

## *Strategic communications and individual informatively psychological campaigns*

---

**Аннотация:** В статье охарактеризованы основные методы психологического воздействия. Раскрыты психологические аспекты применения приемов психологического воздействия, в том числе коммуникативных, приемов-апелляций, приемов-демонстраций. Описаны основные психологические барьеры, которые могут возникать в процессе межличностного взаимодействия, правила эффективного применения методов и приемов психологического воздействия.

**Ключевые слова:** психологическое воздействие, убеждение, внушение, подражание, манипулирования, методы и приемы воздействия.

**Abstract:** The article reveals the characteristics of the main methods of the psychological influence. The psychological aspects of psychological influence usage, such as, communicative method, method of appeal, method of demonstration are given. The main psychological barriers that may occur in the process of interpersonal interaction, the rules of efficient usage of psychological influence methods and techniques are described.

**Key words:** psychological influence, persuasion, inducement, imitation, manipulation, influence methods and techniques.

УДК : 316.4.063

*ПОКАЛЬЧУК Олег Володимирович*

### **ДИНАМІКА СОЦІАЛЬНИХ УСТАНОВОК НА ОКУПОВАНИХ ТЕРИТОРІЯХ ОРДЛО ТА КРИМУ**

**Постановка проблеми.** Головним завданням будь-якого інформаційного впливу є зміна поведінки об'єктів впливу. Щоб зрозуміти, що саме передує розгортанню реальної очікуваної дії, необхідно проаналізувати потреби і мотиви, які спонукають особистість до діяльності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Цій проблематиці присвячено низку класичних наукових праць, звернення до яких в умовах антитерористичної операції було б нагальним: пошуки сенсу життя і як результат – становлення особистості (В. Франкл, Л. У. Abrahamson,

М. Е. Р. Seligman, J. D. Teasdale); когнітивний дисонанс як поштовх до зміни установок індивіда (Л. Фестингер); комунікативні технології змінювання особистісних настанов (К. Ховланд, R. Dilts, M. B. Smith).

**Мета статті** – довести, що ефективна робота із соціальними установками для зміни поведінки з ворожої на проукраїнську повинна уникати пропагандистських штампів, спиратися на базові потреби суб'єкта і апелювати насамперед до емоційної сфери. Завдання статті: 1) аналіз підходів до ефективних соціальних комунікацій із жителями окупованих

## *Стратегічні комунікації та окремі інформаційно-психологічні кампанії*

---

територій; 2) визначення можливих атитюдів, котрі можуть сприяти діям з відновлення територіальної цілісності України; 3) надання алгоритму щодо здійснення соціальних комунікацій із жителями окупованих територій з метою вироблення установки на проукраїнську поведінку; 4) аналіз психологічної операції з дегуманізації, здійсненої в ОРДЛО і Криму проти України.

**Виклад основного матеріалу.** Інформаційна політика України щодо окупованих територій в умовах гібридної війни відрізняється мінімалізмом можливостей та великою кількістю декларацій загального характеру. (Це відображено, зокрема, в документі Міністерства інформаційної політики «Дорожня карта розробки стратегії інформаційної реінтеграції Донбасу», який є типовим для згаданого нарративу) [1].

«Сприяння формуванню наступних переконань у жителів підконтрольних і непідконтрольних територій Донецької та Луганської областей:

– сталий розвиток Донецької та Луганської областей можливий лише у складі України;

– курс на євроінтеграцію є безальтернативним для України;

– «ДНР» і «ЛНР» є нежиттєздатними утвореннями, що не можуть існувати як окремі державні формування;

– конфлікт, що відбувається в Україні з початку 2014 року, – це гібридна війна Росії проти України» [1].

Причини такої декларативної узагальненості лежать як в об'єктивних властивостях будь-якої державної пропаганди, так і у внутрішньополітичній площині, а також в

стилістиці Мінського переговорного процесу. Ці обставини обмежують як термінологію, так і інструментарій української політики до здебільшого символічних значень та дій.

Розглянемо схожі та відмінні риси динаміки соціальних процесів на окупованих територіях ОРДЛО і в Україні.

У державному сегменті, де загалом створено умови для демократичної публічної комунікації, існують задані параметри цієї комунікації у вигляді національних інституцій, лідерів громадської думки, традицій. Проте в Україні відсутня жорстка детермінація поведінки громадян в інформаційному просторі. Натомість в ОРДЛО та у Криму – вона офіційно насаджується та заохочується.

Втім, при протилежних геополітичних векторах емоційний колорит обох нарративів має схожі риси.

У ОРДЛО це алегорія, скріпи та символізм, притаманний російській тоталітарній державі, в решті України – це історичний романтизм та геополітична мрійливість про членство у Європейському Союзі.

