

**I. С. Бондаренко**

кандидат філологічних наук, доцент  
доцент кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності  
e-mail: lystopad.iryua@gmail.com, ORCID: 0000-0001-8945-986  
Запорізький національний університет  
вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, Україна, 69000

## **СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНА КОНЦЕПЦІЯ ПРОПАГАНДИ ФАШИЗМУ С. ЧАХОТІНА: ПРОЄКЦІЯ НА «РАШИЗМ»**

**Метою розвідки є аналіз і репрезентація недослідженої досі наукової спадщини С. Чахотіна (S. Chakhotin), зосібна, концепції психологічного впливу політичної пропаганди.**

**Методологія дослідження.** У процесі вивчення моделі психологічного впливу політичної пропаганди були застосовані методи аналізу й синтезу – для маркування й диференціації базових концептів комунікаційного процесу; методологія теорії обґрунтування (Grounded theory) уможливила збір та аналіз фактологічного матеріалу для визначення соціальнокомунікаційної специфіки теорії С. Чахотіна; соціальноінженерний підхід дозволив визначити технологічний ресурс комунікаційних технологій.

**Результати.** С. Чахотін розрізняє дві форми політичної пропаганди – «раціопробанду» («propagande rationnelle») або «наукову пробанду» («propagande scientifique»), що базується на розумному використанні інформаційних ресурсів, та «ретроактивну» або «насильницьку» («propagande violente») пробанду, що використовує механізм тотальної агресії. Водночас техніки ефективної політичної пропаганди і в першому, і в другому випадках – ідентичні. Комунікаційна основа цієї технології має пірамідальну структуру: основою є філософське вчення (приміром, марксизм), наступний концепт – політична програма, далі – слоган, і маківкою піраміди постає графічний символ. Дослідник подає дуже цікаві зауваги щодо технології просування графічних символів серед мас.

**Новизна.** У статті представлено дотепер недосліджена концепція психологічного впливу політичної пропаганди на маси С. Чахотіна; теоретичні аспекти вчення накладаються на модуси російської пропаганди.

**Практичне значення.** Одержані результати можуть бути використані в освітньому процесі вищої школи, а також у реконструюванні історичних засад розвитку науки про соціальні комунікації.

**Ключові слова:** вплив, маси, наратив, натопв, символ, соціальний інжиніринг, пропаганда, реклама.

### **I. Вступ**

Російсько-українська війна в оцінках військових експертів і політиків постає не просто кривавою боротьбою за територію, а протистоянням двох ідеологічних систем – тоталітарної і демократичної. Дотепер Російська Федерація продукує пропагандистські наративи, спираючись на досвід ідеологічних кампаній тоталітарних режимів. Дезінформація, маніпуляції, використання символічних маркерів нацизму, режисюра військових парадів на Красній площі та мітингів укупі з тотальною цензурою сьогодні визначають комунікаційний вищир Росії на цивілізований світ. Предметом нашої розвідки постала загублена в історичному й науковому вирі праця С. Чахотіна «Гвалтування мас: психологія політичної пропаганди» (1939). Назва цієї роботи дивовижно перегукується з психоемоційним тлом рашистської обробки мас. Більшість позицій фактологічного матеріалу, зібраного С. Чахотіним під час Другої світової війни, знаходять підтвердження в комунікаційних практиках «руського мира».

### **II. Постановка завдання та методи дослідження**

Метою розвідки постає аналіз і репрезентація недослідженої досі наукової спадщини С. Чахотіна, зосібна, концепції психологічного впливу політичної пропаганди. Доробок ученого, дитинство і юність якого пов'язані з Україною, перебував поза полем зору вітчизняних учених. Лише у поодиноких згадках українських науковців можемо зустріти побіжний огляд його теорії. В. Різун уперше вводить ім'я С. Чахотіна у науку про соціальні комунікації, представивши його концепцію «всесильної пропаганди» [2].

У процесі вивчення моделі психологічного впливу політичної пропаганди були застосовані методи аналізу й синтезу – для маркування й диференціації базових концептів комунікаційного процесу; методологія теорії обґрунтування (Grounded theory) уможливила збір й аналіз фактологічного матеріалу для визначення соціальнокомунікаційної специфіки теорії С. Чахотіна; соціальноінженерний підхід дозволив визначити технологічний ресурс комунікаційних технологій.

