

УДК 316.6:32.019.5



<https://doi.org/10.33994/kndise.2026.71.38>

Каширіна Альона Володимирівна

судова експертка сектору психологічних досліджень мовлення лабораторії лінгвістичних та психолого-лінгвістичних досліджень Київського науково-дослідного інституту судових експертиз Міністерства юстиції України



<https://orcid.org/0009-0005-5754-5815>
alona.kashyrina@kndise.gov.ua

Бібліографічний опис статті: Каширіна А.В. (2026). Психологічні особливості формування ідеологем російської пропаганди у свідомості масової аудиторії. *Криміналістика і судова експертиза*, 71, 597–612. doi: <https://doi.org/10.33994/kndise.2026.71.38>

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІДЕОЛОГЕМ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ У СВІДОМОСТІ МАСОВОЇ АУДИТОРІЇ

У статті розглянуто психологічні механізми формування та закріплення ідеологем російської пропаганди у свідомості масової аудиторії в умовах гібридної війни та повномасштабної збройної агресії проти України. **Метою** дослідження є всебічний аналіз психологічних особливостей формування ідеологем російської пропаганди та визначення їхнього впливу на свідомість масової аудиторії з урахуванням завдань комплексної судової психолого-лінгвістичної експертизи. Для досягнення мети використано **теоретичні методи**, серед яких аналіз і узагальнення наукових джерел, порівняльний аналіз підходів до ідеологічної поведінки, а також міждисциплінарний підхід, що поєднує соціальну та когнітивну психологію, психолінгвістику та окремі дослідження нейропсихології. **Наукова новизна** полягає в уточненому визначенні ідеологеми як мінімальної смислової одиниці ідеології когнітивно-емоційного змісту, що передає оцінне ставлення, формує когнітивні рамки та впливає на сприйняття і поведінку адресатів. Обґрунтовано методологічну перевагу застосування нейрокогнітивного підходу, що дозволяє комплексно аналізувати процеси формування, закріплення та впливу ідеологем на свідомість реципієнтів з урахуванням взаємодії когнітивних процесів, емоційних реакцій та інформаційного середовища. Запропоновано п'ятиступеневий психологічний алгоритм формування ідеологем, що включає етапи емоційної дестабілізації, ког-

нітивного фреймування, повторюваності, інтерналізації та поведінкової екстерналізації, що дозволяє системно описати процес їхнього впливу на свідомість. **У висновках** констатується, що ідеологеми російської пропаганди – це складні когнітивно-емоційні конструкції, що формують стійкі моделі інтерпретації соціальної реальності та поведінки. Знання їхніх механізмів є необхідним для ефективної роботи експертів-психологів, а запропоновані підходи можуть бути використані для розробки критеріїв оцінки маніпулятивного потенціалу мовного матеріалу та підвищення обґрунтованості експертних висновків у кримінальних провадженнях щодо злочинів проти основ національної безпеки України.

Ключові слова: ідеологема, ідеологія, російська пропаганда, масова аудиторія, гібридна війна, комплексна судова психолого-лінгвістична експертиза, масова свідомість, інтенції.

Kashyrina Alona

Forensic Expert of the Sector of Psychological Research of Speech of the Laboratory of Linguistic and Psychological-Linguistic Research of the Kyiv Scientific Research Institute of Forensic Expertise of the Ministry of Justice of Ukraine



<https://orcid.org/0009-0005-5754-5815>

alona.kashyrina@kndise.gov.ua

To cite this article: Kashyrina A.V. (2026). Psyholohichni osoblyvosti formuvannia ideolohem rosiiskoi propahandy u svidomosti masovoi audytorii [Psychological features of the formation of ideologemes of Russian propaganda in the consciousness of a mass audience]. *Criminalistics and Forensics*, 71, 597–612. doi: <https://doi.org/10.33994/kndise.2026.71.38>

PSYCHOLOGICAL FEATURES OF THE FORMATION OF RUSSIAN PROPAGANDA IDEOLOGEMES IN THE CONSCIOUSNESS OF MASS AUDIENCES

The article examines the psychological mechanisms underlying the formation and consolidation of ideologemes of Russian propaganda in the consciousness of a mass audience under conditions of hybrid warfare and full-scale armed aggression against Ukraine. **The aim** of the study is to provide a comprehensive analysis of the psychological features of the formation of Russian propaganda ideologemes and to determine their impact on the consciousness of a mass audience, taking into account the objectives of comprehensive forensic psychological and linguistic examination. To achieve this aim, **theoretical methods** were employed, including the analysis and generalization of scientific

sources, a comparative analysis of approaches to ideological behavior, as well as an interdisciplinary approach combining social and cognitive psychology, psycholinguistics, and selected findings from neuropsychology. **The scientific novelty** lies in the refined definition of the ideologeme as the minimal semantic unit of ideology with cognitive-emotional content that conveys evaluative attitudes, shapes cognitive frameworks, and influences the perception and behavior of recipients. The methodological advantage of applying a neurocognitive approach is substantiated, as it enables a comprehensive analysis of the processes of formation, consolidation, and influence of ideologemes on the consciousness of recipients, taking into account the interaction of cognitive processes, emotional responses, and the information environment. A five-stage psychological algorithm for the formation of ideologemes is proposed, including the stages of emotional destabilization, cognitive framing, repetition, internalization, and behavioral externalization, which allows for a systematic description of their impact on consciousness. **The conclusions** state that the ideologemes of Russian propaganda are complex cognitive-emotional constructs that shape stable models for interpreting social reality and behavior. Understanding their mechanisms is essential for the effective work of forensic psychologists, and the proposed approaches may be used to develop criteria for assessing the manipulative potential of linguistic material and to enhance the validity of expert conclusions in criminal proceedings concerning crimes against the foundations of Ukraine's national security.