Тобто історично вмотивований потяг до ілюзорності як форма захисту від реальності, є загальним патерном поведінки. Це дозволяє вичлени з нього корисні диспозиції для створення проукраїнських соціальних установок.

Соціальні правила і цінності на практиці не узгоджуються (всупереч твердженням прихильників «громадянського суспільства»). Вони задаються, приймаються і допрацьовуються «згори». Без сильної, переконливої, постійно діючої направляю-

## *Strategic communications and individual informatively psychological campaigns*

---

чої, наративна частина комунікації з часом неминуче примітивізується.

Вона стає більш конфліктною та особистісно-фрустрованою. Втім, таким чином зростає суб'єктивна залученість до процесів через імітацію впливу на них.

Окрім того, внаслідок попадання в простір комунікаційних можливостей безумовно підвищується самооцінка учасників комунікаційного процесу, що є домінуючим вчинковим чинником.

При тоталітарному, диктаторському управлінні смислами в ОРДЛО їх формально-змістовна частина більш проста і виразна.

При цьому особисте воле- і смисловиявлення стає небажаним і небезпечним. Колективна суб'єктивність маргіналізується, регресує до родоплемінної поведінки заради виживання.

Ситуативний, поведінковий консенсус жителів непідконтрольних територій із пропонованими зовнішніми обставинами – малоймовірний. Оскільки пов'язаний з безпосереднім ризиком для їхнього статусу та фізичного існування.

Військово-політичний запит України полягає в адекватному уявленні соціальної динаміки на окупованих територіях та у визначенні того, з якою швидкістю змінюється кількість «точок входу» для ефективно соціальної комунікації. І чи існують вони взагалі, або чи незабаром остаточно не зникнуть.

Одна з таких точок – вплив на мотив поведінки, участь у процесі його вибору, в формуванні соціальної установки.

У сучасній соціальній психології для позначення соціальних уста-

новок використовується термін «атитюд». Його спрямованість – внутрішня позиція особистості стосовно соціального оточення, окремих об'єктів соціального середовища. У біхевіоризмі [2] для розуміння факту зміни атитюдів використовується принцип навчання: атитюди змінюються залежно від стимуляції тієї чи іншої соціальної установки. Змінюючи нагороди і покарання, можна впливати на зміни соціальних установок.

Такий підхід відповідає методиці офіційної пропаганди, яка на цій стадії конфлікту вже не приносить очікуваних результатів.

У когнітивістській психології пояснення дається в термінах «теорій відповідності» [3]. Зміна установки відбувається, коли в пізнавальній сфері індивіда виникає невідповідність. Стикаються негативна установка на явище, і позитивна установка. Наприклад, лідер громадської думки дає принципово негативному явищу позитивну оцінку.

Це більш перспективний напрям, оскільки є можливість комбінованого, «гібридного» підходу до створення психологічно прийнятних носіїв позитивної інформації.

Окупанти заміщають існуючу соціальну драму сильнішим і яскравішим міфодизайном.

У ОРДЛО соціальне оточення є продуктом штучного відтворення міфу про оновлений майбутній неосРСР, і про ОРДЛО як його новий пілотний проект.

Окрім об'єкти цього міфу, смисли, правила, приписи, ЗМІ – рівновіддалені від особистості і не створюють стійкого соціального об'єму, оскільки

## *Стратегічні комунікації та окремі інформаційно-психологічні кампанії*

---

---

є спробами нав'язування російсько-радянського імперського міфу.

Вони, об'єкти міфу, фізично окреслюють межі соціального буття індивіда, межі дозволеного.

Таким чином, змальовується predisпозиція – схильність особистості діяти певним чином.

Семантичні особливості пропаганди в ОРДЛО, що підсилюють predisпозицію, складаються зі слів-кілерів [7] мислевірусів, зовнішніх програм з ознаками переконання.

Для посилення «негативного мислення» пропаганда ОРДЛО також використовує необмежене розширення «фрейму», тобто масштабів ствердження, коли окремих факт необхідно узагальнити до тенденції і перетворити в тренд.

Загалом типова поведінка жителя ОРДЛО може бути змальована тріадою «депресія – агресія – залежність» [6].

Розглянемо можливість виникнення атитюдів, котрі можуть сприяти діям з відновлення територіальної цілісності України.

Пропоновані визначальні риси атитюду [8] такі:

- 1) певний стан свідомості та нервової системи;
- 2) виражає готовність до реакції;
- 3) організований;
- 4) на основі попереднього досвіду;
- 5) чинить скеровуючий та динамічний вплив на поведінку.

Можливі точки прикладання пропагандистських зусиль України полягають у тому, щоб починати працювати від «пункту 4».

Російська пропаганда акцентує увагу на міфологічному позитивно-

му досвіді СРСР, а в пропаганді цей емоційний імпринт бажано і можливо використати. Перемістити його в попередній, але ближчий досвід, в період незалежної України.

