проходив у Російській Федерації та який Україна закликала бойкотувати. Ставлення до бойкоту чемпіонату серед учасників дискурсів у соціальних медіа не було однозначним. Абсолютна більшість комунікаторів, котрі нейтрально або прихильно ставляться до Росії чи заперечують її агресію на Донбасі, не змінили свого ставлення до перегляду чемпіонату чи його відвідування. Водночас серед комунікаторів, котрі визнають агресію Росії й негативно ставляться до цієї країни, змагалися дискурси «спорт поза політикою» та «спорт є частиною політики» і залежно від цього формувалося та конструювалося ставлення до перегляду матчів чемпіонату.

Однак Україна безпосередньо не брала участі у футбольних змаганнях, тому питання мало менший стосунок безпосередньо до держави, у той час як на змаганні з боксу державу представляв український спортсмен. Крім того, О. Усик, який народився й довгий час мешкав у Сімферополі, уже ставав суб'єктом критики з боку деяких представників громадськості у 2016 р., коли під час відповіді на питання журналістів на прес-конференції ухилився від прямої відповіді на запитання про приналежність Криму до України («*Крым – это мой дом. Я очень его люблю. Я там родился, там родились мои дети. Крым – это Крым*») (ТСН, 2018). Ця прес-конференція негативно вплинула на сприйняття спортсмена деякими комунікаторами й вплинула на подальшу дискурсивну боротьбу щодо питання відношення спорту до політики.

Лінгвістичні характеристики

Більшість висловлювань щодо теми мали сильну аксіологічну та деонтичну модальності з погляду оцінки «правильності» чи «неправильності» участі боксера у двобої («*Я так и не понял – Усик молодец или Усик мудака?*») (Марко, 2018), «*Усик був реально кращим сьогодні*»

(Кушнар'ов, 2018)). Сильних модальних висловлювань, які б охоплювали інші виміри, не було помічено, що свідчить про те, що передусім оцінку здійснено відповідно до особистого ставлення комунікаторів.

Серед прибічників «антиросійського» дискурсу, які засуджували участь спортсмена в заході, розділення за мовною ознакою (українська/російська) не ідентифікується. «Мовний кордон» яскраво представлений лише в дописах користувачів, котрі продукують дискурс примирення між Україною та Росією й прихильно або нейтрально ставляться до останньої – такі користувачі майже завжди використовують російську мову. Отже, у той час, як серед критичних коментаторів поширені ідентичності обох мов, серед лояльних домінують російськомовні (це можна визначити як емпіричне правило соціальних мереж, що має рідкісні винятки: «не всі російськомовні користувачі прихильні до Росії, але всі прихильні до Росії користувачі російськомовні»).

Обсценна лексика й особисті образи в дискурсах сторін, котрі вступають у конфронтацію, не поширені, адже предмет обговорення, попри те, що стосується світогляду, переважно не стосується особистостей комунікаторів, тому бурхлива реакція стримується. Висловлювання опонентів не є багатими на пейоративи чи метафори, сталих фреймів, які б використовувались одними чи іншими сторонами, не помічено.

Дискурсивні практики

Ситуація не є одновимірною, а тому має не два протидіючі, а кілька дискурсів, які суперечать один одному й комунікатори яких є сторонами комунікативного конфлікту.

На публічній сторінці тодішнього Прем'єр-міністра України В. Гройсмана, котрий був комунікатором виконавчої влади в державі й міг уважатись одним із комунікаторів офіційної позиції, розміщено привітання спортсмена з перемогою та висловлено особисту симпатію до нього («*Запропоную Президенту присвоїти Олександрю звання Героя України!*») (Гройсман, 2018). Коментарі користувачів більшою мірою є критичними щодо цього, загострюючи увагу на неоднозначності позиції спортсмена стосовно територіальної цілісності України та візиту до країни-агресора на змагання («*А потом он вместе с Надей геройской пойдут «завтракать на границе» с мышebrаттями*», «*а что вы сделаете через год с Героем Украины, если вдруг Усик захочет встать под флаг другой страны?*», «*Нагородить ще будь*

ласка всіх решта заробітчан хоча б орденом дружби народів, бо наші співаки зміцнюють дружбу з Росією своїми співами, а будівельники – цементом»). Водночас траплялися й коментарі з підтримкою спортсмена («значущий військовий орден міг би бути. Усик заслужив. Сьогодні він вів бойові дії на території ворога»), але вони мали набагато нижчу частоту та рівень підтримки (кількість «лайків»).

