

ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ ВІЙСЬКОВОГО ВОРОГА СУЧАСНИМИ УКРАЇНСЬКИМИ ЗМІ

Болотова В.О., Байдак Т.М.

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, м. Харків

Висвітлення засобами масової інформації російсько-української війни так чи інакше потребує зображення ворога, якими є армія РФ взагалі та типовий російський військовий зокрема. Крім природнього обурення, яке найчастіше виливається в лайку, кожен мешканець України має в свідомості образ російського загарбника. На початку війни цей образ був скоріш аморфним, бо, незважаючи на тридцять років незалежності, давалось навзники радянське минуле, коли росіяни були громадянами тієї ж країни, що й українці, а військові та армія були спільними. З 2014 сусідня країна та її армія перестали бути «своїми», але, на відміну від політичного керівництва РФ, ворогом у повному сенсі цього слова ще не стали, бо громадська свідомість відділяла керівництво від «пересічних росіян» з яких складається армія і які сприймалися більш толерантно. Навіть не допомогло АТО та гібридна війна, бо фейки та маніпуляції з боку РФ впливали на громадську думку ефективніше, ніж реальність, навіть всередині України. Вибори 2019 року показали, що значна частина громадян України лояльно ставляться до перемовин про мир та певних поступок.

Повномасштабне вторгнення для значної частини мешканців України було шоком, а реакція колишніх друзів та родичів холодним душем, почало превалювати почуття страху, яке було цілком природнім, але не тим, що було потрібно для швидкої мобілізації і супротиву не тільки учасників АТО, а всього суспільства. Після перших днів вторгнення основним напрямком формування образу ворога було його висміювання. Як відомо, що підвищення, що зниження іміджу відбувається по спіралі, коли при підвищенні показуються виклики, мобілізація сил, боротьба та перемога, а при зниженні – страх, відступ, поразка. Для зниження іміджу та боротьби зі страхом велику роль грає сміх, бо не може смішне бути страшним. Саме тому завжди глузували і висміювали владу, яка ображала та принижувала, мала реальну силу над людиною, натомість влада боролась з насмішками. Після подій у Бучі та Ірпіні до висміювання невдалого, непідготовленого та незабезпеченого солдата додався образ садиста. Ці два образи, які ніби повинні викликати різні емоції разом посилюють відчуття зневаги.

Слід зазначити, що наведені іміджі гарно працювали у 2022 та 2023 роках для впливу на громадські настрої, коли існувала необхідність швидко оговтатись від початку війни та мобілізуватись, не впасти у відчай від думки, що війна може затягнутись. Побідне сприйняття ворога дозволило також не панікувати від широкомасштабної мобілізації в РФ, підготовки її армією оборонних укріплень, налаштуватись на спробу контрнаступу. Зараз, коли війна стала позиційною, образ незграбного і тупого російського військового викликає образ на ЗМІ, хоча на той час він допоміг. А на передній план зі всіх характеристик армії РФ виходить жорстокість та злочинність, які породжують злість на ненависть.