

Структура формирования «образа врага» в «новых медиа» США

Селезнева Светлана Алексеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: svetlanatorik11@gmail.com

В настоящее время мы становимся свидетелями коренных изменений тенденций развития системы международных отношений, которые связаны прежде всего с конфликтами интересов экономического и военного характера и новой расстановкой сил на международной арене. Стала актуальна проблема неэффективной коммуникации между государствами и агрессивной информационной политике - информационном противоборстве и информационной безопасности.

В связи с событиями в постоянно изменяющемся поле международных отношений вопрос изучения, формирования и актуализации явления «образа врага» вновь стал актуальным как в научных дискуссиях, так и среди публицистов. Характеризуя такое явление, как «образ врага», сложность в определении понятия состоит в том, что само понятие является комплексным, междисциплинарным, состоящим из аспектов затрагивающих различные области наук.

В рамках работы, мы считаем необходимым изучение трех аспектов «образа врага» - философско - культурологический, социально - психологический и психологический, без раскрытия которых невозможно дать комплексное определение понятия «образа врага», как инструмента информационно - психологическое операций - и механизмов его формирования, и закрепления.

Философско - культурологический подход поднимает проблемы обыденно сознания и его структуры, а так же каким образом «образ врага» воспринимается обыденным сознанием и затем транслируется культуре, и обращаем внимание, что особую роль в этом процессе играют тексты.

Социально- психологический аспект раскрывает понятие «образ врага», как качественно новой характеристики «другого» в структуре процесса идентификации личности и групп, как естественный процесс осознания групп своей идентичности.

И затем, под психологическим аспектом мы понимаем вопрос о сущности агрессии и, описывая концепции, приходим в выводу, что природа человека безусловно несет в себе агрессивный компонент, тем не менее, агрессия как проявление личности, так и межгрупповая агрессия, не всегда прямое следствие состояния фрустрации или неотъемлемая форма взаимодействия групп и поддается контролю.

Разобрав различные аспекты «образа врага» и приводя различные примеры существующих определений, мы определяем «образ врага» как качественно новая стадия «образа другого» - способ идентификации групп на основе бинарной аппозиции свой - чужой, фиксирующаяся в массовом (обыденном) сознании общества и является инструментом определённых властных групп общества.

Так, мы раскрываем механизм формирования «образа врага», через процесс идентификации на основе аппозиции «свой» «чужой», обращаем внимание, что процесс познания объекта всегда включает в себя стереотипизацию и появление эмоциональных оценок. «Образ врага» тесно связан и дихотомией «мы» и «они», является качественно новой характеристикой «образа другого». Для процесса формирования «образа врага» харак-

теры не реальное поведение аутгруппы, а скорее конструирование мифа, главная задача которого переложить вину на группу за те или иные события. Тем не менее, «образ врага» не может быть сконструирован без базы или негативного опыта, или отсутствием вообще какой-либо знания. Образ другого в данном случае конкретизируется через те негативные обстоятельства, которых опасается общность мы. Это обстоятельство дает возможность целенаправленное формирование «образа врага». Инструменты формирования образа внешнего врага:

- одчеркивание опасностей, угрожающих общности извне
- формирование представлений о наносимом конкретном вреде
- формирование представление о враге как о источнике этого

Во второй главе, мы обращаем свое внимание на «новые медиа» их роль в обществе и качественно новые характеристики. Во первых, «новые медиа» обладая такими особенностями, как мультимедийность, персонификация, интерактивность, позволяет им оказывать широкое воздействие на сознание индивида и формирование его внутреннего мира. Во вторых, «новые медиа», благодаря графической составляющей, больше воздействуют на правое полушарие мозга, которое отвечает за чувственное, иррациональное восприятие, что приводит к эмоциональным искажениям в восприятии и создает благоприятную почву для манипуляции образами и выстраивании в сознании систем поведения и реакций. Так, «новые медиа» имеют отличительные черты от традиционных СМИ, которые позволяют им быть эффективным инструментом манипуляции и формирование «образа врага».

Третья глава посвящена анализу ведущих онлайн - изданий США USA Today, The New York Times, Los Angeles Times, The Economist, New York Daily News. Вышеуказанные издания наиболее полно выражают внешне политическую волю правительства США. Анализ посвящен формированию «образа врага» на примере образа современной России.

Литература:

- 1) Агеев В.С Межгрупповое взаимодействие: социально - психологические проблемы. - М.: 1990
- 2) Андреева Г.М. Социальная психология. - М.: 1997
- 3) Грушин Б.А. Массовое сознание: Опыт определения и проблемы исследования. - М.: Политиздат. 1987
- 4) Кастельс М. Галактика Интернет. - Екатеринбург. 2004
- 5) Миронов В.В. Компьютеризация: проблемы и перспективы (социальный аспект) Философские науки Л 7, 1987
- 6) Поршнев Б.Ф. Социальная психология и история. - М.: 1979
- 7) Улыбина Е.В. Психология обыденного сознания. - М.: Смысл. 2001