

## КОНСТРУЮВАННЯ КОНФЛІКТНИХ СИТУАЦІЙ ЩОДО ЄВРОБАЧЕННЯ-2017 В ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯХ І СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

**О. З. Кріслата**

*Львівський національний університет імені Івана Франка,  
вул. Університетська, 1, м. Львів, Україна, 79000,  
olenka.krislata@gmail.com*

Розглянуто конструювання конфліктних ситуацій щодо Міжнародного пісенного конкурсу “Євробачення-2017” в Інтернет-виданнях “День” і “Комсомольская правда”, а також у соціальних мережах “Facebook” і “YouTube” в умовах російсько-української гібридної війни. Методом дослідження обрано контент-аналіз із застосуванням латентного кодування. Простежено два аспекти конфліктного характеру: перший пов’язаний із доцільністю/недоцільністю проведення Євробачення-2017 в Україні; другий – з участю у Євробаченні-2017 російської співачки Юлії Самойлової. Виявлено, що головний акцент проукраїнського видання і мережі – підтримка рішення владних структур України щодо недопущення представниці Росії до цього конкурсу, а проросійського видання і мережі – вимога щодо забезпечення обов’язковості участі Юлії Самойлової в Євробаченні-2017. Відтак у медіапросторі утворилася сконструйована конфліктна ситуація, що мала великий вплив на громадську думку в обох країнах в умовах гібридного протистояння між ними.

*Ключові слова:* конструювання конфліктних ситуацій, Євробачення-2017, Інтернет-видання, соціальна мережа, “День”, “Комсомольская правда”, “Facebook”, “YouTube”.

*Загальна проблема та її науково-практичне значення.* У контексті розвитку сучасного українського суспільства актуалізується практичний і теоретичний вимір проблеми конструювання соціальних конфліктів у Інтернет-виданнях і соціальних мережах в умовах гібридної війни між Україною та Росією. Причинами цього є, по-перше, зростання локусу конфліктності у полі соціально-політичних і соціокультурних практик населення загалом та стосовно культурних явищ зокрема, що підвищує рівень суспільної нестабільності; по-друге, неготовність практично усіх соціальних груп населення України й окремих особистостей до нових проявів агресивних дій супротивника та сконструйованих ним конфліктних ситуацій у мережі Інтернет; по-третє, фактична відсутність наукових розробок у зазначеній ділянці, що суттєво знижує потенціал протидії такого ґатунку конфліктам.

Відображення подій в Інтернет-виданнях і соціальних мережах має важливий вплив на формування політичних установок і поглядів користувачів, формування громадської

думки загалом. Соціальні мережі не тільки сприяють реалізації принципів свободи слова і розвитку критичного мислення, а й здатні формувати громадську і політичну активність.

Вивчення проблеми конструювання соціальних конфліктів у Інтернет-виданнях і соціальних мережах в умовах гібридної війни дає змогу простежити відповідні дискурси для подолання наявних і прогнозування можливих проблем соціуму, готувати і використовувати запобіжні заходи для протидії ворожій пропаганді.

*Аналіз досліджень і публікацій.* Деякі аспекти конструювання соціальної реальності в масовій комунікації розглянуто у працях Е. Дьякової, А. Трахтенберг, І. Ясавєєва. Проблема мас-комунікативних технологій присвячують свої напрацювання українські дослідники В. Королько та Г. Почепцов. Теоретико-методологічні засади вивчення масової комунікації і, зокрема новин, у соціокультурному аспекті, представлені у працях І. Іванова, О. Зернецької, Н. Костенко, А. Ручки та ін. Серед досліджень проблеми соціальних конфліктів звернемо увагу на науковий доробок Н. Лумана, Ю. Габермаса, Р. Коллінза, де конфлікт розглянуто у взаємозв'язку із комунікацією, мовою, текстом, дискурсом. Соціальні конфлікти як соціокомунікативні процеси у суспільстві, що трансформуються, досліджує О. Даниленко. Серед соціологів, які розробляють методи й методики аналізу комунікації через текст, варто назвати насамперед Н. Костенко, В. Іванова (якісно-кількісний контент-аналіз), Г. Кожевникову та ін. Вивченню гібридної війни та українського суспільства в умовах війни присвятили свої дослідження І. Рущенко, А. Слободянюк, О. Матичак, І. Дубровський, Ю. Седая, О. Петренко та ін.

