

**Калиновський Юрій Юрійович**, доктор філософських наук, професор,  
професор кафедри філософії, Національний юридичний університет  
імені Ярослава Мудрого, м. Харків, Україна  
*e-mail: kalina\_uu@ukr.net*  
*ORCID ID: 0000-0002-0081-8107*

**Жданенко Світлана Борисівна**, кандидат філософських наук, доцент,  
доцент кафедри філософії, Національний юридичний університет  
імені Ярослава Мудрого, м. Харків, Україна  
*e-mail: svetlana.zdanenko@gmail.com*  
*ORCID ID: 0000-0003-4335-8224*

## **СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ВИМІР ІНФОДЕМІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ**

*Визначена соціокультурна сутність інфодемії як фактора посилення соціальної нестабільності у глобальних процесах сучасності. Доведено, що розповсюдження масової культури та масової свідомості стало основою для появи інфодемії. Розкрито вплив стереотипів суспільної свідомості на процес розповсюдження дезінформації. Обґрунтовано, що інфодемія може бути складовою інформаційної та гібридної війн. Проаналізовано негативні наслідки інформатизації та комп'ютеризації суспільного життя у контексті розвитку критичного мислення, появи «кліпової свідомості» та гаджетозалежності.*

***Ключові слова:** інфодемія, масова свідомість, масова культура, стереотипи суспільної свідомості, інформаційна війна, постправа.*

**Постановка проблеми.** Сучасний світ пронизаний різноманітними інформаційними потоками, які мають як позитивний, так і негативний вплив на суспільні відносини. Зокрема, у XXI сторіччі у зв'язку з прогресом інформаційно-комунікаційних технологій можливості маніпулювати суспільною свідомістю значно зросли. Також в умовах гібридних та інформаційних війн збільшилась кількість дезінформації, яка сприяє посиленню соціальної турбулентності. На сьогоднішній день, вчені з різних галузей знань всебічно аналізують такий феномен як «інфодемія», розглядаючи її наслідки для суспільних процесів у різних країнах світу. У зв'язку з цим, потребують теоретичного осмислення такі актуальні питання як соціокультурна природа інфодемії, вплив інфодемії на соціальні процеси, роль даного феномена у гібридному протистоянні на глобальному й локальному рівнях тощо.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Поняття «інфодемія» почало використовуватись у науковій та публіцистичній літературі у зв'язку з пандемією коронавірусу. Одним з перших його застосує Генеральний директор Всесвітньої організації охорони здоров'я Т. Гебреїсус, характеризуючи інфодемію як хвильоподібне розповсюдження фейків щодо походження, базових характеристик та наслідків коронавірусної хвороби. У вітчизняному науковому дискурсі поняття «інфодемія» знайшло своє відображення у науковому доробку М. Ожевана. Для розуміння сутнісних та фактологічних характеристик інфодемії ми спиралась на публікацію К. Дорошенко під назвою «Світові інтелектуали про наслідки пандемії коронавірусу для людства» та на аналітичні матеріали Укрінформу.

Для з'ясування соціокультурної природи інфодемії важливими були публікації А. Чантурія, Н. Горбенко, О. Аронсон, А. Якімова, які всебічно проаналізували феномен «постправди» у контексті сучасних реалій. Проблемам масової свідомості, масової культури, розповсюдження соціальних стереотипів, як підгрунтя буття інфодемії, присвячені наукові праці М. Бутиріної, О. Гоймана, Л. Городенко, Л. Дротянко, С. Московічі, О. Рудакевича, А. Стадника, П. Фельдмана.

Для розуміння сутності інфодемії крізь призму впливу інформаційно-комунікаційних технологій на людину й суспільство був використаний науковий доробок С. Азізова, М. Антіпова, Г. Гича, А. Гриценко, М. Мателегі, Р. Пацлафа, К. Фрумкіна та ін.

Разом з тим, у сучасних наукових дослідженнях недостатньо уваги приділяється комплексному розумінню інфодемії у соціокультурному вимірі та розкриттю її впливу на посилення соціальної нестабільності у світі.

