

УДК 316.6:316.77:130.2

DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2217.2023.55.34-40>

Олена ХОЛОХ, канд. філос. наук

ORCID ID: 0000-0001-6916-5450

e-mail: kholokh.lena@ukr.net

Науково-дослідний центр гуманітарних проблем Збройних Сил України, Київ, Україна

Олександр СКРЯБІН, канд. іст. наук

ORCID ID: 0000-0003-2719-8400

e-mail: skryabin07@meta.ua

Науково-дослідний центр гуманітарних проблем Збройних Сил України, Київ, Україна

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ "ОБРАЗУ ВРОГА" З УКРАЇНИ РОСІЙСЬКИМИ ЗАСОБАМИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Вступ. Досліджено розвиток наукового знання стосовно морально-психологічних аспектів війни, одним з яких є психологічне явище "образу ворога" у суспільній свідомості учасників війни, а також соціально-психологічних механізмів його формування і трансформації. Мета та завдання – поглибити розуміння "образу ворога" з України в суспільній свідомості росіян, здійснити ретроспективний аналіз соціально-психологічних механізмів його формування на прикладі висвітлення російськими засобами масової комунікації триваючої російсько-української війни (2014–2023) та здійснити перспективний аналіз трансформації "образу ворога" у суспільній свідомості росіян.

Методи. Використано загальнонаукові методи: аналіз, синтез, порівняння та узагальнення та метод теоретичної психології – реконструкцію. Ретроспективний аналіз застосовано для розкриття соціально-психологічних механізмів формування "образу ворога" з України та українців у суспільній свідомості росіян. Міждисциплінарний підхід дозволив об'єднати результати філософських напрацювань у царині семіотики кордону і філософсько-антропологічного осмислення бінарного способу мислення образів "Ми", "Інші", "Чужі" і "вороги" у суспільній свідомості соціального суб'єкта та попередні результати цього психологічного дослідження з метою здійснення перспективного аналізу трансформації "образу ворога" у суспільній свідомості росіян.

Результати. "Образ ворога" у суспільній свідомості росіян формувалася в кілька етапів: 1) сформовано негативні соціальні, етнічні та культурні стереотипи; 2) відбулося безпосереднє формування "образу ворога". "Образ ворога" щодо українців виражається на когнітивному рівні (знання і переконання), афективному рівні (почуття та емоції) та на поведінковому рівні (реакції та дії) росіян. Можемо спрогнозувати, що сформований у суспільній свідомості росіян "образ ворога" з України трансформуватиметься в майбутньому в образ "Чужих", або "Інших".

Висновки. Поглиблено розуміння психологічного явища "образу ворога" як складової суспільної свідомості учасників війни. "Образ ворога" здебільшого не відображає реальність, адже він сконструйований штучно, а тому показано, що основними соціально-психологічними механізмами були: переконання, маніпуляції та психологічне зараження; створення наративів, на афективному та поведінковому рівнях – завдяки фейкам, симулякрам та мові ворожнечі.

Ключові слова: суспільна свідомість, комунікативно-пропагандистські технології впливу на суспільну свідомість, бінарний спосіб мислення, суспільні стереотипи, фейк, симулякр, мова ворожнечі.

Вступ

У зв'язку зі збройною агресією Російської Федерації, що триває в Україні, актуальним завданням є розвиток наукового знання стосовно морально-психологічних аспектів війни, одним з яких є психологічне явище "образу ворога" у суспільній свідомості учасників війни та соціально-психологічні механізми його формування і трансформації. "Образ ворога" – це дегуманізований образ одного соціального суб'єкта, що існує в суспільній свідомості іншого соціального суб'єкта. Це психологічне явище є необхідною складовою суспільної свідомості народів ворогуючих держав, оскільки воно виконує такі функції, як: формування морально-психологічної переваги над ворогом, подолання морально-етичних табу щодо вбивства собі подібних (ідеться про символічне позбавлення ворога людських рис у свідомості соціального суб'єкта та спрямування агресії, що виникає, на фізичне знищення ворога), об'єднання суспільства у спільній боротьбі проти ворога, підтримання суспільством вищого військово-політичного керівництва держави та військових тощо.

Російська Федерація (РФ) остаточно сформувала "образ ворога" з України та українців у суспільній свідомості своїх громадян під час висвітлення російськими засобами масової комунікації Революції гідності в Україні. Це дозволило РФ на початку 2014 р. анексувати Кримський півострів та розпалити збройний конфлікт на сході України, який перейшов у повномасштабну війну 24 лютого 2022 року. Триваюча війна супроводжується масо-

вими злочинами російських військових щодо сил оборони України та цивільного населення, що є наслідком тривалого формування в суспільній свідомості росіян "образу ворога" з України та українців. "Образ ворога" з України та українців у суспільній свідомості росіян ґрунтується на основі шовіністичних ідей вищого керівництва країни-агресора. Воно спричиняє почуття ненависті й агресії, які спрямовуються на фізичне знищення українців. Означена проблема потребує поглибленого розуміння психологічного явища "образу ворога" у суспільній свідомості росіян, а також соціально-психологічних механізмів його формування і трансформації.

Огляд літератури. Вивчення проблематики "образу ворога" має міждисциплінарний характер. Це об'єкт наукових розвідок цілого ряду гуманітарних наук, зокрема: імагології, психології, етнопсихології, історії, політології, лінгвістики, історичної та військової антропології, соціології і філософії. У межах імагології, яка вивчає формування образів та уявлень одного народу стосовно іншого, дослідники А. Сенявський та Є. Сенявська (Сенявская, 1999; Сенявский, Сенявская, 2006) розкрили сутність і структуру "образу ворога" у суспільній свідомості ворогуючих народів та імагологічний метод його дослідження. У контексті політологічних розвідок (Левченко, Ракчєєва, 2016) здійснено спроби розкрити зміст "образу ворога". Його визначено як оціночну характеристику, сформовану в суспільній свідомості, що містить: об'єктивну інформацію, суб'єктивні інтерпретації, емоційні

компоненти, суспільні стереотипи, міфи та забобони масової свідомості. Формування певного "образу ворога" у суспільній свідомості соціального суб'єкта здійснюється засобами масової комунікації.