Незважаючи на низку наукових публікацій стосовно обраної проблеми, можна констатувати наявність великої зони нових малодосліджених соціальних реалій, насамперед міждисциплінарних напрацювань на стику соціології конфлікту, соціології війни, соціології масових комунікацій та мас-медіа в їхніх постнекласичних відгалуженнях. Суть наукової проблеми полягає у суперечності між гострою практично-політичною актуальністю превенції нових засобів ведення гібридної війни у медійному просторі, з одного боку, та браком адекватного теоретико-методологічного і методичного інструментарію, застосування якого уможливить ретельне вивчення нових реалій у цьому річищі та розроблення спеціальних соціальних програм запобігання перетворенню напруження у стосунках між учасниками протистояння у гострі конфлікти, з іншого.

*Мета:* виявити особливості конструювання конфліктних ситуацій щодо Євробачення-2017 в Інтернет-виданнях і соціальних мережах.

Для аналізу обрано видання “День”<sup>1</sup> (українське Інтернет-видання суспільно-політичної тематики (day.kyiv.ua) і “Комсомольская правда”<sup>2</sup> (російське Інтернет-видання суспільно-політичної тематики (kp.ru), а також соціальні мережі “Facebook”<sup>3</sup> і

<sup>1</sup> За даними дослідження “Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів ЗМІ в Україні” (2018), яке було виконано соціологічною компанією InMind, це одне з найпопулярніших видань у рейтингу загальнонаціональних ЗМІ (<https://www.slideshare.net>).

<sup>2</sup> Там само

<sup>3</sup> За даними цього річного дослідження компанії Adobe, соціальна мережа “Facebook” є на першому місці за популярністю серед соціальних мереж світу, в якій налічується 1,6 млрд зареєстрованих користувачів. Кількість українських користувачів станом на 30 червня 2017 року досягла 10 млн осіб (<https://www.facebook>).

“YouTube”<sup>1</sup>. Об’єктом аналізу стали публікації, присвячені Євробаченню-2017, від 14 травня 2016 р. (переможницею Євробачення-2016 стала українська співачка Джамала) до 1 вересня 2017 р. Збирання матеріалів здійснювали на Інтернет-сайтах зазначених видань і мереж за пошуковими словами “Євробачення-2017”, “Євробачення”. Формували чотири блоки публікацій: публікації Інтернет-видання “День”, публікації Інтернет-видання “Комсомольская правда”, публікації соціальної мережі “Facebook”, публікації соціальної мережі “YouTube”. Відповідно склали чотири списки публікацій (список публікацій “Дня”, список публікацій “Комсомольской правды”, список публікацій “Facebook”, список публікацій “YouTube”), упорядкувавши матеріали кожного видання і мережі у хронологічній послідовності. Зокрема, в Інтернет-виданні “День” вдалося виокремити 64 відповідні публікації з цього приводу, в “Комсомольской правде” – 157 публікацій, у соціальній мережі “Facebook” – 46 матеріалів, у “YouTube” – 30 матеріалів. Методом дослідження обрано контент-аналіз. Соціальний конфлікт довкола Міжнародного пісенного конкурсу “Євробачення-2017” розглядаємо як один з проявів гібридної війни.

*Виклад матеріалу.* Особливого значення проблема соціальних конфліктів набуває під час гібридних воєн сучасності. До обігу соціологічної науки нині впроваджують цілковито новий сюжет, якого не існувало раніше і який вимагає поглиблених соціологічних рефлексій.

Досліджуючи українське суспільство в умовах війни та перспективи реінтеграції, примирення й миротворення, соціологи, зокрема, дають оцінку патріотичних настроїв сучасної молоді (А. Слободянюк), змін у публічному просторі під впливом гібридної війни (О. Матичак), інфраструктури миру (І. Дубровський), основних теоретичних положень кібервійни (Ю. Сєдая), особливостей когнітивної зброї і когнітивної безпеки (Н. Зубар, І. Рущенко) [5].

Найбільш повно природу російсько-української гібридної війни з’ясовано у монографії І. Руценка [3]. Автор розглядає гібридну війну як соціальний проект, аналізує структуру російсько-української гібридної війни, зосереджує увагу на підривних соціальних технологіях.

О. Петренко досліджує Інтернет як субпростір суспільства та розглядає технології інформаційної війни. Зазначає, що особливу увагу привертають механізми впливу на суспільну свідомість за допомогою Інтернету, що є елементами гібридної війни [2]. Адже медіа пропонують суспільству не тільки інформацію та продукцію, але ідеї і навіть світогляд [1, с. 54]. Від того, яка подана інформація і яким чином подана, значною мірою залежить конструювання, відтворення і перетворення соціального світу.

Не всі сегменти Інтернет-простору володіють однаково великою зацікавленістю, але все ж існують такі його сфери, які привертають значну увагу і здатні відігравати велику роль у громадській думці та повсякденних поведінкових практиках користувачів. До таких сфер відносять музичну сферу і шоу-бізнес. Втім, і в цих сферах існу-

<sup>1</sup> За даними цього річного дослідження компанії Adobe, соціальна мережа “YouTube” є на другому місці за популярністю серед соціальних мереж світу, в якій налічується 1 млрд профілів. Входить до трійки найбільш відвідуваних сайтів Інтернету. В цій мережі зафіксовано багато користувачів з Росії (<https://www.youtube.com>).