**Формулювання цілей.** У статті планується розкрити сутнісні характеристики інфодемії у соціокультурному контексті та визначити її вплив на динаміку глобальної нестабільності.

**Виклад основного матеріалу.** Розповсюдження дезінформації за допомогою ЗМІ (засобів масової інформації) не є новим явищем, ця технологія

впливу на індивідуальну та суспільну свідомість має давню історію. Але лише у інформаційному суспільстві кінця ХХ-початку ХХІ сторіччя виникли якісно нові можливості акумулювати значні обсяги інформації, швидко їх транслювати до потрібної аудиторії й здійснювати таким чином корегуючий цілеспрямований вплив на суспільні відносини окремих країн та регіонів. Як свідчать події останніх років, інформаційні потоки певного змісту й спрямованості є важливими чинниками можливої (й вже існуючої) соціальної нестабільності у регіональних та глобальних процесах.

Аналізуючи інформаційно-комунікаційні фактори соціальної нестабільності, науковці фіксують значне збільшення й загрозову систематичність відтворення у засобах масової комунікації фейкової інформації. Даний процес отримав назву інфодемія.

З точки М. Ожевана, інфодемія – це стрімке зростання кількості та масштабів поширення фейкової інформації [1]. На нашу думку, інфодемія – це одна з технологій гібридної війни, яка застосовується для «враження» суспільної свідомості дезінформацією з будь-якої суспільнозначущої проблеми. Дане поняття виникає на тлі сучасної пандемії боротьба з якою ускладнюється всілякими фейками.

«Ми не просто боремось з епідемією, ми боремось з інфодемією», – заявив генеральний директор Всесвітньої організації охорони здоров'я Т. Гебреїсус, легітимізувавши новий термін, що описує нашу реальність. Інфодемія – це лавина дезінформації, нагнітання й залякування, яка пов'язана з бажанням мас-медіа підняти власні рейтинги, також це розповсюдження псевдонаукових порад та інтерпретацій, що накриває світ і серйозно ускладнює боротьбу з реальною проблематикою зупинення та подолання хвороби [2].

У вітчизняному соціокультурному просторі (як і у світі загалом) набули розповсюдження інформаційні фейки, які посилили негативні наслідки пандемії та сприяли зростанню рівня соціальної турбулентності.

Дані для аналізу інфодемії у період пандемії знайшли своє відображення у публікації Укрінформу [3]. Ця публікація ґрунтується на дослідженнях таких

організацій як Інтерньюз-Україна, Інститут демократії ім. Пилипа Орлика, Громадянська мережа ОПОРА, Український кризовий медіа центр, «По той бік новин», Детектор медіа, VoxCheck, Український інститут медіа та комунікації, ТЕКСТИ.org.ua, DFRLab (проект цифрової експертизи провідного американського аналітичного центру Atlantic Council) та представництво Європейського Союзу в Україні. Отже, в Україні і світі з точки зору аналітиків вищенаведених структур поширюються наступні фейкові меседжі:

1. Конспірологічні теорії. Це – брехня світового масштабу, яка активно і швидко поширюється в різних країнах, в тому числі й в Україні. Найбільш популярні наративи цієї групи такі: коронавірус – це вигадка, а міжнародні структури, що говорять про небезпеку вірусу, наживатимуться на українцях; коронавірус – це всесвітня змова; коронавірус – це спроба урядів контролювати населення і зменшити його кількість; коронавірус розповсюджується через технологію 5G; Білл Гейтс хоче чіпувати людей, щоб контролювати їх.

2. Неправдиві наративи, спрямовані на дискредитацію України як держави та української системи охорони здоров'я. Поширюються здебільшого через проросійські медіа та проросійські політичні сили: Україна не здатна захистити своїх людей від пандемії; Україна не може надати вакцину своїм громадянам; на українцях «тестуватимуть» вакцину; Україна мала б використовувати російську вакцину Sputnik V, але «зовнішнє управління» не дає їй це зробити; реформа охорони здоров'я неефективна/провалилася; західне лобі резервує Україну як ринок для власних вакцин; українська вакцина – лише піар перед виборами; українська влада маніпулює коронавірусною статистикою.