Важливий внесок у дослідження проблематики "образу ворога" здійснили історики. Вони створили загальну типологізацію ворогів, які можуть бути "зовнішніми", "внутрішніми" та "духовними" (Гудков, б. д.). Також сформували загальні характеристики "образу ворога", які виражені в основних лексемах: "чужинець", "агресор", "безлика небезпека", "варвар", "загарбник", "злочин", "садист", "гвалтівник", "уособлення зла та потворності", "той, що несе смерть" тощо (Гасанов, 1994). Мовні аспекти формування "образу ворога" досліджували українські та зарубіжні мовознавці на прикладі російсько-української війни, що триває. Дослідники дійшли висновку, що лексичний склад "мови ворожнечі" росіян щодо України та українців у дискурсі російсько-української інформаційної війни значною мірою ґрунтується на етностереотипах (Гнатюк, 2015). До того ж "мова ворожнечі" містить чимало образно-символічних мовних засобів виразності (метафори, метонімії, аналогії, синекдохи тощо), завдяки чому вона набуває маніпулятивних властивостей щодо формування суспільної думки у населення (Мацішина, 2022). У контексті філософсько-антропологічних розвідок осмислювався бінарний спосіб мислення образу "Ми", якому протиставляється образ іншого соціального суб'єкта, що усвідомлюється, як "Вони", "Чужі", або "вороги". Тобто уявлення суспільної свідомості одного соціального суб'єкта про іншого соціального суб'єкта можуть трансформуватися від дружнього та нейтрального (Вони) до потенційно небезпечного (Чужі), або ворожого (вороги), і навпаки. Такі трансформації у суспільній свідомості соціальних суб'єктів в умовах інформаційного суспільства опосередковані засобами масової комунікації (Холох, 2022).

У межах психологічних розвідок дослідники зосереджувалися на розкритті психологічних причин ворожості людини, які безпосередньо пов'язані з механізмами конструювання "образу ворога" у колективній та індивідуальній свідомості. "Образ ворога" – це складне утворення, що складається з когнітивного рівня (знання та переконання щодо ворога), афективного (почуття та емоції щодо ворога) та поведінкового рівня (ставлення, дії та реакції щодо ворога). У межах теорії соціального навчання високий чи низький рівень ворожості суспільства в цілому вважається результатом соціалізації та соціального навчання індивідів. У деяких теоріях явище ворожості розглядається як невід'ємна характеристика людини, що зумовлена боротьбою за виживання, ресурси та владу (Андрощук, Олексієнко, 2015, с. 184–185). На думку З. Фрейда та К. Лоренца, схильність людини до агресії є її вродженим інстинктом, тобто агресія закладена в людину від природи (Лоренц, 2001). Психоаналітик М. Решетніков у межах теорії соціально-історичної психіатрії сформував концепцію спадкової психологічної обумовленості міжетнічних конфліктів, в основі яких лежать історично сформовані травми народу, які через певний час можуть відродитися в ненависті до інших народів. Автор згаданої концепції визначає "образ ворога" як стійкий психологічний стереотип, що зберігається у свідомості тривалий час і має здатність до відродження через довгі історичні періоди (Решетніков, б. д.).

Проблематику соціально-психологічного впливу на людину та суспільство (сутність, структуру, мету, механізми, методи та засоби тощо) вивчали такі дослідники, як: Г. Андреева (Андреева, 2001), О. Андрощук, В. Бехтерев,

Є. Доценко, О. Кириченко, Г. Ковальов, В. Куліков, В. Москаленко (Москаленко, 2007), С. Олексієнко, В. Ольшанський, Б. Париґін, М. Поліщук, О. Сидоренко, В. Татенко та ін. Механізми соціально-психологічного впливу на людину та суспільство досліджувалися в контекстах політики, реклами, маркетингу, комунікації тощо. Утім спеціального дослідження щодо соціально-психологічних механізмів формування "образу ворога" з України та українців у суспільній свідомості росіян під час цієї російсько-української війни ще не створено.

Отже, актуальність цього дослідження зумовлена кількома причинами. Насамперед, знання соціально-психологічних механізмів формування "образу ворога" у суспільній свідомості сприятиме вчасному виявленню загроз в інформаційному просторі, адже вони є маркерами підготовки військової агресії у фізичному просторі. З іншого боку, виявлення соціально-психологічних механізмів формування "образу ворога" у суспільній свідомості росіян (або іншого народу) з України та українців є першим кроком для здійснення протидії інформаційно-символічному впливу, який спрямований на руйнування української національної та громадянської ідентичності, історичної пам'яті, мови та культури тощо. І насамкінець, усвідомлення соціально-психологічних механізмів формування "образу ворога" у суспільній свідомості сприятиме його швидкому формуванню в українських військових та населення в разі необхідності давати відсіч військовій агресії під час оборонної війни. Адже "образ ворога", сформований у свідомості учасників війни, уможливує її ведення в морально-психологічному ставленні. Тому його наявність у свідомості учасників війни необхідна як для загарбницької, так і для оборонної війни.