ють ситуації і події, які значною мірою впливають на інтерес користувачів, особливо у суспільствах, в яких побутують збройні конфлікти, а останнім часом – і справжні гібридні війни.

Оскільки окреслене явище та його феномени з огляду на їхню новизну ще недостатньо вивчені, постає потреба у поглибленому емпіричному дослідженні конструювання конфліктів в Інтернетівському медіапросторі та соціальних мережах стосовно конкретних подій, що володіють ознаками гібридності і конфліктності.

Для аналізу було обрано Міжнародний пісенний конкурс Євробачення-2017, який отримав суперечливу інтерпретацію в Інтернет-просторі, а саме в його медійній та мережевій частинах. Переможницею пісенного конкурсу Євробачення-2016 стала українська співачка Джамала, право проведення Євробачення-2017 виборола Україна. Однак, якщо б Україна з якихось причин не змогла провести Євробачення-2017, країною проведення Євробачення-2017 могла б стати Росія, яка на Євробаченні-2016 здобула 3-тє місце (Австралія, яка виборола 2-ге місце, не може бути країною проведення цього пісенного конкурсу з огляду на географічне розташування).

Ситуація ще більше загострилася, коли до участі у конкурсі не було допущено представницю Росії Юлію Самойлову, яка порушила чинне законодавство України через її виступи в окупованому Криму. Відтак Служба безпеки України ухвалила рішення про заборону їй в'їзду в Україну на три роки.

Цей випадок буквально збурих Інтернет-середовище в обох країнах й отримав неоднозначні відгуки українських та російських користувачів стосовно багатьох моментів організації і проведення цього конкурсу.

Для виявлення особливостей конструювання конфліктних ситуацій щодо Євробачення-2017 в Інтернет-виданнях і соціальних мережах застосовували латентне кодування, фіксували стиль викладу публікацій (емоційно-нейтральний, що виражає тільки поняття, без вказівки на ставлення до нього мовця; емоційно-забарвлений, що виражає почуття, настрої і ставлення мовця до висловлювання [4]) і тематичні блоки. За одиницю аналізу було взято публікацію досліджуваного Інтернет-видання чи соціальної мережі, присвячену Євробаченню-2017. Виділення тематичних блоків відбувалося у два етапи. На першому етапі здійснювали напівформалізоване заповнення бланків контент-аналізу: зазначали всі теми, що розкриваються в публікації, подавали її короткий зміст у вільній формі, необмеженій обсягом. Далі здійснювали вторинне, поетапне кодування тем. Поступово звужували поле аналізу, поверталися до тексту публікацій, щоб перевірити правильність інтерпретації контексту.

Виявили, що за стилем викладу для “Дня” характерна емоційна нейтральність (97 % від загальної кількості публікацій у цьому виданні про Євробачення-2017). А матеріали “Комсомольської правди” вирізняються емоційним забарвленням (34 % від загальної кількості публікацій у цьому виданні про Євробачення-2017). Основний акцент емоційності відображено у заголовках, у яких наведено оцінні лексеми негативного змісту. Зокрема, **“Дайте грошей! На Евровидение!”** (30 юня 2016 г.); **“Киев хочет пустить Юлию Самойлову в страну и... арестовать”** (14 марта 2017 г.); **“Кума Порошенко: “Россия отправляет на Евровидение уродство”** (18 марта 2017 г.); **“Скандалное Евровидение: Украина еще раз доказала, что у власти там**

– *кучка фашистів*” (22 марта 2017 г.); *“Наталья Водянова: Не допустим “Евровидение”!*” (24 марта 2017 г.).

Матеріали “Facebook” за стилем викладу є здебільшого емоційно нейтральні (93 % від загальної кількості публікацій у цій мережі про Євробачення-2017), а близько третини матеріалів “YouTube” (32% від загальної кількості публікацій у цій мережі про Євробачення-2017) вирізняються негативним емоційним забарвленням. Зокрема, такі публікації: *“Колбаса или круассан?”: В Сети высмеяли символ “Евровидения-2017”* (31 января 2017 г.); *“Гнилое “Евровидения-2017”*” (26 марта 2017 г.); *“Украина села в лужу с Самойловой”* (1 апреля 2017 г.); *“У Киева отбирают “Евровидение”*” (5 апреля 2017 г.).

