

РОЗДІЛ 1 ПОЛІТИЧНА КУЛЬТУРА ТА ІДЕОЛОГІЯ

УДК 32:316.64:32.019.5

DOI <https://doi.org/10.32782/2663-6170/2026.45.1>

МАСОВА ПОВЕДІНКА В УМОВАХ ВІЙНИ: ІДЕОЛОГІЧНІ ТА ПСИХОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ І ТРАНСФОРМАЦІЇ

MASS BEHAVIOR IN WAR CONDITIONS: IDEOLOGICAL AND PSYCHOLOGICAL MECHANISMS OF FORMATION AND TRANSFORMATION

Свідерська О.І.,

*orcid.org/0000-0001-6618-0559**кандидат політичних наук,**професор кафедри військової політології**Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

Крицкалюк Н.І.,

*orcid.org/0009-0000-7859-4222**кандидат політичних наук,**доцент кафедри військової політології**Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

У статті здійснюється теоретичний аналіз еволюції підходів до вивчення масової поведінки та особливостей її трансформації в умовах війни. У статті розкрито основні етапи становлення наукових уявлень про масу від класичних концепцій XIX – початку XX століття, у межах яких маса розглядалася як ірраціональне, емоційно нестійке утворення, до сучасних інтерпретацій, що акцентують увагу на її сконструйованому та керованому характері. Проаналізовано внесок класичних теоретиків масової психології та соціальної філософії у розуміння механізмів функціонування масової свідомості, зокрема явищ навіюваності, емоційного зараження, ідентифікації з лідером та зниження індивідуальної відповідальності. Особливу увагу приділено осмисленню маси у контексті тоталітарних режимів і воєнних конфліктів, де вона виступає об'єктом цілеспрямованого ідеологічного та пропагандистського впливу.

Встановлено, що в умовах сучасності масова поведінка зазнає суттєвих трансформацій, пов'язаних із розвитком цифрових технологій та інформаційного середовища. Обґрунтовано, що маса більше не обмежується фізичним скупченням індивідів, а формується у віртуальному просторі як результат алгоритмічно опосередкованих комунікацій. Визначено роль цифрової пропаганди, політичних мемів, культурних кодів та астротерфінгу у конструюванні масової свідомості. Особливу увагу приділено аналізу масової поведінки в умовах російсько-української війни, де інформаційно-когнітивний вплив виступає одним із важливих інструментів ведення боротьби. Показано, що сучасна війна передбачає не лише фізичне протистояння, але й боротьбу за інтерпретаційні рамки, у межах яких індивід осмислює реальність.

Наукова новизна дослідження полягає у поєднанні класичних теоретичних підходів до розуміння масової поведінки з аналізом сучасних цифрових механізмів впливу, що дозволяє розглядати масу як динамічний соціально-психологічний конструкт, сформований у взаємодії психологічних і технологічних чинників.

Ключові слова: масова поведінка, масова свідомість, психологія маси, пропаганда, інформаційна війна, когнітивна війна, віртуальна маса, астротерфінг, політичні меми, російсько-українська війна, політична культура, ідеологія, маніпулювання.

The author carries out a theoretical analysis of the evolution of approaches to the study of mass behavior and the features of its transformation in war conditions. The article reveals the main stages of the formation of scientific ideas about the mass from the classical concepts of the 19th and early 20th centuries, within which the mass was considered as an irrational, emotionally unstable formation, to modern interpretations that emphasize its constructed and controlled nature. The contribution of classical theorists of mass psychology and social philosophy to understanding the mechanisms of the functioning of mass consciousness, in particular the phenomena of suggestibility, emotional contagion, identification

Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу CC BY 4.0



with the leader and reduction of individual responsibility, is analyzed. Special attention is paid to understanding the mass in the context of totalitarian regimes and military conflicts, where it acts as an object of targeted ideological and propaganda influence. It is established that in modern conditions mass behavior undergoes significant transformations associated with the development of digital technologies and the information environment. It is substantiated that the mass is no longer limited to a physical gathering of individuals, but is formed in virtual space as a result of algorithmically mediated communications. The role of digital propaganda, political memes, cultural codes and astroturfing in the construction of mass consciousness is determined. Particular attention is paid to the analysis of mass behavior in the conditions of the Russian-Ukrainian war, where informational and cognitive influence is one of the important tools of waging the struggle. It is shown that modern war involves not only physical confrontation, but also a struggle for interpretative frameworks within which the individual comprehends reality.

