

УДК 32.019.5(470+571): 159.964.225
DOI: 10.31732/2663-2209-2024-73-234-243

ПСИХО-СУГЕСТИВНИЙ АНАЛІЗ ПЕРЕКОНАНЬ В КОНТЕКСТІ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ НА СВІТОГЛЯД ТА ПОВЕДІНКУ РОСІЯН

Юрій Живоглядюв¹

¹Кандидат психологічних наук, доцент, доцент кафедри психології, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна, e-mail: yuriygo@krok.edu.ua, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6763-2737>

PSYCHO-SUGGESTIVE ANALYSIS OF BELIEFS IN THE CONTEXT OF THE INFORMATIONAL AND PSYCHOLOGICAL INFLUENCE OF RUSSIAN PROPAGANDA ON THE WORLD VIEW AND BEHAVIOR OF RUSSIANS

Yurii Zhyvohliadov¹

¹PhD (Psychology), Associate Professor of the Department of Psychology, "KROK" University, Kyiv, Ukraine, e-mail: yuriygo@krok.edu.ua, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6763-2737>

Анотація. Інформаційно-психологічна війна, яку в засобах масової інформації Російська Федерація веде проти України, охоплює і широкі верстви населення російського суспільства. Державні джерела Російської Федерації, складаючи психологічні чинники підвищення шансів бажаної перемоги, використовують вплив на своїх громадян, що значно впливає на їх психологічний стан та свідомість. З метою просування кремлівських закликів та пропаганди «руського міра» використовуються нарративи, що базуються на вигаданих чи маніпулятивних актах і подіях. У центрі уваги статті – психологічні механізми індивідуально-особистісних наслідків впливу засобів масової інформації Російської Федерації на військовослужбовців РФ. Психологічний вплив розглядається як вплив на психічний стан, думки, почуття й дії іншої людини за допомогою винятково психологічних засобів (вербальних, паралінгвістичних або невербальних). У війні завдання інформаційно-психологічного впливу зосереджуються на набутті реципієнтами нових переконань, формуванні нових форм поведінки. Мішенню виступають зміни в когнітивній сфері реципієнтів, формування наперед-заданих ініціаторами впливу переконань, які, в свою чергу, впливають на сприйняття світу, поведінку та прийняття рішень. Досліджуваным матеріалом виступили наявні у відкритому доступі відео-записи розмов з російськими військовополоненими, до яких ставилося питання щодо можливості засвідчити наявність психо-сугестивного впливу російської пропаганди, який здатен призводити до деструктивного стану свідомості, наявної психологічної дисфункції самосвідомості (ідентичності) реципієнта. Запропоновано психологічне описання такого порушення, його психо-лінгвістичний та психо-сугестивний механізм. Результатом проведеного психологічного аналізу встановлено: значення, якими військовослужбовець РФ наповнює свою поведінку, цілком належать міфологемам; відсутність суб'єктності та усвідомленості може свідчити про його конфліктну самосвідомість, а його ідентичність блокована цілковитою залежністю від міфологічних концептів. Психологічна навігація (сприйняття та розуміння) того, що відбувається жорстко обмежено мисленевими механізмами, тобто, образи сприйняття викривлені навіюваннями, більш нафантазовані, ніж реальні; психологічними джерелами ідентичності є новоміфи, симулякри та мему. Втрата вибору власної ідентичності, котра є наслідком цих особистісних деформацій, позбавляє військовослужбовців РФ можливості її відновлення та розвитку, здійснювати пошук себе, реалізовувати найвищу (християнську поперед всього) цінність свого життя – свободу, що можна впевнено назвати злочином перед людськістю, гуманітарною катастрофою суспільства, до якого належить пересічний росіянин (військовослужбовець РФ).

Ключові слова: інформаційно-психологічна війна; інформаційно-психологічна операція; інформаційно-психологічний вплив; переконання; психо-сугестивний аналіз; військовослужбовці РФ.

Формул.: 0; рис.: 3, табл.: 1, бібл.: 23

Abstract. The informational and psychological war, which the Russian Federation is waging against Ukraine in the mass media, also covers broad segments of the population of Russian society. State sources of the Russian Federation, creating psychological factors to increase the chances of the desired victory, use it on their citizens, which significantly affects their psychological state and consciousness. Narratives based on fictitious or manipulative acts and events are used to promote Kremlin narratives and promote the "Russian peace". The article is focused on the psychological mechanisms of the individual and personal consequences of the influence of mass media of the Russian Federation on its servicemen. Psychological influence is considered as an influence on the mental state, thoughts, feelings and actions of