Методика кодування передбачала необмежений вибір тем у межах однієї публікації з наступною фіксацією частоти наявності. На основі цього близькі за смисловим значенням теми об’єднували під час вибіркового кодування у тематичні блоки. Зосереджували увагу на тих, які вирізняються контрастністю подання в аналізованих інтернет-виданнях і соціальних мережах. Виявили такі домінуючі тематичні блоки: доцільність/недоцільність проведення Євробачення-2017 в Україні; виконавець, який представлятиме країну-учасницю Євробачення-2017.

Доцільності проведення в Україні Євробачення-2017 найбільше публікацій (13) присвячено в Інтернет-виданні “День” (20 % від загальної кількості публікацій у цьому виданні про Євробачення-2017). У них йдеться про престиж країни (10 публікацій), зокрема, такі матеріали: *“Місто Євробачення-2017 – “децентралізація”? Ретельно підготуватися та гідно провести Євробачення, незважаючи на внутрішні і зовнішні чинники, які заважають Україні формувати образ успішної країни-переможниці”* (20 травня 2016 р.); *“Плітки про Євробачення є спробою дискредитувати Україну в світі, – Гройсман. Поширення пліток стосовно того, що Україна не може провести Євробачення, є черговою спробою дискредитувати державу”* (5 грудня 2016 р.). А також про приплив туристів (2 публікації) і євроінтеграцію (1 публікація).

“Комсомольская правда” подає сюжети (4 матеріали) недоцільності проведення в Україні Євробачення-2017, зважаючи на важку економічну ситуацію. Заголовки цих публікацій вирізняються негативним емоційно-оцінним забарвленням: *“Дайте грошей! На Евровидение! Министр культуры Украины Евгений Нищук заявил, что на Украине негде проводит конкурс “Евровидение-2017”. И, похоже, не на что”* (30 июня 2016 г.); *“Украина может лишиться возможности провести у себя “Евровидение”*” (27 ноября 2016 г.); *“Оргкомитет “Евровидения” обсуждает перенос конкурса из Украины в Россию”* (4 декабря 2016 г.); *“Украина проведет “бюджетное” “Евровидение”*” (9 декабря 2016 г.). Публікації про недоцільність проведення в Україні міжнародного пісенного конкурсу становлять 2,5 % від усіх публікацій у цьому виданні, присвячених Євробаченню-2017.

“Facebook” подає матеріали (4 публікації, 8,7% від усіх публікацій у цій соціальній мережі, присвячених Євробаченню-2017) про доцільність проведення в Україні міжнародного пісенного конкурсу, описуючи Київ (місто проведення Євробачення-2017) як “мирне”, “добре організоване”, “з найкращими готелями”, “яке зачаровує”. Зокрема, *“Київ – мирне місто, не більш небезпечне, ніж будь-яке інше велике місто в Європі”* (21 лютого 2017 р.).

У соціальній мережі “YouTube” недоцільності проведення в Україні Євробачення присвячено 3 матеріали (10 % від усіх публікацій у цій мережі, присвячених Євробаченню-2017). У них пишуть, що *“руководитель национальной телекомпании Украины подал в отставку, чтобы подтолкнуть чиновников к эффективным действиям по подготовке к Евровидению-2017”*; *“часть организаторов дружно ушла в отставку, обвинив руководство подготовительного комитета в коррупции”*. Це, зокрема, такі публікації: *“Скандал на Украине: есть ли угроза срыва Евровидения-2017?”* (4 листопада 2016 г.); *“Коррупционный скандал вокруг “Евровидения-2017” в Киеве набирает обороты”* (19 лютого 2017 г.).

Недоцільності проведення Євробачення-2017 в Україні не присвячено жодної публікації “Дня” і “Facebook”, як і не присвячено жодної публікації “Комсомольской правды” і “YouTube” доцільності проведення цього пісенного конкурсу в Україні.

Виконавцям, які представлятимуть країн-учасниць Євробачення-2017, в Інтернет-виданні “День” присвячено 13 публікацій (20 % від загальної кількості публікацій у цьому виданні про Євробачення-2017). З них 1 публікація присвячена виконавцеві, який представлятиме Україну (гурт О. Torvald); 11 публікацій – виконавцеві, який мав представляти Росію (Юлії Самойлової, яку не було допущено до участі у конкурсі з огляду на порушення чинного законодавства України). Виконавцям, які представлятимуть інші країни, не присвячено окремих публікацій, лише подано 1 матеріал про порядок виступів учасників півфіналів Євробачення-2017.

