

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ТАРАСАШЕВЧЕНКА  
Філософський факультет  
Кафедра теоретичної і практичної філософії

**ТРАНСФОРМАЦІЇ МАСОВОЇ СВІДОМОСТІ В ГЛОБАЛЬНОМУ  
СОЦІАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ: СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКИЙ  
АНАЛІЗ**  
**TRANSFORMATIONS OF MASS CONSCIOUSNESS IN THE GLOBAL  
SOCIAL ENVIRONMENT: SOCIO-PHILOSOPHICAL ANALYSIS**

Кваліфікаційна робота за напрямом підготовки  
033 «Філософія»  
на здобуття освітнього рівня бакалавр філософії

Студент-виконавець:  
Бежевець Єлизавета Володимирівна  
IV курс, II група,  
Спеціальність: «Філософія»

Науковий керівник:  
Пролесєв Сергій Вікторович  
доктор філософських наук,  
професор кафедри  
теоретичної і практичної  
філософії

Допущено до захисту  
на засіданні кафедри теоретичної і  
практичної філософії  
Протокол №\_\_\_\_\_ від\_\_\_\_\_2022 р.

Зав. кафедри теоретичної і  
практичної філософії,  
доктор філософських наук, професор,  
Шашкова Людмила Олексіївна

Київ – 2022

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП .....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ФЕНОМЕН МАСОВОЇ СВІДОМОСТІ: СУТНІСТЬ ТА СУЧАСНИЙ СТАН.....</b>	<b>6</b>
1.1. Сутність і зміст поняття «масова свідомість» .....	6
1.2. Ознаки та механізми формування масової свідомості в глобальному соціальному середовищі .....	10
<b>РОЗДІЛ 2. ПРОБЛЕМИ ТРАНСФОРМАЦІЇ МАСОВОЇ СВІДОМОСТІ В СУЧАСНОМУ ГЛОБАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ .....</b>	<b>15</b>
2.1. Вплив глобального соціального середовища на трансформацію масової свідомості .....	15
2.2. Засоби масової комунікації як інструмент впливу на трансформацію масової свідомості .....	18
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>27</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>	<b>29</b>

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** На сучасному етапі розвитку людства відбувається повне перетворення цивілізації, зміни соціального середовища. Важливу роль у зазначених процесах відіграє глобалізація як процес всесвітньої економічної, політичної та культурної інтеграції та уніфікації. Розвиток техніки і технологій, доступність мережі Інтернет, стихійність саморозвитку мережевої архітектури, глобальна соціально-мережева залученість людства в світові інформаційні потоки, відображають наростання трансформаційних тенденцій.

У період глобалізаційних змін, які торкаються всіх сфер людської діяльності, відбуваються кардинальні зміни масової свідомості, що відображається на способі життя людей. Дослідження трансформації масової свідомості характеризується уривчастістю та фрагментарністю. Вчені вивчають окремі аспекти зазначеної проблеми, однак відсутнє систематичне осмислення чинників та передумов трансформації масової свідомості для побудови футурологічної перспективи. Однак, в останні роки науковці та представники філософського дискурсу активно досліджують проблему інформаційного впливу на масову свідомість людей.

У контексті наукового дослідження особливої актуальності в умовах повномасштабного вторгнення російської федерації на територію нашої держави набуває питання інформаційного впливу на масову свідомість населення, оскільки у сучасних реаліях важко недооцінити значимість інформаційних засобів ведення війни. Враховуючи те, що наразі на сході та півдні України продовжується ведення активних бойових дій, дуже важливо враховувати стан масової свідомості громадян, охоплюючи не лише жителів прикордонних регіонів, Луганської та Донецької областей, але й повністю населення усієї країни. росія використовує інформаційні тактики, які спрямовані на деморалізацію сил опонента, і тому важливо вчасно реагувати та протидіяти таким махінаціям. На території російської федерації

розповсюджується пропагандистська інформація, різноманітні фейки та міфи стосовно історії України та її державності. Така пропаганда впливає на формування і трансформаційні зміни масової свідомості росіян, які переважно толерують злочинні дії власного військово-політичного керівництва. Відтак, важливого значення набуває проблема інформаційного впливу на масову свідомість людей з метою маніпулювання, оскільки на сьогодні саме інформація є інструментом маніпулювання масовою свідомістю людей у глобальному соціальному середовищі.

Отже, актуальність окресленої проблеми і її недостатня розробленість зумовили вибір теми наукового дослідження.

**Мета дослідження** полягає у розкритті особливостей трансформації масової свідомості у глобальному соціальному середовищі.

Відповідно до поставленої мети визначено такі **завдання**:

1. Проаналізувати сутність і зміст поняття «масова свідомість».
2. Розкрити чинники та механізми формування масової свідомості в глобальному соціальному середовищі.
3. Здійснити соціально-філософський аналіз впливу глобального соціального середовища на трансформацію масової свідомості.
4. Охарактеризувати засоби масової комунікації як інструмент впливу на трансформацію масової свідомості.

**Об'єкт дослідження** – феномен трансформації масової свідомості.

**Предмет дослідження** – особливості трансформації масової свідомості в глобальному соціальному середовищі.

**Методологічною основою дослідження** є наукові праці, присвячені феномену масової свідомості, Т. Адорно [26], Х. Арендт [1], З. Баумана [4], Г. Блумера [5], Г. Лебона [13], М. Маклуена [27], Г. Маркузе [15], С. Московічі [16], Х. Ортега-і-Гассета [17], Г. Почепцова [18], Г. Тарда [21], З. Фройда [23], М. Хоркхаймера [26], К. Юнга [24] та ін.

**Методи дослідження:** Для досягнення мети і розв'язання поставлених завдань застосовано сукупність таких методів: методи теоретичного аналізу,

систематизації, класифікації із метою розуміння історичного аспекту окресленої проблеми дослідження, визначення поняттєво-категоріального апарату; аналіз, синтез, абстрагування та прогнозування для вивчення особливостей трансформації масової свідомості у глобальному соціальному середовищі; метод соціально-філософського аналізу з метою дослідження впливу глобального соціального середовища та засобів масової комунікації на трансформації масової свідомості; методи порівняння і узагальнення для формулювання висновків до кожного розділу наукового дослідження та загальних висновків.

**Структура роботи.** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків та списку використаних джерел (29 найменувань, з них 4 – англійською мовою). Загальний обсяг роботи становить 31 сторінку, з них основного тексту – 26 сторінок.

## РОЗДІЛ 1

### ФЕНОМЕН МАСОВОЇ СВІДОМОСТІ: СУТНІСТЬ ТА СУЧАСНИЙ СТАН

#### 1.1. Сутність і зміст поняття «масова свідомість»

Проблема масової свідомості є міждисциплінарною і розглядається на межі таких царин знання як філософія, політологія, психологія, соціологія, психолінгвістика тощо. Саме тому визначення сутності та змісту феномену масової свідомості належить вченим різних сфер знань.