The scientific novelty of the study lies in the combination of classical theoretical approaches to understanding mass behavior with the analysis of modern digital mechanisms of influence, which allows us to consider the mass as a dynamic socio-psychological construct formed in the interaction of psychological and technological factors.

Key words: mass behavior, mass consciousness, mass psychology, propaganda, information warfare, cognitive warfare, virtual mass, astroturfing, political memes, Russian-Ukrainian war, political culture, ideology, manipulation.

Постановка проблеми. У сучасних умовах суспільної турбулентності та зростання кількості збройних конфліктів проблема масової поведінки знову набуває актуальності. Війна як соціально-психологічний феномен з одного боку змінює інституційні та політичні структури суспільства, з іншого – істотно трансформує механізми формування колективної свідомості, поведінкові патерни та способи інтерпретації реальності. Масова поведінка в умовах сучасної війни також переживає трансформаційні зміни. Вона перестає бути виключно спонтанною реакцією на кризові події, натомість дедалі більше виступає результатом цілеспрямованого інформаційного та психологічного впливу. Особливої ваги ця проблема набуває в контексті російсько-української війни, оскільки поруч із традиційними формами протистояння ворог перманентно використовує інструменти інформаційної та когнітивної війни. Це вимагає переосмислення класичних підходів до розуміння масової поведінки та аналізу її сучасних трансформацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика масової поведінки має глибоку наукову традицію. Маса досліджувалася у межах соціальної психології, філософії, політології та психоаналізу. Класичні підходи до її розуміння представлені у працях Г. Лебона, Г. Тарда, З. Фрейда, які зосереджувалися на ірраціональності маси, механізмах навіювання та емоційного зараження. Подальше дослідження масової поведінки тісно пов'язане із концепцією масового суспільства, що знайшла своє відображення у роботах О. Шпенглера, Х. Ортеги-і-Гассета, К. Ясперса та ін., де маса розглядалася як наслідок кризи індивідуальності та культурної дезорієнтації. Особливе місце у дослідженні масової свідомості займають праці Х. Арена, яка розкрила механізми функціонування тоталітарної ідеології та феномен «банальності зла», а також Е. Фромма, який пов'язував масову поведінку з екзистенційною тривогою та прагненням уникнути свободи. Сучасні дослідження масової поведінки більше зосереджуються на аналізі інформаційно-когні-

тивних аспектів масової поведінки, ролі цифрових медіа, пропаганди та новітніх технологій впливу, зокрема астротерфінгу, політичних мемів та культурних кодів (О. Свідерська та ін.).

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на ґрунтовність класичних і сучасних досліджень, у науковому дискурсі зберігається низка невирішених питань. Зокрема, відсутній цілісний підхід до аналізу масової поведінки, який би поєднував класичні теорії маси з сучасними практиками інформаційного впливу, особливо у контексті тривалих військових конфліктів.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є теоретичний аналіз еволюції уявлень про масову поведінку та визначення особливостей її трансформації в умовах сучасної інформаційно-когнітивної війни. Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання: проаналізувати основні етапи розвитку теорій масової поведінки; узагальнити класичні та сучасні підходи до розуміння феномену маси; визначити специфіку функціонування масової свідомості в умовах війни; дослідити вплив цифрових технологій та пропаганди на формування сучасної масової поведінки.