### III. Результати

С. Чахотін був визначним біофізиком, цитологом, дослідником біосоціальної поведінки натовпу під впливом пропаганди, антифашистом і громадським діячем; довгі роки свого життя провів за кордоном. Здобувши звання професора Гейдельберзького університету в 1907 р., С. Чахотін повертається до Одеси, де, за його словами, здійснював наукову діяльність [4; 6]. До того ж дослідник був учнем В. Рентгена, працював разом з І. Павловим й А. Енштейном. Під час Першої світової війни С. Чахотін ініціював створення Комітету воєнно-технічної допомоги Об'єднаних наукових і технічних організацій; у 1917 р. за підтримки О. Керенського заснував Комітет соціально-політичної просвіти, що став агітаційно-пропагандистською структурою тимчасового уряду; у 1918 р. був керівником ОСВАГ (рос. «осведомительное агентство») – інформаційно-пропагандистської агенції білогвардійської добровольчої армії. Діяльність цієї установи донині вражає принципами технологічної роботи, масштабністю, системною координацією всіх запланованих акцій [3; 4; 6].

Здобуті в ці роки навички пропагандистської діяльності згодом стануть вагомою частиною наукових і громадських ініціатив С. Чахотіна. У 30-х рр. ХХ ст. він очолює сектор пропаганди антифашистського об'єднання «Залізний фронт» (Eiserne Front), а в 1939 р. напише ґрунтовну працю «Гвалтування мас: психологія політичної пропаганди» («Le Viol des Foules par la Propaganda politique»), на яку посилався сам Г. Лассвелл [3]. Зауважимо, у 1940 р. під час німецької окупації Франції ця праця була заборонена нацистами та вилучена з продажу [3; 4]. Ба більше, у 1958 р. С. Чахотін повертається до СРСР і починає працювати в провідних дослідницьких центрах, утім, визнана світовою спільнотою праця вченого дотепер невідома російськомовному читачеві: надто відверто описує ті ганебні пропагандистські прийоми, якими дотепер активно послуговуються ідеологічні ґвалтівники Російської Федерації.

Теоретику та практику пропагандистських стратегій і технологій інформаційно-психологічної війни вдалося подати реалістичну картину механізмів їх впливу на масову свідомість. Концепція політичної пропаганди С. Чахотіна є унікальним дослідницьким проектом, оскільки в процесі аналізу була застосована множина неапробованих досі наукових підходів. Сам учений говорить про методика «експериментальної біології» («Biologie expérimentale» [5, с. 21]), «біофілософії» («Biophilosophie» [5, с. 21]) і «біомашинізму» («Biomachinisme» [5, с. 21]). Йому було дуже цікаво дослідити, як система пропагандистської символіки впливає на нервову, сенсорну, м'язову та рухову активність окремої людини й цілої соціальної групи.

В основу теорії С. Чахотіна покладена методика умовних рефлексів І. Павлова. Останній, до речі, дуже скептично, ба навіть агресивно ставився до більшовицької влади й жовтневої революції, називаючи її «тільки експериментом [...] зі знищення усього культурного спокою й усієї культурної краси життя» [1]. В одному з листів до голови ради народних комісарів В. Молотова, датованому 1934 р., І. Павлов писав: «Ви марно вірите у світову пролетарську революцію. Я не можу без посмішки дивитися на плакати: "хай живе світова соціалістична революція, хай живе світовий жовтень". Ви сієте по культурному світу не революцію, а з величезним успіхом фашизм. До вашої революції фашизму не було. [...] ви використовуєте терор та насилля» [1].

Беручи за основу теорію умовних рефлексів І. Павлова, дослідник філігранно описує систему біостимуляторів, здатних суттєво впливати на реакції та поведінку людини й робити її передбачуваною та керованою. Учений розуміє всю відповідальність цих наукових знань перед спільнотою, але водночас не приховує свого захоплення перед мистецтвом «маневрувати» [5, с. 54] людиною. Він зауважує: «...це мистецтво стає наукою, яка може прораховувати, прогнозувати і діяти відповідно до контрольованих правил» [5, с. 54]. Цією наукою дослідник вважає соціологію. Соціальні інженери володіють базовою моделлю життєвих імпульсів / вроджених реакцій людини, тому процес управління ними забезпечить гарантований результат.

