

Психология цвета
в знаково-символическом пространстве
«информационной войны»

Шестакова А.Е., группа 202060, НИ ТГУ, г. Томск 2022

Актуальность

01

60% информации человек получает с помощью зрения

02

Использование в интернете в различных целях визуальных материалов: фото, видео, плакатов и т.д.

03

Цвет играет ключевую роль в знаково-символическом пространстве «информационной войны»

Распространение визуальных материалов — один из способов ведения «информационной войны»

Анализ литературы

«Информационная война»

Рассматривается с разных позиций:

1. С позиции public relations (Г. Г. Почепцов);
2. С позиции геополитики (И. А. Михальченко, И. Н. Панарин, А. Б. Губарев, Д. Б. Фролов);
3. С позиции психологии (В. А. Лисичкин, Л. А. Шелепин, Д. А. Волкогонов, Н. И. Живейнов и А. Г. Караяни).

Психология цвета

Значения цветам стали придавать ещё в Античности, связывая цвет со стихией;

Само понятие «психология цвета» было введено в конце XVIII в. И. В. Гёте;

Й. Иттен дал более подробную характеристику основных цветов.

Цвет в политике — это не только отличительный знак политических партий и социальных слоёв, но и символ, с помощью которого можно репрезентировать социально-политические события и вызывать определённые эмоции.



Цель исследования

Информационная война — это одна из составляющих социально-политического управления.

Соответственно, является актуальным определить роль психологии цвета в её знаково-символическом пространстве.

Методология исследования



Идеи Ж. Бодрийяра и Ж. Делёза

о знаково-символическом пространстве, симулякрах и симуляции



Семиотический и цветопсихологический анализ

обложек журналов с экономической и социально-политической тематикой

(«The Economist», «Zeit Magazin», «Профиль»)

«Информационная война»

Система, основная функция которой — это воздействие на сознание людей и управление им *(с опорой на характеристики, данные В. А. Лисичкиным и Л. А. Шелепиным)*

Знаково-символическое пространство

Пространство, в котором воздействие осуществляется посредством создания симулякров.

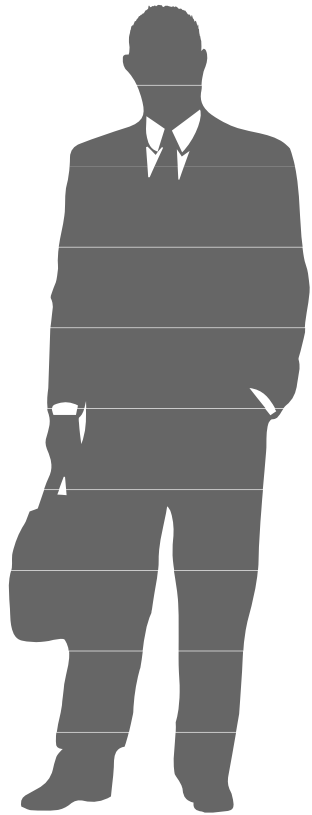
В информационной войне данное пространство формирует масс-медиа.

Психология цвета

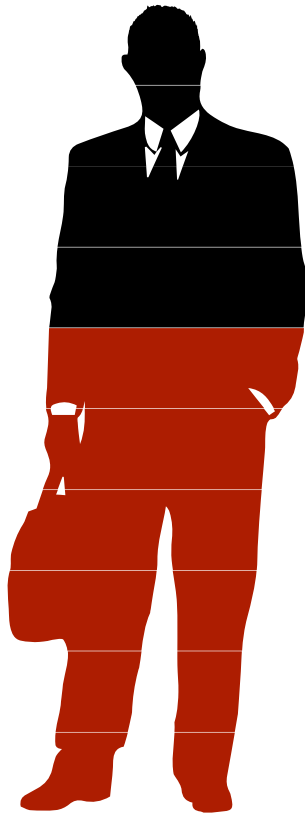
Усиливает воздействие на людей: вместе с образами используются определённые цветовые сочетания, оказывающие влияние на психоэмоциональное состояние человека.

Как работает психология цвета?

Образ



Определённые сочетания
цветов



Эмоции



Исследование

Цветопсихологический и семиотический анализ обложек журналов, **выпущенных в период с февраля по сентябрь 2022 года***:

«The Economist»

Выпуск 10.03.2022 «Сталинизация России»
Выпуск 2.07.2022 «Как выиграть долгую войну?»

«Zeit Magazin»

Выпуск 13/2022 «Что думают русские?»
Выпуск 40/2022 «Готовы ко всему?»

«Профиль»

Выпуск 13.04.2022 «Третий всадник апокалипсиса»
Выпуск 05.09.2022 «Единодумие»

* Данный временной промежуток выбран по причине наибольшей политической активности России и стран Запада: конфликт России со странами Запада и введение санкций по отношению к нашему государству.