У науковій літературі словосполучення «масова свідомість» вперше вжито в середині XIX століття. Воно носило описовий, радше образний характер, здебільшого лише підкреслюючи масштаби цього феномену. У зазначеному контексті слід згадати наукові праці таких вчених, присвячені проблемі маси та масової свідомості, як Т. Адорно, З. Баумана, Г. Блумера, Г. Лебона, М. Маклюєна, Г. Маркузе, С. Московічі, Х. Ортега-і-Гассета, Г. Почепцова, Г. Тарда, З. Фрейда, М. Хорхаймера, К. Юнга та ін. Наукові принципи цих мислителів ознаменували теорії індустріального та постіндустріального суспільства, що виявляє у своєму розвитку всі характеристики утворення масовості та стандартизованості світовідчуття.

Теоретичне осмислення поняття масової свідомості відправляється від поняття маси. Такі вчені, як Г. Маркузе [15], С. Московічі [16], Х. Ортега-і-Гассет [17], Г. Тард [21], З. Фрейд [23], К. Юнг [24] та інші мислителі, які досліджували й обґрунтовували феномен масової свідомості, зауважували щодо того, що в основі виникнення маси полягають індивідуальні потреби в ідентифікації себе з великою кількістю людей задля регуляції власних емоційних станів. Так, було доведено, що масам притаманна ірраціональність, саме тому вони легко піддаються маніпуляціям на основі емоційних механізмів впливу.

В. Різун зазначає, що стрижневим елементом маси є її свідомість [19, с. 56]. Масова свідомість, на думку науковця, формується за допомогою масової комунікації, тобто технологій, засобів, прийомів та методів, які покликані

здійснювати у різних формах і з різною силою процес масифікації людей [19, с. 19]. Основний принцип масифікації виражається таким чином: маса впливає на людину, змінюючи її свідомість і поведінку.

Характеризуючи масову свідомість, В. Різун зазначає, що масова свідомість є емоційною, мозаїчною, рухливою й змінною, суперечливою й розмитою тощо [19, с. 102]. На думку мислителя, у формуванні масової свідомості роль засобів масової комунікації є неоціненною, оскільки формуватися така свідомість може лише за умови масового спілкування.

Масова свідомість є формою суспільної свідомості. Так, свідомість людини поєднує соціальне та індивідуальне. Будь-яка індивідуальна свідомість відображає певний зміст суспільної свідомості (засвоєний соціальний досвід у процесі соціалізації та подальшого життя в суспільстві). Однак, будь-який член суспільства на основі власних індивідуальних надбань може зробити особистий внесок у розвиток суспільної культури. У такий спосіб простежується тісний взаємозв'язок між індивідуальним та соціальним, а також відображається прояв індивідуального через соціальне та навпаки.

Проблема дослідження й аналізу масової свідомості утруднюється неоднозначністю цього феномена. В аспекті масової свідомості завжди наявні різкі, ба більше суперечливі й несумісні погляди та уявлення. Незважаючи на прогресивні та передові ідеї, в даному контексті мають місце негативні настрої, консервативні погляди. Оскільки масова свідомість утворюється не тільки завдяки досягненням і прогресу, а й утрудненням, помилкам, прорахункам, негативним явищам, які знаходять відображення у сучасному суспільстві. Так, стверджуючи щодо особливості масової свідомості, С. Московічі зазначає, що зникнення індивідуальних властивостей, розчинення особистостей у групі відбувається однаково, незалежно від рівня спроможності чи культури її членів [16, с.76]. Хоча можна погодитися з думкою вищезазначеного філософа, що мислення маси є автоматичним, оскільки ним керують стереотипні асоціації, кліше, які глибоко сидять у пам'яті [16, с. 94].

На думку О. Дроздовської, масова свідомість – «процес комунікативної взаємодії індивідуальних свідомостей, який спирається на ціннісну, нормативну структуру цієї комунікації, певну категоріальну мережу соціального мислення мас» [9, с. 47]. Відтак, суб'єктами масової свідомості постають усі члени суспільства, поєднані різними соціальними зв'язками. Масова свідомість формується та функціонує у призмі духовного життя людини, в усій різноманітності її прояву, під час взаємодії окремих свідомостей людей, під час комунікації індивідів та у процесі обміну соціальною інформацією. Суб'єктно кожна окрема людина постає одночасно окремою особистістю, а також складовою певної соціальної групи, які функціонують у межах світової спільноти. Водночас масова свідомість не є тотожною індивідуальній свідомості.

О. Дроздовська зазначає, що не увесь зміст свідомості людей, які утворюють масу, входить до свідомості цієї маси. Так, в ньому відображені лише спільні знання, цінності, переконання, які характерні для конкретної спільноти. У зв'язку із зазначеним, можна стверджувати, що спільна діяльність членів конкретної спільноти не є обов'язковою умовою для зародження масової свідомості, як наприклад, для формування групової свідомості. Для масової свідомості притаманною залишається соціальна типовість складників, які її утворюють її, а також їх визнання певною соціальною спільнотою. Двоїстий характер масової свідомості (індивідуальний і груповий компоненти) полягає у тому, що така свідомість відображається на двох рівнях: «в соціальних типах особистості; у свідомості великих соціальних груп – класів та інших масових спільнот» [9, с. 47].

На думку С. Карпенка, масова свідомість може виступати як механічне об'єднання, спільних за змістом і формою, сутнісними характеристиками, архетипами колективної свідомості, орієнтованими на минуле, або ж як феномен спільної динамічної ментальності і мислення, яке визначає духовну спорідненість взаємосприйняття і взаєморозуміння [11, с. 71].

По-своєму характеризує масову свідомість П. Сергієнко. Як зазначає автор, «масова свідомість фіксує всі структурно змістовні елементи суспільної свідомості, однак вона все ж не є простою «копією» останньої [20, с. 105]. Їй характерна власна структура, «атомарним» аспектом якої є переконання як суб'єктивна, практична форма синтезу ідеології (теорії) та соціальної психології у свідомості масової людини. Так, масова свідомість, як вважає автор, не має усталеної структури.

Українська дослідниця В. Фомічова зазначає, що масова свідомість повинна аналізуватися як своєрідний ступінь індивідуального відображення дійсності та індивідуальної регуляції поведінки. У масовій свідомості головною є емоційна компонента і вона є основним регулятором прояву масової психології та масової поведінки особистості [22].