another person using exclusively psychological means (verbal, paralinguistic or non-verbal). In war, the tasks of informational and psychological influence are focused on the acquisition of new beliefs by the recipients, the formation of new forms of behavior. The target is to change the cognitive sphere of the recipients, to form the influence of beliefs predetermined by the initiators, which, in turn, affect the perception of the world, behavior and decision-making. Publicly available video recordings of conversations with Russian prisoners of war served as the research material, regarding which the question was raised about the possibility of testifying the presence of psycho-suggestive influence of Russian propaganda, which is capable of leading to a destructive state of consciousness, existing psychological dysfunction of the recipient's self-awareness (identity). A psychological description of such a violation, its psycho-linguistic (psycho-suggestive) mechanism is proposed. As a result of the conducted psychological analysis, it was concluded: the meanings with which the Russian serviceman imbues his behavior are completely mythologized; the lack of subjectivity and awareness may indicate his conflicted self-awareness, and his identity blocked by total dependence on mythological concepts. Psychological navigation (perception and understanding) of what is happening is strictly limited by mental mechanisms, which means that the images of perception are distorted by suggestions, more fantasized ones than real; psychological sources of identity are neomyths, simulacra and memes. The loss of the choice of one's own identity, which is a consequence of these personal deformations, deprives servicemen of the Russian Federation of the opportunity to restore and develop it, to search for themselves, to realize the highest (Christian above all) value of their life - freedom, which can be confidently called a crime against humanity, a humanitarian catastrophe of society, to which the average Russian (military serviceman of the Russian Federation) belongs.

Keywords: information and psychological warfare; informational and psychological operation; informational and psychological influence; belief; psycho-suggestive analysis; servicemen of the Russian Federation.

Formulas: 0; fig.: 3, tab.: 1, bibl.: 23

Постановка проблеми. У контексті війни проти України в засобах масової інформації РФ використовуються наративи, що базуються на вигаданих чи маніпулятивних актах і подіях. Метою інформаційної війни, просування кремлівських наративів та пропаганди «руського міра», є організація та проведення «інформаційно-психологічних спеціальних операцій». До їхньої розробки та проведення здебільшого залучаються спеціальні служби держави-агресора. Ці операції, більшість яких, на нинішньому етапі війни, полягає в забезпеченні умов для подальшої окупації України, спрямовані на поширення спеціально підготовленої інформації, яка впливає на емоції та настрої людей, формування громадської думки та створення хаосу (Гребньов, 2023).

Психологічні чинники підвищення шансів бажаної перемоги державні джерела РФ використовують на своїх громадян, що значно впливає на їх психологічний стан та свідомість. Інформаційно-психологічний вплив стає винятковим джерелом формування суспільної думки, надаючи аргументи уряду рф посилювати агресивну ідеологію та здійснювати цілеспрямовані військові дії, навіть коли очікування успіху зменшується. Інформаційна війна включає систематичне використання **пропаганди**, психологічних операцій для впливу на

думки, емоції, настрої та поведінку реципієнтів різних цільових аудиторій, у тому числі різних груп населення, зокрема, військовослужбовців. В останньому випадку пропаганда в інформаційній війні – це неправдиві, помилкові чи гібридні повідомлення, ідеї чи заяви, які навмисно поширюються задля викривлення світогляду військовослужбовців, їх переконань.

У центрі уваги статті – психологічні механізми індивідуально-особистісних наслідків впливу засобів масової інформації Російської Федерації (що є основним каналом отримання інформації про події у світі, поперед всього, в Україні) на військовослужбовців РФ.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Використання терміну «інформаційно-психологічні операції (ІПО)» в сучасному розумінні означає, що це, перш-за-все, попередньо сплановане застосування засобів, форм і методів поширення інформації з метою впливу на суспільну свідомість широких верств населення; що, разом з тим, передбачає використання фальсифікованих, анонімних та негласно субсидованих публікацій, інформаційних та політичних дій із залученням відомих політичних лідерів, колишніх співробітників спецслужб і т.п.

Вітчизняний теоретик Г. Почепцов підкреслює сутність інформаційно-

психологічних операцій як комунікативних технологій, які спрямовані на внесення змін у поведінку індивіда за допомогою модифікації його моделі світу (Почепцов, 2015). Вплив на суспільну свідомість з метою управління, тобто, змусувати людей діяти проти власних інтересів, ясно показує маніпулятивний характер інформаційно-психологічної операції (Вепринцев, Манойло, Петренко & Фролов, 2005). Проміжним цілями ПІСО РФ є психологічний вплив на емоції, мотиви, цілепокладання та інші індивідуальні та колективні психологічні структури населення в напрямку зміни їх у вигідному для себе напрямку.