Мета і завдання дослідження – поглибити наукове розуміння психологічного явища "образу ворога" у суспільній свідомості соціального суб'єкта. Провести ретроспективний аналіз соціально-психологічних механізмів формування "образу ворога" з України та українців у суспільній свідомості росіян на прикладі висвітлення російськими засобами масової комунікації російсько-української війни (2014–2023). А також здійснити перспективний аналіз соціально-психологічних механізмів трансформації "образу ворога" у суспільній свідомості російського населення. **Об'єкт дослідження** – психологічне явище "образ ворога" як складова суспільної свідомості учасників війни.

Методи

Наукове дослідження психологічного явища "образу ворога" у суспільній свідомості соціального суб'єкта відбувалося з використанням загальнонаукових методів: аналізу, синтезу, порівняння та узагальнення. Для аналізу, інтерпретації та розкриття змістовної цілісності психологічного явища "образу ворога" у суспільній свідомості соціального суб'єкта використовувався метод теоретичної психології – реконструкція. Ретроспективний аналіз дозволив розкрити соціально-психологічні механізми та основні комунікативно-пропагандистські технології, що використовувалися російськими засобами масової комунікації для формування "образу ворога" з України та українців у суспільній свідомості росіян. Міждисциплінарний підхід дозволив об'єднати попередні результати проведеного психологічного дослідження із філософськими напрацюваннями в царині семіотики кордону та філософсько-антропологічне осмислення бінарного способу мислення образів "Ми", "Інші", "Чужі" та "вороги" у масовій свідомості соціального суб'єкта з метою реалізації перспективного аналізу. Він дав можливість прогнозувати вірогідний розвиток трансформації "образу ворога" з України та українців у суспільній свідомості росіян в образ "Чужих" або "Інших".

Результати

"Образ ворога" – це психологічне явище, що виражає у суспільній свідомості одного соціального суб'єкта уявлення про іншого соціального суб'єкта, який позбавлений людських рис. Образ як такий – це уявлення індивідуальної та масової свідомості, що виникає у досвіді внаслідок сприйняття фактів, подій тощо. Образ також може виникати і без сприйняття, а внаслідок мріяння (Психологос: енциклопедія практичної психології, б. д.). Поняття "ворог" – це ототожнення іншого соціального суб'єкта з такими характеристиками, як недруг, супротивник – тим, хто порушує кордони і несе смертельну небезпеку. Такі ототожнення і переконання щодо іншого соціального суб'єкта можуть відповідати дійсності, частково відповідати дійсності або не мають жодного зв'язку із реальністю. Психологічне явище "образ ворога" сприймається і мислиться у суспільній свідомості в бінарній опозиції, тобто сам по собі він не має сенсу, а набуває його лише у взаємодоповнювальному протиставленні. Бінарна опозиція – це властивість людського мислення, що полягає у сприйнятті світу через парні семантично-протилежні категорії (Кузьо, 2018). Таким чином, "образ ворога", сформований у суспільній свідомості, завжди протиставляється образу "Ми", тобто уявленням про нас самих. У процесі такого протиставлення ворогу приписуються виключно негативні характеристики, які контрастують на тлі позитивних характеристик образу "Ми".

Зазначимо, що уявлення про іншого соціального суб'єкта в суспільній свідомості певного соціального суб'єкта можуть мислитися і відтворюватися в таких основних бінарних опозиціях: "Ми – Вони (Інші)", коли образ іншого соціального суб'єкта сприймається нейтрально; "Ми – Чужі", коли образ іншого соціального суб'єкта сприймається, як потенційно небезпечний; "Ми – вороги", коли образ іншого соціального суб'єкта максимально насичений негативними характеристиками, які спричиняють почуття агресії, люті, ненависті і спонукають до фізичного знищення ворога. Адже з ворогом неможлива перспектива спільного майбутнього існування через аксіологічну несумісність, загрозу втрати особистості суб'єктивності, національної ідентичності та навіть фізичного існування. Саме такий антагонізм призводить до війни, її виправдання та дозволу на асиміляцію і фізичне знищення іншого соціального суб'єкта.

Психологічне явище "образу ворога", сформоване у суспільній свідомості певного соціального суб'єкта, може відповідати реальності, коли воно формується внаслідок реальних зіткнень із ворогом, які відбуваються під час оборонної війни, тобто лише тоді, коли "образ ворога" не формувався заздалегідь у свідомості населення та військових країни, які не готувалися до війни, а стали жертвою військової агресії. Натомість "образ ворога" у суспільній свідомості населення та військових країни-агресора буде штучно сконструйованим і може зовсім не відповідати реальності. Адже в умовах сучасних інформаційних суспільств порядок денний для суспільної свідомості населення та військових формується засобами масової комунікації. А в тоталітарних режимах, до яких безперечно належить РФ, засоби масової комунікації стають інструментом політичного впливу на суспільну свідомість власного населення та реалізують державну політику. Тобто російське населення є об'єктом постійних маніпуляцій, які здійснюються російськими засобами масової комунікації, що поширюють доктрину "руського міра". Ця доктрина фактично спрямована на відновлення СРСР, адже вона передбачає об'єднання Росії, Білорусі та України і посилення впливу Росії в країнах Балтії. Саме з

цією метою російська федерація протягом багатьох років вела проти України інформаційно-смыслову війну, метою якої було заперечення української державності, національної ідентичності, історії, мови та культури. Саме доктриною "руського міра" кремлівська влада виправдовувала анексію Криму та вторгнення на Донбас у 2014 р., а також повномасштабну військову агресію, розпочату в 2022 р.

Отже, в умовах сучасного інформаційного суспільства "образ ворога" у суспільній свідомості одного соціального суб'єкта формується засобами масової комунікації в процесі висвітлення ними подій та інтерпретації інформації про іншого соціального суб'єкта. Усвідомлення "образу ворога" і ставлення одного соціального суб'єкта до іншого соціального суб'єкта як до ворога виражається на: когнітивному рівні (знання і переконання), афективному рівні (переживання певних емоцій) та поведінковому рівні (реакції та дії).