Ключові комунікатори опозиційних таборів, які також належать (за різними оцінками) до «антиросійської» («проєвропейської») еліти та, згідно з опитуваннями, мали суттєвий політичний рейтинг в Україні, зокрема Ю. Тимошенко (2018), О. Ляшко (2018), також підтримали перемогу спортсмена, що є досить рідкісним випадком збігу дискурсів представників еліти й контреліти «в унісон». Причому критичних коментарів серед дописувачів цих політичних діячів на адресу спортсмена чи на їх самих за підтримку було значно менше. Це можна пояснити по-різному. По-перше, існує ймовірність того, що такі політики забезпечують формування «інформаційної бульбашки» та «зачищення» критичних коментарів, але спостереження за появою коментарів у режимі реального часу не надали свідчень реалізації такої політики в цьому випадку. По-друге, очевидно, що прибічники опозиційних політиків «антиросійського» спрямування здебільшого дотримуються позиції «спорт поза політикою» та значно більш нейтрально ставляться до участі українців у змаганнях на території країни-агресора за користувачів, котрі читають сторінку представника чинної влади, але ця думка не збігається з політичними програмами й заявами цих діячів. По-третє, не виключено, що критичність та вимогливість користувачів Facebook до Прем'єр-міністра як до представника була вищою, ніж до інших діячів, що має досить високу ймовірність, зважаючи на традицію критики політичної влади в українському суспільстві.

Характерною є також реакція дописувачів, які відреагували на схвальну публікацію на адресу спортсмена від В. Чепиноги, народного депутата України на цей період («Кажуть, на Красній площі цілу ніч вили птеродактилі, з кремлівського муру в кількох місцях повилазила ізоляційна вата, а на Царь-пушці під утро хтось даже надряпав гвоздём слово “хуй”... По-українськи» (Черупога, 2018)). Цей комунікатор відомий саркастичним ставленням до політичної дійсності, а серед його активних дописувачів переважають представники профанного дискурсу. Публікація мала понад 4,4 тис. поширю-

вань, що можна вважати високим показником, порівняно з іншими політичними діячами, а також високий рівень «органічної» (без участі «ботів») підтримки, адже політик не належить до топового ешелону та не змагається за голоси виборців, тому не потребує такої підтримки. Більшість коментаторів й осіб, котрі поширювали допис, проголосили позитивне ставлення до спортсмена та до його перемоги. Це може бути непрямим свідченням того, що в профанному дискурсі позиція «спорт поза політикою» має більш серйозне представлення, ніж протилежна, чим і можна, зокрема, пояснити публічну реакцією деяких популярних політиків (В. Гройсман, Ю. Тимошенко, О. Ляшко).

Разом із тим на адресу деяких впливових комунікаторів, які займають сталу антиросійську позицію й позиціонуються як діячі патріотичних груп інтересів і які при цьому публічно підтримали О. Усика, лунала критика. Приклад цього – Б. Яременко, колишній дипломат, відомий гострою критикою на адресу тодішньої влади через відмову від розірвання дипломатичних відносин із Росією та запровадження воєнного стану. Комунікатор зауважував, що перемога над гідним супротивником є цінною, а ціннісна вартість неї вища за вартість відмови (*«Поплескали б у ФБ по плечу – молодець, і забули б через хвилину через якусь іншу чергову зраду»*) (Яременко, 2018). Імовірно, через неузгодженість такої позиції з гострою позицією комунікатора в коментарях до допису переважає скепсис і критичне ставлення (*«Називати стадний інстинкт натовпу глядачів патріотизмом – смішно і сумно», «пропозиція Кремля була підкріплена значною сумою. А він купився»*). Можна припустити, що комунікатор висловив особисту позицію, а не політичну, що спричинило її несприйняття серед дописувачів, підготовлених до певного рівня критики.