Виклад основного матеріалу. Дослідження масової поведінки протягом тривалого часу відбувалося у контексті вивчення такого феномену як «маса». Вивчення маси, у тому числі масової поведінки доцільно розділити на три періоди. Перший період (XIX ст. – початок XX ст.) припадає на розвиток індустріального суспільства і співпадає із появою «масової людини», яка є наслідком розвитку ліберальної демократії, наукового прогресу та індустріалізації. Індивід, вивільнений із традиційних структур, втрачає стійкість ідентичності та соціальні орієнтири, що створює передумови для його включення у масові форми поведінки. Велику роль у дослідженні масової поведінки того часу відіграли роботи Г. Тарда та Г. Ле Бона, у яких маса трактується через деструктивність, інстинктивність та ірраціональність «натовпу» та «публіки». Увага дослідників пере-

важно зосереджена на психологічному впливі, який здійснює маса на індивіда. Г. Ле Бон виділяє п'ять основних властивостей маси: знеособлення, ірраціональність, емоційне зараження, підвищена навіюваність та імпульсивність. Маса, на переконання дослідника мислить не логічними категоріями, а образами, що зумовлює її схильність до спрощених уявлень, стереотипів і крайніх оцінок [1]. Пізніше З. Фройд, погодившись із більшістю тверджень, доповнюючи розуміння масової поведінки через вплив несвідомого. Згідно переконанням З. Фройда, маса здатна розуміти лише мову сили, має схильність до радикальних емоційних забарвлень та підкоряється навіть найжорстокішим лідерам. Маса також не потребує правди, оскільки основним джерелом її існування є ілюзії [2]. Ідеї Г. Лебона і З. Фройда залишили вагомий слід у розуміння того, як людина, перебуваючи в умовах соціально-психологічної кризи здатна піддаватися психологічному впливу та проживати життя у кимось сконструйованій реальності. Перекладаючи це на мову З. Фройда, якщо у звичайних умовах соціальні інститути, моральні рамки та правові обмеження виконують функцію стримування деструктивних імпульсів, то в умовах війни ці обмеження частково нівелюються або отримують іншу інтерпретацію через ідеологію та пропаганду [2]. Окрім того ідентифікація з лідером чи колективом, яка формується під впливом маси суттєво знижує рівень індивідуальної відповідальності, послаблює дію Супер-Его та сприяє тому, що насильство сприймається як щось цілком легітимне та морально виправдане. Зрештою це дозволяє використовувати деморалізацію не лише по відношенню до зовнішнього ворога, але й по відношенню до внутрішнього іншого. Отже, бачимо, що війна наче створює умови, при яких пригнічена агресія отримує соціально санкціонований вихід.

Другий етап вивчення масової поведінки припадає на ХХ ст. і відображає якісну зміну ролі маси. Маса стає об'єктом цілеспрямованого політичного впливу. Світові війни, становлення тоталітарних режимів та розвиток медіа сприяли інституціоналізації пропаганди як головного інструменту управління суспільством. У роботах багатьох дослідників масова поведінка розглядається не лише як психологічний, а вже радше як політико-соціальний феномен, тісно пов'язаний із кризою індивідуальності, атомізацією індивіда та потребою у колективній приналежності. У праці О. Шпенглера «Занепад Європи» маса розглядається як безлика і безформна сукупність, відірвана від духовного і культурного фундаменту що функціонує поза межами усталених соціокультурних конструктів [3]. Такий підхід до її розуміння зміщує увагу на втрату людиною культурної глибини та історичної тяглості її ідентичності, що ство-

рює підґрунтя для формування нестійких і легко керованих колективних форм поведінки. Дещо схожими є думки і Х. Ортеги-і-Гассета, на переконання якого, сформована в умовах індустріального суспільства «масова людина» позбавлена потреби у рефлексії та характеризується схильністю до спрощеного сприйняття соціальної реальності [4]. К. Ясперс, називав «масове суспільство» хворобою, а саму масу – наслідком розмивання індивідуальності та фрагментації людського буття. У цьому контексті маса – це своєрідна форма існування, яка немає чітких меж і структур, характеризується одноманітністю, несвідомістю та внутрішньою порожнечою [5].