“Комсомольская правда” виконавцям, які представлятимуть країн-учасниць Євробачення-2017, присвятила 109 публікацій (69 % від загальної кількості публікацій у цьому виданні про Євробачення-2017). З них 3 публікації присвячено виконавцеві, який представлятиме Україну; 64 публікації – Юлії Самойлової, яка мала представляти Росію на Євробаченні-2017. А 42 публікації присвячено виконавцям, які представлятимуть інші країни, зокрема, низка матеріалів з однотипним запитальним заголовком: *“Кто поедет на Евровидение 2017 от Белоруссии?”*, *“Кто поедет на Евровидение 2017 от Норвегии?”*, *“Кто поедет на Евровидение 2017 от Дании?”*, *“Кто поедет на Евровидение 2017 от Австрии?”* (13 квітня 2017 г.) та ін.

У соціальній мережі “Facebook” виконавцям, які представлятимуть країн-учасниць Євробачення-2017, присвячено 11 публікацій (24 % від загальної кількості публікацій у цій мережі про Євробачення-2017). З них жодної публікації не присвячено виконавцеві, який представлятиме Україну; 8 публікацій присвячено Юлії Самойлової, яка мала представляти Росію на Євробаченні-2017. А 3 публікації присвячено виконавцям, які представлятимуть інші країни, зокрема, в них йдеться про те, як вони готуються до виступу й освоюють деякі фрази українською мовою.

Виконавцям, які представлятимуть країн-учасниць Євробачення-2017, у “YouTube” присвячено 17 публікацій (57 % від загальної кількості публікацій у цій мережі про Євробачення-2017). З них жодної публікації не присвячено виконавцеві, який представлятиме Україну; 15 публікацій присвячено Юлії Самойлової, яка мала представляти Росію на Євробаченні-2017. А 2 публікації присвячено виконавцям, які представлятимуть інші країни, в них йдеться про прогнози щодо того, хто переможе на Євробаченні-2017.

Значну частину публікацій, присвячених Євробаченню-2017, в Інтернет-виданнях “День” і “Комсомольская правда”, а також соціальних мережах “Facebook” і “YouTube” становлять матеріали, присвячені співакці з Росії Юлії Самойлової, яку не було допущено до участі у конкурсі з огляду на порушення чинного законодавства України. Зокрема, у “Дні” – 11 публікацій (17 % від загальної кількості публікацій у цьому виданні про Євробачення-2017), в “Комсомольской правде” – 64 публікації (відповідно 41 %), у “Facebook” – 8 публікацій (17% від загальної кількості публікацій у цій мережі про Євробачення-2017), в “YouTube” – 15 публікацій (відповідно 50 %).

Інтернет-видання “День” пише про заборону в’їзду в Україну Юлії Самойлової (9 матеріалів, 14 % від загальної кількості публікацій у цьому виданні про Євробачення-2017) і, зважаючи на цю заборону, про вирішення питання щодо участі Росії в Євробаченні-2017 (2 матеріали, 3 % від загальної кількості публікацій у цьому виданні про Євробачення-2017). Це емоційно нейтральні матеріали, що мають інформативний характер. Зокрема, **“Організатори Євробачення визнали право України заборонити в’їзд учасниці від РФ”** (14 березня 2017 р.); **“СБУ заборонила в’їзд на територію України співакці Самойлової на 3 роки”** (22 березня 2017 р.); **“Клімкін: Заборона в’їзду Самойлової – це чітка і послідовна позиція”** (31 березня 2017 р.).

Щодо вирішення питання про участь Росії в Євробаченні-2017 “День” зазначає, що *“Росія зможе взяти участь у пісенному конкурсі “Євробачення” за умови, якщо відрядить на конкурс представника, в якого немає проблем з українським законодавством”*. Акцентуючи, що *“Європейський мовний союз (ЕВУ) намагається шукати компроміс в питанні участі Росії в майбутньому конкурсі “Євробачення” в Києві, не порушуючи водночас українських законів”*.

“Комсомольская правда” друкує низку публікацій про Юлію Самойлову (17 матеріалів, 11 % від загальної кількості публікацій у цьому виданні про Євробачення-2017), у яких йдеться про те, що *“артистка на інвалідній колясці отримувала Паралімпійські ігри-2014 і получила приз из рук Пугачевой”*; *“девушка, которая поедет на Евровидение от России – настоящий боец”*. Це, зокрема, такі публікації: **“Юля Самойлова: С самого дитинства я представляла себе на “Євровиденні”** (12 марта 2017 г.); **“Учительница Юлии Самойловой: Родители приносили ее в школу на руках, но не давали поблажек”**; **“Невролог: Жизнь Юлии Самойловой – это постоянная реабилитация”** (13 марта 2017 г.); **“У Юлии Самойловой такой же диагноз, как у кандидата на первую в мире пересадку головы”** (15 марта 2017 г.). Водночас автори цих публікацій зауважують, що *“Юля Самойлова на “Євровиденні” – это средство принуждения Европы к цивилизации”*; *“Юля Самойлова едет на “Євровидение”, чтобы сделать добрее украинцев и русских”*; *“в лице Юли все люди с ограниченными возможностями смогут почувствовать надежду и поддержку”*.