Серед «блогерів», що пишуть на політичну тему, критичність стосовно спортсмена була сильнішою. Відомий користувач під псевдонімом Anton Hodza, котрий в іронічному ключі пише про українську політичну реальність, зазначив, що пропагандистська перемога Росії, за підсумками двобою, полягала в демонстрації дружби й братерства двох народів, демонстрації світу партнерства між Україною та Росією, і демонстрації того, що *«українцям в РФ нічого не загрожує, от бачите, прапор український. В Росії сидять тільки “терористи”, такі як Сенцов. А нормальним українцям там завжди раді»*. Тоді Україна отримала від ситуації лише негатив (*«Гімн зі зміненним рядком поспівали. Прапором помахали»*) (Ходза, 2018). Коментатори

до цього допису розділились у думках: деякі погоджувалися щодо слабкості української пропаганди та того, що опоненти спроможні набагато краще демонструвати власні успіхи, у той час як українці більш схильні до дискурсивного перетворення успіхів на поразки, але інші апелювали до того, що участь України в спортивних змаганнях працює позитивно для її іміджу. Інший користувач також заявляв, що долучення України до культурного простору Росії в будь-якій формі, навіть у вигляді відвідування розважальних порталів, та гра «за правилами ворога і на території ворога» апріорі є поразкою (Кушнарьов, 2018).

Водночас інші два популярні «проукраїнські» блогери з різною цільовою аудиторією надали більш позитивну оцінку ситуації й закликали своїх описувачів до прагматичності, навівши прямі аналогії з боксером Мохамедом Алі та його суперечливою позицією щодо політики США. Один із комунікаторів зауважив, що *«той факт, що Усик – не найкращий українець, не робить його перемоги не українськими»* (натякаючи на питання невизначеності щодо статусу Криму), і підкреслив, що виступ кримського боксера під прапором України як такий є нагадуванням про статус території. Комунікатор підкреслив, що комплекс жертви не допомагає Україні з проактивним просуванням її порядку денного (Олещук, 2018). Інший комунікатор, розвиваючи аналогію з Мохамедом Алі, писав, що з часом позиція та «нюанси» забудуться, а український боксер, який приніс країні славу й популярність, лишиться в історії (Marco, 2018).

Типова аудиторія обох комунікаторів у цілому є різною, адже перший більш критично ставиться до поточної політичної влади, у той час як другий є радше її прибічником, і відносне співвідношення коментарів обох дописів на підтримку та заперечення їхніх позицій було приблизно паритетним. Отже, класичне для українського Facebook останніх років розділення на умовні табори «зради» й «перемоги» теж не стосується до конкретної комунікативної ситуації.

Більшість політиків, які продукують дискурси прихильного або нейтрального ставлення до Російської Федерації (зокрема ті, які представляють популярні серед виборців політичні партії «Опозиційний блок» або «За життя»), утрималися від коментарів щодо двобою, імовірно, через те, що їхній електорат мало цікавиться успіхами українських спортсменів. Неучасть у дискурсі представників цього сегменту політичної еліти може непрямо свідчити про те, що вони не

зацікавлені втручатись із висловлюванням позиції, аби не втратити підтримки електорату (який міг уболівати як за українського боксера О. Усика, так і за його опонента з Росії М. Гасієва).