ХХ ст. – це період у людській історії, коли вивчення масової поведінки окрім політичного виміру екстраполюється у простір війни. На перший план виходить пропаганда та використання зв'язків з громадськістю для конструювання реальності та просування ідей війни у маси. Пропаганда як один із способів психологічного переконання застосовується владою з моменту формування державних структур із чисельністю понад мільйон осіб [6]. До неї вдаються практично всі суспільства упродовж новітньої історії. Дослідники припускають, що використання пропаганди у війні ймовірно сягає ще ранніх праць китайських військових стратегів V століття до н.е., або навіть і раніше [7]. Як слушно зауважує Джей Сейц, згадуючи слова Наполеона: «влада ґрунтується на думці, а в умовах війни політичні системи «виробляють згоду» суспільства щоб легітимізувати та реалізувати свої цілі». У науковому дискурсі повоеєнних суспільств дедалі більше почало з'являтися наукових розвідок, які намагалися знайти відповіді щодо природи жорстокості нацистської ідеології та її методів управління масами [7]. Нацистська ідеологія вважається найбільш радикальною та концептуально цілісною пропагандистською системою ХХ століття, яка інституціоналізувалася через діяльність Націонал-соціалістичної німецької робітничої партії та Й. Геббельса. Вона поєднувала расову теорію, жорстку пропаганду, дегуманізацію ворога та мобілізацію мас через емоційно насичені наративи. Однак обмеження аналізу масової політичної поведінки виключно досвідом нацистської Німеччини є методологічно неповним. Наприклад, для російської та радянської ідеології характерними були інші, але не менш системні практики насильства, репресій і соціальної інженерії, що також супроводжувалися потужними пропагандистськими гаслами. Йдеться, зокрема, про політику застосування масових репресій, штучних голодоморів, депортацій та знищення соціальних груп, передусім інтелігенції, науковців, митців тощо, які в сучасних дослідженнях розглядаються як прояви геноциду нації. Радянська система демонструвала інший,

однак не менш небезпечний для масової свідомості тип впливу, адже він поєднував у собі страх, ідеологічну індоктринацію та тривалий контроль над інформаційним простором.

Особливо цінними для розуміння масової поведінки того часу є ідеї Х. Аренд, яка наголошувала, що маса – це сукупність ізольованих, політично дезорієнтованих індивідів, позбавлених сталих соціальних ролей і горизонтальних зв'язків, що зрештою і робить її вразливою перед тоталітарною ідеологією. Аренд показує, що маси здатні раціонально триматися абсурдної логіки, якщо вона пропонує цілісне пояснення світу. Ідеологія, згідно переконань Х. Аренд позбавляє індивіда потреби мислити, замінюючи складну реальність «логічно» завершеною схемою. В умовах війни це проявляється у рамках протистояння «друг–ворог», готовності виправдовувати насильство як історичну необхідність, відмові від емпіричних фактів на користь «вищої істини». Наслідкування ідеології позбавляє індивіда потреби мислити, замінюючи складну реальність спрощеною схемою [8]. У 1961 році виходить книга Х. Аренд «Айхман у Єрусалимі: звіт про банальність зла», головна ідея якої полягає у тому, що участь у насильстві не обов'язково є наслідком наслідування радикальної ідеології чи патологічної жорстокості, будучи часто банальним результатом відмови від критичного мислення та звички просто виконувати поставлені задачі. У цьому сенсі, на думку Х. Аренд зло функціонує не як виняток, а як рутинна практика, інтегрована у повсякденні соціальні ролі [9].