На думку Я. Любивого, суб'єктом масової свідомості може бути окрема людина, соціальна група, клас, суспільство загалом, або ж поєднання людей різних суспільств глобальної цивілізації [14]. Отже, кожна людина та людство загалом є носієм масової свідомості, незалежно від національної приналежності, оскільки кожна людина є представником тієї чи іншої соціальної спільноти. Масова свідомість як різновид суспільної свідомості неможлива без свідомості окремої особистості. Однак, зауважимо, що зміст масової свідомості відображає лише загальні для певної сукупності людей ідеї, уявлення, знання, цінності, переконання, інтереси тощо.

Масова свідомість пронизує всі сфери суспільного життя, проявляється в кожній із них різною мірою. У сфері матеріального виробництва і споживання відбуваються базисні процеси масифікації свідомості, вироблення її фундаментальних предметних характеристик. У сфері соціального життя відбувається об'єднання людей в різні види спільнот, класів, соціальних груп. Тут найбільше проявляються специфічні особливості суспільної психології і стихійні, хаотичні, недостатньо керовані сторони масової свідомості. У політичній сфері суспільства прослідковується процес організації управління суспільством згідно з певними класовими та груповими інтересами. Масова

свідомість, якщо її розглядати крізь призму цієї сфери суспільного життя, є більш організована, активна, що має більшу концентрацію енергії дії, ніж у соціальній сфері. Бойченко І., Козлова Н. зазначають, що «масова свідомість є результатом досліджень суспільної свідомості і корелюється чи співвідноситься з класовою, груповою, індивідуальною, спеціалізованою, національною свідомістю» [6, с. 22].

Отже, проведений аналіз дозволяє стверджувати, що, по-перше, суб'єктом масової свідомості є маса – неklasична спільність. Поняття маси не є суто кількісним поняттям. По-друге, відображення суспільного буття в масовій свідомості носить складний опосередкований характер: масова свідомість не виробляє безпосередньо власних ідей, а лише своєрідно переробляє, «перетворює» ідеї, які створює свідомість класів, націй, етнічних та демографічних груп. По-третє, не можна ототожнювати структуру масової свідомості зі структурою свідомості соціальної групи. У масовій свідомості дуже важко виділити будь-які стійкі однотипні елементи, зрозуміти ті закономірності, яким вони підпорядковуються у своєму функціонуванні.

## **1.2. Ознаки та механізми функціонування масової свідомості в глобальному соціальному середовищі**

Глобалізація, що розгорнулася на початку 90-х років минулого століття, суттєво вплинула на масову культуру. Глобалізація є процесом суттєвих змін у світовій економіці, політиці, в інформаційній сфері, в галузі транспорту, у військовій сфері тощо. Отже, зрозуміло, що специфіка її сучасного етапу полягає, передусім, у тому, що це багатоаспектний процес, який викликає вагомі зміни не лише у всіх сферах людської діяльності, але й у способі життя людини. Тому в період якісних трансформацій у суспільстві в центрі уваги завжди перебуває масова свідомість – і як арена боротьби еліт й ідеологій за маси, і як критерій реальної життєздатності й ефективності історичних альтернатив.

З метою здійснення аналізу генезису та процесу функціонування масової свідомості необхідно враховувати особливості суб'єкта масової свідомості, його зміст, умови виникнення, вплив тощо. На шляху до здійснення цієї мети доцільно розглядати різні макроформи, у яких сформована й функціонує масова свідомість. Наприклад, масові настрої, а також частково це може бути громадська думка.

Дослідженням проблеми формування та функціонування масової свідомості займався Я. Любивий. Вчений виокремлює два стани розвитку масової свідомості: перший стан, - в якому повною мірою функціонують підсвідомі механізми, описані З. Фрейдом; другий стан, - в якому масова свідомість стає більш організованою, консолідованою, опирається зовнішній маніпуляції, заморожує внутрішню структуру, характеризується прагненням до високої культури і духовності, функціонує на основі соціального інтелекту тощо [14, с. 116]. У першому стані розвиток масової свідомості відбувається за рахунок зовнішнього впливу, де залучаються стереотипи та міфи, а також механізми відчуження та самовідчуження особистості. Другий стан є більш розвиненим станом масової свідомості. Я. Любивий аналізує стан масової свідомості, зауважуючи, що у вихідному стані такої свідомості достатньою мірою знаходять свій прояв механізми колективного несвідомого. Автор наголошує на тому, що масова свідомість підкорюється таким механізмам. Зокрема, це було притаманним для періоду застою в радянську добу, в якому відбувався активний зовнішній вплив на свідомість людей, проявлялися механізми відчуження та самовідчуження. Таким чином, свідомість людей була об'єктом маніпулювання зі сторони керівних органів держави, однак для пересічних людей цей вплив не був помітним і вони масово були переконані, що деформовані ідеї соціалізму це їхні переконання, які мають бути втілені в життя.

Дослідниця О. Дроздовська виокремила такі механізми функціонування масової свідомості [9]:

1. Ідеалізація. Забезпечення політики ідеалізації соціальної ситуації, керівництва держави, методів управління економікою тощо. Водночас відбувається також витіснення із суспільної свідомості і нівелювання усіх проблем, провалів, негативних явищ, актуальних проблем суспільства, які становлять загрозу. Таким чином, ідеалізування та возвеличення одних тенденцій розвитку суспільства зумовлює нівелювання інших, які також мають місце в суспільстві і потребують вирішення.

2. Витіснення. Результати аналізу механізму витіснення в масовій свідомості свідчать про те, що доцільно першочергово дослідити цей механізм на прикладі індивідуальної свідомості особистості. Так, з погляду З. Фрейда, внаслідок неправильної поведінки у певній конфліктній ситуації у свідомості особистості спрацьовує механізм витіснення, як адаптивний захисний механізм психіки, який дозволяє зовнішньо зняти конфлікт, проте переміщуючи напруження в несвідоме, цей конфлікт продовжує наростати і дезорганізувати особистість. Як зазначає З. Фрейд, з метою вирішення будь-якого конфлікту і досягнення розрядки деструктивної енергії несвідомого обов'язково потрібно здійснювати переоцінку мотивів поведінки та усвідомлення справжніх причин конфліктів, що дозволить вийти свідомості на новий рівень [23, с. 187].

3. Механізм перенесення. Сутність цього механізму полягає у тому, що певні негативні аспекти, які існують у полі зору масової свідомості, автоматично переносяться та приписуються іншій соціальній системі, з якою існує протистояння. У такий спосіб усі аморальні вчинки і вади приписуються суперникові, або ж сформованому образу ворога.

