

DOI: 10.17689/psy-2018.2.11

УДК 316.65

Образ врага в условиях медиа-воздействия

© 2018 Осин Роман Викторович*

*кандидат психологических наук, доцент кафедры
«Общая психология», Пензенский государственный
университет (г. Пенза) june-89@mail.ru

Аннотация: Был произведен анализ теоретической информации по вопросу механизма формирования образа мира в сознании индивида, по результату проведенного анализа была создана методологическая база исследования. В ходе исследования выявлена природа происхождения образа мира: образ мира является врождённой характеристикой, которая включает в себе присущие только ей качества, которые в свою очередь определяются индивидуальными психологическими особенностями, выявлена возможность сконструировать данный образ извне, но вместе с тем окончательный образ мира формируется самостоятельно человеком. Каждый день сталкиваясь с социальной реальностью человек «вычерпывает» определенную информацию и на основании нее строит свои модели поведения, а также образы тех или иных объектов. Результатом данного исследования стало выявление компонентов образа внешнего врага в новостных поводах СМИ, а также регистрация их в образах респондентов.

Ключевые слова: интериоризация; формирование; сознание; структура; психика; образ врага; образ мира; сми; информационная война; личность; общество.

The image of the enemy in terms of the media exposure

© 2018 Osin Roman Viktorovich *

*Candidate of Psychological Sciences, assistant professor at the

«General psychology» department of Penza State University

(Penza, Russia) june-89@mail.ru

Annotation: An analysis was performed of theoretical information on the mechanism of the formation of the image of the world in the mind of the individual, the methodological base of the research was created based on the results of the analysis. The study revealed the basis of the origin of the image of the world: it's an innate characteristic, which contains qualities inherent only in it, which in turn are determined by individual psychological characteristics. It was revealed the possibility of constructing this image from the outside, but at the same time the final image of the world is formed independently by human. When human confronted with social reality, they “draws out” certain information and on the basis of it builds his own behavioral patterns, as well as images of various objects. The result of this study was the identification of the components of the image of an external enemy in the media, as well as their registration in the images of the respondents.

Key words: interiorization; formation; consciousness; structure; psyche; the image of the enemy; image of the world; mass media; information war; personality; society

Главной характеристикой успешного построения социальных связей выступает сформированность фундаментально схожего «образа мира» у значительно большей части общества. В последнее время наблюдается такое явление, в котором понятие «образ мира» часто подменяется схожими по смыслу терминами – «картина мира», «когнитивная карта», «схема реальности». Родоначальником концепции «образа мира» является Алексей Николаевич Леонтьев. Смысловое поле и значения, выступающие его структурными элементами, составляют квазиизмерение, являющееся составной частью многомерной модели мира. Также А.Н. Леонтьев определил, что выстроенные в некую систему значения складываются в общую систему

сознания индивида, ведь именно смысл, который приписывается либо событиям, либо явлениям, либо вещам, образует связь с реальностью [8].

Л.С. Выготский в процессе исследования данной проблематики определил, что развитие речи у человека выступает основной движущей силой в процессе формирования образа мира [5].

Основным элементом, принимающим участие в формировании реальности, выступает язык: он объективизирует некий предыдущий опыт, накопленный поколениями людей, который позволяет сделать его доступным для каждого члена общества, превращаясь в механизм формирующий коллективный запас знаний [2].

А.Н. Леонтьев отмечал, что восприятие выступает в роли некоего инструмента, служащего для «вычерпывания» данного образа [7]. Самой системе жизненно необходимо, чтобы субъект познания принимал активное участие в процессе формирования социальной реальности [1, с. 179].

Г. Лебон, З. Фрейд, а также К.Г. Юнг в множестве своих работ рассматривали массовые представления как явления, созданные и базирующиеся на основе врожденных иррациональных подсознательных структур. Г. Лебон был первым исследователем, который отметил факт «коллективной души» [6, с. 89]. К.Г.Юнг ввел понятие о «коллективном бессознательном». В основе него находятся некие представления – архетипы [10]. Другое направление представлено теорией символического интеракционизма Дж. Мида: в основе данной теории лежит идея о том, что массовые представления являются производной группового конструирования в процессе коммуникации [8].

