

Информационная война и формирование образа врага в американских СМИ на новом этапе конфронтации России и США

Научный руководитель – Денильханов Асланбек Хаважович

Пчельникова София Витальевна

Студент (бакалавр)

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

E-mail: sofia.pchelnikova@gmail.com

Актуальность работы обусловлена необходимостью теоретического осмысления невоенных методов политического давления, которые используются с целью формирования образа врага - объекта информационной агрессии, - и претензий США на [U+202F] глобальное информационно-коммуникативное доминирование. За последние 8 лет, используя ухудшение отношений между США и Россией, в США происходит “раскрутка” антироссийских сюжетов, которые, как оказалось, приносят большие доходы за счет масштабирования аудитории - потребителей информации - как граждан США, так и мирового сообщества. Ярким свидетельством тому явилась предвыборная кампания 2016 года, когда антироссийская тематика стала одной из наиболее значимых в программах большинства кандидатов. Интерес к антироссийской тематике также обуславливается борьбой либеральных и консервативных СМИ за аудиторию в связи с её уходом в глобальную сеть Интернет. В данном исследовании анализируется манипуляционный капитал таких американских СМИ как [U+202F] CNN, The Washington Post, The New York Times, обладающих международным влиянием, а также американские стратегические документы, где раскрывается эволюция понятия информационной войны и основные признаки образа страны-агрессора, выработанного в ходе реализации внешнеполитических стратегий США в отношении стран с недружественными режимами в постбиполярную эпоху. После распада Советского Союза Соединенными Штатами были отработаны новые инструменты ведения информационной войны в Ираке, Афганистане, Северной Корее и других странах, что подготовило почву для создания в данный момент искусственно сконструированного концепта восприятия России как страны-агрессора, угрожающего мировому порядку. В связи с этим проводится последовательная политика убеждения как собственных граждан, так и стран содружества НАТО в агрессии со стороны Москвы, путем наделения “врага” определёнными признаками, которые будут также исследованы в данной работе. [U+202F]

В этой связи, видится важным выявлять признаки, которые обычно приписываются “врагу” или агрессору через СМИ, формируя при этом негативный образ России и ухудшая российско-американские отношения.

Источники и литература

- 1) Борисова А.Р. Формирование образа врага на новом этапе конфронтации России и США: инструменты информационной войны: электронный журнал «Коммуникации. Медиа. Дизайн». Том №4. М., 2019

- 2) Володенков С.В. Технологии интернет-коммуникации в системе современного политического управления. М., 2015
- 3) Семененко И. Социокультурные механизмы формирования и восприятия образа России. Образ России в мире: становление, восприятие, трансформация. М.: ИМЭМО РАН, 2008
- 4) Манойло А.В. Информационная война и новая политическая реальность: Вестник Московского государственного областного университета, 2021
- 5) A national security strategy for a new century [Электронный ресурс]. URL:<https://clintonwhitehouse3.archives.gov/WH/EOP/NSC/Strategy/> (Дата обращения: 27.02.2022)
- 6) CNN: [Электронный ресурс]. URL: <https://edition.cnn.com/> (Дата обращения: 27.02.2022)
- 7) The New York Times:[Электронный ресурс]. URL:<https://www.nytimes.com/> (Дата обращения: 28.02.2022)
- 8) The Washington Post: [Электронный ресурс]. URL:<https://www.washingtonpost.com/>(Дата обращения: 27.02.2022)
- 9) Fox News: [Электронный ресурс]. URL: <https://www.foxnews.com/> (Дата обращения: 27.02.2022)