Keywords: ideologeme, ideology, Russian propaganda, mass audience, hybrid war, comprehensive forensic psycho-linguistic expertise, mass consciousness, intentions.

Постановка проблеми

У контексті гібридної війни Росії проти України, коли інформаційно-психологічний вплив набуває системного характеру та застосовується як інструмент впливу на свідомість масової аудиторії, постає потреба чіткого розуміння та диференціації механізмів створення й поширення пропагандистських смислів. Для комплексної судової психолого-лінгвістичної експертизи на цей час це є особливо актуальним, адже із продовженням повномасштабної збройної агресії зростає і потреба в проведенні таких досліджень з метою надання об'єктивних експертних висновків у ситуаціях, що є або будуть предметом судового розгляду.

Незважаючи на актуальність, існує брак наукових досліджень цієї теми, що може пояснюватися складністю емпіричного вивчення соціальних процесів макрорівня академічною психологією. Водночас для судової психологічної та комплексної судової психолого-лінгвістичної експертизи такий теоретичний аналіз є важливим: експерт-психолог має володіти знаннями про механізми масового ін-

формаційно-психологічного впливу задля оцінки маніпулятивного потенціалу та його впливу на емоційний стан, уявлення і поведінку реципієнтів, що є одним з ключових завдань у межах комплексної судової психолого-лінгвістичної експертизи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

У сучасній психологічній науці за останні роки було представлено низку теоретичних і емпіричних робіт, спрямованих на розкриття структури та змісту ідеологічного мислення, механізмів формування ідеологічних смислів та їх впливу на масову свідомість. Закордонні дослідники, зокрема Zmigrod L., Canova R., Azeqa Ma'rof A. та Himmah Adnan Z., проводили аналіз когнітивних і мотиваційних компонентів ідеологічних конструкцій, досліджували роль наративів та ідеологем у формуванні групових установок та соціальних упереджень. Українські науковці, серед яких Литвиненко Е., Стромило А., Хаметова Л., Казмірук Ю., Рогаль Н., Вітюк Н. та інші розглядали психологічні аспекти ідеологізації свідомості, механізми впливу масмедіа на поведінкові реакції аудиторії, а також соціально-психологічні умови сприйняття маніпулятивних смислів у контексті інформаційної агресії РФ проти України.

Аналіз висловлених наукових точок зору зосереджує нашу увагу на тому, що на цей час існує нагальна потреба у системному теоретичному аналізі саме психологічних особливостей формування ідеологем, їх впливу на масову свідомість та розробці методологічних підходів для оцінки їх маніпулятивного потенціалу в межах психолого-лінгвістичних досліджень.

Мета дослідження

Мета дослідження – комплексне вивчення психологічних особливостей формування ідеологем російської пропаганди та визначення їхнього впливу на свідомість масової аудиторії з урахуванням завдань комплексної судової психолого-лінгвістичної експертизи.

Виклад основного матеріалу

Повномасштабна війна Росії проти України супроводжується не лише збройною агресією, а й системним інформаційно-психологічним впливом, який охоплює практично всі виміри суспільного життя. На початкових етапах протистояння дослідники використовували різні терміни для опису дій Російської Федерації, зокрема «неконвенційна війна» (unconventional warfare), «нерегулярна війна» (irregular warfare), «змішана війна» (compound warfare) та «гібридна війна» (State-Sponsored Hybrid) [2]. Згодом у сучасній науковій традиції закріпилося розуміння гібридної війни як форми конфлікту

четвертого покоління, оскільки вона охоплює усі сфери діяльності держави: дипломатичну, фінансово-економічну, воєнну, політичну, соціальну, інформаційну, ідеологічну та інші [11].

Аналіз механізмів функціонування ідеологем потребує врахування стратегічного виміру сучасних інформаційних операцій. З огляду на це, особливого значення набуває і поняття «когнітивної війни», яке використовується для позначення протистояння, у якому основним об'єктом впливу виступає людська свідомість. Зокрема, у дослідженні Малік І. підкреслюється, що сучасні конфлікти дедалі більше спрямовані не лише на поширення певної інформації, а й на формування способів її сприйняття та інтерпретації. У межах такого впливу активно застосовуються пропаганда, дезінформація та інші інформаційні технології, що апелюють до когнітивних упереджень і особливостей обробки інформації людиною, формуючи відповідні переконання та моделі поведінки масової аудиторії [7].

Російська агресія проти України є одним із найбільш показових прикладів сучасної гібридної війни. Демонструючи поєднання військових дій із системними маніпулятивними, інформаційними та політичними інструментами, російська пропаганда вибудовує цілісну систему смислів, покликану створювати вигідну агресору картину світу та впливати на поведінку масової аудиторії та в такий спосіб формує нову модель ведення конфліктів у XXI столітті. Основою цієї системи є ідеологічна доктрина «руського миру», яка конструює образ Росії як спадкоємиці давньоруської цивілізації та об'єднує поняття «святої землі» й «унікальної цивілізаційної місії», акцентуючи на історичній і культурній особливості Росії та її «праві» на вплив на країни, що межують з нею. Ця доктрина формує образ єдиного історичного, культурного та духовного простору, у якому ключову роль відіграють релігійні цінності, уявлення про спільну культурну спадщину, а також історичні наративи про втрати імперського минулого та необхідність відновлення «великодержавної» присутності.