Варто зауважити, що у взаємодії окремих ідейних, науково-теоретичних, психічних механізмів відображення об'єктивного світу, різних джерел знань віддиференційовується специфіка масової свідомості як особливий вид суспільної свідомості. Крім того, специфіка та функціональні характеристики масової свідомості зумовлені своєрідними соціальними витоками її носія – маси. Певна проблематичність у визначенні масової свідомості виникає за

спроби трактування сутності масової свідомості, за вихідний аспект аналізу приймаючи термінологічне допущення, що центральним поняттям, яке лежить в основі розуміння масової свідомості, є поняття «маса».

Так, розкриваючи питання специфіки масової свідомості, необхідно вказати, що відповідно до загальноновизнаних поглядів поняття «маси» може збігатися з поняттями будь-яких соціальних спільнот, які виокремлюються, зокрема, соціологами для дослідження або суб'єктами масово-комунікативної діяльності задля впливу на форми поведінки й проявів соціального спрямування. Водночас, загальновідомо, що масова свідомість є практичною свідомістю, тобто свідомістю будь-якого соціального утворення, розглянутого зі сторони практичного рівня його діяльності, безпосередньо пов'язаного з практичною настановою. У понятті «свідомість мас» основна увага концентрується навколо процесів функціонування свідомості різноманітних соціальних спільнот та їх сукупностей. Масова свідомість проходить певну еволюцію від аморфної, маніпульованої свідомості, яка щойно постала в перебігу масифікації, до самоорганізуючої свідомості, і нарешті, до демасифікованої свідомості, коли вона стає вже не свідомістю масових спільнот, а свідомістю вільних асоціацій індивідуальностей і невеликих груп індивідів, які можуть успішно інтегруватись у великі спільноти індивідів. Отже, масова свідомість стає свідомістю у якнайповнішому сенсі цього поняття мас тоді, коли вона набуває здатності до саморегуляції та самовизначення, звільняючись з утисків, викликаних негативними процесами масифікації.

Таким чином, масова свідомість включає усі рівні та сфери суспільної свідомості, а також їй притаманні різні стани активності – від повної пасивності і розрізненості до активної взаємодії ґрунтовних соціальних груп, які підпорядковуються спільним цінностям. За таких умов масова свідомість може мати різні, умовно кажучи, енергетичні стани – від пасивних думок до активних дій.

На основі наукових досліджень виділено такі функції масової свідомості [9, с. 52]:

- пізнавальна – полягає у своєрідному відображенні дійсності;
- інтегративна – забезпечує об'єднання, згуртування людей у певні спільноти для подолання проблем, або ж кризових явищ, нестабільності, шляхом формування спільних міфів, уявлень і почуттів;
- регулятивна – передбачає забезпечення єдності суспільства, корегування поведінки людей за допомогою традицій, вірувань, звичаїв та міфів;
- комунікативна – досягається за допомогою міфів шляхом взаємодії людей між собою;
- аксіологічна – відображає набуття знань про зовнішній світ, оцінювання повноти і значущості цих знань за допомогою міфів;
- акумулятивна – забезпечує накопичення знань шляхом засвоєння міфів, уявлень, вірувань та традицій, які здобуті з власного досвіду або досвіду попередніх поколінь.

Отже, результати теоретичного аналізу свідчать про складність дослідження глобалізаційних процесів, що полягає в необхідності врахування старих і напрацювання нових моделей суспільних трансформацій. Відтак, до механізмів функціонування масової свідомості належать ідеалізація, витіснення і механізми перенесення.

## РОЗДІЛ 2

## ПРОБЛЕМИ ТРАНСФОРМАЦІЇ МАСОВОЇ СВІДОМОСТІ В СУЧАСНОМУ ГЛОБАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

### 2.1. Вплив глобального соціального середовища на трансформацію масової свідомості

На сьогодні беззаперечним є вплив соціального середовища на трансформацію масової свідомості. Глобалізаційні процеси та прогрес засобів масової комунікації сприяють трансформаційним змінам масової свідомості.

Як зазначають зарубіжні дослідники (М. Schlitz, С. Vieten, Е. Miller), дозрівання і психологічний розвиток найчастіше передбачають доповнення знань, тобто поступові зміни у наявних знаннях. Натомість трансформація свідомості індивідів передбачає першочергово гносеологічні зміни, тобто світоглядні зміни. Відтак, змінюється не лише поведінка людей, але також і мотиваційна основа цієї поведінки. Вчені наголошують на тому, що в результаті трансформаційних змін свідомості людей відбувається не лише зміна того, що люди роблять, а й того, ким вони себе розуміють на онтологічному рівні [29, с. 19-20].

Трансформація масової свідомості здійснюється за допомогою засобів масової комунікації, а також – пропагування масової культури. Відомим дослідником у сфері впливу засобів масової комунікації на людину, яка завжди належить до якоїсь конкретної спільноти, був канадський вчений М. Маклюен. На думку дослідника, засоби масової комунікації є рушійними та визначальними силами в історії людства. Філософ зазначає, що характер і сутність будь-якої епохи визначають способи функціонування інформації в суспільстві. Натомість М. Маклюен охарактеризував тенденції розвитку і постійне удосконалення комунікаційних систем епохою «технологічного розширення свідомості» [27].

Так, слід вказати на те, що в нинішньому суспільстві глобальної інформатизації активно використовується міф, зокрема владними

політичними колами, а також комерційними структурами, і спрямований він першочергово на масову аудиторію – споживачів з низьким рівнем критичного мислення. Він є похідним від масової культури з її спрямуванням на зміну установки уніфікованості та стандартизації мислення людей. Серед основних завдань міфу є побудова викривленої, спотвореної дійсності.

На сьогодні дослідження особливостей функціонування міфу має фрагментарний характер, адже порівняно з архаїчною епохою, де міфу притаманними були ознаки тотальності та універсальності, у сучасному світі можна стверджувати лише про наявність міфоподібних уявлень. У зв'язку з цим, влада використовує міф як засіб ідеологічного панування та спосіб маніпулювання свідомістю людей на основі задіяння архетипів колективного несвідомого [24]. Зокрема, наразі міфи активно впроваджуються в галузі соціальної комунікації та реклами, слугують засобом художньо-поетичного вираження в мистецтві, або ж міфи можуть проявлятися в невідрефлексованих ідейних установках в науковій діяльності тощо. На думку О. Дроздовської, поняття міфу містить в своїй сутності протиставлення поняттю реальності та істини, тому міф можна розуміти як ілюзорне віддзеркалення дійсності, притаманне для свідомості особистості, яка не володіє рефлексією [9].

Варто зауважити, що релевантною субстанціональною основою для сучасного міфологічного самовідтворення стає середовище інформаційних технологій. Трансформація масової свідомості у зазначеному контексті є спрямованим регуляторами масової культури процесом формування цінностей та ціннісних орієнтирів, ідейних спрямувань, поведінкових реакцій, засобів самовираження та світоглядних переконань на основі економічної, соціокультурної, або соціополітичної необхідності.