Зеленін В. до цілей проведення інформаційно-психологічних операцій відносить «попередження можливого військового конфлікту; ослаблення морального духу особового складу збройних сил і цивільного населення супротивника; внесення в суспільну й індивідуальну свідомість ворожих, шкідливих ідей та поглядів; дезорієнтацію та дезінформацію мас, внесення безладу в інформаційну мережу супротивника; ослаблення патріотичних переконань та національних традицій; провокацію і спонукання до відмови від участі в бойових діях; створення передумов для досягнення намічених військово-політичних цілей з мінімальними людськими втратами та матеріальними витратами; забезпечення сфер впливу для своєї політики» (Зеленін, 2018, с. 35).

Психологічний вплив більшість експертів розглядають як вплив на психічний стан, думки, почуття й дії іншої людини за допомогою винятково психологічних засобів (вербальних, паралінгвістичних або невербальних), часто з позбавленням його права й часу відповідати на цей вплив.

Оскільки об'єктом російської війни в Україні є свідомість людей, їх психічний стан, то ця війна інформаційно-психологічна. Поняття «інформаційно-психологічного впливу», як вважає Твердохліб Ю., слід трактувати, як «вид психологічного впливу на людину, який

здійснюється шляхом передачі до об'єкту впливу необхідної істинної чи неправдивої інформації з метою отримання бажаної реакції та поведінки людини» (Твердохліб, 2019, с. 122). А термін «інформаційно-психологічна операція» визначається як «комплекс заздалегідь спланованих, узгоджених та реалізованих дій та заходів з інформаційно-психологічного впливу на широкі верстви власного населення, або ж населення держави-супротивника з метою отримання бажаної реакції чи поведінки» (там само, с. 124). Під «ефективністю проведення інформаційно-психологічної операції» слід розуміти «зміну поточної поведінки цільової аудиторії на бажану для агента ПІСО в результаті здійсненого ним на неї інформаційно-психологічного впливу» (Завгородня, 2022, с. 126).

Провідний спеціаліст, доктор психології Завгородня О. зазначає: «системний аналіз психологічного впливу охоплює питання його атрибутів, структури, функцій, стратегій здійснення, мішеней впливу, методів, видів, генези. В структурі психологічного впливу виокремлюють такі складові: суб'єкт (ініціатор) психологічного впливу; реципієнт психологічного впливу; 3) цілі; 4) дії; 5) результати психологічного впливу» (Завгородня, 2022, с. 54).

Переконання, як передумова становлення впливу «є духовним стрижнем особистості та основним елементом її світогляду, як сукупності узагальнених уявлень про дійсність, які визначають та розкривають ставлення особистості до життєсвіту (як з боку теоретичного, так і у практичній площині), модальність сприйняття, наділення та трансформацію смислів і, зрештою, оцінювання навколишнього світу й образу Я (з виконанням пізнавально-орієнтаційної (знання та цінності) та соціально-практичної (установки та норми) функцій). Разом із тим, світогляд надає особистості орієнтацію на життєвому шляху, можливість формулювання цілей, котрі вона прагне досягнути у перебігу власної життєдіяльності, уможливує прийняття навколишнього світу або мотивацію до

змін; на світоглядній основі виникають цінності – як індивідуальні, так і групові» (Гуляєва, 2023, с. 8). Крім того, формування переконань «має місце переважно внаслідок інтенсивної когнітивної (пізнавальної) діяльності особистості; при цьому провідну роль може відігравати некритична інтеріоризація вже наявних когнітивних комплексів; переконання можуть утворюватися й як продукт функціонування механізмів психологічного захисту» (там само).

Здійснення інформаційно-психологічного впливу розпропу може відбуватися у різних формах: це і листівки, плакати, новинні канали, соціальні мережі, радіо, тощо. Цей процес змінює різні аспекти поведінкової активності реципієнта, впливаючи на його психічний стан, мислення, прийняття рішень. У війні завдання інформаційно-психологічного впливу зосереджуються на набутті реципієнтами нових переконань, формуванні нових форм поведінки, а також гальмуванні тих форм поведінки, які вважаються небажаними в контексті воєнного ідеологічного протистояння. Мішенню виступають зміни в когнітивній сфері реципієнтів, формування наперед-заданих ініціаторами впливу поведінкових патернів. Переконання впливають на сприйняття світу, поведінку та прийняття рішень. Вони можуть бути основаними на раціональних аргументах, досвіді, дослідженнях або ж релігійних, культурних та емоційних засадах. (Психологічна енциклопедія. Переконання, 2023)