Оперативною одиницею цієї системи виступають ідеологи, які шляхом застосування низки маніпулятивних прийомів і технологій поширюються ретрансляторами сучасної російської пропаганди та закріплюються у свідомості масової аудиторії, формуючи стійкі уявлення про події, соціальні явища та історичні процеси. У психологічному вимірі пропаганда розглядається як систематичний інформаційно-комунікативний вплив, спрямований на формування або зміну установок, оцінок та моделей інтерпретації соціально-політичної реальності. Її ефективність значною мірою зумовлюється повторюваністю повідомлень, емоційною насиченістю, апеляцією до стереотипів і ціннісних орієнтирів аудиторії, а також функціонуванням у ситуаціях соціальної напруженості або невизначеності, що сприяє закріпленню у масовій свідомості відповідних ідеологем та формує стійкі інтерпретаційні схеми [1; 12].

З психологічної точки зору вплив ідеологем російської пропаган-

ди на свідомість масової аудиторії ґрунтується на здатності створювати когнітивно-емоційні картини світу, що поєднують ціннісні орієнтири, соціальні очікування та емоційні реакції, і тим самим сприяють внутрішньому прийняттю нав'язаних смислових конструкцій як природних або очевидних.

У сучасній науці поняття ідеологеми трактується по-різному залежно від предметної області. З одного боку, у лінгвістичних та культурологічних дослідженнях ідеологема розглядається як базова одиниця ідеології («...експлікація тієї чи іншої ідеології...» [3, с.98]), що функціонує в мовних та дискурсивних практиках і формує системи смислів, через які відображаються цінності та уявлення про соціальну реальність. З іншого боку, у зарубіжних психологічних та політичних концепціях це поняття часто використовується як найменша інтелектуальна одиниця ідеологічних дискурсів, що репрезентує конфліктні чи домінуючі ідеологічні наративи в суспільстві [13; 15]. Таким чином, ідеологема має міждисциплінарний характер та поєднує лінгвістичні, політичні, культурологічні та соціально-психологічні виміри.

Узагальнюючи проаналізовані підходи та з огляду на завдання та потреби комплексної судової психолого-лінгвістичної експертизи, у межах цієї статті пропонується робоче визначення ідеологеми як мінімальної смислової одиниці ідеології, яка у стислому символічному форматі передає емоційно забарвлену оцінку та здатна швидко активувати групові цінності, коригувати сприйняття реальності та спрямовувати поведінку. Важливо також зазначити, що ідеологема функціонує як когнітивно-емоційний конструкт, здатний у стислому вигляді активувати цінності, установки й групові межі, а її значення є динамічним та змінюється залежно від контексту і прагматики комунікації.

На практиці вплив ідеологем російської пропаганди визначається такими головними характеристиками як тенденційність викладення фактів, емоційність подання інформації, системність поширення, повторюваність та здатність викликати когнітивно-емоційні реакції. Ці механізми потребують більш детального наукового дослідження, особливо з точки зору психології масового впливу, оскільки точний порядок формування та засвоєння ідеологем залежить від багатьох взаємопов'язаних факторів – індивідуальних, соціальних та впливу медіасередовища [9].

Аналіз природи ідеологічних систем дозволяє зробити висновок, що будь-яка ідеологія, незалежно від її змісту чи сфери впливу, має два взаємопов'язані компоненти: доктринальний та реляційний [15]. Саме їхнє поєднання забезпечує як внутрішню логіку ідеології, так і її здатність формувати та зміцнювати стійкі групові зв'язки через механізми психологічного впливу. Розглянемо кожен із них детальніше.

Доктринальний компонент задає ідеології змістовний каркас –

жорстку систему переконань, що претендує на статус єдиного «правильного» пояснення соціальної реальності. Така догма вибудовує образ абсолютної істини: якщо прийняти її вихідні припущення, вона виглядає цілісною й переконливою, а альтернативні погляди постають хибними або загрозливими. Це зумовлює чітке розмежування між «тими, хто володіє істиною» та «тими, хто стоїть поза нею». Як зазначав соціолог Л. Змігород, прихильники будь-якої ідеології схильні вважати, що лише їхнє бачення світу є правильним і морально виправданим [15]. Унаслідок цього формується ригідність мислення, нетерпимість до відмінних позицій та прагнення захищати власну «істину» як беззаперечну.

Реляційний компонент доповнює доктринальний, переводячи ідеологічні переконання у площину соціальних взаємин. Він створює особливий тип групової динаміки, у якій посилюється солідарність зі «своїми» та одночасно вибудовується дистанція або ворожість щодо «чужих». Підтримання групової ідентичності забезпечується через використання видимих символів належності – кольорів, жестів, ритуалів, гімнів, атрибутів, що викликають сильні емоційні реакції та формують відчуття спільності. Такі маркери не лише об'єднують групу, а й виконують функцію відмежування.

Їхнє закріплення у масовій свідомості не є випадковим: пропаганда цілеспрямовано використовує психологічні механізми, що забезпечують легке засвоєння політичних ідеологем та їх закріплення у свідомості, оскільки їхніми характерними рисами є простота, розпливчатість значень або їх багатократна зміна та зазвичай суб'єктивний характер.

Практика дослідження інформаційно-психологічного впливу на масову свідомість свідчить, що найбільш ефективними у процесі маніпуляції свідомістю є саме негативно марковані ідеологеми. Вони активізують емоційно-вольову сферу реципієнта, формують відчуття загрози та потребу в захисті, що значно знижує рівень критичного сприйняття інформації. Саме тому негативні політичні конструкції посідають центральне місце в положеннях доктрини «руського миру».