Психофізіологічними механізмами збереження особистості та людської популяції С. Чахотін називає чотири групи імпульсів, порядковий номер яких вказує на їх біологічну важливість: № 1 – інстинкт войовничості («pulsion combative»), боротьби, № 2 – інстинкт їжі («pulsion alimentaire»), № 3 – інстинкт сексу («pulsion sexuelle»), № 4 – інстинкт батьківства («pulsion parentale»). Кожна інстинктивна позиція має свою «палітру» емоцій і почуттів. Технологічно впливаючи на них, можна викликати серію передбачуваних реакцій і станів. Приміром, імпульс боротьби викликає такий психоемоційний спектр: страх, тривогу, депресію та корелятивні протилежності – агресію, лють, мужність, ентузіазм. Саме ці почуття найповніше виявляються в політичній боротьбі. Стимулами стають страх, заохочення й екзальтація. Соціальним вираженням інстинкту їжі постає економічна сфера, тому вдала реклама може легко маніпулювати споживачькою поведінкою мас. Сексуальний інстинкт стимулюється такими формами впливу, як популярні пісні, кінематограф, мода, конкурси краси. І, нарешті, інстинкт батьківства виявляється в суспільних формах жалю, милосердя, співчуття, турботи, дружби, передбачливості.

Як бачимо, С. Чахотіну на ґрунті біологічних теорій вдалося створити досить логічну систему базових інстинктів людини й спроектувати їх на програмоване конструювання соціальної дійсності. Дещо пізніше, у 1943 р., А. Маслоу презентує концептуально схожу піраміду потреб, що визначають поведінку людини. С. Чахотін називає нервову систему людини не інакше, як «психічна машина» («la machinerie psychique» [5, с. 56]). Він доводить, що діяльність людини є результатом складного комплексу процесів нервової системи і часто залежать від психології натовпу. У полі зору дослідника перебували концепти «рефлекс», «свідомість», «увага», «несвідоме»,

«тропізм», «інстинкт», «звичка», «архетип», «метаспсихічний феномен», «інтелект». Кваліфіковано описуючи кожне поняття, учений приводить читача до думки, що психічна машина під дією соціально-комунікаційних алгоритмів здатна продукувати множину різноманітних соціальних ілюзій, зосібна, ілюзію свободи.

Масовим інструментом враження психічної системи людини С. Чахотін вважає комерційну рекламу, яка на початку ХХ ст. змогла апробувати увесь спектр прихованого впливу на споживача. Дослідник підкреслює: «...з інформативної точки зору реклама прагне вразити, а не переконати, запропонувати, а не пояснити» [5, с. 129]. Форми та ідеї публіцистики бувають настільки «непередбачуваними» й «геніальними» з позицій впливу, що вони надихають політиків-пропагандистів до використання рекламних технологій. Прикладом такого наслідування С. Чахотін називає пропагандистську кампанію А. Гітлера, яку успішно реалізував Й. Геббельс весною 1932 р. Дослідник констатує, спільнота все частіше стикається з «реальним психічним обманом» [5, с. 132], «психічним з'валтуванням мас» [5, с. 132] засобами політичної пропаганди.

Особливими категоріями наукового аналізу політичної активності людини С. Чахотін вважає поняття «натовп» і «маса». Учений упевнений, що час, у якому він живе, демонструє стрімкий регрес впливу спільноти на важливі соціальні процеси, ба більше, громада стає «скоріше слухняним інструментом у руках диктаторів й узурпаторів» [5, с. 140]. Як приклад – військові паради, Нюрнберзькі конгреси Гітлера, промови Муссоліні з балкона. С. Чахотін називає дві форми / етапи мистецтва управління диктаторів або звалтування мас: перший – об'єднання натовпу шляхом задіяння «психічного батога» [5, с. 140] – жорсткого, безапеляційного висловлення ключових символів і вселення віри в них; другий – «повторна дисперсія» [5, с. 140] натовпу й перетворення його на слухняну масу, даючи їй можливість бути активною. І в першому, і в другому випадку наявність символіки є обов'язковою. Це ті візуальні стимули, які викликають цілком передбачувані умовні рефлексії маси.