Критерии выбора журналов:

Социально-политическая и экономическая тематика;

The logo for The Economist, featuring the words "The Economist" in white serif font on a red rectangular background.

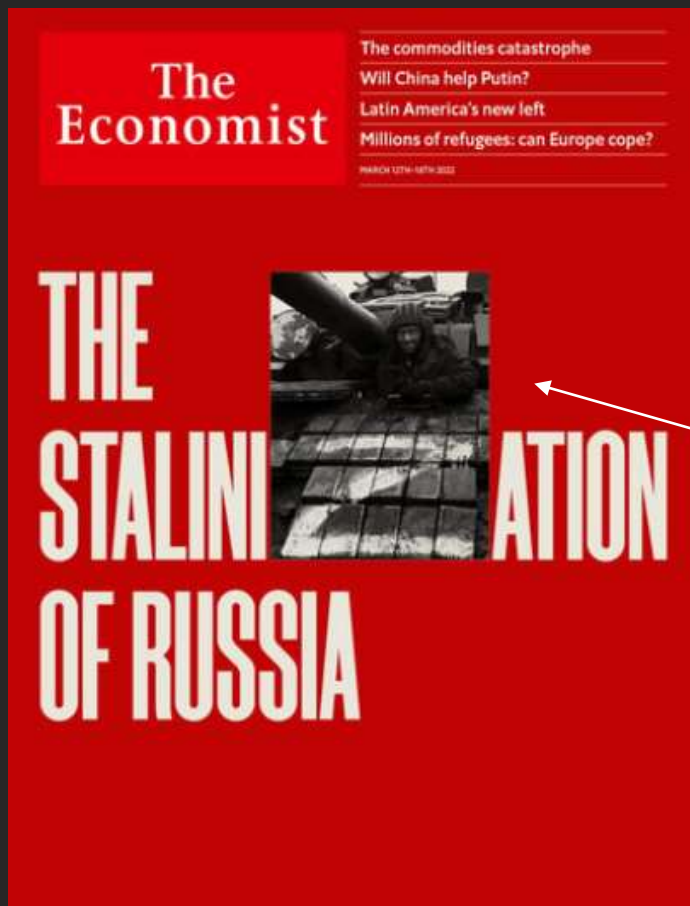
Популярность журналов на Западе и в России;

The logo for ZEITUNG MAGAZIN, featuring the words "ZEITUNG" and "MAGAZIN" in black serif font with a central crest containing a shield and two lions.

Целевая аудитория: люди возрастом 35+, интересующиеся событиями, происходящими в мировой политике и экономике.

The logo for "еженедельник профиль" (weekly profile), featuring the word "еженедельник" in small black font above the word "профиль" in large, bold, black Cyrillic font.

Журнал «The Economist»

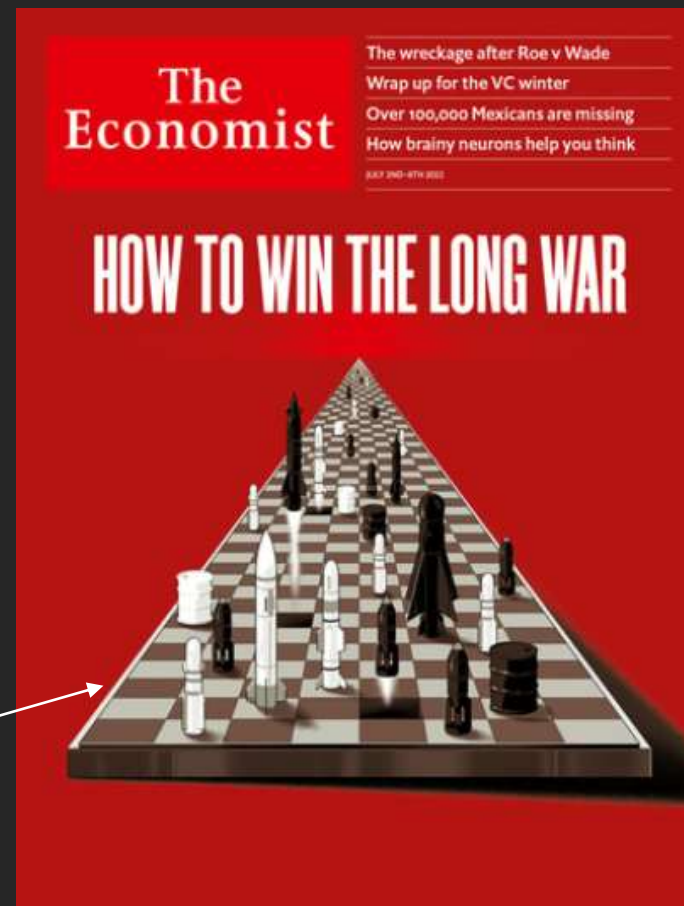


Выпуск 10.03.2022 «Сталинизация России»

Красный цвет обложек

Использование
российского танка
с символикой «Z»

Использование
шахматной доски
и ракет как образ
«долгой войны»



Выпуск 2.07.2022 «Как выиграть долгую войну?»