Серед політичних негативно маркованих ідеологем, які поширюються сучасною російською пропагандою, науковці виділяють наступні: «українацисти», «укрофашисти», «загниваючий Захід», «київська хунта», «геноцид жителів Донбасу», «біолабораторії», «СВО (спеціальна військова операція)», «соросята», «бандерівці», «Анти-Росія», «Гейропа» тощо [4; 6].

Для того, щоб зрозуміти механізм впливу ідеологем російської пропаганди, зупинимось детальніше на понятті «свідомість масової аудиторії». Важливо зазначити, що сама по собі масова аудиторія має притаманні лише їй соціально-психологічні характеристики, які грають важливу роль у процесі інформаційно-психологічного впливу, зокрема мова буде йти про аморфність, неструктурованість, гете-

рогенність, ситуативність існування, бездіяльність [4; 10].

Аморфність масової аудиторії полягає у відсутності в неї чіткої форми та внутрішніх зв'язків між учасниками, що призводить, в тому числі, до розмитості групових меж. В умовах сугестивного впливу це дозволяє сугестору (-ам) (тим, хто ініціює вплив) об'єднувати сугерендів (тих, хто його сприймає) навколо певних наративів та ідей, фактично створюючи штучну єдність через спільне інформаційне поле (медіаконтент, що поширюється у соціальних мережах, месенджерах, на відеохостингах, телебаченні тощо).

Неструктурованість масової аудиторії полягає в тому, що в ній відсутня чітка ієрархія, міжособистісні ролі та стабільні механізми внутрішньої координації, що призводить до швидшого поширення емоційних реакцій, стереотипів та нав'язаних сугестором (-ами) інтерпретацій.

Гетерогенність (неоднорідність) масової аудиторії є одною з причин використання засобами масової комунікації та сугестором (-ами) ідеологем, які будуть зрозумілі всім групам одночасно, оскільки масові аудиторії, які стають споживачами контенту, відрізняються за такими соціально-психологічними параметрами як вік, стать, освіта, соціальний статус, політичні погляди, культурний досвід та ін.

У тому числі, масові аудиторії виникають ситуативно навколо конкретної події або інформаційного приводу. З точки зору цього аспекту для масової аудиторії характерні швидка зміна фокуса уваги та швидке розформування аудиторії.

Також сучасними дослідниками виділяється така ознака мас як бездіяльність. Відповідно до основних положень теорії діяльності, в яких окремі індивіди є діяльними особами, що мають певні інтенції (наміри, прагнення) та планують власну активність, маси навпаки діють несвідомо та існують на рівні поведінкових актів [9].

У сучасному українському науковому дискурсі масова свідомість визначається як «...особливий вид суспільної свідомості, що відображає знання, уявлення, норми, цінності та зразки поведінки, притаманні значним неструктурованим множинам людей» [10]. У статті поняття «масової свідомості» буде вживатися саме у такому значенні.

Отже, формами вираження масової свідомості є не лише зовнішні прояви (поведінка), загальносуспільні цінності чи погляди (громадська думка), а й глибинні соціальні диспозиції, колективні афективні (емоційні) стани, когнітивні схеми соціальної ідентифікації та система соціальних репрезентацій, які стають емоційним підґрунтям для закріплення ідеологем у масовій свідомості.

Таким чином, логіка інформаційно-психологічного впливу в умовах гібридної війни полягає у поєднанні доктринального змісту, символічних ідеологем та особливостей функціонування масової свідомості. Це створює умови для формування стійких когнітивно-емоційних конструкцій, які впливають на інтерпретацію подій і пове-

дінкові реакції аудиторії. Саме в цьому контексті доцільно перейти до детального аналізу механізмів закріплення ідеологем у системі переконань масової аудиторії.

Одним із теоретичних підходів, що дозволяє пояснити такі механізми, є дослідження ідеологічної поведінки, які зосереджуються на психологічних особливостях сприйняття, інтерпретації та відтворення ідеологічних смислів реципієнтами.

Зокрема у дослідженнях закордонних науковців, таких як Canova R., Azeqa Ma'rof A., Himmah Adnan Z. та Zmigrod L., вводиться та аналізується поняття ідеологічної поведінки. До прикладу, Zmigrod L. пропонує розглядати її не лише через зміст політичних або світоглядних переконань, а й через особливості когнітивних процесів індивіда. У цьому контексті ідеологічна поведінка трактується як схильність до ригідного дотримання певної системи переконань, опору перегляду власних установок під впливом нової інформації та дихотомічного сприйняття соціальної реальності [14]. У межах аналізу психологічних механізмів такого типу поведінки авторкою було запропоновано три пояснювальні моделі: ситуативну, мотиваційну та нейрокогнітивну (рис. 1).