Складну й різноманітну, на перший погляд, соціальну структуру робить примітивною психологія натовпу – втрата людиною своєї індивідуальності та моральних обмежень. С. Чахотін, продовжуючи ідеї Г. Ле Бона, використовує концепт «інженери душ» («*ingénieurs d'âmes*»). Так учений окреслює дуже важливий механізм реакції натовпу – наявність лідера. Дослідник констатує: «Це правда, що натовп можна довести до кульмінації, вибуху, насильства, зухвалого ентузіазму; це правда, що натовп здатен на нечуване боягузтво або піднесений героїзм. Але характерним є те, що натовп діє тільки тоді, коли у нього є герої, які маневрують його реакціями; це справжні інженери душ» [5, с. 154].

С. Чахотін наводить декілька вражаючих прикладів часів жовтневої революції, демонструючи силу «психологічного удару» [5, с. 157] в організації оскаженілого, голодного, безпорадного натовпу людей. Цими психологічними силами стали декілька комунікаційних прийомів: маршова музика, червоні прапори, струнка, упевнена колона лише декількох десятків військових у червоних пов'язках.

С. Чахотін називає декілька періодів ідеологічної перспективи людства, кожен з яких визначає культурний і психологічний код певної епохи: християнський, капіталістичний і соціалістичний. Для першого періоду характерне переважає християнських ідей та авторитету церкви; для другого (капіталістичного) – прогрес науки й техніки, а також розвиток ідей матеріалізму; третій (соціалістичний) – відзначений «наступом соціалізму або падінням та руйнацією усієї нішньої цивілізації» [5, с. 188]. Учений доводить, що в християнський період імпульсами збереження особистості й людської популяції були інстинкти батьківства, у капіталістичну добу – інстинкти їжі, в епоху соціалізму – інстинкти боротьби та війни. «Безумовно, тактичною базою соціалістичної ідеології URSS є боротьба – усі методи боротьби, що застосовувалися навіть у часи терору; всяка пропаганда є ствердною, авторитарною, бойовою. Саме тому більшовики здобули тактичну перемогу у власній країні. [...] Подібний феномен чітко простежується у фашистських тоталітарних країнах – Італії та Німеччині», – констатує дослідник [5, с. 189].

Інстинкт боротьби безпосередньо пов'язаний з візуальними, сенсорними й аудіальними збудниками. Відчуття болю, відчаю, агресії має пряме своє вираження в міміці, слові, зображенні; вони стають соціальними вірусами, модифікуючи свідомість і поведінку натовпу. С. Чахотін доводить: будь-який сигнал або збудження, впливаючи на почуття, стають чинниками вигідної агресору масової реакції. Такими сигналами постають слова, графічні зображення та геометричні символи (приміром, свастика), мелодія, будь-який інтенсивний за тональністю звук, жест.

С. Чахотін переконливо доводить, що кристалізація комунікаційних технік впливу на натовп відбувалася у сфері релігії й культових обрядів: пісня, артикуляція певних звуків, ритуальний танок гіпноотично захоплювали людину, позбавляючи її власного вибору та думки. Завдяки арт-технологіям релігія стала масовим ідеологічним явищем.

Соціалістична епоха виробила нові артдискурси управління натовпом. Ефект шоу поглинув сучасну армію. С. Чахотін дуже детально характеризує воєнну дисципліну та військові паради як нові практики організації масової свідомості й поведінки. На його думку, модерна військова форма справляє на середньостатистичну людину такий же вплив, як і первісна бойова маска. Вражаючий ефект на суспільну свідомість мають військові паради, адже в них закладена технологія стандартизації рухів цілого, нехай і впорядкованого, натовпу. Головнокомандувача, який споглядає вправну хореографію натовпу, захоплюють неймовірні відчуття; звичайну людину це вдовиче приголомшує, приборкує та робить слухняною. С. Чахотін називає модерний парад «виставкою грубої сили» [5, с. 235], зауважуючи: «тут ми визнаємо принцип усіх механізмів психіч-

ного ґвалтування, яке і є реальною метою диктаторів, яке здійсмає їх проти усіх принципів свободи й людської гідності, інтелектуального й соціального прогресу» [5, с. 235]. Ритмічна / парадна «механізація» військового корпусу, на думку дослідника, була справжнім пропагандистським вином тоталітарних режимів.