Зрозуміло, що сучасний міф не тотожний міфу архаїчного періоду, він взаємно поєднується з раціональним світосприйняттям та є коректним механізмом культурного або політичного маніпулювання свідомістю, її трансформації та метаморфози. Міфотворчість є іманентною закономірністю у процесі цивілізаційного розвитку у постіндустріальному періоді, в розрізі

масової культури сучасний міф стає сутнісним підґрунтям для соціокультурних явищ і процесів. Так, перспективним та вдалим середовищем для залучення міфологізованих ідеологем, які змінюють світовідчуття, є соціальна група, яка прагне поверхневого та вакуумного існування. Також, міфу характерна езотеричність. У такий спосіб здійснюється трансформація масової свідомості й віддаленість від деструктивної реальності, а також моделювання необхідного індивідуального простору існування.

Поширенню міфу в масову свідомість людей сприяє розвиток інформаційних ресурсів Інтернет-мережі та віртуалізація їх мислення. На комерційній основі сучасна масова культура постійно відображає міфосмислові культурні артефакти, що породжує нову синкретичну самосвідомість та новоархаїчний простір. Такий процес впливає на наслідки соціокультурної реальності.

Великий трансформаційний вплив на формування масової свідомості має масова культура, яка конструює зразки поведінки людей, володіє регулятивним і стандартизованим потенціалом і буквально відповідає настроям постіндустріального суспільства з притаманними йому конформістським і споживчим світосприйняттям. З іншого боку, маргіналізація великих соціальних груп розкриває суперечності, які постають всередині суспільних відносин, коли масова культура утворює опозицію у вигляді контркультурних і нонконформістських рухів тощо. Натомість, як зазначають М. Хоркхаймер і Т. Адорно, завдяки масовій культурі здійснюється формування пристосувальницької свідомості, яка є звуженою за своєю сутністю до однотипного і затребуваного цивілізацією промислового виробництва мислення [26]. Саме тому культура пропагує систему координат, в якій усі пересічні громадяни володіють «однаковим» (шаблонним) мисленням.

Взаємозв'язок масової свідомості та масової культури в умовах глобалізації досліджувала Л. Дротянко [10, с. 5]. Як зауважує дослідниця, зміст масової свідомості певного суспільства пов'язаний з масовою

культурою. Натомість масова культура у своїй фундаментальній основі протистоїть культурі в її автентичному значенні, коли об'єкти культури були спрямовані на те, щоб викликати думку й почуття людей, хвилювати їх. Вона прямо пов'язана зі змістом масової свідомості певного суспільства.

Як зауважує О. Кучерук, масова культура виконує регулятивно-адаптаційну функцію, є ціленаправленою й допомагає людині гармонійно адаптуватися до соціуму [12]. Водночас особливою рисою масової культури є її завуальований вплив на пересічну особистість з метою подальшого трансформування свідомості, її стандартизації, створення ілюзії відповідності соціуму й відчуттю гармонізації. У такий спосіб здійснюється зміна мислення аудиторії відповідно до внутрішнього змісту масової культури, яка є невід'ємним елементом глобалізації як такої.

Отже, на сьогодні беззаперечним є вплив глобального соціального середовища та породжених ним факторів на трансформацію масової свідомості. Важливими засобами впливу на цей процес є засоби масової комунікації та пропагування масової культури. Зокрема, одним із найпоширеніших способів масифікації свідомості людей є створення та поширення міфів.

## **2.2. Засоби масової комунікації як інструмент впливу на трансформацію масової свідомості**

Як зазначено у попередньому підрозділі, масова свідомість тісно пов'язана з масовою інформацією та комунікацією, оскільки підживлюється інформацією за допомогою комунікативних засобів. Швидкий розвиток людської промисловості прискорив процес урбанізації, включаючи збирання великої кількості людей у містах, що вимагало нових методів спілкування як основної потреби людей. Масова комунікація – процес передачі та поширення інформації за допомогою технологічних засобів: новин, радіо, телебачення, Інтернету [7, с. 52]. Відтак, як і в попередньому столітті, засоби масової

комунікації залишаються потужним механізмом маніпулювання масовою свідомістю.

Структура сприйняття соціальної інформації масовою свідомістю змінюється досить повільно. Деякі з більш поверхневих структур сприйняття соціальної реальності та безпосереднього сприйняття соціальних суб'єктів можуть змінюватися роками, століттями чи тисячоліттями, якщо створити відповідні передумови. Інші, глибші функціональні структури масової свідомості та самосвідомості можуть змінюватися в міру переходу історичної естафети від одного покоління до іншого або переходу від однієї історичної епохи до іншої. Таким чином, чим глибший рівень соціальної реальності, тим більше механізми соціальної саморегуляції проявляються в глибинних структурах антропології та соціокультуралізму, а також в архетипах людської свідомості і відповідають загальній свідомості великих соціумів [9, с. 48-49].

Таким чином здійснюється масифікація свідомості, на яку безпосередньо впливають засоби масової комунікації, газети, радіо, Інтернет та його соціальні мережі, такі як Facebook тощо. Застосування інформаційно-комунікаційних технологій у рекламі різних відомих брендів значною мірою поглибило масифікацію свідомості, пропагуючи стандарти мислення та поведінки людини в усіх сферах суспільного життя. У такому випадку йдеться не лише про матеріальні блага, а й про духовні цінності, які значно звужуються в ході їх масового освоєння. Водночас усе більше стандартизуються прийоми та методи управління масовими культурними продуктами, якими користуються телебачення, газети та інтернет-видання в усьому світі. Відтак, масова свідомість формується під впливом масового культурного споживання і характеризується фанатизмом, коли почуття та емоції великої кількості людей виходять з-під контролю. Це яскраво простежується у ситуації обожнення кумирів, зокрема у рок-музиці, кіно, футболу тощо.

Зауважимо, що процес маніпулювання масовою свідомістю відбувається шляхом застосування спеціального методу передавання інформації, за допомогою якого цей процес стає ефективнішим. Так, Г. Шиллер виокремлює

такий вид маніпулювання свідомістю, як дроблення [7, с. 52]. У такий спосіб відбувається часте розміщення реклами між інформаційними й розважальними програмами. Це, своєю чергою, зумовлює зниження глядачів здатності критично оцінювати інформацію.

Ще одним відомим методом вдалого впливу на свідомість людей є термінове передавання інформації [7, с. 52]. При цьому терміновість є необхідним елементом її здійснення і пов'язана з фрагментацією. Миттєвість подачі інформації максимально сприяє маніпулятивним можливостям будь-якої інформативної системи. Також відсутність стійкої структури інформації знижує здатність засвоєння її реципієнтами. Зразком такого методу може бути репортаж з місця події, оскільки при цьому зміщується акцент щодо важливості інформації, яка подається. Таким чином, використання методу термінового передавання інформації заважає розумовому процесу сортування, за допомогою якого здійснюється осмислення інформації.