Важливо підкреслити, окрім цього, що переконання «є сталою системою поглядів, закріплених не тільки у сфері свідомості, а й на рівні підсвідомого, інтуїції, де чільну роль виконують почуття та емоції. Крім того, переконання є усвідомленим мотиваційним феноменом, а їх наявність в індивідуальній особистісній структурі вказує на рівень соціальної активності особистості» (Гуляєва, 2023, с. 8). До того ж, «система переконань закладає світоглядну основу особистості, піднімаючи рівень її життєвої впевненості, та надає певний вектор життєдіяльності,

створюючи мотиваційно-вольову основу для життєздійснення» (там само). Важливу роль у процесі адаптації людини до мінливих умов та вибору своїх дій стає наявність сталих, уже наявних переконань. Переконання надають відчуття захищеності і стабільності, це ідеї, знання, елементи світогляду особистості, уявлення, які стали мотивами поведінки. Цей комплекс психічних процесів визначає ставлення людини до різних сфер її життєдіяльності, моральні, наукові, релігійні та інші переконання переживаються як істинні і з потребою їх реалізувати.

Якщо, як зазначено вище, «інформаційно-психологічний вплив можна розглядати як «проникнення» в психіку реципієнта (цільової аудиторії) за допомогою інформаційного контенту, яке має на меті змінити індивідуальні чи групові психологічні характеристики (погляди, установки, мотиви тощо) у напрямку, визначеному ініціаторами впливу» (Завгородня, 2022, с. 54), виникає питання щодо підтвердження цього окремим психологічним дослідженням. Чи дійсно ці психологічні характеристики цільової аудиторії набувають змін під впливом російської пропаганди? Об'єктом особливого інтересу у цьому відношенні мають російські військовослужбовці як реципієнти інформаційно-психологічного впливу російської пропаганди.

Підчас війни реакції на стрес у військовослужбовців значно посилені, що пов'язано з тривалими негативними наслідками для фізичного і психічного здоров'я. Це відволікає психічні ресурси, критично важливі для критичного самоусвідомлення. Пропагандистські повідомлення додають додаткового стресу, викликають об'єктивно неадекватні емоційні реакції, агресивні стани, почуття підозри, тощо. Ці фактори спотворюють процес мислення реципієнтів, позбавляють їх можливості самостійно, на основі різних джерел, аналізувати реальність, яка складається.

З позицій когнітивно-поведінкового підходу психо-сугестивний аналіз

переконань військовослужбовців РФ має бути спрямований на рефлексію та ревізію ірраціональних настановлень та переконань щодо себе та своїх дій. Досвід російських військовослужбовців сформований багатьма чинниками, серед яких: початковий конфлікт між позитивністю (що ми беремо гіпотетично) мотивації до служби у ланах збройних сил РФ і травматизацією психіки, зумовленою інформаційно-психологічним впливом російської пропаганди, психологічними наслідками воєнного досвіду у ланах збройних сил РФ, зокрема, фізичною загрозою смерті та труднощами адаптації до перебування у військових діях.

Оскільки переконання – це уявлення, думка або вірування, яке утримується людиною стосовно певних справ, ідей, поглядів або цінностей, вони впливають на наш досвід і інтерпретацію реальності – тим, що зв'язують наші переживання з нашими критеріями або системами цінностей, і пов'язані з питанням «Чому?» і «Навіщо?» (Dilts, 2017).

Формулювання цілей статті. В нашому дослідженні ми поставили перед собою питання: чи може наявний у відкритому доступі матеріал (відео-записи перехоплень розмов російських військовослужбовців; записи розмов з російськими військовополоненими), або його окремі частини, розглядатись як свідомство а) наявного психо-семантичного (психо-сугестивного) впливу російської пропаганди, який здатен призводити до деструктивного стану свідомості; б) наявної психологічної дисфункції самосвідомості (ідентичності)? Як можна описати таке порушення? Який психологічний механізм подібного порушення?

Нашим завданням, також, було: розширити, на цьому підґрунті, простір розуміння психологічних наслідків впливу російської пропаганди на свідомість населення РФ та можливих дій в напрямку корекції когнітивних та поведінкових стратегій контрпропаганди.

Матеріалом для аналізу слугували відеоматеріали: записи перехоплень розмов

російських військовослужбовців; записи розмов з російськими військовополоненими (відео за посиланням).

Виклад основного матеріалу дослідження. Психологічний аналіз проведених Російською Федерацією інформаційно-психологічних операцій засобами пропаганди здійснювався в нашому дослідженні на основі критерію зміни поточної поведінки цільової аудиторії (військовослужбовців) на бажану для суб'єкта впливу. Інформаційно-психологічні засоби, які російська пропаганда спрямовує на своїх військовослужбовців, ті ж самі, які Російська Федерація використовує проти населення України: мовні, історичні, культурні та релігійні протиріччя.