Водночас до технік організації армії учений зараховує музику та ритм. Він переконує, що «токсичні звуки» [5, с. 239] горна й барабана, фанфар і гімна справляють величезний сугестивний ефект на маси. С. Чахотін згадує музику Р. Вагнера, яка стала тональним обрамленням військового наступу фашизму.

Неодмінною умовою організації та підкорення мас С. Чахотін вважає технологічну роботу з інформацією. Цензура, на його думку, є одним із найважливіших ресурсів, за допомогою якого лідер управляє суспільством і утримує владу. Дозоване поширення інформації серед населення та просто її недостатність створюють дуже цікаву техніку політичного вибору та рішень країни: коли маси мають право на волевиявлення, вони роблять його в афективному стані, а не на підставі правових знань і дипломатичної логіки.

С. Чахотін одним із перших у світовій науці дослідив символічну основу пропагандистських технологій. Унікальність його теорії полягала в тому, що він спирався на базові знання у сфері біології, лінгвістики (слово як стимул і знаковий індикатор) та психоаналізу. Він не просто говорить про символічну картину пропаганди, а намагається пояснити їх природний «пусковий механізм» і знаходить «дологічні» [5, с. 254] форми знакової структури влади та, зрештою, організації суспільства. Саме слово дослідник вважає найважливішим чинником соціального простору людини.

Сьогодні, зазначає С. Чахотін, механічні засоби комунікації (телефон, телеграф, засоби масової інформації) ритмізували життя людини, зробили його залежним від блискавичного поширення світових новин, змусили індивіда по-новому орієнтуватися в суспільному просторі. Особливо процеси медіатизації реальності відчутні в політичній сфері. Будь-який політичний рух має символічний характер; це здатність доволі простого символу стати близьким і зрозумілим якомога більшій кількості населення.

С. Чахотін говорить про особливу форму політичного символізму – «стенографічну», за якої ідея набуває абрєвіатурної ємності та логічної простоти. Дослідник аналізує динаміку символізму сучасних йому політичних рухів і виявляє таку закономірність: ідеологічна символіка кінця XIX – початку XX ст. демонструвала дуже наївні та прості знакові форми (приміром, червоний стяг або червона гвоздика в петлиці нацистів Німеччини та соціалістів СРСР). Але поступово індустріальні формати нової епохи змінили культурний код пропаганди: «сентиментальний символізм» [5, с. 260] поступився риториці чисел, таблиць, статистиці, логіці переконань, економічним інтерпретаціям та історичним аналогіям. Утім, на його думку, А. Гітлер використав інший технологічний сценарій переконання аудиторії – він повернувся до простих символічних алгоритмів, основним дієвим «кроком» яких поставала емоція страху та залякування.

За словами С. Чахотіна, успіх А. Гітлера полягав у сполученні двох важливих комунікаційних технік: по-перше, палких промов фюрера, спрямованих на жорстку критику республіканського уряду – зубожілі німці легко відгукнулися на публічне знищення тодішньої безпорадної влади; по-друге, символічної пропаганди – рівнораменного хреста. Цей дуже простий у відтворенні графічний знак став повсюдним символом націонал-соціалістів і збудив у масах справжнє «нервово збудження» [5, с. 260].

Як приклад С. Чахотін аналізує символ фашизму фасції або лікторські пучки. Дослідник наголошує, що це дуже давній знак влади, який сягає часів Римської імперії. Б. Муссоліні, одержимий ідеєю відродження *Imperium Romanum*, обрав символом своєї партії фасції, що й спричинило назву фашистського політичного режиму. Аналізуючи графіку фасцій, С. Чахотін висуває гіпотезу щодо концептуальної видозміни цього знаку командою А. Гітлера. Учений переконує, що німецька свастика не мала нічого спільного з архетипними формами символізації верховної влади, наголошуючи, що це був простий, але водночас екстравагантний знак, своєрідний «підсилювач фантазії» [5, с. 265] мас. Свастика, відштовхуючи неприємні зображення, що нагадувало образ павука, запускала незворотні механізми масової агресії.