Слід зазначити, що засоби масової інформації неоднаковою мірою впливають на масову свідомість. Так, преса впливає на аудиторію за допомогою сили тексту. Тому нині значного розвитку набуло використання стереотипів і тих засобів впливу на читачів, які існують в літературі. Застосовується вживання різних алюзій, фразеологізмів, цитування відомих письменників тощо. Також важливу роль у друкованій пресі відіграє створення міфів, оскільки у цьому цей вид комунікації випереджає інші. У зв'язку з цим подія, про яку йдеться у сюжеті, висвітлюється для певної мети під вигідним кутом. Зокрема важливе значення при цьому має заголовок тексту, про вплив якого на масову свідомість наголошував Г. Тард [25].

Окрім цього, вагомий внесок у створенні і поширенні міфів належить і телебаченню. У ході перегляду інформації, що висвітлюється за допомогою телебачення, телеглядач шляхом навіюванню сприймає подану думку стосовно певної ситуації, або події, за власну. Власне, така підміна понять і спричиняє вплив телебачення на свідомість людей. Реальна правда, тобто ті події, які дійсно відбулися, або відбуваються, використовуються фахівцями

для створення телевізійного міфу, який глядач сприймає за правду. Враховуючи, що візуалізована інформація здається людям більш правдивою, вони схильні їй довіряти. Одним, із яскравих зразків створення сучасного міфу є ситуація в російському інформаційному просторі. Так, під час створення сюжетів журналісти використовують реальні факти, але пропускаючи їх через пропагандистсько-ідеологічні погляди, створюються класичні телевізійні міфи. Застосовують підміну, конструюючи новину як шоу, де відображається лише найбільш вражаючі кадри з опорою на емоційність сприйняття побаченого. Однією із особливостей телебачення, яка сприяє швидкому створенню міфів слугує мозаїчність сюжетів, оскільки зазвичай ігнорується логічна послідовність подій. Сюжет при цьому має кліповий характер (мозаїчний), інформація подається у такий спосіб, що свідомість людини не може відрізнити істину від брехні. Причому така подача інформації дезорієнтує людину, здійснюючи посилення впливу масової свідомості на індивідуальну, сприяючи подальшому створенню міфів.

У зв'язку із вищезазначеним, можна стверджувати, що на сьогодні особливий вплив на масову свідомість здійснює Інтернет. Інтернет вміщує великий вибір інформаційних продуктів, які значно випереджають за швидкістю подання інформації друковані видання. До переваг електронних засобів масової комунікації належить здатність одночасно розміщувати фото- і відеоматеріали. Також важливого значення у прийнятті інформації набуває можливість користувачів коментувати Інтернет-видання. У такий спосіб засоби масової комунікації слугують системоутворюючим складником масової культури, вони є невід'ємною частиною сучасності, глобальної культури, що впливає на масову свідомість формуючи картину світу.

На тлі останніх подій у нашій державі, стає очевидним, що для більшості людей основним джерелом інформації є телебачення, зокрема така ситуація спостерігається в російській федерації, оскільки Інтернет досі залишається недосяжним для мешканців сіл та невеликих містечок. Саме тому безпосередньо телебачення впливає на формування громадської думки,

висвітлюючи події та ситуації крізь призму специфічного бачення. За допомогою пропаганди у російських засобах масової комунікації спотворюються факти дійсності та вигадуються нові.

За допомогою пропаганди на аудиторію цілеспрямовано поширюються ідеологічні та політичні погляди для формування певних цінностей, ідеології, думок, настроїв, емоцій та поглядів з метою впливу на подальшу поведінку суспільства загалом. Такий вплив зазвичай використовують в інтересах конкретної соціальної спільноти. Пропаганда є одним із самостійних складників системи політичних комунікацій і слугує засобом формування ідеологічних поглядів для забезпечення ідеології, яка вже існує в межах цієї соціальної спільноти, а бо ж для боротьби та протиставлення ворожій ідеології.

Як зазначає О. Гойман, можна розрізнити пропаганду за впливом на емоції реципієнта: позитивна (інформаційна, роз'яснювальна) та негативна (компроментуюча, для маніпулювання) [7, с. 53]. Зокрема за метою впливу виокремлюють:

- пропаганду створення. Спрямована на переконання щодо необхідності створення чогось нового (інституту, суспільства). У інформаційних повідомленнях, які місять таку пропаганду, звучить пропозиція щодо приєднання до цього процесу. Вона часто є негативною;

- пропаганду руйнування. Завжди формує уявлення про «зовнішнього» спільного ворога, який працює проти нас. Такі інформаційні повідомлення не є однозначно негативними;

- пропаганда роз'єднання. За допомогою такої пропаганди здійснюється розпалювання ворожнечі, основним переконанням є «ми не такі, як вони». Зокрема, пропаганда роз'єднання відіграє позитивну роль лише під час ведення локальних воєнних дій або повномасштабної війни. Цей вид пропаганди яскраво відображається наразі на російському телебаченні після повномасштабного вторгнення російської федерації в Україну;

- пропаганда залякування. Така пропаганда спрямована на внутрішнього користувача. Вона переконує супротивника у власній економічній потужності;
- пропаганда відчаю. Цей вид пропаганди не застосовують щодо власної аудиторії, населення. Пропаганда відчаю запевняє у безнадійному становищі супротивника, примушуючи його скласти зброю і поступитися;
- пропаганда героїзму. Наголошує на наявності та героїчному захисті цінностей й закликає аудиторію до об'єднання навколо цих цінностей, відтворює зразки, до яких потрібно прагнути. Така пропаганда зазвичай є позитивною, оскільки допомагає пережити деякі складнощі;
- пропаганда просвітництва. Залежно від умов може відігравати як позитивну, так і негативну роль. Інформує аудиторію, населення тобто щодо дій керівництва різного рівня, або ж може рекламувати певний спосіб життя [7, с. 53].

Аналіз пропаганди за метою впливу показав, що усі ці різновиди пропаганди застосовуються на російському телебаченні. У такий спосіб підтримуються настрої громадян російської федерації щодо толерування війни в Україні. Зокрема на українському телебаченні та в Інтернеті активно використовується зі зрозумілих причин пропаганда героїзму, наголошуючи на перемозі України та відбудові країни після закінчення війни.

До структури пропагандистського повідомлення належить [7, с. 53-54]:

1. Адресант (актор) – той, від імені кого або на користь кого інформується аудиторія;
2. Джерело інформації, за допомогою якого здійснюється транслявання повідомлення;
3. Джерело інформації, яке доставляє інформаційне повідомлення до реципієнта (адресата);
4. Поява нових цінностей, уявлень, переконань і поглядів реципієнта як результат ефективності пропаганди;
5. Обов'язкові дії адресанта (актора), які є наслідком пропаганди.