Процес формування "образу ворога" у масовій свідомості соціального суб'єкта відбувається в кілька етапів. На першому етапі формуються негативні стереотипи. Зазначена мета досягається в процесі довготривалого малопомітного інформаційно-смыслового впливу. Стереотипи масової свідомості прийнято в суспільстві зразками фільтрації та сприйняття інформації про події суспільного життя (Семенів, с. 175). Стереотипи суспільної свідомості росіян щодо України та українців формувалися засобами масової комунікації, масовою культурою, освітою і наукою. На цьому етапі російські засоби масової комунікації також створювали і поширювали наративи, що ґрунтувалися на шовіністичній міфології буцімто слов'янської єдності росіян та українців, якими поступово впливали на суспільну свідомість росіян та частини українців, що перебувала під впливом російських медіа. Зазначена міфологія представляла систему цінностей і смислів, і на цьому тлі формувала й обґрунтовувала образ спільного майбутнього. Спочатку ця міфологія обґрунтовувала право росіян на культурну асиміляцію та окупацію свідомості українців, а потім на колонізацію українських територій і на фізичне знищення всіх незгодних. На цьому етапі бінарна опозиція, "Ми–Інші" у суспільній свідомості росіян трансформувалася в іншу бінарну опозицію – "Ми – Чужі". Тобто образ України та українців починає сприйматися росіянами, як потенційно небезпечний. Цей етап тривав від здобуття Україною незалежності в 1991 р. і до кінця осені 2013 року (Євромайдану). І саме протягом цього етапу в суспільній свідомості росіян було сформовано когнітивну складову "образу ворога" з України та українців (Холох, Євсєєв, Халіманенко, 2023).

На першому етапі російські засоби масової комунікації використовували такі основні методи соціально-психологічного впливу, як переконання і маніпуляції. Для переконання російського населення підбирали певні логічні аргументи, на основі яких створювали і поширювали деструктивні наративи. Унаслідок чого формували в російського населення негативні переконання та уявлення щодо України та українців. Метою соціально-психологічного впливу, що здійснювався російськими засобами масової комунікації, було намагання сформувати в російського населення зверхнє і негативне ставлення до українців через створення стереотипів "малороса" і "хохла", які були нібито одним народом з росіянами, але менш культурним і освіченим (Кузьо, 2018, с. 120). Маніпуляції здійснювалися шляхом реінтерпретації та спотворення історичних фактів. Зокрема, було демонізовано ім'я провідника Організації українських націоналістів С. Бандери як "фашиста" та "нацистського колаборанта" (Рябчук, 2016).

Збереження АР Крим у складі незалежної України після розпаду СРСР інтерпретувалося російськими засобами масової комунікації, як "крадіжка хохлів" та "історична несправедливість" (Горбулін, 2017, с. 198). Заперечення української державності відбувалося також в царині культури і науки шляхом маніпуляцій та реінтерпретацій історичних фактів. Зокрема, у жовтні 2003 р. у російських засобах масової комунікації з'явилися фейкові статті, що переконували російське населення про готовність України розпочати війну проти Росії. Така риторика відбулася під час кризи в українсько-російських відносинах через спорудження Росією дамби в Керченській протоці від Таманського півострова до острова Тузла (Гапеева, 2016, с. 272). До того ж, Росія постійно чинила на Україну політичний та економічний тиск (газові і торговельні війни) через прагнення України до Євроатлантичної інтеграції. Саме тому російські засоби масової комунікації постійно дискредитували українське керівництво та українців, як "зрадників", "ненадійних партнерів", "зłodів" тощо і формували в суспільній свідомості російського населення відповідні деструктивні стереотипи щодо українців.

На другому етапі відбувалося активне формування "образу ворога" з України та українців у суспільній свідомості росіян їхніми засобами масової комунікації. Цей етап розпочався напередодні війни (лютий-березень 2014 р.) і підтримується протягом усієї війни (на час написання статті – липень 2023 р.). Саме на цьому етапі в росіян формується емоційна складова "образу ворога", що проявляється у продукуванні в них таких почуттів і емоцій, як: гнів, ненависть, агресія, жага помсти, спрямованих на ворога. Унаслідок сформованості когнітивної та афективної складової "образу ворога" розвивається поведінкова складова, що проявляється як готовність фізично знищувати ворога. Тобто на цьому етапі бінарна опозиція "Ми – Чужі" у суспільній свідомості росіян трансформується в іншу бінарну опозицію – "Ми – вороги". Таким чином, образ України та українців починає сприйматися як пряма небезпека фізичному існуванню росіян, що й вимагає їхніх активних дій для фізичного знищення ворога.

Для формування в росіян афективної та поведінкової складової "образу ворога" російські засоби масової комунікації використовували такі основні методи соціально-психологічного впливу, як маніпуляції та психологічне зараження. Ці методи реалізовувалися в таких комунікативно-пропагандистських технологіях, як створення фейків – новин на основі спотворених фактів, симулякрів – повністю створених образів і вигаданих новин та мови ворожнечі. Антиукраїнські фейки та симулякри створюють, щоб змінити картину реальності у російського населення, викликати в них емоції обурення, гніву, ненависті та агресії і спрямувати їхню поведінку на фізичне знищення ворогів-українців. Найвідомішими фейками та симулякрами, поширеними російськими засобами масової комунікації під час російсько-української війни, були: "розп'ятий хлопчик українськими військовими під час звільнення Слов'янська у 2014 році"; "українські військові воюють на Донбасі за обіцяні їм клапчик землі і два раби"; "ополченці Донбасу – це місцеві шахтарі і трактористи, а не російські найманці та регулярні війська Російської Федерації" тощо (Історія без міфів, 2021, 18 вересня). Найвідомішими фейками, створеними та поширеними російськими засобами масової комунікації після початку повномасштабної війни Російською Федерацією в Україні в 2022 р., були: "Росія почала війну в Україні, щоб випередити її, бо вона планувала силове повернення Донбасу та Криму", "Україна розробляла біологічну зброю, спрямовану на знищення виключно

російського народу"; «російська регулярна армія "звільняє" в Україні міста і села від "київської хунти" та "націоналістів"» тощо. Протягом усієї війни російські засоби масової комунікації використовували мову ворожнечі. Найпоширенішими дискримінаційними висловлюваннями щодо українців були: "бандерівці", "неонацисти", "українські бойовики", "русофоби", "кривава хунта", "каратели" тощо.