Під «деструктивним станом свідомості» ми будемо розуміти порушення мисленево-рефлексивної функції психіки. Як явища, що виникає внаслідок позбавлення структурно-функціональної організації переконань їх суттєвих властивостей, насамперед екологічності, контекстуальності та задачності. Або, іншими словами, – системної зв'язаності психологічних (нейрологічних) механізмів сприйняття, поведінки та мислення людини. Це можуть бути як індивідуальні уявлення, так і загальноприйняті уявлення, які широко поширені в певній соціокультурній групі або суспільстві. Тобто, аналіз переконань російських військовослужбовців надає можливість розуміння психологічної ціннісно-смилової ситуації, в якій знаходиться ця спільнота.

Так звана «карта реальності» кожної людини будується комплексом психологічних елементів, які складають її життєвий досвід; функція переконань – створювати ключові зв'язки між ними. Наведемо кратку характеристику цих елементів.

Первинним елементом життєвого досвіду є **сенсорний досвід**, котрий шляхом узагальнення різних сенсорних модальностей та емоцій стає психологічною моделлю **переживань**. Окрім узагальнення, ця модель відображає

також дію механізмів втрати (стирання) сенсорної інформації, а також її викривлення. Тобто, переконання можуть як розширювати можливості людини, так і обмежувати їх.

По-друге, кожне переконання несе в собі **значення та смисли**, які, через зв'язок із цінностями, отримують переживання. Саме для передачі цих смислів іншим людям, а також для відчуття свого Я, – через слова, пояснення, погляди, думки, судження, – ці переконання і створюються. Психолінгвістичним механізмом, що пов'язує переживання з цінностями виступають причинно-наслідкові зв'язки та комплекси еквівалентності.

Третій елемент, який надає переконанням силу впливати на поведінку, це **очікування**, котрі визначають корисність переконання, бо вказують на ті наслідки, до яких воно здатне привести.

Нарешті, до базових елементів «тканини реальності» належать **«внутрішні стани»**, оскільки сприйняття реальності людиною передбачає наявність т. зв. «фільтрів реальності» (неврологічних, сімейних, особистих, соціальних тощо). Їх функція – відповідати за якість свідомості людини, тобто, надавати людині поштовх до поведінкової активності шляхом надання діям емоційної сили та енергії (бажань, прагнень, креативності). Коли, внаслідок стресу, потік креативності між півкулями мозку блокується, виникають патологічні порушення свідомості: фільтри свідомості стають жорсткі та непрозорі, якість свідомості зводиться до функціонування нейром'язових блоків «борись» (агресія, гнів, ненависть), «біжи» (страх, уникнення, тривога), «замри» (нерухомість, дисоціація), «схились» (втрата чутливості, падіння духом, апатія, оцінення).

Спосіб виділення суджень, поглядів та переконань військовослужбовців для психо-семантичного (лінгвістичного) та психо-сугестивного аналізу.

Оскільки обрані для аналізу матеріали (записи інтерв'ю з військовополоненими) мають характер живого спілкування, то спочатку з них треба виокремити цільовий

предмет аналізу. Ним є переконання військовослужбовців як об'єкту впливу розпропаганди. Для психо-семантичного (лінгвістичного) аналізу цих переконань вони мають бути представлені у формі вербальних моделей «комплекс еквівалентності» або «причинно-наслідкові відносини» (Dilts, R. (2017)). Переконання повинні бути представлені повною формою цих моделей, чого в наданих матеріалах ми, в більшості, не маємо. Більшість висловлювань не є повним формулюванням переконання. Тому, на першому кроці, нашим завданням було знаходити у всьому тексті інтерв'ю (або окремих фраз перехоплень) відповіді на ті питання, котрі б ми мали поставити суб'єкту з метою отримати додаткові дані щодо того судження, котре ми беремось аналізувати.

Наприклад, коли суб'єкт каже «На Україні громадянська війна», це не є повним формулюванням переконання. Це погляд (твердження) щодо подій, що відбуваються в Україні, але воно не розкриває: а) пов'язаного з цим поглядом *значення* для суб'єкта цих подій; б) *внутрішніх станів* (причин), з яких це переконання виходить; в) *наслідків*, до яких це переконання веде; г) свідчення *власного досвіду*, який підтверджує цей погляд.

