" Ватник" контент-анализ метафоры в медиасреде

«Информационно-психологическая война -

это искусственное создание врагом такой информационной среды, которая оказывает разрушительное воздействие на психику каждого члена нашего общества и в целом на психику всего общества»



Ватник

- Создан в 2011 году Антоном Чадским
- Используется по отношению к людям с пророссийской точкой зрения
- Характерные черты:
 - «Ватник» алкоголик, гомофоб и антисемит, нечистоплотен, имеет низкий интеллект, ненавидит Запад и безоговорочно любит власть и свою родину.

Анализ 50 публикаций, в которых использовался Ватник

Качества Ватника, показанные в постах:

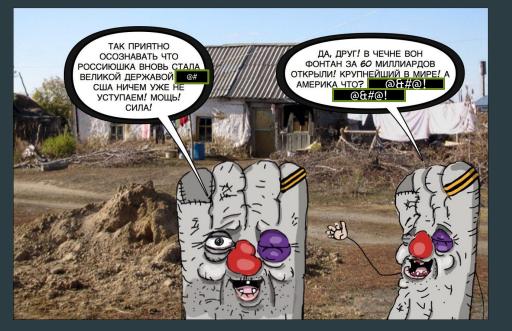
Алкоголизм	9
Использование нечистот	
Ненависть к Западу (США и Европа)	
Безоговорочная любовь к власти и родине	
Нищета	
Необразованность (Низкий интеллект)	
Гомофобия	
Антисемитизм	
Ненависть к людям с другой точкой зрения	9

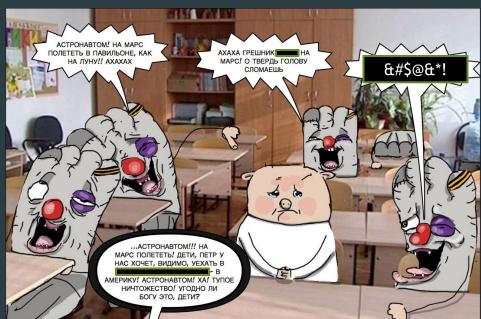
В 90% публикаций использовалась нецензурная речь.

Посты взяты из официальной группы «Рашка - квадратный ватник»

Примеры









 Можно предположить, что образ используется для того, чтобы люди с пророссийской точкой зрения ассоциировались с алкоголизмом, необразованностью, ненавистью к другой точке зрения и другими указанными негативными качествами.