

ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ВПЛИВУ
СИМВОЛІЧНИХ ОБРАЗІВ
У МЕДІАПРОСТОРИ

Юлія Крилова-Грек (Київ)

Маніпулювання свідомістю людини вже давно вийшло за межі суб'єктивних відносин і стало однією з політичних технологій, через яку задовольняються певні геополітичні та економічні інтереси. За допомогою різних засобів впливу провладні інституції роблять все можливе для маніпулювання свідомістю якомога більшої кількості людей, не обмежуючись внутрішнім споживачем. Характер інформаційно-комунікативної діяльності медіафахівців тісно пов'язаний з особливостями функціонування суспільних інституцій, що дає змогу робити прогнози щодо тенденцій розвитку суспільства загалом.

Під час нестабільних станів у соціумі, які проявляються через кризи загального характеру та конфліктні стани у суспільстві, інформаційно-комунікативна сфера перетворюється на сучасну, «вдосконалену», зброю. При цьому використовуються багатовекторні засоби впливу, серед яких засоби масової інформації – що роблять особливий акцент на впливі символічних образів – відіграють одну з вирішальних ролей. У зв'язку з цим, важливо розкрити механізми використання у лексиці сучасних ЗМІ символічних образів з метою психологічного впливу на аудиторію.

В нашому дослідженні ми використали наступні методи: контент-аналіз, інтент-аналіз (телеканал «Росія», соціальні мережі «В контакте», «Фейс-бук», Інтернет видання «Российская газета»), дані асоціативного експерименту, метод аналізу даних, наданих соціологічним центром «Левада-центр».

На сучасному етапі розвитку комунікаційних медіа технологій застосовують весь арсенал впливу, починаючи від банального телебачення і закінчуючи коментарями в соціальних мережах, що дало поштовх для створення нових понять («боти») та символів (напр.: «боти», «укропи», «ДАП», «ватнік», «майдан» тощо) або розширення змісту понять та надання їм відмінного сприйняття («волонтер», «соборність»). Також набули символічності слова або поняття, які мали незмінне семантичне поле протягом багатьох років та не мали впливу на суспільну самоідентифікацію.

Медіа створює та поширює нові символічні образи, маючи на меті виробити у свідомості аудиторії стійкі асоціації, що забезпечуватимуть очікувану реакцію на зовнішні події. За певних умов (повторення, емоційне сприйняття,

PSYCHOLINGUISTIC ASPECTS OF USED
IN MEDIA SYMBOL INFLUENCE

Yuliia Krylova-Hrek (Kyiv)

The manipulation by social consciousness has long gone beyond subjective relationships and become one of the political technologies serving for satisfaction of geopolitical and economic interests. By applying various ways of influence government institutions do their best in brainwashing both internal and external consumers through the information broadcasting. The peculiarities of information and communicative activity of the people involved in the media industry are closely connected with peculiarities of the public institutions functioning. Therefore, by analyzing their activity, in general, the society development trends can be predicted.

During volatile times in the society, which develop into general crises and conflicts, the media turns into a modern and «advanced weapon» applying various means of influence: television, radio, Internet, social networks, etc. In order to increase the influence on the people's consciousness the mass media actively applies the symbols. Moreover, it is safe to say that symbols are an integral part of successful media activity. Therefore, we consider it to be of paramount importance to show the mechanisms of symbolic images usage in the language of modern media for the purpose of the impact on the public.

The following methods and techniques of research were applied in our study: content analysis, intent analysis (TV channel «Rossiya», social networks «V Kontakte» and «Facebook», online newspaper «Rosiyaskayagazeta»), the data of association experiment and data analysis method (the data of the sociology research center «Levada-centre»).