Також “Комсомольская правда” пише про заборону в’їзду в Україну Юлії Самойлової (24 матеріали, 15 % від загальної кількості публікацій у цьому виданні про Євробачення-2017) і, зважаючи на заборону, про вирішення питання щодо участі Росії в Євробаченні-2017 (8 матеріалів, 5% від загальної кількості публікацій у цьому виданні про Євробачення-2017). Ці публікації вирізняються негативним емоційно-оцінним забарвленням. Зокрема, **“Киев хочет пустить Юлию Самойлову в страну”**

*и... арестовать*” (14 марта 2017 г.); *“Скандальное “Евровидение”: Украина еще раз доказала, что у власти там кучка фашистов”*; *“Нервовидение”: Максим Фадеев отреагировал на запрет участия Самойловой в шоу”*; *“Аксенов: Запретив Юлии Самойловой въезд на Украину из-за визита в Крым, Незалежная продемонстрировала свою неумяемость”* (22 марта 2017 г.). А у деяких матеріалах наявні ультиматум і погроза щодо України: *“ЕВУ поставили ультиматум перед Украиной – или Юлю Самойлову пустят на Евровидение, или несколько стран откажутся от конкурса”*; *“Ряд стран могут отказаться от участия в Евровидении из-за недопуска Самойловой”* (31 марта 2017 г.).

У вирішенні питання щодо участі Росії в Євробаченні-2017, зважаючи на заборону в'їзду Юлії Самойлової, “Комсомольская правда” пише про відмову Росії від участі у конкурсі; можливість трансляції виступу Юлії Самойлової з Москви через супутник і відмову від такого виступу; можливість вибору виконавця, у якого немає проблем із законодавством України, і абсурдність такого варіанту; збір підписів за право Юлії Самойлової виступати на Євробаченні-2017; бойкот Євробачення.

“Facebook” подає публікації про заборону в'їзду в Україну Юлії Самойлової (4 матеріали, 9 % від загальної кількості публікацій у цій мережі про Євробачення-2017) і, зважаючи на цю заборону, про вирішення питання щодо участі Росії в Євробаченні-2017 (4 матеріали, 9 % від загальної кількості публікацій у цій мережі про Євробачення-2017). Це емоційно нейтральні матеріали, що мають інформативний характер. Зокрема, *“Кандидатуру участниці “Євробачення” від Росії Юлії Самойлової міняти не збираються”* (21 березня 2017 р.); *“Самойлова не виступатиме на Євробаченні в Києві”*; *“Євробачення-2017: скандал з Юлією Самойловою”* (22 березня 2017 р.).

У вирішенні питання щодо участі Росії в Євробаченні-2017, зважаючи на заборону в'їзду Юлії Самойлової, “Facebook” пише про те, що Росія не змінюватиме кандидата на Євробачення-2017, про переговори організаторів Євробачення з цього питання щодо пошуку “мирного вирішення”.

“YouTube” друкує публікації про Юлію Самойлову (2 матеріали, 7 % від загальної кількості публікацій у цій мережі про Євробачення-2017), у яких зазначається, що *“на конкурс “Евровидение” Россию представит певица с уникальным голосом и судьбой – Юлия Самойлова”*; *“Юлия с детства передвигается на инвалидной коляске и имеет 1-ю группу инвалидности... но это не мешало Юлии учиться в обычной школе, творить и мечтать”*.

Також подає матеріали про заборону в'їзду в Україну Юлії Самойлової (7 матеріалів, 23 % від загальної кількості публікацій у цій мережі про Євробачення-2017). І, зважаючи на цю заборону, про вирішення питання щодо участі Росії в Євробаченні-2017 (3 матеріали, 10 % від загальної кількості публікацій у цій мережі про Євробачення-2017), у яких йдеться про віддалену участь Юлії Самойлової у Євробаченні-2017 або про її заміну іншим учасником (ці варіанти вважають неприйнятними), а також про бойкот Євробачення-2017. Ці публікації вирізняються негативним емоційним забарвленням. Зокрема, *“Гнилое “Евровидения-2017”* (26 марта 2017 г.); *“Украина села в лужу с Самойловой”* (1 апреля 2017 г.); *“У Киева отбирают “Евровидение”* (5 апреля 2017 г.).

Можемо підсумувати, що за стилем викладу для публікацій “Дня” і “Facebook”, присвячених Євробачення-2017, характерна емоційна нейтральність, а понад третина матеріалів “Комсомольской правды” і близько третини матеріалів “YouTube” вирізняються негативним емоційним забарвленням. Як пишуть дослідники [6], метою такого подання є привернути увагу потенційного читача, а також висловити власну суб’єктивну думку з приводу тієї або іншої ситуації. Основний акцент емоційності цих матеріалів відображено у заголовках.