Если обобщить ранее указанную информацию, становится возможным определить образ мира как основную сущностную часть психики личности. Данный образ обязательно присутствует в структуре сознания человека и его конструкция во многом определена особенностями психики, но его содержание способно быть наполненным извне.

Для исследования особенностей групповых отношений, обусловленных сформированностью образа внешнего врага в самосознании индивида, было осуществлено исследование заключающегося в определении наличия компонентов образа внешнего врага в российском информационном пространстве, а также его влияние на социальную идентичность респондентов.

Так как объем статьи не позволяет рассмотреть всю генеральную совокупность информационных сообщений, было решено определить нашу выборочную совокупность публикациями за октябрь 2018 года, касающихся темы российско-американских отношений.

Для выбора источника публикаций нами была использована статистика, подготовленная компанией «Медиалогия», которая составила рейтинг самых цитируемых информационных агентств за октябрь 2018 года. В медиарейтинги вошли российские информационные агентства. Рейтинги построены на основе базы СМИ системы "Медиалогия", включающей порядка 47 400 источников: ТВ, радио, газеты, журналы, информационные агентства, Интернет-СМИ и блоги. Основа для построения рейтингов – Индекс Цитируемости (ИЦ) "Медиалогии".

Таблица 1. Индекс Цитируемости (ИЦ) "Медиалогии"

Топ-3 самых цитируемых информационных агентств России		
№	СМИ	ИЦ
1	РИА Новости (ria.ru)	14 394,58
2	ТАСС (tass.ru)	13 628,06
3	Интерфакс (Interfax.ru)	5 751,71

Проанализировав информационные материалы представленных СМИ, которые были опубликованы по теме взаимоотношений с США мы пришли к выводу о том, что в абсолютном большинстве публикаций описание событий производится одинаково.

Для получения объективной выборки исследование проводилось, основываясь на данных, полученных методом качественного контент-анализа

открытых источников СМИ.

При поиске информационных сообщений использовались следующие ключевые категории: Украина США. 59 млн запросов; Сирия США. 30 млн запросов; Санкции США. 32 млн запросов; США угрожает России. 75 млн запросов.

Эмоциональная оценка информационных сообщений оценивалась по следующей шкале:

Негативные упоминания: упоминания, наносящие вред имиджу объекта повествования в сфере кризиса российско-американских отношений.

Положительные упоминания: упоминания, способствующие улучшению имиджа объекта повествования.

Нейтральные упоминания: упоминания, которые не характеризуют объект повествования с отрицательной стороны. Оценка направленности поведенческого компонента в информационных сообщениях строилась по следующей шкале:

Противодействие: информационные сообщения о действиях США, которые были отражены как направленные против России или для дестабилизации обстановки.

Бездействие: информационные сообщения, которые отражают нежелание США принимать участие в стабилизации ситуации и налаживании отношений с Россией.

Содействие: информационные сообщения о действиях США, которые способствуют налаживанию диалога и улучшению обстановки.

Была разработана классификация сообщений по темам повествования (основываясь на информационном поле октябрь 2018 г. по изучаемой теме). При выделении категорий использовался метод умозаключений, основанный на индуктивных логических рассуждениях; основанием для выделения групп являлась аналогия.

82 % объема публикаций СМИ по выбранной нами проблематике

занимают статьи, касающиеся экономических санкций США, также существенный процент составляет тематика вмешательства правительства Соединенных Штатов путем спонсирования противоположной стороны (11 %).

Следующим этапом предполагается рассмотрение аффективного компонента упоминаний рассматриваемого образа: общая тенденция (85 %) с распределением эмоциональной направленности текстов сообщений СМИ характеризуется в большей степени негативным окрасом. Позитивная направленность публикаций связанных с участием США составляет лишь 7 %.

Следующим этапом последует рассмотрение аффективного компонента информационных сообщений по темам: наиболее негативный окрас имеют тематики военной активности США в данном регионе, а также тема спонсирования одной из сторон конфликта, необходимость которой объясняется желанием США развития «демократических ценностей и институтов». Данный факт весьма показателен и позволяет нам сделать вывод о том, что на информационном уровне существует противопоставление ценностных парадигм.

Подводя итог, мы можем сделать вывод о том, что абсолютное большинство информационных сообщений, которое касается изучаемой нами проблематики, несет в себе негативный образ, приписываемый действиям/бездействиям США в рамках данного конфликта. Наиболее широко описываются экономические санкции, направленные против России, которые одновременно рассматриваются авторами и как ограничения, и как новые возможности в переориентации экономики.