На основі вищезазначеного можна розрізнити структуру класичних пропагандистських повідомлень, які щоденно передаються російськими засобами комунікації: адресант-замовник – чинна російська влада, джерело інформації – преса, телебачення, радіо, інтернет-ресурси, зокрема й соціальні мережі, реципієнти – переважно населення російської федерації. До початку повномасштабного вторгнення росії на територію нашої держави інформаційні продукти російського виробництва споживали громадяни нашої держави, які мешкають на Півдні і Сході країни. Внаслідок цього відбувався негативний вплив на формування ставлення до українців, переконання в історичній приналежності Криму до росії тощо. Зокрема, на основі такої пропаганди зростає рейтинг популярності президента путіна в російській федерації, відбувалося налаштування населення Донецької та Луганської областей проти української влади й української армії тощо.

Вищезазначене дозволяє розкрити спрямованість пропаганди російських засобів масової комунікації та соціальних мереж, за допомогою яких поширюються радянські міфи. Зокрема, такій ситуації посприяла політична нестабільність, зміна влади в нашій країні, а також розгортання воєнного конфлікту на Сході держави.

Варто зазначити, що зруйнувати політичні міфи доволі важко, як зауважує Р. Барт, взагалі неможливо. Ефективним способом руйнування старого міфу є його міфологізація, тобто створення нового міфу [2, с. 103]. Так, яскравим зразком підміни понять в російському інформаційному просторі є слово «бандерівці», яке російські пропагандисти замінюють словом «фашизм»; використовують термін «Новоросія» для території Південного Сходу України; наголошують на тому, що такі бойові підрозділи України, як «Правий Сектор», «Азов», «Кракен» є каральними й переслідують російськомовне населення нашої країни. Відтак, основою міфу є певний концепт (ситуація, подія), якому притаманний набір символів і значень, що і є метою спотворення та заміни на інші символи та значення. Наприклад,

висвітлення одних фактів дійсності для привернення уваги аудиторії та замовчування інших тощо [3, с. 257].

Використання маніпулятивної інформації сприяє втраті здатності людини до критичного мислення. Так, аналіз інформації, яка висвітлюється російськими засобами масової комунікації, дозволяє виокремити функціонування таких різновидів міфу в інформаційному просторі російської федерації:

- історичний міф. Полягає у запевненні аудиторії, населення російської федерації, у їх винятковості, «богообраності» тощо;

- географічний міф. Доволі часто використовується російськими пропагандистами для того, аби переконати аудиторію в тому, що Крим є одвічно російською територією, міф про Новоросію як подаровану територію Леніним, Київ – «руське» місто тощо);

- національний міф. Один із найважливіших російських міфів в інформаційному просторі про позиціонування росіян як «старшого брата» українців, необхідності захисту російськомовних українців тощо;

- політичний міф. Також досить поширений міф на теренах інформаційного простору російської федерації, який переконує аудиторію в тому, що чинна українська влада є «київською хунтою», що в Україні існують «злі бандерівці», ультрарадикальні каральні організації типу «Правого сектора», «Азова» тощо);

- воєнний міф. На сьогодні це міф, яким прикриваються злочини росії проти людства та людяності, зокрема про спеціальну операцію, знищення лише воєнної інфраструктури України, денацифікацію тощо [7, с. 55].

Функціонування вищезазначених міфів здійснюється за допомогою замовчування або перекручення реальних фактів дійсності, емоційності повідомлень, постійних репортажів з місця подій, використання фото- та відеоматеріалів, що не мають відношення до подій в Україні, фальшиві коментарі потерпілих тощо. У такий спосіб здійснюється масифікація свідомості громадян російської федерації, а також мешканців Донецької та

Луганської області, які впродовж багатьох років споживають інформаційні продукти російського телебачення.

Отже, на сьогодні засоби масової комунікації є інструментом впливу на трансформацію масової свідомості. Основними способами, які застосовуються до пересічних громадян, є зміна значення окремих слів або вигадання нових, підміна понять, міфологізація, деформація та замовчування реальних фактів, спеціальні методи подачі інформації тощо. Яскравим зразком негативного впливу засобів масової комунікації на масову свідомість російського населення слугує ідеологічно-політична пропаганда. Для нашої держави найбільш позитивним моментом у цій війні та антиукраїнській інформаційній кампанії є об'єднання громадян під загрозою зовнішнього ворога, популяризація героїзму військових, добровольців, волонтерів, медиків, загальне піднесення патріотизму.

## ВИСНОВКИ

Розкриття теоретичних засад окресленої проблеми дослідження дають підстави для таких висновків:

1. Проаналізовано сутність і зміст поняття «масова свідомість». Результати аналізу свідчать про те, що масова свідомість є ідеологічно-психологічним феноменом, сукупністю поглядів, уявлень, думок, суджень, настроїв, оцінок, норм, почуттів окремої соціальної групи, етнічної спільноти, вироблених у процесі їхньої діяльності. Вона включає в себе найрізноманітніші духовні утвердження – аспекти теоретичної та побутової свідомості, ідеології та психології, логічного, раціонального, послідовного та внутрішньо суперечливого відображення об'єктивної дійсності, своїх своєрідних поглядів у векторі суспільних відносин. Цей феномен є надзвичайно складним, багатогранним та суперечливим і потребує подальшого дослідження й уточнення вищезазначеного поняття.

2. Розкрито сутнісні ознаки та механізми функціонування масової свідомості в глобальному соціальному середовищі. Серед ознак функціонування масової свідомості виокремлено такі: латентність, скритність механізму її зародження і розпливчастість вихідних ознак, ірраціональність (суперечливий характер), фрагментарність. До механізмів функціонування масової свідомості належать: 1) ідеалізація (ідеалізація усіх соціальних процесів, які відбуваються у суспільстві); 2) витіснення (нівелювання усіх негативних явищ, провалів, проблем, які існують у суспільстві); 3) механізми перенесення (наприклад, приписування ворогу власних негативних характеристик тощо). Певного уточнення потребує коло явищ, які складають зміст масової свідомості.

3. Здійснено соціально-філософський аналіз впливу глобального соціального середовища на трансформацію масової свідомості. З'ясовано, що на сьогодні беззаперечним є вплив глобального соціального середовища на трансформацію масової свідомості. Важливими засобами впливу на цей

процес є засоби масової комунікації та пропагування масової культури. Зокрема, одним із найпоширеніших способів масифікації свідомості людей є створення та поширення міфів шляхом розповсюдження засобів масової інформації, соціальних мереж тощо.