Перебуваючи у масі індивід перестає рефлексувати власні дії, замінюючи моральну оцінку процедурною доцільністю. Саме у цьому середовищі «банальність зла» набуває найбільшої сили, оскільки зло перестає усвідомлюватися як зло і починає сприйматися як нормальна поведінка. У поєднанні з механізмами пропаганди та ідеологічної індоктринації «банальність зла» трансформується у масове явище, коли значна кількість людей бере участь у відтворенні насильства, не усвідомлюючи його етичного виміру, а сприймаючи його як частину колективної дії [9]. Дещо з іншого боку підходить до розуміння психології маси Е. Фромм, який одним із перших пов'язує масову агресію з почуттям безсилля та приниження, а масову поведінку своєю реакцією на екзистенційну тривогу. В умовах війни ця тривога різко загострюється, відповідно перебуваючи у масі індивід добровільно відмовляється від автономії, шукає підпорядкування сильній владі, обмінює свободу на психологічну безпеку [10].

Третій період вивчення масової поведінки пов'язаний із переходом до інформаційного та постіндустріального суспільства. Для маси принципово змінюється середовище її формування,

вона дедалі більше проявляється у віртуальному просторі, який функціонує за своєрідними алгоритмами логіки впливу та взаємодії. Інтернет перестає бути лише каналом передачі інформації, перетворюючись на складну цифрову екосистему, що одночасно трансформує як сам простір комунікації, так і структуру масової свідомості. Однією з важливих характеристик цього середовища є здатність інформації до постійної трансформації та реплікації [11]. Будь-який інформаційний сигнал, пов'язаний із користувачем, у сучасних умовах потенційно набуває функції інструменту психологічного впливу. У результаті індивід одночасно виступає як елемент цифрової інфраструктури, яка продукує та поширює смисли, і як об'єкт, на який спрямовані інформаційні потоки [12]. Це означає, що масову поведінку більше не можна розглядати виключно як реакцію на зовнішні події. Вона конструюється в межах цифрового середовища, де інформація проходить через постійне переосмислення, спрощення та емоційне підсилення. Пропаганда, як один із найдавніших методів впливу залишається актуальною і сьогодні. В умовах війни вона впливає на маси через різноманітні медіа. Особливо актуальними є саме цифрові (телебачення, радіо, інтернет, соціальні мережі, різноманітні подкасти та онлайн платформи), оскільки вони формують сильне відчуття спільності. Контрольовані медіа разом із сучасними «експертами», куди часто входять і представники академічного середовища, і журналісти, і медійні особи та державні службовці, які поділяють часто обмежені погляди, сприяють структуризації упередженості, кристалізуючи громадську думку [7]. Важливу роль у цих процесах також відіграють сучасні «лідери думок», які використовують цифрові інструменти для цілеспрямованого впливу на масову аудиторію.

Тривала російсько-українська війна також вносить певні корективи у вивчення сучасної масової поведінки. Найбільшого значення тут мають інструменти ведення інформаційної та когнітивної війни, використання цифрової пропаганди, застосування астротерфінгу – технології штучного формування громадської думки, використання мемів та мови ворожнечі тощо [11]. Це принципово змінює логіку масової поведінки. Індивід поступово перестає орієнтуватися на реальну соціальну взаємодію, а все більше намагається сфокусуватися на сконструйованих інформаційних сигналах, які задають рамки сприйняття та інтерпретації подій. Маса більше не є безпосереднім скупченням індивідів, а виступає як результат алгоритмічно опосередкованих комунікаційних процесів [12]. Важливу роль у конструюванні віртуальної маси відіграють політичні мему та культурні коди, які забезпечують швидке поширення змістів через спрощені, емоційно насичені та легко відтворю-

вані форми [13]. Вони виконують функцію когнітивного «скорочення», дозволяючи закріплювати складні політичні смисли у формі зрозумілих і впізнаваних образів. Саме через такі механізми відбувається сучасне формування колективних інтерпретацій реальності. Цифрова пропаганда в умовах російсько-української війни демонструє, що інформаційний вплив набуває системного характеру і спрямований на зміну цілісних моделей сприйняття [14]. Когнітивна війна уособлює боротьбу за контроль над рамками інтерпретацій, у межах яких індивід осмислює події, приймає рішення і визначає власну позицію. Віртуальна маса формується внаслідок поєднання психологічних механізмів масової поведінки з цифровими технологіями. Отже, можемо сказати, що в умовах сучасної війни має значення не лише фізична мобілізація, але й здатність впливати на свідомість, інтерпретацію наративів та когнітивні реакції суспільства.