Журнал «Zeit Magazin»



Жёлтый цвет обложки

Использование
разорванного флага
России

Выпуск 13/2022 «Что думают русские?»

Журнал «Zeit Magazin»



Использование цветов
государственного
флага России

Использование образа
В. В. Путина

Вместо глаз, носа, рта
изображён ядерный
гриб

Выпуск 40/2022 «Готовы ко всему?»

Журнал «Профиль»



Сухая земля, колосья пшеницы и смерть на лошади как образ «голодной смерти»

Использование образов голосующих людей

На обложках используется сочетание чёрного и красного цветов

Выпуск 13.04.2022 «Третий всадник апокалипсиса»



Выпуск 05.09.2022 «Единодумие»

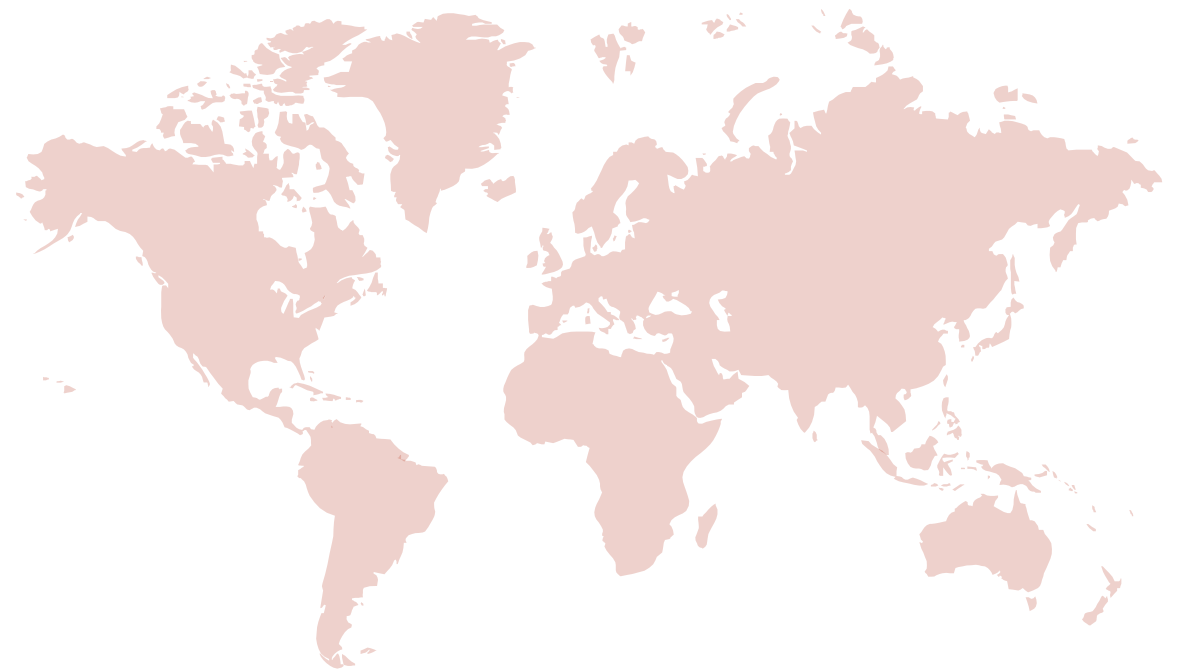
Вывод

Использование психологии цвета в знаково-символическом пространстве «информационной войны» позволяет усилить воздействие на сознание и подсознание людей, управлять их настроением и формировать их отношение к личности, событиям, явлениям.



Перспективы дальнейшего исследования

Подробное изучение психологии цвета, а также других технологий и средств, используемых в знаково-символическом пространстве «информационной войны».



Список литературы

01

Бабайцев А.В. Политический символизм цвета // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. — 2007. №3 (21). С. 56-62.

02

Бектаева А. Э. Цветотерапия: психология цвета // Проблемы современной науки и образования. — 2020. №2 (147). С. 84-92.

03

Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции / Ж. Бодрийяр; пер. с фр. А. Качалова. — М.: Издательский дом «ПОСТУМ», 2015. — 240 с.

04

Иттен Й. Искусство цвета / Й. Иттен. — М.: Изд. Д. Аронов, 2008. — 95 с.

05

Лисичкин В. А. Третья мировая (информационно-психологическая) война / В. А. Лисичкин, Л. А. Шелепин. — М.: Эксмо: Алгоритм, 2003. — 444с.



Спасибо за внимание!