Окрім зазначеного, російські засоби масової комунікації постійно поширюють антиукраїнські наративи, за твердженням кремлівської пропагандою, за рахунок чого переконують російське населення в тому, що: "в Україні відбувається геноцид російськомовного населення", "України як держави ніколи не існувало, а всі її території споконвічно належали Польщі та Росії", "в Україні відбувається внутрішній конфлікт – громадянська війна", "Україна – це маріонетка Заходу, який підтримує націоналістів", "Росія веде війну із Заходом та стримує Третю світову війну", "Російська армія та союзні сили "звільняють" територію України та мирне населення", "ЗСУ обстрілюють мирні українські міста і села, здійснюють теракти, але звинувачують у цьому росіян" тощо. У такий спосіб російські засоби масової комунікації підтримують вже сформований когнітивний рівень "образу ворога" у суспільній свідомості російського населення протягом усіх років російсько-української війни, що триває. Зазначимо, що "образ ворога", сформований засобами масової комунікації у суспільній свідомості російського населення, персоніфікується, тобто наповнюється конкретним змістом. Такими конкретними ворогами стали: Президент України В. Зеленський; вище політичне керівництво України; Сили безпеки та оборони України; українське населення в цілому, яке поділяється російськими засобами масової комунікації на активних та пасивних фашистів (Сергейцев, 2022, 4 апреля).

Попри цю повномасштабну війну в Україні, можемо прогнозувати, що рано чи пізно вона закінчиться. Про це свідчить історичний досвід. Тому активний етап формування "образу ворога" у суспільній свідомості росіян завершиться і розпочнеться його трансформація у зворотний бік – в образ "Чужих" або "Інших". Цей етап розпочинається із досягненням перемоги або будь-якою іншою формою закінчення війни. В інформаційному просторі зникне емоційна мова ворожнечі, завдяки чому в росіян перестануть формуватися емоції гніву, ненависті, агресивності та жаги помсти щодо українців. Медіадискурс ворожнечі трансформується в дискурс пограниччя і сусідства. На цьому етапі бінарна опозиція, "Ми – вороги" у суспільній свідомості росіян трансформується в іншу бінарну опозицію – "Ми – Чужі" та поступово в "Ми – Інші". Тобто образ України та українців буде сприйматися вже не вороже, а лише потенційно небезпечним або ж нейтрально.

Для здійснення перспективного аналізу розглянемо соціальний вимір війни, який по суті є негативною формою соціальної взаємодії, що представляє граничну форму антагонізму між воюючими народами. А соціальна взаємодія – це процес, а не постійний стан, який протягом історії існування держав і народів може коливатися від конструктивних форм (дружба, партнерство) до деструктивних (ворожнеча і війна), і навпаки. Для подальшого аналізу звернемося до філософських напрацювань у царині семіотики кордону та її впливу на суспільну свідомість соціального суб'єкта (Кривицька, 2015), а також до результатів філософсько-антропологічного осмислення трансформації образів "Ми (Нас)", "Інших", "Чужих" та ворогів у суспільній свідомості (Холод, 2022).

Наразі Україна сформувала наш образ перемоги – це вихід на кордони України 1991 року. І війна у різних

вимірах її прояву припиниться тоді, коли керівництво Російської Федерації теж погодиться із цими міжнародно визнаними кордонами України. Семіотика державного кордону дуже важлива. Це політична, територіальна, економічна та інші різновиди меж. Основна функція кордону, що сформувалася ще за часів античності, полягає в розрізненні "обмеженого і безмежного", тобто кордон структурує – визначає край території кожної держави, межу простору її влади, тим самим сприяє встановленню порядку у світі (Кривицька, 2015, с. 175). Завдяки відновленню кордону, який було нівельовано з початком військової агресії, знову стає можливим зіставлення образів "Ми" та "Чужі" або "Інші" та їхня просторова сумісність і можливість будь-якої взаємодії. Саме з цього кроку розпочинається трансформація бінарної опозиції, "Ми – вороги" у суспільній свідомості російського населення в іншу бінарну опозицію – "Ми – Чужі" та поступово в "Ми – Інші".

Бінарна опозиція "Ми – Чужі" або "Ми – Інші" має формуватися на когнітивному рівні суб'єкта сприйняття (російського населення) наративами про правомірність територіального поділу. При цьому логічні аргументи можуть підбиратися будь-які. У медіадискурсі засобів масової комунікації образ іншого соціального суб'єкта перестав дегуманізуватися, йому повертається його суб'єктність – визнання права за іншою державою (Україною) вільно обирати шлях свого розвитку та бути світовим суб'єктом у політичній, економічній, політико-правовій і культурній площині. Завдяки цьому на афективному рівні в суб'єкта сприйняття (російського населення) почне формуватися врівноважене толерантне ставлення до іншого соціального суб'єкта (України та українців) з відповідними психологічними почуттями та емоціями – поваги, визнання, стриманості тощо, які виражатимуть ставлення одного соціального суб'єкта до іншого та до дійсності. Усе це має привести до формування у росіян поведінки стриманості та ставлення до українців як до сусідів.