У цьому контексті цікаві коментарі під дописами популярного в мережі блогера й медіа-аналітика А. Шарія, якого «антиросійська» спільнота України часто піддає критиці через його критичний погляд на події Євромайдану та скептичне ставлення до української політичної еліти. Серед коментаторів до публікації блогера часто переважають прибічники «проросійського» дискурсу, які, зокрема, заперечують російську агресію в Україні, а інколи негативно ставляться до держави як такої. Сам комунікатор утримується від оцінних суджень і політичних коментарів та лише висловлює підтримку українському спортсмену у двох коротких публікаціях («*Давай, Саша*» (Шарій, 2018 (1)) й «*Усик – это потрясающее явление. Это сильно. Мурат не проиграл, он очень классный. Выиграл Усик. Bravo*» (Шарій, 2018 (2))). Але серед коментаторів із великою кількістю «лайків» поширена позиція дискурсу примирення Росії та України й заперечення агресії («*Победили НАШИ!*) *А наши были в разных углах ринга*», «*После пресс конференции О. О. Усика я понял между русскими и украинцами нет вражды. Война идёт между бандеровцами с одной стороны и украинцами и русскими с другой стороны*», «*сейчас говносни, которые его мочили, начнут пышаться*»). Водночас більшість коментаторів, яка висловлювала позицію, лишилась аполітичною, але аполітичні коментарі не набрали багато «лайків», у той час як політично забарвлені мають підтримку, що наочно видно під час використання інструменту сортування коментарів за популярністю. Така ситуація є цікавою з погляду аналізу аудиторії, адже дослідження «лайків» в оцінці позиції може бути не менш репрезентативним, ніж дослідження коментарів. На відміну від коментарів, «лайки» є меншою мірою помітними для інших (тобто не дискредитують того, хто їх ставить, перед іншими) і не потребують часу на написання, але у випадку системного аналізу їх частоти дають змогу простежити позицію, яку той чи інший комунікатор поділяє та схвалює. На підставі суттєвої підтримки «політичних» коментарів на сторінці комунікатора, на протигагу малій кількості «лайків» інших коментарів, можемо припустити, що аудиторія комунікатора налаштована позитивно до Росії й скептично/негативно до України в її теперішньому стані.

Один із комунікаторів у Facebook сформулював питання дисонансу в сприйнятті спільноти текстом, у якому підсумовано флукту-

ації сприйняття мережевою спільнотою подій залежно від кон'юнктури:

«Про розірвану українську свідомість.

1. Усик натякнув на російську приналежність Криму. Фб-спільнота: зрадник, пособник ворога, продався, боягуз, туди йому дорога.

2. Усик виграв в Гассієва у столиці Мордору. Фб-спільнота: Герой, козак, патріот, вклоняємось, перемога перемог, дивились всі.

3. Якби Усик програв Гассієву. Фб-спільнота: Бойкот московському “туристу”, зрадник, ганьба нації, продався, прислужник Путіна, не дивились відео з Мордору по колаборантському ригівському “Інтеру”.

Стандартна схема мислення» (Роговик, 2018)

Описаний комунікатором алгоритм ефективно демонструє таку особливість українського сегменту соціальних мереж, як *волатильність думки*. У соціальних медіа, де матеріально зберігаються свідчення його позиції, комунікатори мають можливість утриматися від публікації того чи іншого погляду, поки не буде продемонстровано обґрунтованих (на думку самого комунікатора) підстав для її продукування. Це рішення спрацьовує як відкладений у часі прогноз або, радше, *відкладена оцінка*, яка не становить небезпеки критики для комунікатора, адже буде підлаштована під сприйняття широких мас.

Соціальні практики

Комунікативна ситуація є складною через неоднозначність розділення «голосів», адже частина «антиросійської» спільноти сприйняла її як перемогу, а інша – як поразку. При цьому між спільнотами важко провести межу за лінією розділення ставлення до влади, мовою, при належності до системи професійного спорту тощо. Цей кейс належить до рідкісних випадків в українському політичному дискурсі в соціальних мережах, коли сприйняття події користувачами конструюється, не виходячи з політичної площини, а на основі особистих поглядів. Також прихильники того чи іншого дискурсу більшою мірою не екстраполюють ставлення до двобою як до події чи до спортсмена як особистості на позицію стосовно сучасної політичної еліти або контреліти (що також нетипово для країни, яка ввійшла в передвиборчий цикл). Отже, немає свідчень про те, що якась із внутрішньоукраїнських груп інтересів цілеспрямовано впливає на комунікацію наслідків двобою. Імовірно, ставлення комунікаторів відповідних дискурсів засудження чи підтримки, що представляють

«антиросійський» табір, визначається лише їхньою позицією до популярного фрейму «*спорт (мистецтво, родина) поза політикою*», а не політичними симпатіями.