Магістральною тезою дослідження С. Чахотіна є така дефініція: «політична пропаганда – це справжня наука, що знаходиться у сфері прикладної колективної психології» [5, с. 286]. Увесь сучасний пропагандистський дискурс, на його думку, не використовує правильні, наукові, методи організації мас. Учений означає пропаганду великих держав лексемами «садистська» або «насилницька». Принципи «ретроактивного» [5, с. 287] або «зворотного залякування» [5, с. 287] часто позбавлені найпростішої технологічної координації й системності; вони є або «нудними» й «несмачними» [5, с. 287] для аудиторії, або апелюють до тотальної агресії.

Зовсім іншими є підходи «раціональної» / «наукової» пропаганди: вона базується на трьох взаємозумовлених концептах – пропозиції → мислення → дії. Ця тріадична схема успішно «спрацьовує» за наявності планування пропагандистської кампанії. С. Чахотін пропонує врахувати такі важливі компоненти технологічного плану: диференційований підхід до кожної з груп впливу; встановлення психологічних цілей, що мають бути досягнуті в осередку кожної групи; створення спеціальних органів для здійснення та досягнення цілей; створення цими органами форм пропагандистської діяльності; «дистрибуція» акцій у просторі та часі (безпосередня підго-

товка плану кампанії); координація цих дій; контроль за проведенням кампанії, включаючи підготовку акцій, їх виконання та аналіз їх наслідків [5, с. 288].

Основним об'єктом дослідження С. Чахотіна була фашистська пропаганда. В одному з розділів праці він намагається пояснити «секрет успіху» пропаганди А. Гітлера і вбачає його насамперед у психічному згвалтуванні мас засобами терору, страху, геноциду. Найважливішою технікою гітлерівського «підкорення» Європи дослідник вважає війну, яка запустила механізм нищення, жорстокості та приниження мас на значних територіях. Учений емоційно змальовує «вихор калейдоскопічних подій» [5, с. 339] завоювання європейської цивілізації: «незважаючи на низку міжнародних договорів, А. Гітлер анексував Австрію та запровадив у ній свої дикі звички терору і жорстокості; нарешті, і це було останньою краплею, він організував різанину в Іспанії, він підійшов до самих воріт Франції. Гітлер створив ситуацію постійної загрози і, користуючись психічною нестабільністю лідерів демократії, підготував фатальний удар Європі – воєнну агресію проти Чехословаччини; цим спритним маневром залякування він паралізував своїх опонентів. Далі було підкорення усього світу» [5, с. 339–340]. За словами С. Чахотіна, цей «калейдоскоп подій» був лише «прелюдією справжнього насильства» [5, с. 341]. Дослідник передбачав, що саме такий сценарій вирішення конфлікту стане класичним у міжнародній політиці. Зауваги вченого щодо політичної психології ведення воєн повторюються й у ході російсько-українського протистояння.

На думку дослідника, перед його сучасністю постали дві найстрашніші небезпеки: виклик ядерної війни й загроза модерних методів управління державою, в основі яких – психічне згвалтування мас. Учений був упевненим у тому, що саме розвиток засобів масової комунікації, особливо телебачення, стане найнебезпечнішою та найстрашнішою зброєю в руках могутніх цивілізацій. Підсумовуючи, автор зауважує: «Наразі світ живе у стражданнях жахів про можливу атомну війну. З часом він зникає до ідеї її неминучості, точніше, проходить психологічну підготовку до війни, яку проводять преса, радіо, кіно, дискурси, заяви й дії політиків. Насправді холодна війна не поступається справжній, оскільки сучасна пропаганда – це також війна, яка проводиться іншими засобами» [5, с. 483].

Соціоінженерний підхід біополітичної / психіатричної концепції С. Чахотіна виражений в ідеї творення активного соціалізму («Socialisme actif»). Цей глобальний проєкт об'єднання комунікаційних ресурсів кожної країни світу, на думку дослідника, зміг би подолати духовну кризу психічного гвалтування мас та упередити всі воєнні конфлікти. Знання сугестивних механізмів і психіатричних практик дозволять прищеплювати масам тільки правильні, моральні цінності й установки. У цьому процесі домінуючу роль відіграватиме держава, яка має впроваджувати освітні технології, напрацювання еубіотики (наука про гігієнічний / здоровий спосіб життя) та конструктивну пропаганду в русло виховання мас і побудови майбуття. Поданий проєкт ми кваліфікуємо як утопічну форму соціального інжинірингу. Попри блискучі знання в галузі біології, соціології, фізики та солідний досвід у сфері політичного менеджменту, С. Чахотіна не вдалося створити універсальну модель духовного порятунку цивілізації. Учений розробив ще одну доктрину технологічної обробки інформації, здатної легко маніпулювати масами й конструювати утопічні суспільні системи.