Ці психологічні елементи складають комплекс так званої «тканини реальності» кожної людини і становлять «карту» її життєвого досвіду. Вибране для аналізу переконання (яке є узагальненням суджень та поглядів людини) виконує функцію утворення ключових зв'язків між ними. Іншими словами, ми аналізуємо переконання, яке пов'язує між собою вказані елементи (аспекти) як виміри людського досвіду.

Тому, відповіді на питання щодо цих вимірів («Звідки ви про це знаєте?», «Які наслідки для вас цієї думки?», «Що це для вас означає?», «Що з цього слідує?») ми або знаходимо в інших частинах співбесіди, або добудовуємо, виходячи з дослідницької позиції ставлення до всієї розмови як до гіпертексту. Тобто, ми вилучаємо з тексту співбесіди смисли, підтексти, інтерпретації, трактування, аргументацію того, що вже

артикульовано, – як пов'язані між собою елементи «карти свідомості». При цьому, важливою стороною цієї роботи є емоційні, паралінгвістичні, невербальні та інші маркери комунікації, які дають можливість інтерпретації (розуміння) наявності у свідомості всіх ключових елементів переконання. І, з цим, надають можливість описати карту реальності досліджуваного суб'єкта.

Можна сказати, що ми реалізуємо процес «розшифровки» програми навчання як засобу інформаційно-психологічного впливу російської пропаганди.

Треба зазначити, що отримані від полонених дані мають характер комунікативної гри: полонений усвідомлено контролює свої висловлювання згідно ситуації (його роль «підсудного» вочевидь впливає на фільтри словопородження). При цьому, він намагається підтримувати психологічний контакт емоційно та невербально, – як того вимагає його роль. Це створює стан, коли він неусвідомлено артикулює смислові одиниці, які належать глибинній структурі психічної організації. Тобто, презентує свої смислові конструкти, які і є предметом даного психосемантичного та психосугестивного аналізу.

Психосемантичний та психосугестивний аналіз переконань російських військовослужбовців

(в лапках надані слова суб'єкта; котрі доповнені нами до повної форми висловлювання).

Переконання: «Той факт, що «юридично та практично росія напала на Україну» є значно менш важливим для мене, ніж необхідність «вирішувати поставлені задачі, ... блокувати населення та бойовиків». Це переконання є узагальненням двох переконань: «Моя присутність на території України є фактом нападу росії» та «Те, що я тут, вимагає від мене необхідність воювати».

За текстом розмови, пояснення суб'єктом причин своєї присутності на території України показує **психосугестивне** підґрунтя його мислення:

наративи РП «захищені» позасвідомими механізмами (механізмами «захисту» виступають контейнування, покладення «в коробку», консервування).

Практично всі нарративи військовослужбовців, серед яких – «гражданська війна, оскільки українці це побратими; ми однакові, і характер и доля»; «ущемляються конкретні прошарки населення»; «воював тому, що в мене були підлеглі, котрим треба було зберегти життя та вирішувати поставлені задачі» супроводжує захисний фільтр свідомості – «офіційна інформація» («нам говорилося...»), «у нас офіційно заявляється...», «ми ж не будемо впадати в нетрі релігії та політики»).

Тобто, свідомістю суб'єкта володіє думка-вірус: «Приділяти увагу тому, що відрізняється від офіційної інформації небезпечно, (тому) треба скеровувати свої думки в забезпечення найкращого виконання наказів». Внутрішня конфліктність цього судження проявляє себе у доволі драматичному вигляді: те, що джерела офіційної інформації не відповідають реальності і є брехнею – таку оцінку суб'єкт виразно робить невербально («це ж ми з вами розуміємо...») – заборонено ігнорувати, більш того, це безумовно повинно бути виконано.

Психологічно це можна сформулювати так: «моя поведінка виконавця наказів не є «Я-сам». Це інтрапсихічна ситуація, коли ідентичність («Хто Я?»), цінності (логічний рівень «Чому?»), власні можливості та поведінка дисоційовані, відділені між собою. Внаслідок цього можна очікувати деструктивні поведінкові стереотипи («бий», «біжи», «замри, «схились»), котрі можуть проявлятися в відчутті безкарності та зневаги до людських страждань та чеснот взагалі.

Психолінгвістична структура цього інтрапсихічного механізму: *мотиваційна* складова (наслідки переконання) визначається військовими наказами та можливостями їх виконання; *внутрішній стан* (чуттєві витоки переконання) суб'єкта обмежений фреймом проблеми, тобто,

сприйняттям дійсності крізь фільтри свідомості «бий-біжи-замри-схились». *Переживання* (сенсорний досвід, в границях якого людина знаходить свої реакції на ситуацію) суб'єкта загострені конфліктністю *смилив*, якими він надає ситуації значущості.