Водночас саме таке розділення потенційно може відповідати інтересам країни-агресора як зовнішньої групи інтересів, що завдяки невизначеності українців у ставленні до ситуації побудувала неузгодженість та суперечливість на побутовому, профанному рівні – оцінці спортивних подій. Цей інтерес непрямо доводиться появою в російських ЗМІ заголовків, що відповідають продукуванню дискурсу «примирення»: «депутат Госдуми: Усик сделал для восстановления отношений России и Украины больше, чем Порошенко» (Украина.ру, 2018), «Спорт вне политики: Усик рассказал, кому посвятил свою победу над Гасиевым» (Каштанова, 2018).

Лексичні засоби конструювання протистояння використовуються бідно, адже з їх застосуванням складно «зачепити» особисто опонента чи суб'єкта, обговорення якого відбувається. Низький рівень експресивного забарвлення тексту свідчить про те, що «перехід на особистості» не поширений, тому агресія й бурхливий прояв емоцій не нарощуються. Більшість протидії стосується боротьби смислів і їх тлумачення комунікаторами того чи іншого дискурсу.

Основною психологічною практикою в цьому комунікативному кейсі є **сегрегація членів спільноти**, котра виступає продовженням відомого з давніх часів принципу політиків «розділяй та володарюй». Її мета – послаблення здатності суспільства до єдності й мобілізації через посилення внутрішніх суперечностей між його членами, які в цьому випадку проявляються на профанному рівні. **Сторони взаємодії** – члени українського суспільства, залежно від їхнього ставлення до фрейму «спорт поза політикою» як об'єкт впливу; потенційно – країна-агресор як суб'єкт впливу. **Інструменти** використовувалися як дискурсивні, так і недискурсивні. До дискурсивних засобів відтворення практики належить застосування волатильності думки, поширення фрейму «спорт поза політикою», підкреслення необхідності та можливості примирення сторін. Примітно, що ці інструменти використовуються переважно одні проти одних безпосередніми учасниками дискурсів, котрі беруть участь у комунікації в українському сегменті соціальних мереж, а не потенційно зацікавленою стороною – країною-агресором. До недискурсивних інструментів – створення умов для проведення двобою на території Росії, фасилітації наявного

конфлікту. Відтворення такої практики будує «лінію розлому» між громадянами, не надто зацікавленими в політичних подіях, і є ефективною для впливу на дискурс на профанному рівні, тобто має більш широкий вплив.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Дискурс у соціальних медіа в наведеному комунікативному кейсі характеризується досить бурхливою реакцією в мережі Facebook. Комунікатори здійснювали навіювання на цільову аудиторію певного психологічного ефекту, а саме: ефекту **монотонії**, утоми від інформації та втрати інтересу як мотиваційного компонента, що відбувалося через одноманітність подібних заяв і їх повторюваність. Монотонія постає як «суспільна втома» й може виникати як наслідок надмірної експлуатації полярних дискурсів «спорт (культура) поза політикою/частина політики». Експлуатація цих дискурсів в українському комунікативному середовищі, а особливо в соціальних медіа на профанному рівні триває з початку російської агресії проти України у 2014 р. та активно здійснюється як «антиросійськими», так і «проросійськими» групами інтересів. Спорт і культуру традиційно вважають елементами «м'якої сили», про що постійно стверджують лобісти дискурсу «частина політики»; водночас у менш політично вмотивованих громадян особисті симпатії до спортивних чи культурних діячів переважають над політичними ідеологемами. Інструменти дискурсивної боротьби, що використовуються в цьому випадку, є звичними для аудиторії та не викликають емоційної реакції. Натомість монотонія, що виникла навколо зіткнення одноманітних дискурсів унаслідок помірної сегрегації членів спільноти на профанному рівні, спричиняє втому адресатів від цих дискурсів як таких і втрату мотивації якимось позиціонувати себе відносно подій.