4. Охарактеризовано засоби масової комунікації як інструмент впливу на трансформацію масової свідомості. Так, на сьогодні засоби масової комунікації є основним механізмом впливу на трансформацію масової свідомості. Основними способами, що застосовуються до пересічних громадян є зміна окремих дефініцій або вигадкування нових, підміна понять, міфологізація, деформація та замовчування реальних фактів, спеціальні методи донесення інформації тощо. Яскравим зразком негативного впливу засобів масової комунікації на масову свідомість російського населення слугує ідеологічно-політична пропаганда. Для нашої держави найбільш позитивним моментом у цій війні та антиукраїнській інформаційній кампанії є об'єднання громадян під загрозою зовнішнього ворога, популяризація героїзму військових, добровольців, волонтерів, медиків, загальне піднесення патріотизму.

Проведене дослідження не вичерпує усіх аспектів окресленої проблеми. Перспективними напрямками для подальших досліджень є вивчення проблеми управління масовою свідомістю; порівняльний аналіз зарубіжної та вітчизняної філософської думки щодо проблеми трансформації масової свідомості в глобальному соціальному середовищі тощо.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арентдт Х. Між минулим і майбутнім / Дух і літера. Київ, 2002. 321с.  
URL: [http://aps-ua.org/wp-content/uploads/2017/03/Arendt\\_Mizh-mynulym-i-maibutnim.pdf](http://aps-ua.org/wp-content/uploads/2017/03/Arendt_Mizh-mynulym-i-maibutnim.pdf) (дата звернення: 15.05.2022).
2. Барт Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика [Текст] / [пер. с фр. / сост., общ. ред. и вступ. ст. Г.К. Косикова]. Прогресс. Москва, 1989. 616 с.
3. Барт Р. Мифология [Текст] / [пер. с фр., вступ. ст. и коммент. С.Н. Зенкина]. Изд-во им. Сабашниковых. Москва, 1996. 312 с.
4. Бауман З. Глобалізація. Наслідки для людини і суспільства / Пер. з англ. І. Андрущенко; за наук. ред. М. Винницького. Вид. дім «Києво-Могилянська академія». Київ, 2008. 109 с.
5. Блумер Г. Коллективное поведение / [пер. с англ.]. Академический проект. Москва, 1998. 535 с.
6. Бойченко І. В., Козлова Н. М. Соціалістична свідомість мас як предмет загальносоціологічного дослідження / Філософ. думка. № 2. 1985. 22 с.
7. Гойман О. О. Маніпулювання масовою свідомістю в умовах сучасної гібридної війни / Філософія. Грані. №1 (117). 2015. С. 50-56.
8. Гойман О. О. Міфологізація масової свідомості: соціально-філософський аспект : автореф. ... к. філос. н. : 09.00.03 / Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова. Київ, 2018. 23 с.
9. Дроздовська О. М. Понятійно-категоріальний апарат масової свідомості як різновиду суспільної свідомості / Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. Запоріжжя, 2007. Вип. 31. С. 44-56. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpgvzdia\\_2007\\_31\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpgvzdia_2007_31_8) (дата звернення: 18.04.22).
10. Дротянко Л. Г. Масова культура і масова свідомість в умовах глобалізації / Вісник НАУ. Серія: Філософія. Культурологія. №1(17). 2013. С. 5-9.

11. Карпенко С. Р. Сутність масової свідомості у дискурсивних практиках влади / дис. ... к. філос. н. : 09.00.03 / Дніпропетровський національний університеті імені Олеся Гончара. Дніпропетровськ, 2015. 210 с.
12. Кучерук О. А. Индивидуальность и трансформационные процессы в современном обществе / Збірник наукових праць (за матеріалами Міжнародної науково-практичної конференції) «Людина віртуальна: нові горизонти». 2015. С. 17-21.
13. Лебон Г. Психология народов и масс / [пер. с фр. А. Фридмана и Э. Пименовой]. Издание Ф. Павленкова. Санкт-Петербург, 1896. 329 с.
14. Любимый Я. В. Современное массовое сознание: Динамика и тенденции развития. Наукова думка. Київ, 1993. 141 с.
15. Маркузе Г. Одномерный человек / ООО «Издательство Аст». Москва, 2002. 526 с.
16. Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс / пер. с фр. Т. П. Емельяновой. Академический проект. Москва, 2011. 396 с.
17. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс / Вопросы философии. № 3. 1989. С. 119-154.
18. Почепцов Г. Г. Сучасні інформаційні війни. Київ : Києво-Могилян. акад. 2015. 496 с.
19. Різун В. В. Маси / ВПЦ «Київський університет». Київ, 2003. 118 с.
20. Сергиенко П. А. Проблемы философии. Выпуск 80. «Вища школа». Київ, 1989. 250 с.
21. Тард Г. Личность и толпа. Очерки по социальной психологии / [пер. с фр.]. Издание А. Большакова и Д. Голова. Санкт-Петербург, 1903. 178 с.
22. Фомічова В. М. Масова свідомість чи свідомість мас: особливості співвідношення феноменів / Вісник КНУ імені Т. Шевченка Соціологія. Психологія. Педагогіка. №27. 2007. С.93-96.
23. Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого Я // Психологические этюды / [пер. с нем.]. Попурри. Минск, 1999. 600 с.

24. Юнг К. Г. Архетипи і колективне несвідоме / пер. К. Котюк. Астролябія. Київ, 2016. 608 с.
25. Якубіна В. Л. Еволюція концепту масовості: хода від психосоматичного тлумачення до соціально-філософського виміру / Альманах «Філософські проблеми гуманітарних наук», КНУ ім. Тараса Шевченка. № 12-13. Київ, 2007. С. 194-197.
26. Horkheimer M., Adorno T. W. Dialectic of Enlightenment / Stanford University Press. Stanford, California. 2002. 305 p. URL: [https://monoskop.org/images/2/27/Horkheimer\\_Max\\_Adorno\\_Theodor\\_W\\_Dialectic\\_of\\_Enlightenment\\_Philosophical\\_Fragments.pdf](https://monoskop.org/images/2/27/Horkheimer_Max_Adorno_Theodor_W_Dialectic_of_Enlightenment_Philosophical_Fragments.pdf) (дата звернення: 12.04.2022).
27. McLuhan M. Understanding Media. The Extension of Man / N. Y., 1967. 464 p.
28. Sanovich S. Computational propaganda in Russia: the origins of digital misinformation / Oxford Computational Research Project. 2017. URL: <https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Comprop-Russia.pdf> (дата звернення: 10.04.2022).
29. Schlitz M., Vieten C., Miller E. Worldview Transformation and the Development of Social Consciousness / Journal of consciousness studies. №7. 2010. P. 18-36.