На підставі загальної модернованої драматизації, в якій програмовані емоції міфодизайну СРСР можливо створити додатковий груповий формат переживань (пункт 3); який відтак створюватиме направляючий вплив на поведінку (пункт 5); і викликатиме рефлексивну готовність до реакції щодо усунення негативу (пункт 2); приводячи нервову систему і свідомість в постійну готовність до дії і вчинків (пункт 1).

Пропонований алгоритм виглядає наступним чином – 4-3 5-2-1.

Вирізнимо чотири функції атитюду:

1) пристосувальна (іноді звана утилітарною, адаптивною) – атитюд скеровує суб'єкта до тих об'єктів, які слугують досягненню його цілей.

Рішення: в пропаганді бажано зосередитися на реальних цілях, властивих жителям ОРДЛО, декларування власних проукраїнських цілей веде до протилежного результату;

2) функція знання – атитюд дає спрощені вказівки щодо способу поведінки стосовно конкретного об'єкта.

Рішення: в пропаганді слід уникати слів та термінів іноземного походження, незважаючи на їхню активну присутність в політичному словнику України;

3) функція вираження (іноді звана функцією цінності, саморегуляції) – атитюд виступає як засіб звільнення суб'єкта від внутрішнього напруження, сприяє вияву себе як особистості.

## *Strategic communications and individual informatively psychological campaigns*

---

Рішення: меседжі повинні нести функцію перепрограмування страху шляхом перенесення страху перед гіперболізованими загрозами з українського боку на реальних окупантів, обіцянку звільнення як катарсису;

4) функція захисту – атитюд сприяє вирішенню внутрішніх конфліктів особистості.

Рішення: меседж повинен нести картину світу, зрозумілого для суб'єкта та його близьких, картину виразного соціального майбутнього в Україні з гарантованим розумінням свого місця в ньому.

Налаштованість на поведінку для задоволення цієї потреби може виникнути тільки тоді, коли всі меседжі з України в ОРДЛО діятимуть за схожим алгоритмом, котрий починається з впливу на базові емоції. Оскільки при їх багаторазовому повторенні виникає фіксована установка, на відміну від установки ситуативної, що диктується загрозою насильства або односторонньої вигоди.

Установка найбільше стосується питання про реалізацію найпростіших фізіологічних потреб людини. Вона трактується як несвідоме, і з нею працюють як з колективним несвідомим. Через набір простих меседжів, але підкріплених маркерами реальних змін.

Довіра до джерела не може виникнути, якщо воно надто теоретизоване або не ілюструє виконання своїх тез реальними і переконливими прикладами. При цьому реальність і переконливість безпосередньо між собою дуже слабо пов'язані. Спроби йти «через переконання» і «діалог» приречені на марне витрачання ресурсів і відсутність видимого результату.

В ОРДЛО і Криму проти України була ефективно здійснена важлива психологічна операція – дегуманізація України та її громадян, цілком нацистська редуція концепту «українець» до «укра» як «недолюдей», легітимного об'єкта полювання і знищення, як шкідливого хижака.

Тобто в системі тимчасових зв'язків людини як особистості-суб'єкта, що живе в ОРДЛО чи в Криму, вже в більшості своїй відсутня складова України та її громадян, як інтегральної частини суб'єктивної реальності. Відповідно, спрямованість майбутньої поведінки такої особистості позбавлена будь-яких моральних зобов'язань перед Україною. Використовувати пасіонарні меседжі глобального порядку, закликати до патріотизму в сформованому стилі – цілком безперспективно.

Саме ставлення до України і є своєрідною предиспозицією, ставленням до певних об'єктів, які її представляють: соціальні інститути, юридичні процедури, географія, громадяни. Це дозволяє очікувати розкриття сутності людей в реальних актах дії.

І ці акти не можуть бути доброзичливими при сформованій в ОРДЛО та Криму системі політико-економічної комунікації.

Якщо додати до цього феномен психічної регресії, інфантилізм і вивчену безпорадність [6], то напрямок очікуваної поведінки (або діяльності) буде відбуватися відповідно до того особистісного змісту, якого набуває для конкретної людини її поточний статус.

У цій площині також лежить відповідь на питання, чому емігранти або

## *Стратегічні комунікації та окремі інформаційно-психологічні кампанії*

---

діти емігрантів в країнах Центральної Європи замість того, щоб користуватися всіма благами цивілізації, подеколи обирають собі участь у терористичній діяльності ІДІЛ.

Належить відзначити, що термін «атитюд» ввели в ужиток в 1918 року У. Томас і Ф. Знанецький, вивчаючи адаптацію польських селян, які емігрували з Європи до Америки, тобто передовсім він стосувався осіб, котрі опинилися в цілком іншій соціально-політичній реальності.