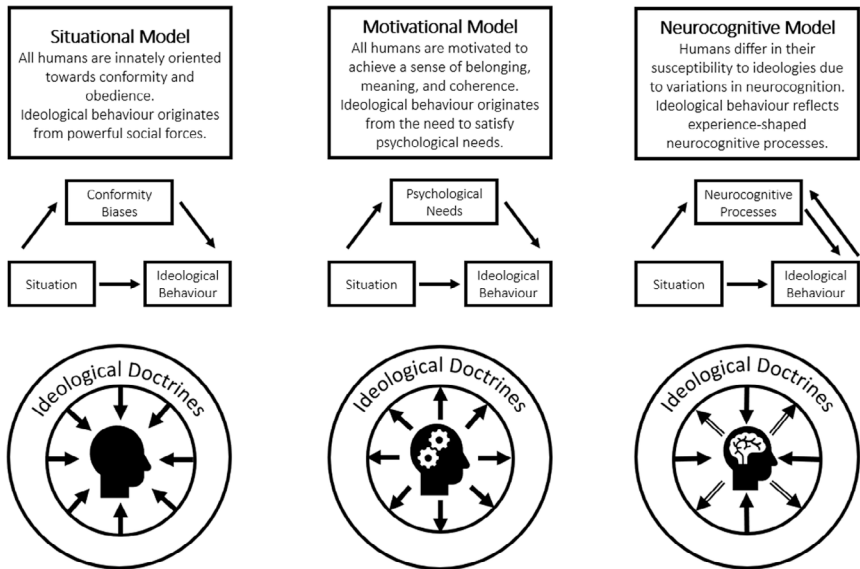


Рис. 1. Моделі ідеологічної поведінки за Zmigrod L. [14].

Запропонований нейрокогнітивний підхід до аналізу ідеологічної поведінки постає як альтернатива двом впливовим пояснювальним моделям, що тривалий час домінували у закордонних дослідженнях поведінки, зумовленої ідеологічними переконаннями.

У першій з них, **«ситуативній»**, увага акцентується на важливості ролі соціального контексту. Модель побудована на припущенні про те, що за наявності потужного інформаційно-психологічного впливу більшість людей здатні демонструвати конформність та сприйнятливість до формування ідеологем, навіть якщо раніше вони не поділяли таких переконань. За цією логікою, інтенсивні соціальні обставини (зокрема емоційні стани страху, безвиході, безпорадності, психологічний тиск, пропаганда) нівелюють індивідуально-психологічні особливості особистості та формують ідеологізовані групи. Популярність такого трактування значною мірою зумовлена спробами критично проаналізувати досвід тоталітарних режимів ХХ століття без прив'язки до соціокультурних особливостей окремих етнічних груп та національностей. Водночас цей підхід залишає поза увагою конкретні психологічні та когнітивні особливості сугерендів, розглядаючи їх суто як об'єкт інформаційно-психологічного впливу.

Друга модель, **«мотиваційна»**, переносить аналітичний фокус із зовнішніх обставин на систему внутрішніх потреб особистості. Вона пояснює схильність індивіда до формування ідеологічних установок прагненням людини ідентифікувати себе з певною групою, екзистенційною потребою у сенсі (меті, цінності та спрямованості власного життя), стабільності та впорядкованості картини світу. Ідеологічні переконання та ідеологеми в такому підході розглядаються як спосіб задоволення екзистенційних, реляційних або пізнавальних потреб. Саме тлумачення ідеологічної поведінки через категорії базових потреб та мотивації стало провідним у психологічних дослідженнях консерватизму, авторитаризму, релігійного фундаменталізму та радикалізації. Однак зведення складних світоглядних систем виключно до мотиваційної детермінації звужує розуміння механізмів їх формування.

Нейрокогнітивна модель пропонує інший ракурс: так звані «ідеологічні орієнтації індивіда» розглядаються як пов'язані зі стійкими особливостями сприйняття, обробки інформації та регуляції поведінки. Йдеться не лише про те, що певні когнітивні особливості можуть сприяти формуванню конкретних ідеологічних установок, а й про зворотний вплив – ідеологеми здатні модифікувати базові пізнавальні процеси уваги, пам'яті та мислення. Таким чином, ідеологічна поведінка постає як результат взаємодії когнітивних процесів і соціального середовища.

У межах цього підходу ситуаційні зовнішні чинники (дистрес, невизначеність, соціальний або психологічний тиск) не заперечуються, але розглядаються вже як такі, що змінюють перебіг когнітивних процесів. Наприклад, Canova R., Azeqa Ma'rof A. та Himmah Adnan Z. зазначають, що стрес може знижувати когнітивну гнучкість і посилювати схильність до «чорно-білого» (дихотомічного) мислення, що робить індивіда більш відкритим до спрощених або догматичних пояснень [13]. Таким чином потреба у визначеності чи смисловій ці-

лісності може впливати на спосіб відбору та інтерпретації рецепієнтами інформації. Важливо зазначити, що реакція на невизначеність залежить від контексту: за умов безпеки вона може стимулювати відкритість до нового досвіду, тоді як за умов загрози – провокувати закритість і нетерпимість.

Крім того, у своїх дослідженнях Zmigrod L. робить висновок про те, що нейрокогнітивний підхід відкриває можливості для осмислення біологічних чинників, що зумовлюють відмінності у формуванні ідеологем у свідомості масової аудиторії, зокрема через аналіз особливостей функціонування нервової системи. На відміну від попередніх моделей, що передбачають односторонній вплив (від зовнішніх факторів до внутрішніх), цей підхід наголошує на взаємодії: ідеологічне середовище впливає на пізнавальні процеси, а індивідуальні нейрокогнітивні характеристики – на сприйняття та інтерпретацію поширюваних пропагандою ідеологем [14; 15].

З огляду на зазначене, нейрокогнітивний підхід дає змогу виокремити чіткий психологічний механізм (алгоритм) формування та закріплення ідеологічних смислів на прикладі негативно маркованих ідеологем російської пропаганди у свідомості масової аудиторії. Цей процес не є одномоментним актом переконання, а являє собою послідовну зміну когнітивних та емоційних станів рецепієнтів, яку можна умовно розділити на п'ять етапів.

Етап 1. Первинна емоційна дестабілізація та захоплення уваги.