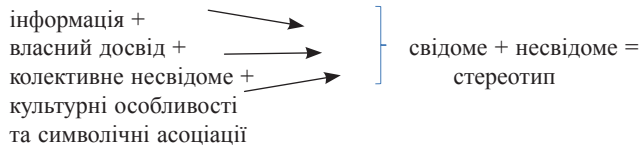
At the current stage of the media technologies development, the various means of influence are applied ranging from trivial television to comments in the social media. This, in turn, has contributed to the creation of new symbols and concepts, for example «boty», «ukrop», «maidan», «DAP», and «vatnik»). Furthermore, the words and concepts acquired a new symbolic meaning.

The media creates and spreads new symbolic images for the purpose of building in public strong associations that will ensure an expected reaction to the external events. Under certain circumstances, when the information is constantly repeated, it causes emotional response, induces analogies and causes the reaction, when a person put himself in the given situation. As a result, the perceived information is beginning to influence the consciousness and to build symbolic images functioning in the form of patterns and stereotypes.

послугування аналогіями та «приміряння ситуації на себе») отримана інформація починає впливати на свідомість, формуючи у людини символічні образи, що функціонують у вигляді шаблонів та стереотипів.

Формування сильних символічних образів також пов'язане із знаннями колективного свідомого – так званою генетичною пам'яттю, що передаються через старше покоління.

Таким чином, маємо такий ланцюжок:



У сучасних умовах ЗМІ активно використовують слова-символи, що наповнюють медіапростір новими смислами для впливу на свідомість соціуму. Дієвим механізмом створення символічних образів є використання архетипів та утворення асоціативних зв'язків.

Маніпулювання образами архетипів колективного несвідомого є потужним механізмом впливу на масову свідомість.

Однібічне висвітлення минулого, задля формування позитивного чи негативного образу при паралельному проведенні аналогій з теперішнім, активує пласт несвідомого та утворює нові символічні образи з набором старих характеристик: позитивних чи негативних.

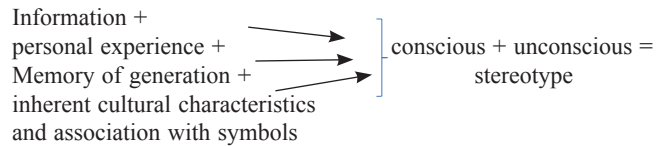
Використання символічних образів, що сформувались на підставі архетипів минулого, є потужним механізмом впливу. Включення таких символічних образів у риторику медіа надає їй потрібного змісту, підсилюючи вплив на психологічні процеси сприйняття, уяви та пам'яті людини.

Проілюструємо цей механізм на прикладі результатів, отриманих Фінським інститутом міжнародних справ, щодо висвітлення російсько-українського конфлікту через російські медіа. У 2016 році інститут опублікував звіт, в якому йдеться про стратегії вимислів російських ЗМІ у конфлікті з Україною. У звіті, зокрема, підкреслюється, що новоутворені символічні образи формуються на основі особистого та колективного підсвідомого образів радянського минулого. На спогадах радянського періоду будується вся політична та соціальна інфраструктура в Росії – будь-то освіта, культура, виховання (The Finnish Institute of International Affairs).

Таким чином, добрим підґрунтям для сприйняття штучно створених символічних образів є минулий досвід – в нашому випадку радянське минуле. Згідно з дослідженнями інституту, населення або аудиторія, яка не перебуває під

The symbolic images are crucial for modeling of the behavior and attitude of both local community and far beyond it. The building of inherent symbolic images is connected with the collective unconscious or so called the memory of generation inherited from an older generation.

Thus, the following chain can be observed:



New symbol words are actively used by modern media; they give new meaning to the media space for the sake of influence on consciousness of the society.

An efficient mechanism for building new symbolic images are:

- usage of archetypes;
- building of associative bonds.

The manipulation by the unconscious collective archetypes is an efficient mechanism of influence on the mass consciousness.

A one-sided coverage of the past with the aim of forming positive or negative image alongside with drawing analogy to the present activates the unconscious and builds new symbols with old characteristics (positive or negative).

The usage of symbolic images that were built on the basis of the archetypes of the past is a powerful tool of influence. Including such symbols in everyday media context gives the information its specific connotation and sense, wherefore, influencing the psychological process of perception, imagination, and memory.