Цей ефект може бути продуктивно використаний для відволікання уваги від справді важливих подій через «забивання» дискурсу зайвою інформацією для зниження протестного потенціалу суспільства через маргіналізацію протесту або ж задля формування в громадськості «втоми від війни», яка підсвідомо сприймається як одна з причин такого дискурсивного зіткнення. Для виходу зі стану монотонії або принаймні зменшення його негативних проявів можна застосувати зміну ритму подачі тієї самої інформації, у т. ч. смислових наголосів у ній, і висвітлювати її з такої позиції, яка зміщу-

ватиме суспільний фокус і спричинятиме нові реакції. Так відбуватиметься «розкачування» дискурсу для його актуалізації.

Дослідження психологічних ефектів, які можуть конструюватися завдяки застосуванню психологічних практик у соціальних медіа та використовуватися групами інтересів для виконання певних завдань, видається важливим із погляду інформаційно-психологічної безпеки держави й гармонізації суспільних відносин.

Література

1. Антонова, Н. Л. (2009). Социальная практика: теоретико-методологические основания исследовательского анализа. *Известия Уральского государственного университета. Серия 3: Общественные науки*, 2009, № 4 (70), (4 (70)).
2. Бурдые, П. (2001). *Практический смысл*. Москва, 246 с.
3. ван Дейк, Т. А. (1989). *Язык, познание, коммуникация*. Москва: Прогресс, 252 с.
4. Вебер, М. (1990). *Основные социологические понятия*. Москва: Прогресс, 602–644.
5. Ерофеева, Е. В., & Кудлаева, А. Н. (2003). К вопросу о соотношении понятий ТЕКСТ и ДИСКУРС. *Проблемы социо-и психолингвистики: сб. ст.*, (3), 28–36.
6. Каштанова, О. (2018). *Спорт вне политики: Усик рассказал, кому посвятил свою победу над Гасиевым*. Retrieved from: <https://nation-news.ru/382146-sport-vne-politiki-usik-rasskazal-komu-posvyatil-svoyu-pobedu-nad-gasievym>
7. Олещук, П. М. (2014). Вплив соціальної мережі facebook на політичну мобілізацію. *Гілея: науковий вісник*, (88), 336–340.
8. Сайт «ТСН» (2018). *Олександр Усик змінює свої політичні погляди*. Взято з: https://www.youtube.com/watch?v=tnzPQq_XWew
9. Сайт «Украина.Ру» (2018). *Депутат Госдумы: Усик сделал для восстановления отношений России и Украины больше, чем Порошенко*. Retrieved from: <https://ukraina.ru/news/20180722/1020665945.html>
10. *Сторінка у мережі Facebook «Serg Marco»* (2018). Взято з: <https://www.facebook.com/serg.marco/posts/2046423085675536>
11. *Сторінка у мережі Facebook «Vitalii Cherynoga»* (2018). Взято з: <https://www.facebook.com/vitalii.cherynoga/posts/1997758706935475>
12. *Сторінка у мережі Facebook «Volodymyr Groysman»* (2018). Взято з: <https://www.facebook.com/volodymyrgroysman/photos/a.149589705209952.1073741830.149481385220784/757981411037442/?type=3>
13. *Сторінка у мережі Facebook «Анатолій Шарій»* (2018). Взято з: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10217227811995793&set=a.3485087894352.2162863.1486042157&type=3>
14. *Сторінка у мережі Facebook «Анатолій Шарій»* (2018). Взято з: <https://www.facebook.com/anatolijsharij/posts/10217228183205073>