Зосереджуючи увагу на тематичних блоках аналізованих публікацій, які вирізняються контрастністю подання, простежили два аспекти конфліктного характеру: перший пов’язаний із доцільністю/недоцільністю проведення Євробачення-2017 в Україні; другий – з участю у Євробаченні-2017 російської співачки Юлії Самойлової.

Щодо доцільності проведення в Україні Євробачення-2017, то контрастністю подання яскраво вирізняються публікації “Дня”, що пише про доцільність проведення, акцентуючи на престижі України, і “Комсомольской правды”, що пише про недоцільність проведення Євробачення-2017 в Україні, зважаючи на важку фінансову ситуацію. Ці матеріали “Комсомольской правды” вирізняються зверхнім ставленням і приниженням України.

Щодо заборони в’їзду в Україну Юлії Самойлової, то публікації “Дня” і “Facebook” є емоційно нейтральні, мають інформативний характер, а публікації “Комсомольской правды” і “YouTube” вирізняються негативним емоційним забарвленням. А у деяких матеріалах “Комсомольской правды” наявні ультиматум і погроза щодо України.

Щодо пропозицій розв’язання цієї конфліктної ситуації, то контрастністю подання яскраво вирізняються публікації Інтернет-видань “День” і “Комсомольская правда”. Українське видання вбачає розв’язання конфлікту у підтриманні законодавства України як країни проведення Євробачення-2017, російське видання акцентує на тому, щоб допустити Юлію Самойлову до конкурсу, а у разі відмови – бойкотувати Євробачення-2017.

Головний акцент проукраїнського видання і мережі – підтримка рішення владних структур України щодо недопущення представниці Росії до цього конкурсу, а проросійського видання і мережі – вимога щодо забезпечення обов’язковості участі Юлії Самойлової в Євробаченні-2017.

**Висновки.** У статті здійснено апробацію теоретичних положень соціального конструктивізму і соціологічної конфліктології (зокрема, стосовно гібридних воєн сучасності) в емпіричному дослідженні конфронтаційної ситуації довкола проведення Міжнародного пісенного конкурсу “Євробачення-2017”, яке підтвердило їхню валідність. Конфлікт з приводу участі російської співачки у Євробаченні-2017 вважаємо синтезом його традиційних форм (відкрите протистояння, відмінність інтересів тощо) та невійськових тактик, а саме конфронтаційної полеміки у російських та українських Інтернет-виданнях та боротьби аргументів у соціальних мережах Інтернету. Можемо висувати, що особливістю конструювання конфліктних ситуацій в Інтернет-виданнях і соціальних мережах на прикладі Євробачення-2017 є відмінна спрямованість публікацій: проукраїнського видання і мережі – інформування про подію (Євробачення-2017), а проросійських видання і мережі – формування образу “ворожого Іншого”. Вважаємо

це підґрунтям для створення віртуальної конфліктної ситуації, яка в умовах допуску російської співачки до участі у цьому конкурсі гіпотетично могла б призвести до перетворення віртуальної конфліктогенної реальності у відкрите протистояння сторін.

Здійснене у статті дослідження засвідчує високий евристичний потенціал обраної методики, який вбачаємо у доцільності введення таких тематичних складових, як визначення ступеню конфліктогенності у медіатекстах, скерованість конфліктних настроїв, а також міри впливу Інтернет-видань та соціальних мереж на громадську думку в умовах сучасної гібридної війни.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Корабльова В. Медіаконструювання соціальної реальності: ідеологічний ракурс. *Гуманістичний часопис*. 2012. № 4. URL: <https://khai.edu>.
2. Петренко О. С. Інтернет як субпростір суспільства: структури та процеси: дис. ... канд. соціол. наук. Старобільськ, 2017. URL: <http://dissertations>.
3. Рушченко І. П. Російсько-українська гібридна війна: погляд соціолога: монографія. Харків : ФОП Павленко О. Г., 2015. 268 с.
4. Сем'янків Н. В. Психолінгвістичні аспекти вербалізації емоцій в емотивному дискурсі. *Вісник Житомирського державного університету. Філологічні науки*. 2015. Вип. 2 (80). С. 280. URL: <https://visnyk.zu.edu.ua>
5. Українське суспільство в умовах війни: виклики сьогодення та перспективи миротворення: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Маріуполь, 9 черв. 2017 р.). Маріуполь: ДонДУУ, 2017. 311 с. URL: <https://www.science-community.org>.
6. Форманова С. В., Вейда Т. М. Емоційно- та експресивно-забарвлена лексика в сучасній журналістській практиці. *Науковий вісник Південноукраїнського державного педагогічного університету ім. К. Д. Ушинського. Лінгвістичні науки*. 2011. № 13. С. 371–377. URL: <http://nbuv.gov.ua>.