На початковому етапі людина стикається з інтенсивним інформаційним повідомленням, яке часто несе потужний негативний емоційний заряд (загроза життю, безпеці, базовим цінностям). Вітчизняні дослідники інформаційно-психологічного впливу зазначають, що головною метою цього етапу – викликати стан гострої тривоги або страху. Фізіологічно це активує мигдалеподібне тіло мозку та тимчасово пригнічує функції префронтальної кори, що відповідає за аналітичне та критичне мислення [5]. Людина втрачає здатність до раціонального осмислення фактів та починає шукати швидкий спосіб знизити рівень психологічної напруги.

Етап 2. Когнітивне фреймування та дихотомізація. У момент найвищої емоційної вразливості пропаганда пропонує рецепієнту просте та однозначне пояснення складної ситуації у вигляді готової ідеологеми (наприклад, «українацисти» або «загниваючий Захід»). Як зазначає Почепцов Г., в умовах смислової війни такі конструкції працюють як когнітивні евристики – розумові ярлики, що дозволяють психіці економити енергію на обробку інформації [8]. Світ радикально дихотомізується на «своїх» (абсолютне добро або «жертви») та «чужих» (абсолютне зло або «агресори»). Ідеологема створює зручний інтерпретаційний фрейм, який повертає людині ілюзію контролю та зрозумілості подій.

Етап 3. Багаторазове відтворення та зниження когнітивного порогу сприйняття. Наступний крок полягає у тотальному запо-

вненні інформаційного простору обраною ідеологемою. Людина систематично стикається з нею через телевізійні новини, соціальні мережі, коментарі лідерів думок. У когнітивній психології цей механізм відомий як ефект ілюзії правди: багаторазове повторення певного твердження призводить до того, що мозок починає сприймати його як істинне виключно через легкість його розпізнавання [5; 12]. Завдяки цьому інформація переходить із категорії «нав'язаної ззовні» у розряд «очевидних фактів».

Етап 4. Інтерналізація та ціннісне зв'язування. На цьому етапі відбувається ключовий злам – ідеологема глибоко інтегрується у власну систему переконань особистості. Сугестор (-и) штучно пов'язує (-ють) політичний конструкт із фундаментальними потребами та ідентичністю індивідів, такими як історична пам'ять, патріотизм або релігійна приналежність [14]. Засвоєння ідеологеми стає маркером лояльності до своєї соціальної групи. Відмова від неї на цьому етапі означала б для людини не просто визнання власної логічної помилки, а втрату ідентичності та болісний розрив соціальних зв'язків із референтною групою.

Етап 5. Поведінкова екстерналізація та агресивний захист. На завершальній стадії індивід починає демонструвати стійку ідеологічну поведінку. Людина не лише пасивно поділяє ідеологему, але й починає діяти на її основі (транслює відповідні наративи та меседжі). Будь-яка альтернативна інформація, що суперечить засвоєній ідеологемі, викликає стан гострого когнітивного дисонансу. Для захисту власної картини світу індивід реагує на контраргументи не логічним аналізом, а агресією або повним ігноруванням об'єктивної реальності [5].

Отже, наведений п'ятиступеневий алгоритм ілюструє системний характер перетворення зовнішнього інформаційного стимулу на стійку внутрішню установку особистості. Процес переходу від первинного емоційного сприйняття до поведінкової екстерналізації свідчить про глибоку інтеграцію ідей російської пропаганди в когнітивно-емоційну структуру індивіда, де вона починає виконувати функцію специфічного фільтра реальності. Саме така нерозривність лінгвістичної форми та психологічного змісту зумовлює високу стійкість ідеологічних конструкцій до раціональної критики та визначає складність їхнього виявлення в межах судово-експертних досліджень. Така динаміка дозволяє не лише констатувати факт наявності маніпулятивного впливу, а й розкривати більш глибокі психологічні механізми трансформації свідомості масової аудиторії під тиском російської пропаганди, що допомагає експертам-психологам у формуванні об'єктивних експертних оцінок.

Висновки

Проведений теоретичний аналіз дозволяє зробити висновок, що

ідеологеми російської пропаганди є не просто елементами політичної лінгвістики, а складними когнітивно-емоційними конструктами, які цілеспрямовано модифікують свідомість масової аудиторії. Їхнє формування завжди відбувається за схожим психологічним алгоритмом: від первинного емоційного шоку та блокування критичного мислення до ціннісної інтерналізації та формування ригідної ідеологічної поведінки.

Використання доктрини «руського миру» та негативно маркованих ідеологем спирається на глибинні закономірності функціонування неструктурованих мас, експлуатуючи потребу людей у безпеці, когнітивній визначеності та груповій приналежності на тлі тривалого напруженого соціально-психологічного стану суспільства, викликаного повномасштабною збройною агресією РФ проти України. У такому стані масова свідомість перебуває під тиском хронічного стресу та екзистенційної невизначеності, що зумовлює природне прагнення психіки до швидкого зниження когнітивного напруження.

У результаті дослідження встановлено, що агресор експлуатує зазначений стан, пропонуючи ідеологеми, які виконують роль «смислових стабілізаторів». Замість складного аналізу реальності реципієнту нав'язуються спрощені когнітивні моделі, що забезпечують ефект ілюзорної правди та некритичне сприйняття інформації. Це дозволяє ворожим нарративам минати фільтри критичного мислення, оскільки виснажена війною психіка підсвідомо обирає шлях економії ментальних ресурсів, приймаючи готові, повторювані конструкції як безальтернативну основу для інтерпретації подій.