Содержание «образа США» в российском информационном пространстве:

Таблица 2. Образ политики США в российских СМИ.

Компоненты	Содержание компонента
Когнитивный	Образ США представлен результатами действий

компонент	правительства этой страны.
Эмоциональный (аффективный) компонент	Негативный фон, который присутствует при описании событий, касающихся участия США в мировой политике.
Поведенческий компонент	Яркая выраженность в определении действий как направленных на противодействие РФ, которые ведут к ухудшению обстановки в мире, так и наносящие вред нашей стране и гражданам. Бездействие со стороны США в данной ситуации имеет так же негативное значение.

Можно сделать вывод, что в российском информационном пространстве «образ врага» формируется через негативное представление о политике правительства Соединенных Штатов, которое направлено на поддержание их образа, как источника вреда для нашего социума.

Литература:

1. Андерсон, Б. Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма /Б.Андерсон/ М.: Канон-Пресс-ЦКучово Поле, 2001, с. 179.
2. Андреева, Г. М. Психология социального познания: Учеб. пособие для студентов высших учебных заведений. – Издание второе, перераб. и доп. /Г. М. Андреева/ М.: Аспект Пресс, 2000, с. 113-114.
3. Бергер, П., Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман / М.: “Медиум”, 1995, с. 10.
4. Бурдые, П. Политическое представление: Элементы теории политического поля / П. Бурдые// Социология политики. М.: Socio-Logos, 1993, с. 13.
5. Выготский, Л. С. Мышление и речь. Изд. 5, испр. /Л. С. Выготский / М.: Издательство "Лабиринт", 1999. – 352 с.
6. Лебон, Г. Психология народов и масс / Г. Лебон /. СПб.: Издательство Макет, 1995, с. 89.

7. Леонтьев, А. Н. Лекции по общей психологии /А. Н. Леонтьев/ М.: Смысл, 2000. – 509 с.
8. Леонтьев, А. Н. Образ мира // Избранные психологические произведения /А. Н. Леонтьев/ М.: Педагогика, 1983, с. 251-261.
9. Поршнев, Б. Ф. Противопоставление как компонент этнического самосознания /Б. Ф. Поршнев /М.: Наука, 2002, с. 115-126.
10. Юнг, К. Психология бессознательного /К. Юнг/. М.: Канон, 1994.

References:

1. Anderson, B. Voobrazhaemye soobshchestva. Razmyshleniya ob istokah i rasprostraneni natsionalizma /B.Anderson/ М.: Kanon-Press-Ts Kuchovo Pole, 2001, s. 179.
2. Andreeva, G. M. Psihologiya sotsialnogo poznaniya: Ucheb. posobie dlya studentov vyisshih uchebnyih zavedeniy. – Izdanie vtoroe, pererab. i dop. /G. M. Andreeva/ М.: Aspekt Press, 2000, s. 113-114.
3. Berger, P., Sotsialnoe konstruirovaniye realnosti. Traktat po sotsiologii znaniya / P. Berger, T. Lukman / М.: “Medium”, 1995, s. 10.
4. Burde, P. Politicheskoe predstavlenie: Elementyi teorii politicheskogo polya / P. Burde // Sotsiologiya politiki. М.: Socio-Logos, 1993, s. 13.
5. Vyigotskiy, L. S. Myishlenie i rech. Izd. 5, ispr. /L. S. Vyigotskiy / М.: Izdatelstvo "Labirint", 1999. – 352 s.
6. Lebon, G. Psihologiya narodov i mass / G. Lebon /. SPb.: Izdatelstvo Maket, 1995, s. 89.
7. Leontev, A. N. Lektsii po obschey psihologii /A. N. Leontev/ М.: Smyisl, 2000. – 509 s.
8. Leontev, A. N. Obraz mira // Izbrannyye psihologicheskie proizvedeniya /A. N. Leontev/ М.: Pedagogika, 1983, s. 251-261.
9. Porshnev, B. F. Protivopostavlenie kak komponent etnicheskogo samosoznaniya / B. F. Porshnev /М.: Nauka, 2002, s. 115-126.
10. Yung, K. Psihologiya bessoznatelnogo /K. Yung/. М.: Kanon, 1994.