Дискусія і висновки

Унаслідок проведеного дослідження можемо зробити висновок, що теоретичні результати цього дослідження не суперечать вже існуючим науковим уявленням про "образ ворога", але водночас узагальнюють, конкретизують і тим самим поглиблюють розуміння досліджуваного явища, що вивчається в міждисциплінарному дискурсі цілого ряду гуманітарних наук.

"Образ ворога" – це психологічне явище суспільної свідомості учасників війни. Він виконує ряд важливих функцій і тим самим сприяє успішному веденню війни в морально-психологічному аспекті. У переважній більшості випадків "образ ворога" не відображає реальність, а штучно сконструйований завдяки соціально-психологічним механізмам та комунікативно-пропагандистським технологіям, які використовують засоби масової комунікації. Проведений ретроспективний аналіз формування "образу ворога" з України та українців у суспільній свідомості росіян показав, що основними соціально-психологічними механізмами були: переконання, маніпуляції та психологічне зараження. "Образ ворога" формувався на когнітивному рівні шляхом створення наративів, на афективному та поведінковому рівнях – завдяки фейкам, симулякрам та мові ворожнечі. Міждисциплінарний підхід дозволив поєднати попередні результати психологічного дослідження із філософськими напрацюваннями семіотики кордону та філософсько-антропологічним осмисленням бінарного способу мислення суспільної свідомості та спрогнозувати перспективну трансформацію "образу ворога" з України та українців у масовій свідомості росіян в образ "Чужих" або "Інших". Практичне значення цього

дослідження полягає у виявленні соціально-психологічних механізмів формування "образу ворога" у суспільній свідомості соціального суб'єкта засобами масової комунікації. Ці знання стануть у нагоді для вчасного виявлення загроз в інформаційному просторі, які є маркерами підготовки військової агресії у фізичному просторі.

Перспектива подальших досліджень полягає в розкритті соціально-психологічних механізмів формування "образу ворога" у суспільній свідомості соціального суб'єкта, який зазнав військової агресії і змушений вести оборонну війну. Таке дослідження сприятиме визначенню основних соціально-психологічних механізмів для швидкого формування "образу ворога" у суспільній свідомості соціального суб'єкта, без попереднього етапу – формування негативних соціальних стереотипів, які у разі необхідності стають основою для швидкого формування "образу ворога" у суспільній свідомості соціального суб'єкта.

Внесок авторів: Олена Холох – методологія, написання – оригінальна чернетка; Олександр Скрябін – концептуалізація, написання – перегляд і редактування.

Список використаних джерел

- Андреева, Г. М. (2001). *Социальная психология*. Аспект Пресс.
- Андрощук, О., & Олексієнко, С. (2019). Психологічні особливості формування образу ворога як складової гібридної війни Російської Федерації проти України. *Збірник наукових праць Національної академії прикордонної служби України. Психологічні науки*, 2 (13), 182–198.
- Гапеева, О. (2016). Інформаційно-пропагандистська кампанія Росії проти України під час конфлікту на Острові Коса Тузла у 2003 році. *Військово-науковий вісник*, Вип. 25, 266–281.
- Гасанов, И. Б. (1994). *Национальные стереотипы и "образ врага"*. РАУ. <https://culture.wikireading.ru/31832>
- Гнатюк, В. (2015). "Мова ворожнечі" в російсько-українській війні 2014–2015 років та національна самосвідомість українців. *Історико-культурні студії*, Вип. 2. № 1, 47–52.
- Горбулін, В. П. (Ред.). (2017). Світова гібридна війна: український фронт. *Монографія*. НІСД.
- Гудков, Л. (б. д.). Идеология "врага". *Пси-фактор*. <https://psyfactor.org/lib/gudkov1.htm>
- Електронна версія "Великої української енциклопедії". (б. д.). *Бінарна опозиція*. <https://vue.gov.ua>
- Історія без міфів. (2021, 18 вересня). Розп'ятий хлопчик, два раби, бойові дядьколюбів – як Росія створює фейки // 10 запитань военкору [Відео]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=GXb22JQDuJQ>
- Кривицька, О. (2015). Дискурс пограниччя в соціокультурних дослідженнях: теоретико-методологічні аспекти. *Наукові записки Інституту політичних і етносоціальних досліджень ім. І.Ф. Кураса НАН України*, Вип. 4(78), 173–197.
- Кузьо, Т. (2018). *Війна Путіна проти України. Революція, націоналізм і криміналітет* (А. Павлишин, Пер.). Дух і літера.
- Левченко, Л. О., & Ракчєєва, С. М. (2016). Технології формування зовнішнього ворога у демократичних та недемократичних режимах. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу "Києво-Могилянська академія"*. Політологія, Т. 273, Вип. 261, 74–78.
- Лоренц, К. (2001). *Психология человеческой агрессивности: хрестоматия*. Харвест.
- Мацшина, І. В. (2022). Homo Sacer та виклик суб'єктності "ворога" в умовах російсько-української війни. *Політичне життя*, № 2, 15–22.
- Москаленко, В. В. (2007). *Психология социального влияния*. Центр учбової літератури.
- Олексієнко, С., & Андрощук, О. (2019). Психологічні особливості формування образу ворога як складової гібридної війни Російської Федерації проти України. *Збірник національної академії державної прикордонної служби України. Психологічні науки*, №2 (13), 182–198.
- Психологос: енциклопедія практичної психології. (б. д.). *Образ*. <http://psychologis.com.ua/obraz.htm>
- Решетников, М. М. (б. д.). Клинический метод в изучении и разрешении конфликтов (социально-историческая психиатрия). *Научная электронная библиотека "КиберЛенинка"*. <https://cyberleninka.ru/article/n/klinicheskiy-metod-v-izuchenii-i-razreshenii-mezhnhatsionalnyh-konfliktov-sotsialno-istoricheskaya-psihiatriya>
- Рябчук, М. (2016). "Хохли", "Малороси", "Бандери": стереотип українця у російській культурі та його політична інструменталізація. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України*, Вип. 1 (81), 179–194.