Ця структура може бути досліджена з точки зору *розуміння* (ставлення, яке надає смисл) російським військовослужбовцем наявної ситуації, тобто, розуміння а) причин своєї присутності на території іншої держави, б) границь значень свого рішення воювати, та в) значень, якими він скеровує свою поведінку.

а) Той факт, що «юридично та практично росія напала на Україну» не є визначальним; існують інші, більш дієві, причини присутності в Україні. На прохання навести їх, військовослужбовець емоційно пропонує: «живуть брат і сестра, або два брати, один починає дружити з ворогом іншого...». Тобто, значення, якими ця людина мотивує свою поведінку, належать міфологемам. Те, що людина реагує емоційно, може свідчити про її небайдужість (в системі самосвідомості), що, разом з відсутністю суб'єктності та усвідомленості, може свідчити про конфліктну самосвідомість: її розвиток, як і процес розвитку ідентичності, заблоковано цілковитою залежністю від міфологічних концептів.

б) «Моє мислення, сприйняття та поведінка детерміновані чинниками, що лежать поза юридичними та фактичними поясненнями». Оскільки той простір, в якому ці чинники існують, людиною не уточняється, є «сліпою плямою» свідомості, стає очевидним наявність того ж міфологічного концепту, поряд з цілковитою залежністю від симулякрів інформаційного оточення.

в) «Воювати (бути військовим) – це реалізовувати своїми діями ті ціннісні «пояснення», котрі мені надані ЗМІ». Психологічні джерела ідентичності – новоміфи, симулякри та меми.

Розглянемо зміст структурних елементів психолінгвістичного

механізму цього переконання детальніше.

Причини («Що вас до цього підштовхнуло?»): «офіційна інформація: говорилось, що утискується російськомовне населення і у владі нацисти»; «дітям забороняють в школах вчити російську мову»; «люди, які позиціонують себе як проросійські, не можуть брати участь в політиці... , також ті, хто в гуманітарній сфері»; «існують задачі, які виконуються поза її (рф) границями. Це вже доктрина». Бачимо, що значення, якими людина наповнює свою поведінкову активність, належать міфологемам, тому, психологічна навігація (сприйняття та розуміння) того, що відбувається жорстко обмежена мисленевими механізмами, образи сприйняття викривлені навіюваннями, більш нафантазовані, ніж реальні.

Переживання («Який ваш власний досвід підтримує цю думку?»): «я висловлюю тільки своє суб'єктивне бачення – я не знаю, що відбувається в політичній сфері»; «що це (заборони) – правда чи ні, я в даній ситуації (полону) не можу вам суперечити... , в іншій ситуації я по-іншому розмовляю...». Оскільки простір політичного мислення людини лежить поза межами самовизначення, стає очевидним наявність в світосприйнятті міфологічного концепту; більш того, свою цілковиту залежність від симулякрів та міфів інформаційного оточення людина не в змозі приховати навіть в ролі полоненого.

Наслідок («Що з цього слідує?»): «Я вважаю себе воїном, солдатом своєї батьківщини і патріотом...», «влада росії погано ставиться до військовослужбовців...(тому) «я повинен подбати про своїх підлеглих». Тобто, ми бачимо, що для цієї людини «воювати» – єдина можливість реалізувати себе у ціннісному вимірі власної ідентичності. Слід додати, що само-по-собі *можливість* такої самореалізації (бути військовим, виконувати накази), набуває характер внутрішніх сумнівів, суперечності та конфліктності. Це пов'язано з дисоціацією творчого несвідомого та джерел самості, внутрішнім

станом сприйняття ситуації у фреймі проблеми, щоденними переживаннями смертельної небезпеки.

Значення («Що для вас це означає?», «Навіщо ви тут?»): «можна назвати її «війною», можна «спецоперацією», це неважливо, варіантів може бути багато...», «звертатись до абстрактних рівнів свідомості, – не тільки в ситуації своєї належності до військового, але і в кожній ситуації – є проявом глупства..., це непотрібні нетрі...». Тобто, мотиваційні механізми поведінки обмежені наявним ситуативним контекстом. Позбавивши себе можливості оновлювати ціннісно-сміслові джерела свого світосприйняття, сенс своєї поведінки та образи свого майбутнього військовослужбовець узгоджує з міфологічною картиною російської пропаганди.

У висновку, повною структурою переконання російського військовослужбовця щодо його присутності в Україні є: «воювати в Україні це моя можливість «бути кимось» (відчувати якусь, навіть штучну ідентичність, що в архетипічній свідомості кодується як «бути руським»), навіть ціною моєї згоди зупинити свою мисленеву навігацію реальності».