#### IV. Висновки

С. Чахотін одним із перших у світовій науці дослідив символічну основу пропагандистських технологій. Унікальність його проєкту полягала в міждисциплінарному / трансдисциплінарному дослідженні процесів масової комунікації. Залучаючи методологію біології, лінгвістики (слово як стимул і знаковий індикатор) та психоаналізу, учений пояснив природу інформаційно-психологічного впливу. Він довів, що деструктивні механізми інформаційної сугестії призводять до незворотних процесів руйнації психічного начала мас і політичної диктатури. Теорія психологічного впливу пропаганди С. Чахотіна вкотре виявляє ознаки тоталітарного устрою й безпрецедентного гвалтування мас сучасною Російською Федерацією.

#### Список використаної літератури

1. «Пощадите же родину и нас». Протесты академика И. П. Павлова против большевистских насилий. *Источник*. 1995. № 1 (14). С. 138–144. URL: <http://www.ihst.ru/projects/sohist/document/letters/pav95ist.htm/> (дата обращения: 15.07.2022).
2. Різун В. Природа й структура комунікативного процесу. *Наукова бібліотека Інституту журналістики*. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1005> (дата звернення: 14.07.2022).
3. MacMaster N. Serge Chakhotin's The Rape of the Masses (1939): the development of European propaganda 1914–1960 and the Algerian War of Independence. 2018. URL: [https://nanopdf.com/download/serge-chakhotins-the-rape-of-the-masses-1939-the-development\\_pdf](https://nanopdf.com/download/serge-chakhotins-the-rape-of-the-masses-1939-the-development_pdf) (date of request: 21.07.2022).
4. Posudin Yu. Sergei Chakhotin – His Contributions to Social Psychology and Biophysics. Kyiv : Artmedia print, 2015. 115 p.
5. Tchakhotine S. Le Viol des foules par la propagande politique. Paris : Gallimard, 1952. 605 p.
6. Tchakhotine S. Sotto le macerie di Messina. Racconto di un sopravvissuto al terremoto del 1908. Messina : Intilla, 2008. 153 p. URL: [https://www.globalgeografia.com/italia/terremoto\\_stretto\\_1908\\_cap4.htm](https://www.globalgeografia.com/italia/terremoto_stretto_1908_cap4.htm) (date of request: 21.07.2022).

#### References

1. «Poshhadite zhe rodinu i nas». Protests of Academician I. P. Pavlova protiv bol'shevistskih nasilij [«Spare the family and us». Protests of Academician I. P. Pavlov against Bolshevik violence].

- (1995). *Istochnik*, 1 (14), 138–144. Retrieved from <http://www.ihst.ru/projects/sohist/document/letters/pav95ist.htm/> [in Russian].
- Rizun, V. (2012). *Pryroda y struktura komunikatyvnoho protsesu* [The nature and structure of the communicative process]. *Naukova biblioteka Instytutu zhurnalistyky*. Retrieved from <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1005> [in Ukrainian].
  - MacMaster, N. (2018). *Serge Chakhotin's The Rape of the Masses (1939): the development of European propaganda 1914–1960 and the Algerian War of Independence*. Retrieved from [https://nanopdf.com/download/serge-chakhotins-the-rape-of-the-masses-1939-the-development\\_pdf](https://nanopdf.com/download/serge-chakhotins-the-rape-of-the-masses-1939-the-development_pdf) [in English].
  - Posudin, Yu. (2015). *Sergei Chakhotin – His Contributions to Social Psychology and Biophysics*. Kyiv: Artmedia print [in English].
  - Tchakhotine, S. (1952). *Le Viol des foules par la propagande politique*. Paris: Gallimard [in French].
  - Tchakhotine, S. (2008). *Sotto le macerie di Messina. Racconto di un sopravvissuto al terremoto del 1908*. Messina: Intilla. Retrieved from [https://www.globalgeografia.com/italia/terremoto\\_stretto\\_1908\\_cap4.htm](https://www.globalgeografia.com/italia/terremoto_stretto_1908_cap4.htm) [in Italian].