Отже, знання психологічних механізмів формування ідеологем є актуальною вимогою до роботи експертів – психологів в межах комплексних судових психолого-лінгвістичних експертиз. Вміння фахівця розпізнати ці конструкції в загальній системі інформаційно-психологічного впливу має вирішальне значення під час розслідування кримінальних правопорушень проти основ національної безпеки України. Чітка ідентифікація таких маніпулятивних технологій дозволяє надати слідству та суду вагому доказову базу для притягнення до відповідальності осіб, причетних до вчинення відповідних правопорушень.

Список використаних джерел:

1. Вітюк Н. Особливості дискурсу політичної пропаганди в умовах інформаційно-психологічної війни. *Психологія. Збірник наукових праць*. 2019. № 24. С. 29–38. DOI: <https://doi.org/10.15330/psp.24.29-38>.
2. Горбулін В. «Гібридна війна» як ключовий інструмент російської геостратегії реваншу. *Стратегічні пріоритети*. 2014. Т. 4, № 33. С. 5–12. URL: <https://surl.li/nmwiqo> (дата звернення: 02.03.2026). Дорда С. Ідеологія та ідеологема: до питання про визначення та класифі-

кацію. *Збірник наукових праць «Світогляд – філософія – релігія»*. 2015. № 10. С. 92–100. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/d758f728-e6a1-4088-962b-d27da74ebb6a/content> (дата звернення: 02.03.2026).

3. Дорда С. Ідеологія та ідеологема: до питання про визначення та класифікацію. *Збірник наукових праць «Світогляд – філософія – релігія»*. 2015. № 10. С. 92–100. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/d758f728-e6a1-4088-962b-d27da74ebb6a/content> (дата звернення: 02.03.2026).

4. Ермоленко А. «Русский мир» – ідеологія російського імперіалізму. *«Русский мир» як доктрина: витоки, загрози, методи* : зб. наук. пр. Київ : НАН України, Ін-т філософії ім. Г. С. Сковороди, 2021. С. 15–26. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/54cef937-d353-4779-9fdc-3679f71765a3/content> (дата звернення: 04.03.2026).

5. Казмірук Ю., Рогаль Н. Технології впливу політичної пропаганди на масову свідомість. *Військова психологія у вимірах війни і миру: проблеми, досвід, перспективи* : матеріали ІХ Міжнар. науково-практ. конф. (м. Київ, 25–26 жовт. 2024 р.). Київ, 2024. С. 120–123. URL: <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi81/0060744.pdf#page=121> (дата звернення: 02.03.2026).

6. Литвиненко Е., Стромило А. Ідеї та ідеологеми російської пропаганди як предмет психологічного дослідження у комплексних судових психолого-лінгвістичних експертизах. *Судово-експертна діяльність: проблеми, стратегії та інновації* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. Львів, 2024. С. 206–208. URL: <https://ndex.lviv.ua/pdf/29012025.pdf> (дата звернення: 02.03.2026).

7. Малик І. Р. Когнітивна війна: людська свідомість як поле бою. *Регіональні студії* : науковий збірник. Ужгород : Видавничий дім «Гельветика», 2024. Вип. 39. С. 45–50. <https://doi.org/10.32782/2663-6170/2024.39.7>.

8. Почепцов Г. *Смисли і війни: Україна і Росія в інформаційній і смисловій війні*. Київ : Києво-Могилянська академія, 2016. 313 с.

9. Психологія мас : конспект лекцій / укладачі: П. І. Сахно, К. С. Сахно. Суми: Сумський державний університет, 2022. 116 с. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/48c3d5bd-f715-4adc-b379-91c36c540607/content> (дата звернення: 03.03.2026).

10. Стегній О. Масова свідомість. *Енциклопедія Сучасної України* [Електронний ресурс] / редкол. : І. М. Дзюба [та ін.] ; НАН України, НТШ. Київ: Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2018. URL: <https://esu.com.ua/article-64263> (дата звернення: 03.03.2026).

11. Узденова Ю. Пбридна війна: сутність, складові та ключові поняття. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Публічне управління та адміністрування*. 2024. Т. 35, № 4. С. 172–179. DOI: <https://doi.org/10.32782/TNU-2663-6468/2024.4/26>. (дата звернення 03.03.2026).

12. Хаметова Л. Засоби маніпуляції масовою свідомістю. *Міжнародні Челпанівські психолого-педагогічні читання*. 2016. С. 286–293. URL: <https://chelpanov.eeipsy.org/index.php/eeip/issue/view/10/PDF17>

(дата звернення: 02.03.2026).

13. Canova R., Azeqa Ma'rof A., Himmah Adnan Z. *The psychological foundations of ideology: developing an integrative theoretical framework*. (Preprint. Universiti Putra Malaysia). 2024. 42 p. DOI: <https://doi.org/10.31219/osf.io/nug3b>.

14. Zmigrod L. A neurocognitive model of ideological thinking. *Politics and the Life Sciences*. 2021; 40(2):224–238. DOI: <https://doi.org/10.1017/pls.2021.10>.

15. Zmigrod L. A psychology of ideology: unpacking the psychological structure of ideological thinking. *Perspectives on Psychological Science*. 2022. Vol. 17, no. 4. P. 1072–1092. DOI: <https://doi.org/10.1177/17456916211044140>.

References:

1. Vitiuk N. (2019). Osoblyvosti dyskursu politychnoi propahandy v umovakh informatsiino-psykholohichnoi viiny [Features of political propaganda discourse in the context of information and psychological warfare]. *Psykholohiia: zbirnyk naukovykh prats*, 24, 29–38. DOI: <https://doi.org/10.15330/psp.24.29-38> [in Ukrainian].