Якщо з класичного визначення атитуду як психологічного переживання індивідом цінності, значення, сенсу соціального об'єкта, або як стану свідомості індивіда щодо певної соціальної цінності вилучити або підмінити поняття цінності, що і було зроблено окупантами, то в підсумку виходить конструкт, нечутливий до патріотичних закликів «з іншого боку», бо це сприймається як заклики до зради.

Атитюд працює одночасно в трьох сферах [8] – усвідомлення, емоцій і поведінки. Питома вага кожного з компонентів різна.

Максимальне усвідомлення в нашому випадку можливе лише на рівні малої контактної групи, тобто сім'ї та найближчих родичів. Першою сферою, де реалізуються потреби людини, є найближче родинне оточення. Тут існують базові фіксовані «set» – установки.

Другий рівень, на якому йде обмін емоціями – більш складні диспозиції, які формуються на підставі потреб людини у спілкуванні.

Третій, поведінковий, рівень – відображає загальну спрямованість інтересів щодо конкретної сфери соціальної активності.

**Висновки.** Інтерес до невідповідностей у суб'єкта виникає тоді, коли він бачить у них маркери загрози своїм базовим установкам. Але усвідомлення приходить через афективний, емоційний компонент, який є тригером, і вкрай рідко – через поведінковий компонент.

Тому що всі соціальні детермінанти в нашому випадку не отримують переконливого матеріального втілення і залишаються гаслами. Отже, ключові питання безпеки і виживання знову залишаються невирішеними.

Вироблення установки на проукраїнську поведінку в масах ОРДЛО та Криму не пов'язана безпосередньо з аналізом соціальних факторів, що детермінують поведінку особистості, з засвоєнням індивідом соціального досвіду, зі складною ієрархією детермінант, що визначають саму природу соціальної ситуації, в якій особистість діє. Це достатньо поширена політична омана.

Соціологічні та інші дослідження, що надають кількісний масив даних про політичну та побутову субкультуру ОРДЛО та Криму, ускладнюють розуміння і виконання оперативних завдань інформаційного та психологічного впливу, відводять зусилля і увагу аналітиків у сферу абстрактного і самодостатнього стратегування.

## *Strategic communications and individual informatively psychological campaigns*

---

---

### Список використаних джерел

- 1 Дорожня карта розробки стратегії інформаційної реінтеграції Донбасу // Офіційний сайт Міністерства інформаційної політики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mir.gov.ua/files/pdf/donbass01.pdf>.
- 2 Hovlandv K. Psychology of the Communicative process / K. Hovlandv // Communications in Modern Society. – Urbana : University of Illinois Press, 1948. – P. 59–65.
- 3 Фестингер Л. Теория когнитивно-го диссонанса / Л. Фестингер. – СПб. : Ювента, 1999. – 317 с.
- 4 Франкл В. Логотерапия и экзистенциальный анализ: статьи и лекции / В. Франкл. – М. : АНФ, 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://docplayer.ru/28392739-Logoterapiya-i-ekzistencialnyy-analiz.html>.
- 5 Олпорт Г. Становление личности / Г. Олпорт. – М. : Смысл, 2002 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mexalib.com/view/74740>.
- 6 Abrahamson L. Y. Learned Helplessness in Humans: Critique and Reformulation / L. Y. Abrahamson, M. E. P. Seligman, J. D. Teasdale // Journal of Abnormal Psychology, 1987. – P. 143–165.
- 7 Dilts R. Sleight of Mouth: The Magic of Conversational Belief Change / R. Dilts. – Meta Publications, 2001. – 280 p.
- 8 Smith M. B. Attitude Change / M. B. Smith // International Encyclopedia of the Social Sciences / Ed. by D. L. Sills. Crowell, 1968 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.encyclopedia.com/social-sciences-and-law/sociology-and-social-reform/sociology-general-terms-and-concepts/attitudes>.

Рецензенти:

доктор філологічних наук, професор  
Л. Компанцева,  
кандидат військових наук, доцент  
О. Заруба

---

---

**Аннотация:** В статье рассматриваются принципы эффективной работы с социальными установками для изменения поведения с враждебного на проукраинское; рекомендуется избегать пропагандистских штампов, делать упор на базовые потребности субъекта и апеллировать к эмоциональной сфере.

**Ключевые слова:** аттитюды, інформаційне вплив, психологічне вплив, цінності.

**Abstract:** This article reveals the basics of effective operation with social attitudes aiming at changing the hostile conduct into the pro-Ukrainian; provides the recommendations to avoid propaganda clichés, on the basic requirements of the person support and appeals to the emotional sphere.

**Key words:** attitude, informational influence, psychological influence, values.