15. *Сторінка у мережі Facebook користувача «Богдан Яременко»* (2018). Взято з: <https://www.facebook.com/bohdan.yaremenko/posts/1963882473675865>
16. *Сторінка у мережі Facebook «Олег Ляшко»*. (2018). Взято з: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1745815338820389&set=a.203186263083312.51090.100001758206922&type=3&theater>
17. *Сторінка у мережі Facebook «Олексій Роговик»* (2018). Взято з: <https://www.facebook.com/ole.rogovik/posts/1019409821549615>
18. *Сторінка у мережі Facebook «Петро Олещук»* (2018). Взято з: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=2199689966725696&id=100000541433652
19. *Сторінка у мережі Facebook «Роман Кушнар'юв»* (2018). Взято з: <https://www.facebook.com/roman.kushnaryov/posts/1730823480304730>
20. *Сторінка у мережі Facebook «Юлія Тимошенко»*. (2018). Взято з: <https://www.facebook.com/Yulia Tymoshenko/photos/a.236028753101902.57456.187313651306746/1875653402472754>
21. Суханова, А. Ш. (2017). Интернет-практики как вид социальных практик: теоретический обзор. *Теория и практика общественного развития*, (2).
22. Фуко, М. (1996). *Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности*. Москва, 448 с.
23. Шугальский, С. С. (2012). Социальные практики: интерпретация понятия. *Знание. Понимание. Умение*, (2).
24. Auerbach, C., & Silverstein, L. B. (2003). *Qualitative data: An introduction to coding and analysis*. NYU press.
25. Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change* (Vol. 10). Cambridge: Polity press.
26. Jørgensen, M. W., & Phillips, L. J. (2002). *Discourse analysis as theory and method*. Sage.
27. Lozev, K., & Murray, A. (2013). The digital diplomacy potential. *KM World*, (22), 6–12.

References

1. Antonova, N. L. (2009). Sotsyalnaia praktyka: teoretyko-metodolohycheskye osnovaniya yssledovatel'skogo analiza [Social practice: theoretical and methodological foundations of research analysis]. *Yzvestiya Uralskoho gosudarstvennogo unyversyteta. Ser. 3, Obshchestvennye nauky – News of the Ural State University, Ser. 3, Social Sciences*, 2009. N 4 (70), (4 (70)) [in Russian].
2. Bourdieu, P. (2001). *Praktycheskyi smysl* [Practical meaning]. Moskva, 246 p. [in Russian].
3. van Dyck, T. A. (1989). *Yazyk, poznanie, kommunykatsiya* [Language, cognition, communication]. Moskva: Prohress, 252 p. [in Russian].
4. Weber, M. (1990). *Osnovnye sotsyolohycheskye poniatyia* [Basic sociological concepts]. Moskva: Prohress, 602–644 [in Russian].
5. Erofeeva, E. V., & Kudlaeva, A. N. (2003). K voprosu o sootnoshenyy poniatyi TEKST y DYSKURS [To the question of the relationship between the

concepts of TEXT and DISCOURSE]. *Problemy sotsyo-y psikholynhvystyky – Problems of socio-and psycholinguistics: Sb. st, (3), 28–36 [in Russian].*

6. Kashtanova, O. (2018). Sport vne polityky: Usyk rasskazal, komu posviatyl svoiu pobedu nad Hasyevym [Sport outside politics: Usik told who he dedicated his victory over Gassiev]. Retrieved from <https://nation-news.ru/382146-sport-vne-politiki-usik-rasskazal-komu-posvyatil-svoiu-pobedu-nad-gasievym> [in Russian].

7. Oleshchuk, P. M. (2014). Vplyv sotsialnoi merezhi facebook na politychnu mobilizatsiiu [The impact of the Facebook social network on political mobilization]. *Hileia: naukovyi visnyk – Hiley: scientific bulletin*, (88), 336–340 [in Ukrainian].

8. Sait «TSN» [Site TSN] (2018). Oleksandr Usyk zminiue svoi politychni pohliady [Alexander Usik is changing his political views]. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=tnzPQq_XWew [in Ukrainian].

9. Sait «Ukrayna.Ru» [Site Ukraine.Ru] (2018). Deputat Hosdumy: Usyk sdela dlia vosstanovleniia otnosheni Rossii i Ukrainy bolshe, chem Poroshenko [State Duma deputy: Usyk did more to restore relations between Russia and Ukraine than Poroshenko]. Retrieved from <https://ukraina.ru/news/20180722/1020665945.html> [in Russian].