2. Horbulin, V. (2014). «Hibrydna viina» yak kliuchovyi instrument rosiiskoi heostrategii revanshu [Hybrid war as a key tool of Russian geostrategy of revenge]. *Strategichni priorytety*, 33(4), 5–12. <https://surl.li/nmwiqo> [in Ukrainian].

3. Dorda S. (2015). Ideolohiia ta ideolohema: do pytannia vyznachen- nia ta klasyfikatsii [Ideology and ideologeme: on the issue of definition and classification]. *Svitohliad – Filosofiia – Relihiia*, 10, 92–100. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/d758f728-e6a1-4088-962b-d27da74ebb6a/content> [in Ukrainian].

4. Yermolenko A. (2021). “Russkii mir” – ideolohiia rosiiskoho imperial- izmu [“Russian world” – the ideology of Russian imperialism]. “Russkii mir” yak doktryna: vytoky, zahrozy, metody: zbirnyk naukovykh prats, 15–26. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/54cef937-d353-4779-9fdc-3679f71765a3/content> [in Ukrainian].

5. Kazmiruk Yu., Rohal N. (2024). Tekhnolohii vplyvu politychnoi propahandy na masovu svidomist [Technologies of the influence of political propaganda on mass consciousness]. *Viiskova psykholohi- ia v vymirakh viiny i myru: problemy, dosvid, perspektyvy: materialy IX Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii*, 120–123. URL: <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi81/0060744.pdf> [in Ukrainian].

6. Lytvynenko E., Stromylo A. (2024). Idei ta ideolohemy rosiiskoi propahandy yak predmet psykholohichnoho doslidzhennia v komplek- snii sudovii psykholohichno-linhvistychnii ekspertyzi [Ideas and ideolo- gemes of Russian propaganda as a subject of psychological research in complex forensic psychological and linguistic expertise]. *Sudovo-ek- spertna dialnist: problemy, strategii ta innovatsii: materialy Mizhnarod- noi naukovo-praktychnoi konferentsii*, 206–208. URL: <https://ndekc.lviv.ua/pdf/29012025.pdf> [in Ukrainian].

7. Malyk I.R. (2024). Kohnityvna viina: svidomist liudyny yak pole boiu

[Cognitive warfare: human consciousness as a battlefield]. *Rehionalni studii*, 39, 45–50. DOI: <https://doi.org/10.32782/2663-6170/2024.39.7> [in Ukrainian].

8. Pochieptsov H. (2016). Smysly i viiny: Ukraina i Rosiia v informatsiino-smyslovii viini [Meanings and wars: Ukraine and Russia in information and semantic war]. Kyiv: Kyiv-Mohyla Academy [in Ukrainian].

9. Sakhno P.I., Sakhno K.S. (Eds.). (2022). Masova psykholohiia: konspekt lektsii [Mass psychology: lecture notes]. Sumy: Sumy State University. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/48c3d5bd-f715-4adc-b379-91c36c540607/content> [in Ukrainian].

10. Stehni O. (2018). Masova svidomist [Mass consciousness]. *Entsyklopediia suchasnoi Ukrainy* [Encyclopedia of Modern Ukraine]. URL: <https://esu.com.ua/article-64263> [in Ukrainian].

11. Uzdenova Yu. (2024). Hibrydna viina: sutnist, skladovi ta kliuchovi poniattia [Hybrid war: essence, components and key concepts]. *Naukovi zapysky Tavriiskoho natsionalnogo universytetu imeni V.I. Vernadskoho. Seriia: Publichne upravlinnia ta administruvannia*, 35(4), 172–179. DOI: <https://doi.org/10.32782/TNU-2663-6468/2024.4/26> [in Ukrainian].

12. Khametova L. (2016). Zasoby manipuliatsii masovoiu svidomistiu [Means of mass consciousness manipulation]. *Mizhnarodni Chelpanivski psykholoho-pedahohichni chytannia*, 286–293. URL: <https://chelpanov.eeipsy.org/index.php/eeip/issue/view/10/PDF17> [in Ukrainian].

13. Canova R., Azeqa Ma'rof A., Himmah Adnan Z. (2024). The psychological foundations of ideology: developing an integrative theoretical framework. Preprint, Universiti Putra Malaysia. DOI: <https://doi.org/10.31219/osf.io/hug3b> [in English].

14. Zmigrod L. A neurocognitive model of ideological thinking. *Politics and the Life Sciences*. 2021; 40(2):224–238. DOI:10.1017/pls.2021.10..

15. Zmigrod L. (2022). A psychology of ideology: unpacking the psychological structure of ideological thinking. *Perspectives on Psychological Science*, 17(4), 1072–1092. DOI: <https://doi.org/10.1177/174569162111044140> [in English].

Надійшла до редакції / Received: 16.03.2026

Отримана після доопрацювання / Received after revision: 06.04.2026

Прийнято до друку / Accepted for publication: 07.04.2026

Опубліковано / Published: 29.05.2026

Фінансування: відсутнє / Funding: none.

Конфлікт інтересів: автор(и) заявляє(ють) про відсутність конфлікту інтересів / Conflict of interest: the author(s) declare no conflict of interest.

Дотримання етичних норм: дослідження виконано з дотриманням принципів академічної доброчесності / Ethical compliance: the study was conducted in accordance with the principles of academic integrity.

Дані дослідження: усі дані, необхідні для обґрунтування висновків, наведено у статті / Research data: all data necessary to substantiate the conclusions are presented in the article.