Висновки та перспективи подальших розвідок у цьому напрямі. Підсумовуючи, хочемо зазначити наступне, масова поведінка є динаміч-

ним феноменом, який зазнає суттєвих трансформацій залежно від соціально-історичного контексту. Якщо у класичних теоріях маса розглядалася як ірраціональне та стихійне утворення, то в умовах сучасності вона дедалі більше набуває ознак сконструйованої реальності, сформованої під впливом інформаційних і когнітивних технологій. Війна виступає потужним каталізатором цих процесів, створюючи умови для нормалізації агресії, послаблення індивідуальної відповідальності та поширення спрощених моделей інтерпретації реальності. У цифровому середовищі масова поведінка трансформується у форму віртуальної маси, яка функціонує через алгоритмічно опосередковані комунікації, меми, культурні коди та інші інструменти швидкого поширення смислів.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з поглибленим аналізом механізмів когнітивної війни, вивченням психологічних наслідків тривалого перебування індивіда у середовищі цифрової пропаганди, а також розробкою стратегій протидії деструктивним інформаційним впливам на масову свідомість.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Лебон Г. Психологія народів і мас. / пер. Л. Дудченко. Київ : Арій. 2024. 272 с.
2. Фрейд З. Невпокій у культурі. / пер. з нім.: Ю. Прохасько. Львів : Видавництво «Апріорі». 2023. 120 с.
3. Spengler O. The Decline of the West. Oxford : Oxford University Press. 1991. 480 p.
4. Ортега-і-Гассет Х. Повстання мас. / пер. В. Бурггарда. Київ : Видавництво Марка Мельника. 2025. 136 с.
5. Jaspers K. Man in the Modern Age. London : Routledge & Kegan Paul. 1951. 248 p.
6. Bernays, E. L. (Ed.). The Engineering of Consent. Norman, OK: University of Oklahoma Press. 1955
7. Dr. Jay Seitz (Propaganda and War. SOJ Psychol. 2018. № 5(2): 1-7. DOI: <http://dx.doi.org/10.15226/2374-6874/5/2/0015>
8. Арендт Г. Витоки тоталітаризму / пер. з англ.: В. Верлока, Д. Горчаков. Київ : Дух і Літера. 2005. 712 с.
9. Арендт Г. Айхман в Єрусалимі: розповідь про банальність зла / пер. А. Котено. Київ : Дух і Літера. 2021. 376 с.
10. Фромм Е. Втеча від свободи. / пер. з англ.: М. Яковлев. Харків : Клуб сімейного дозвілля. 2019. 285 с.
11. Свідерська О., Чорній О. Астротерфінг як інструмент психологічного впливу на масову свідомість. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Питання політології»*, 2021. Т. 39. С. 71–79.
12. Свідерська О. Роль політичного мему в інформаційних війнах. *Актуальні проблеми філософії та соціології*, 2022. № 36. С. 136–140.
13. Свідерська О. Роль культурних кодів у конструюванні політичної дійсності в контексті інформаційно-когнітивної війни. *Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії*, 2022. Вип. 43. С. 306–313.
14. Свідерська О. Цифрова пропаганда та ризики інформаційної безпеки у контексті російсько-української війни. *Політикус*, 2022. Вип. 2. С. 60–65.

Дата першого надходження статті до видання: 30.03.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 30.04.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 20.05.2026