As an example the data of research was used made by The Finnish Institute of International Affairs concerning Russian propaganda and disinformation «Fog of Falsehood: Russian Strategy of Deception and the Conflict in Ukraine» (2016). The report is focused on the strategy of deception in Russian media. In particular, it is stressed that the symbolic images build on the basis of personal and collective unconscious that connects to the Soviet past. Nowadays, all political and social infrastructure is based on the Soviet times memories including education or culture. «The Russian approach to the conflict can be described as a combination of tools perfected during the Soviet period and reactivated, first in the context of domestic power struggle and later in that of Russian foreign and security politics. Using a full spectrum of means from political, informational, economic, financial and military spheres, the adversary is put into a defensive posture and off balance, and thus, conditions are created for (military) surprise. This is in essence what strategic deception is about» (The Finnish Institute of International Affairs, 2016 : 16).

впливом образів минулої радянської ідеології, не сприймає зміст інформаційних повідомлень достатньо серйозно. У звіті наводяться приклади: «Киевское правительство», в якому домінантне значення припадає на слово «київське», тобто те, що має владу лише в Києві; «Донецкая народная республика», де домінантні значення належать словосполученню «народна республіка», і пов'язаному з волевиявленням народу.

Близьким за впливом механізмом є механізм формування асоціативних зв'язків, коли поряд з одним предметом або суб'єктом, що має нейтральний зміст, уживаються його синонімічні назви, які мають для аудиторії (бо сформовані вихованням, досвідом чи культурою) негативні ознаки. Наприклад, відповідні асоціативні зв'язки виникають, коли слово «хунта» вживається поряд зі словосполученням «правительство», «каратели» – поряд з ВСУ, «бандеровці» – поряд з українці.

Як бачимо, утворення стійких асоціативних зв'язків є продуманим механізмом, спрямованим на формування потрібного образу світу.

Ми вважаємо, що саме архетипи та штучно створені нові асоціативні зв'язки є основою для побудови нових символічних образів громадян Росії.

Таким чином, використання символічних образів є одним основних складових, що допомагає впливати на підсвідомість та формувати нову свідомість та точку зору на певні події, створюючи тим чином новий образ світу. Ефективність використання символічних образів у медіа підтверджується великою кількістю голосів на підтримку основних лейтмотивів, що висвітлюються через медіа. В результаті велика кількість людей під впливом зовнішніх обставин несвідомо починають думати в одному напрямку та стають носіями точки зору, що поступила ззовні через інформаційно-комунікативні канали.

Therefore, the past experience is a good basis for the artificial building of new symbols. According to The Finnish Institute of International Affairs, the public not under the influence of the images of the past Soviet ideology does not take the information quite seriously. Some examples are provided in the report, like «Kyiv government», where «Kyiv» has the dominant meaning and stresses that this government has power only in Kyiv; «Donetsk people's republic», in which «people's republic» has the dominant meaning and connected to the «expression of the will of the people».

The mechanics for the formation of associative bonds, when alongside with one object or subject with a neutral connotation there used its synonymous names that have negative features (as those had been formed by education, experience or culture) for the public. For example, respective associative bonds arise, when the word «junta» is applied alongside with «government» or «Banderites» alongside with «the Ukrainians».

The majority of symbolic images boggles the imagination, go beyond the logics, appeal to the emotions, concealed fears and superstition. They appeal to the emotions that unintentionally provoke impulsive thinking and switch off the critical analysis. On the surge of the emotion, it is easy to get the thought programmed and the worldview molded.

Thus, manipulating with the sub-consciousness archetypes is one of the main mechanisms of creation of the new symbolic images having a powerful content and suggestive influence on the public. All this affect the public's psychoemotional state, what creates favorable conditions for suggestion and facilitates formation of the required image of the world. The understanding of the mechanics of functioning of the mass media in the situation of profound changes in the system of the values of the community is of paramount importance for the forecasting of social processes and enables to apply efficiently the propaedeutical measures, including that of the mass media.