#### REFERENCES

1. Korabljova V. (2012). Mediaconstructing Social Reality: An Ideological Perspective. *Humanist magazine*. N 4. URL: <https://khai.edu> [in Ukrainian].
2. Petrenko O. S. (2017). Internet as a subspace of society: structures and processes: diss. ... candidate sociologist sciences. Starobilsk. URL: <http://dissertations> [in Ukrainian].
3. Ruschchenko I. P. (2015). Russian-Ukrainian hybrid war: a sociologist's view: a monograph. Kharkiv : FOP Pavlenko O. G. 268 p. [in Ukrainian].
4. Semiankiv N. V. (2015). Psycholinguistic aspects of emotions' verbalization in the emotive discourse. *Visnyk of the Zhytomyr State University. Philological Sciences*. Issue 2 (80). P. 280. URL: <https://visnyk.zu.edu.ua> [in Ukrainian].
5. Ukrainian society in the conditions of war: the challenges of the present and the prospects of peacekeeping: materials. conf. (Mariupol, June 9, 2017). (2017). Mariupol: DonNUU. 311 p. URL: <https://www.science-community.org> [in Ukrainian].
6. Formanova S. V., Veyda T. M. (2011). Emotionally and expressively colored vocabulary in modernj ournalistic practice. *Scientific Herald of the Southern Ukrainian State Pedagogical University named after. K. D. Ushinsky. Linguistic Sciences*. N 13. P. 371–377. URL: <http://nbuv.gov.ua> [in Ukrainian].

## THE CONSTRUCTION OF CONFLICT SITUATIONS CONCERNING TO THE EUROVISION-2017 IN THE INTERNET MEDIA AND SOCIAL NETWORKS

**O. Z. Krislata**

*Ivan Franko National University of Lviv  
Universytetska Str., 1, Lviv, Ukraine, 79000  
olenka.krislata@gmail.com*

The constructing of conflict situations concerning to the International Eurovision Song Contest-2017 in the Internet edition “Day” and “Komsomolskaya Pravda”, as well as social networks “Facebook” and “YouTube” in the conditions of the Russian-Ukrainian hybrid war are examined.

The subject of analysis was the publications dedicated to the Eurovision-2017, May 14, 2016 (the Ukrainian singer Jamala became the winner of the Eurovision-2016) by September 1, 2017. The content analysis was selected as the method of the research, the latent coding was applied.

It is revealed that emotional neutrality is typical for the “Day” and “Facebook” publications, and more than a third of the materials of “Komsomolskaya Pravda” and about a third part of “YouTube” materials are marked by a negative emotional tint. The main emphasis of emotionality of these materials is reflected in the headlines.

Two aspects of a conflict nature are traced: the first one is connected with the expediency/inexpediency of the conducting of Eurovision-2017 in Ukraine; the second – with the participation of the Russian singer Yulia Samoilova in the Eurovision-2017.

Concerning the expediency of holding Eurovision-2017 in Ukraine, the contrast of the presentation is clearly distinguished by the publication of the “Day”, which writes about the expediency of conducting, focusing on the prestige of Ukraine, and “Komsomolskaya Pravda”, which writes about the impracticability of Eurovision-2017 in Ukraine, given the difficult financial situation. These materials of “Komsomolskaya Pravda” are distinguished by the best attitude and humiliation of Ukraine.

With regard to the prohibition of entry into Ukraine by Yulia Samoilova, the publications of “Day” and “Facebook” are emotionally neutral, informative in nature, and publications of “Komsomolskaya Pravda” and “YouTube” show a negative emotional color. As to the proposals for solving this conflict situation, the contrast of the presentation is distinguished by publications of the Internet-editions “Day” and “Komsomolskaya Pravda”. The Ukrainian edition sees the resolution of the conflict in keeping the legislation of Ukraine as the country holding Eurovision-2017; The Russian edition emphasizes on allowing Yulia Samoilova to compete, and in case of refusal – to boycott Eurovision-2017.

The main focus of the Ukrainian edition and network is to support the decision of the Ukrainian authorities to prevent the Russian representative from attending this competition, and the pro-Russian edition and the network – a requirement to ensure the participation of Yulia Samoilova in the Eurovision Song Contest-2017.

*Key words:* the construction of conflict situations, Eurovision-2017, internet publication, social network, “Day”, “Komsomolskaya Pravda”, “Facebook”, “YouTube”.

*Стаття надійшла до редколегії 20.08.2018*

*Прийнята до друку 12.10.2018*