Стаття надійшла до редакції 29.07.2022.

Received 29.07.2022.

---

### **Bondarenko I. Social and Communication Concept of Propaganda of Fascism by S. Chakhotin: Projection on «Rashism»**

*The purpose of the article is the analysis and representation of the unexplored scientific heritage of S. Chakhotin, in particular, the concept of the psychological impact of political propaganda.*

*Research methodology.* In the process of studying the model of the psychological impact of political propaganda, the methods of analysis and synthesis were applied – to mark and differentiate the basic concepts of the communication process; the Grounded theory methodology made it possible to collect and analyze factual material to determine the social and communication specifics of S. Chakhotin's theory; the social engineering approach made it possible to determine the technological resource of communication technologies.

*The results.* S. Chakhotin distinguished two forms of political propaganda – «rational propaganda» or «scientific propaganda», based on the intelligent use of information resources, and «retroactive» or «violent» propaganda that uses the mechanism of total aggression. At the same time, the techniques of effective political propaganda in both the first and second cases are identical. The communication basis of this technology has a pyramidal structure: the basis is a philosophical teaching (for example, Marxism), the next concept is a political program, then a slogan, and the top of the pyramid is a graphic symbol. The researcher made interesting comments about the technology of promoting graphic symbols among the masses.

*Novelty.* The article presents an unexplored concept of the psychological impact of political propaganda on the masses of S. Chakhotin; theoretical aspects of teaching are superimposed on modes of Russian propaganda.

*Practical importance.* The results of the article can be used in the educational process of a higher school, as well as in the reconstruction of the historical foundations of the development of the science of social communications.

**Key words:** influence, masses, narrative, crowd, symbol, social engineering, propaganda, advertising.

### **Bondarenko I. Koncepcja społeczno-komunikacyjnej propagandy faszystów S. Chakhotina: projekcja na «Rashism»**

*Celem badania jest analiza i reprezentacja niezbadanego dziedzictwa naukowego S. Chakhotina, szczególną uwagę przydzielono koncepcji psychologicznego wpływu propagandy politycznej.*

*Metodologia badania.* W procesie badania modelu psychologicznego wpływu propagandy politycznej zastosowano metodę analizy i syntezy – do zaznaczenia i zróżnicowania podstawowych pojęć procesu komunikacji; metodologia teorii ugruntowanej (Grounded theory) umożliwiła zebranie i analizę materiału faktograficznego w celu określenia specyfiki społeczno-komunikacyjnej teorii S. Chakhotina; podejście socjotechniczne umożliwiło określenie zasobu technologicznego technologii komunikacyjnych.

*Wyniki.* S. Chakhotin wyróżnił dwie formy propagandy politycznej – «racjonalną propagandę» («propagande rationnelle») lub «naukową propagandę» («propagande scientifique»), opartą na inteligentnym wykorzystaniu zasobów informacyjnych oraz «retroaktywną» lub «propagandę przemocy» («propagande violente») propaganda wykorzystująca mechanizm totalnej agresji. Jednocześnie techniki skutecznej propagandy politycznej w pierwszym i drugim przypadku są identyczne. Podstawa komunikacji tej technologii ma strukturę piramidy: podstawą jest nauczanie filozoficzne (np. marksizm), kolejne pojęcie to program polityczny, dalej hasło, a na szczycie piramidy pojawia się symbol graficzny. Badacz podał bardzo ciekawe uwagi na temat technologii promowania symboli graficznych wśród mas.

*Nowość.* Artykuł przedstawia niezbadaną dotąd koncepcję psychologicznego wpływu propagandy politycznej na masy S. Chakhotina; teoretyczne aspekty nauczania nakładają się na sposoby propagandy rosyjskiej.

*Praktyczne znaczenie.* Uzyskane wyniki mogą być wykorzystane w procesie edukacyjnym szkoły wyższej, a także w rekonstrukcji historycznych podstaw rozwoju nauki o komunikacji społecznej.

**Słowa kluczowe:** wpływ, masy, narracja, tłum, symbol, socjotechnika, propaganda, reklama.