Семенів, Н. (2018). Етнічні стереотипи: чинники формування та їх використання засобами масової інформації. *Проблеми сучасної психології*, Вип. 44, 170–190.

Сенявская, Е. С. (1999). *Психология войны в XX веке: исторический опыт России*. РОССЭН.

Сенявский, А. С., & Сенявская, Е. С. (2006). Историческая имагология и проблема формирования "образа врага" (на материалах Российской истории XX в.). *Вестник РУДН. Серия "История России"*, № 2 (6), 54–72.

Сергейцев, Т. (2022, 4 апреля). Что Россия должна сделать с Украиной. *РИА Новости*. <https://ria.ru/20220403/ukraina-1781469605.htm>

Словник української мови. Академічний тлумачний словник (1970–1980). (б. д.). *Ворог*. <http://sum.in.ua/s/vorogh>

Холох, О. І. (2022). Антропологічне осмислення образів "Свого", "Чужого", "Ншого" та "Ворога" як складових суспільної свідомості. *Глея: науковий вісник*, Вип. 8 (175), 49–54.

Холох, О. І., Євсєєв, І. Г., & Халіманенко, К. В. (2023). Формування Російською Федерацією негативних стереотипів з України та українців та їх вплив на колективний інтелект російського населення. *Вісник національного університету оборони України. Питання психології*, № 4 (74), 151–160.

References

- Andreeva, G. M. (2001). *Social psychology*. Aspect Press [in Russian].
- Androschuk, O., Oleksienko, S., (2019). Psychological features of the formation of the image of the enemy as a component of the hybrid war of the Russian Federation against Ukraine. Collection of scientific works of the National Academy of Sciences of Ukraine. Series: psychological sciences, No. 2 (13), 182–198 [in Ukrainian].
- Dictionary of the Ukrainian language. Academic explanatory dictionary (1970–1980). (b. d.). *Enemy*. <http://sum.in.ua/s/vorogh> [in Ukrainian].
- Electronic version of the "Great Ukrainian Encyclopedia". (b. d.). Binary opposition [in Ukrainian].
- Gapeeva, O. (2016). Russia's information and propaganda campaign against Ukraine during the Kosa Tuzla conflict in 2003. *Military-scientific bulletin*, Vol. 25, 266–281 [in Ukrainian].
- Gorbulin, V. P. (Ed.). (2017). *World hybrid war: Ukrainian front: monograph*. NISD [in Ukrainian].
- Hasanov, I. B. (1994). National stereotypes and the "image of the enemy". *RAU* <https://culture.wikireading.ru/31832> [in Russian].
- Hnatyuk, V. (2015). "The language of hostility" in the Russian-Ukrainian war of 2014–2015 and the national self-awareness of Ukrainians. *Historical and cultural studies*, Vol. 2. No. 1, 47–52 [in Ukrainian].
- Hudkov, L. (b. d.). Ideologeme "enemy". Psi factor. <https://psyfactor.org/lib/gudkov1.htm> [in Russian].
- History without myths. (2021, September 18). Crucified boy, two slaves, martial uncle lovers - how Russia creates fakes // 10 questions to the military [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Gxh22JQDuJQ> [in Ukrainian].
- Kholokh, O. I. (2022). Anthropological understanding of the images of "Owner", "Other", "Enemy" and "Enemy" as components of social consciousness. *Gilea: scientific bulletin*, Vol. 8 (175), 49–54 [in Ukrainian].

Kholokh, O. I., Yevseev, I. G., Khalimanenko, K. V. (2023). Formation of negative stereotypes of Ukraine and Ukrainians by the Russian Federation and their influence on the collective intelligence of the Russian population. *Bulletin of the National University of Defense of Ukraine. Issues of psychology*, No. 4 (74), 151–160 [in Ukrainian].

Kryvytska, O. (2015). Discourse of borderlands in sociocultural studies: theoretical and methodological aspects. Scientific notes of the Institute of Political and Ethnosocial Research named after I.F. Curacao of the National Academy of Sciences of Ukraine, Vol. 4(78), 173–197 [in Ukrainian].

Kuzio, T. (2018). Putin's war against Ukraine. Revolution, nationalism and criminality (A. Pavlyshyn, Trans.). Spirit and letter [in Ukrainian].

Levchenko, L. O., Rakcheeva, S. M. (2016). Technologies of formation of the external enemy in democratic and non-democratic regimes. Scientific works of the Black Sea State University named after Peter Mohyla complex "Kyiv-Mohyla Academy". Series: Political Science, Volume 273, Issue 261, 74–78 [in Ukrainian].

Lorenz, K. (2001). *Psychology of human aggressiveness: a textbook*. Harvest [in Russian].

Matsyshina, I. V. (2022). Homo Sacer and the challenge of the subjectivity of the "enemy" in the conditions of the Russian-Ukrainian war. *Political Life*, No. 2, 15–22 [in Ukrainian].

Moskalenko, V. V. (2007). *Psychology of social influence*. Center of educational literature [in Ukrainian].

Oleksienko, S., Androschuk, O. (2019). Psychological features of the formation of the image of the enemy as a component of the hybrid war of the Russian Federation against Ukraine. *Proceedings of the National Academy of the State Border Service of Ukraine. Series: psychological sciences*, No. 2 (13), 182–198. [in Ukrainian].

Psychologos: encyclopedia of practical psychology. (b. d.). Image. <http://psychologos.com.ua/obraz.htm> [in Ukrainian].