Вірусна природа цього переконання очевидна: вірус «харчується» міфологією замість ціннісно-сміслові навігації; наповнює мотиваційну структуру умоглядними образами, які «стирають» та «викривлюють» сприйняття реальності; виводить поведінкові програми з-під рефлексій їх екологічності та контекстуальної адекватності; каталізує активність фреймів конфлікту та сумнівів щодо реальності нейром'язовими блоками «бийся»-«біжи»-«замри»-«схились», що обмежує часові перспективи буття короткостроковими фреймами виконання наказів; що, в свою чергу, посилюється переживаннями постійної «пограничної» (екзистенційно-кризової) якості свого існування.

Думки-віруси, дотичні до цієї: «Думати про доречність релігійних орієнтирів (а також культури та політики) в розумінні своєї ролі у війні – дурниця»; «Якщо ти дійсно хочеш подбати про близьких людей, тобі треба підтримувати «гру» (гру пропаганди; ту картину, правила життя, яка співпадає з «офіційною версією»); «ти руський, – значить, тобі треба викинути з голови всі «голоси наших ворогів» ... і боротися «За Крим і Донбас».

Якщо спробувати узагальнити сутність цих переконань: ««Якщо хочеш вижити як «хороша людина», тобі треба залишитись «руською людиною»; очікувати, сподіватись на щось, окрім Руського Миру НЕМАЄ». «Я воюю – значить я існую» – таким є екзистенційне кредо російського військовослужбовця.

Висновки. В статті висвітлено когнітивно-поведінковий компонент інформаційно-психологічного впливу російської пропаганди на громадян Російської Федерації з урахуванням сучасних реалій безпрецедентної війни проти України.

Деструктивність інформаційно-психологічного впливу роспропаганди на систему переконань військовослужбовців є продуктом ідеології РФ, «держзамовленням», яке сумлінно виконується професійними виробниками інформації, очікуваннями щодо її сприйняття аудиторією, стилем спілкування з аудиторією та ставленням до неї.

Втрата вибору власної ідентичності, котра є тією «фортецею», захищаючи та відновлюючи яку людина здійснює пошук себе (свого істинного Я), тобто, реалізує найвищу (християнську перш за все) цінність свого життя – свободу, можна впевнено назвати злочином перед людськістю. Це гуманітарна катастрофа того суспільства, його духовного виміру, до якого належить пересічний росіянин (військовослужбовець рф).

Література:

1. Вепринцев, В., Манойло, А., Петренко, А., Фролов, Д. (2005). *Операції інформаційно-психологічної війни*. URL: <http://psyfactor.org/psyops/psyops4.htm>
2. Гребньов, Г. (2023). Інформаційний аспект гібридної війни росії проти України. *Український інформаційний простір*, 1(11), 107–118. doi: [10.31866/2616-7948.1\(11\).2023.279598](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(11).2023.279598)
3. Гуляєва, А. (2023). Соціально-психологічні особливості системи переконань особистості в кризових умовах. *Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата психологічних наук*. К. Прінт Квік, 21. URL: <https://snu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/03/gulya-va-a.s.-avtoreferat.pdf>
4. Дані (відео та транскрибація), (військовополонені). Доступ через: https://drive.google.com/drive/folders/107LXqVniEmzQXAtSyEWzCEJe9XdSwThg?usp=drive_link
5. Дані (відео та транскрибація), (перехоплення). Доступ через: https://drive.google.com/drive/folders/1ezHj9DLdSjJsUXwIbsA9c6nwk05vKkW9?usp=drive_link
6. Завгородня, О. (2022). Інформаційно-психологічний вплив на громадян під час загрозових подій. *Габітус*, 36, 53-57. URL: <http://habitus.od.ua/journals/2022/36-2022/7.pdf>
7. Зеленін, В. (2018). *По той бік правди: НЛП як зброя інформаційно-пропагандистської війни*. К.: Люта справа, 384.
8. *Психологічна енциклопедія. Переконання*. Український психологічний ХАБ: веб-сайт. Дата звернення 15.11.2023. <https://www.psykholoh.com/post/%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F-%D1%86%D0%B5>
9. Почепцов, Г. (2015). *Сучасні інформаційні війни*. К.: Києво-Могилянська академія, 497.
10. Твердохліб, Ю. (2019). Теоретичні підходи до дослідження інформаційно-психологічних операцій. *Epistemological studies in philosophy, social and political sciences*, 2(2), 122-131. http://nbuv.gov.ua/UJRN/epstphsps_2019_2_2_16
11. Dilts, R. (2017). *Sleight of Mouth: The Magic of Conversational Belief Change*. Dilts Strategy Group, 346.