10. *Storinka u merezhi Facebook «Serg Marco» [Page in Facebook network]* (2018). Retrieved from <https://www.facebook.com/serg.marco/posts/2046423085675536> [in Ukrainian].

11. *Storinka u merezhi Facebook «Vitalii Chepynoga» [Page in Facebook network]* (2018). Retrieved from <https://www.facebook.com/vitalii.chepynoga/posts/1997758706935475> [in Ukrainian].

12. *Storinka u merezhi Facebook «Volodymyr Groysman» [Page in Facebook network]* (2018). Retrieved from <https://www.facebook.com/volodymyrgroysman/photos/a.149589705209952.1073741830.149481385220784/757981411037442/?type=3> [in Ukrainian].

13. *Storinka u merezhi Facebook «Anatolyi Sharyi» [Page in Facebook network]* (2018). Retrieved from <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10217227811995793&set=a.3485087894352.2162863.1486042157&type=3> [in Ukrainian].

14. *Storinka u merezhi Facebook «Anatolii Sharii» [Page in Facebook network]* (2018). Retrieved from [://www.facebook.com/anatolijsharij/posts/10217228183205073](https://www.facebook.com/anatolijsharij/posts/10217228183205073) [in Ukrainian].

15. *Storinka u merezhi Facebook korystuvacha «Bohdan Yaremenko» [Page in Facebook network]* (2018). Retrieved from <https://www.facebook.com/bohdan.yaremenko/posts/1963882473675865> [in Ukrainian].

16. *Storinka u merezhi Facebook «Oleh Liashko». [Page in Facebook network]* (2018). Retrieved from <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1745815338820389&set=a.203186263083312.51090.100001758206922&type=3&theater> [in Ukrainian].

17. *Storinka u merezhi Facebook «Oleksii Rohovyk» [Page in Facebook network]* (2018). Retrieved from <https://www.facebook.com/ole.rogovik/posts/1019409821549615> [in Ukrainian].

18. *Storinka u merezhi Facebook «Petro Oleshchuk» [Page in Facebook network]* (2018). Retrieved from https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=2199689966725696&id=100000541433652 [in Ukrainian].

19. *Storinka u merezhi Facebook «Roman Kushnarov» [Page in Facebook network]* (2018). Retrieved from <https://www.facebook.com/roman.kushnaryov/posts/1730823480304730> [in Ukrainian].

20. *Storinka u merezhi Facebook «Iuliia Tymoshenko» [Page in Facebook network]* (2018). Retrieved from <https://www.facebook.com/YuliaTymoshenko/photos/a.236028753101902.57456.187313651306746/1875653402472754> [in Ukrainian].

21. Sukhanova, A. Sh. (2017). *Ynternet-praktyky kak vyd sotsyalnykh praktyk: teoretycheskyi obzor [Internet practices as a form of social practices: a theoretical review]. Teoryia y praktyka obshchestvennoho razvytyia – Theory and practice of social development, (2)* [in Russian].

22. Foucault M. (1996). *Volia k ystyne: po tu storonu znanyia, vlasty y seksualnosti [The Will to Truth: Beyond Knowledge, Power, and Sexuality]*. Moskva, 448 p. [in Russian].

23. Shuhalskyi, S. S. (2012). *Sotsyalnye praktyky: ynterpretatsyia poniatyia [Social practices: interpretation of the concept]. Znanye. Ponymanye. Umenye – Knowledge. Understanding. Skill, (2)* [in Russian].

24. Auerbach, C., & Silverstein, L. B. (2003). *Qualitative data: An introduction to coding and analysis. NYU press.*

25. Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change (Vol. 10)*. Cambridge: Polity press.

26. Jørgensen, M. W., & Phillips, L. J. (2002). *Discourse analysis as theory and method. Sage.*

27. Lozev, K., & Murray, A. (2013). *The digital diplomacy potential. KM World, (22), 6–12.*

Received: 11.11.2019

Accepted: 25.11.2019