Reshetnikov, M. M. (b. d.). Clinical method in the study and resolution of conflicts (social-historical psychiatry). Scientific electronic library "KyberLeninka". <http://https://cyberleninka.ru/article/n/klinicheskiy-metod-v-izuchenii-i-razreshenii-mezhnatsionalnyh-konfliktov-sotsialno-istoricheskaya-pshihariya> [in Russian].

Ryabchuk, M. (2016). "Khokhly", "Malorosi", "Bandery": the stereotype of the Ukrainian in Russian culture and its political instrumentalization. Scientific notes of the Institute of Political and Ethnonational Studies named after I. F. Kuras NAS of Ukraine, Vol. 1 (81), 179–194 [in Ukrainian].

Semeniv, N. (2018). Ethnic stereotypes: factors of formation and their use by mass media. *Problems of modern psychology*, Vol. 44, 170–190 [in Ukrainian].

Senyavskaya, E. S. (1999). *Psychology of war in the 20th century: the historical experience of Russia*. ROSSÉN [in Russian].

Senyavsky, A. S., Senyavskaya, E. S. (2006). Historical imagery and the problem of forming the "image of the enemy" (based on the materials of Russian history of the 20th century). *Herald of RUDN. Series "History of Russia"*, No. 2 (6), 54–72 [in Russian].

Sergeytssev, T. (2022, April 4). What Russia should do with Ukraine. *RIA Novosti*. <https://ria.ru/20220403/ukraina-1781469605.htm> [in Russian].

Отримано редакцією журналу / Received: 07.08.23

Прорецензовано / Revised: 22.08.23

Схвалено до друку / Accepted: 25.08.23

Olena KHOLOKH, PhD (Philos.)

ORCID ID 0000-0001-6916-5450

e-mail: kholokh.lena@ukr.net

Research Center for Humanitarian Problems of the Armed Forces of Ukraine, Kyiv, Ukraine

Oleksandr SKRIABIN, PhD (Hist.)

ORCID ID 0000-0003-2719-8400

e-mail: skryabin07@meta.ua

Research Center for Humanitarian Problems of the Armed Forces of Ukraine, Kyiv, Ukraine

SOCIAL-PSYCHOLOGICAL FORMATION MECHANISMS OF THE "IMAGE OF THE ENEMY" FROM UKRAINE BY THE RUSSIAN MASS MEDIA DURING THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR

Background. Scientific research consists in the development of scientific knowledge about the moral and psychological aspects of war, one of which is the psychological phenomenon of the "image of the enemy" in the public consciousness of war participants, as well as the social and psychological mechanisms of its formation and transformation. The purpose and task of the research is to deepen the understanding of the psychological phenomenon of the "image of the enemy" in the social consciousness of a social subject. It is necessary to carry out a retrospective analysis of the socio-psychological mechanisms of the formation of the "image of the enemy" from Ukraine and Ukrainians in the public consciousness of Russians, using the example of coverage by Russian mass media of the ongoing Russian-Ukrainian war (2014–2023). Moreover, it is necessary to carry out a prospective analysis of the transformation of the "image of the enemy" in the public consciousness of Russians.

Methods. In the research process, general scientific methods were used: analysis, synthesis, comparison and generalization. For an in-depth analysis of the psychological phenomenon of the "image of the enemy", the method of theoretical psychology – reconstruction – was used. Retrospective analysis was used to reveal the socio-psychological mechanisms of formation of the "image of the enemy" from Ukraine and Ukrainians in the public consciousness of Russians. The interdisciplinary approach made it possible to combine the results of philosophical studies in the field of border semiotics and the philosophical-anthropological understanding of the binary way of thinking of the images "We", "Others", "Strangers" and "enemies" in the public consciousness of the social subject and the previous results of this psychological research in order to carry out a prospective analysis of the transformation of the "image of the enemy" in the public consciousness of Russians.

Results. *The "image of the enemy" in the public consciousness of Russians was formed in several stages. At the first stage, negative social, ethnic and cultural stereotypes of Ukraine and Ukrainians were formed. At the second stage, there was a direct formation of the "image of the enemy" in the public consciousness of Russians. The "image of the enemy" is expressed on the cognitive level (knowledge and beliefs about Ukrainians), the affective level (feelings and emotions about Ukrainians), and the behavioral level (reactions and actions about Ukrainians) of Russians.*

As a result of the prospective analysis, we can predict that the "image of the enemy" from Ukraine and Ukrainians formed in the public consciousness of Russians will transform in the future into the image of "Foreigners" or "Others".

Conclusions. *In the course of the conducted research, the understanding of the psychological phenomenon of the "image of the enemy" as a component of the social consciousness of the participants in the war was deepened. It performs a number of important functions and thereby contributes to the successful conduct of war in moral and psychological terms. In the vast majority of cases, the "image of the enemy" does not reflect reality, because it is artificially constructed thanks to socio-psychological mechanisms that use the means of mass communication. A retrospective analysis of the formation of the "image of the enemy" from Ukraine and Ukrainians in the public consciousness of Russians showed that the main socio-psychological mechanisms were: persuasion, manipulation and psychological contamination. The "image of the enemy" was formed at the cognitive level through the creation of narratives, at the affective and behavioral levels - thanks to fakes, simulacra and hate speech.*

Keywords: *social consciousness, communication and propaganda technologies of influence on public consciousness, binary way of thinking, social stereotypes, fake, simulacrum, hate speech.*

Автори заявляють про відсутність конфлікту інтересів. Спонсори не брали участі в розробленні дослідження; у зборі, аналізі чи інтерпретації даних; у написанні рукопису; в рішенні про публікацію результатів.

The authors declare no conflicts of interest. The funders had no role in the design of the study; in the collection, analyses or interpretation of data; in the writing of the manuscript; in the decision to publish the results.