3. Неправдиві антивакцинальні наративи: уряд хоче всіх «заколоти» неякісною вакциною; політики/чиновники не говорять всієї правди про вакцину; «Ковішилд» неякісний, від нього відмовилися навіть африканські країни; вакцина спричиняє «мутації»; вакцина загрожує здоров'ю та життю, тому медики активно відмовляються від вакцинування; вакцинацією від COVID-19 будуть контролювати населення.

4. Неправдиві наративи щодо лікування коронавірусу: маски/антисептики/безконтактні термометри не допомагають/шкодять; якщо людина перехворіла, у неї є імунітет; ПЛР-тести не призначені для визначення вірусу і є хибними; низка фейкових методів лікування та профілактики коронавірусу (парами горілки, настоянками, дихальними вправами чи полосканням водою тощо).

5. Неправдиві дискримінаційні наративи: коронавірус створений штучно китайцями; «китайський коронавірус».

На нашу думку, однозначно стверджувати, що всі вищезначені наративи є фейковими не зовсім коректно, оскільки об'єктивних даних, що заперечують або підтверджують деякі з вищезначених тверджень не існує, наприклад, про походження коронавірусу, про вплив нових вакцин на всі системи організму тощо. Тому ми пропонуємо класифікувати дані меседжі на фейкові, неперевірені (ймовірнісні) та гібридні (поєднують правду з неправдою).

Існування феномену інфодемії не можливе без соціокультурного та ментально-історичного підґрунтя, оскільки дезінформація має сприйматись населенням як правда й не протирічити вже існуючим настановам, міфам, оціночним судженням, що домінують у суспільній свідомості. Інфодемія базується на застосуванні різноманітних технологій маніпулювання суспільною думкою: починаючи від інформаційних «вкидів» відверто неправдивої інформації, закінчуючи «напівправдою» або «постправдою», яка не є прямолінійним обманом аудиторії, а передбачає поєднання правдивої інформації з неправдивою.

У «постправдивому світі» масова свідомість найчастіше розглядається як така, що характеризується неглибоким й поверховим трактуванням реальних подій. Представник має бачитись посередньою пересічною людиною досить скромних інтелектуальних здібностей. Для такої людини часто є характерним споживацьке ставлення до оточуючих, поєднане з невисоким рівнем особистісної відповідальності, стереотипними мисленням і сприйняттям. Переважаюча нездатність до критичного осмислення реальності й культури

призводить до того, що людина маси має потребу не тільки в готовій інформації, але й часто в готових інтерпретаціях і оцінках. Доступні зразки, зрозумілі ідеали, ефективні моделі поведінки – усе це масова культура доносить до масової людини за допомогою стереотипів, шаблонів і кліше. Це є благодатним ґрунтом для маніпулювання масовою свідомістю з боку зацікавлених соціальних груп і політичних сил [4, с. 5].

Людина, яка «задовольняється» постправдою є ідеальним об'єктом для суб'єктів інфодемії. Для розуміння коренів виникнення постправди визначимо фактори, що вплинули на становлення даного феномена: властиві індивідууму та суспільству соціально-психологічні феномени, які обумовлюють неповне або викривлене сприйняття інформації; масова культура, що формує у людини та суспільства «альтернативну етику» з її проміжними стадіями між правдою та брехнею, виправданням брехні та перенесенням брехні з етичного до комічного поля; філософія та естетика постмодернізму, яка внесла в масову аудиторію уявлення про відносність моральних категорій, а також про їхню аморфність; політичні інститути, які використовували маніпулятивні технології, вплив на емоційну сферу, популістські ідеї, фальсифікації та дезінформацію. Все це спричинило формування у аудиторії цинічне та недовірливе ставлення до еліт, експертів і традиційних засобів масової інформації; старі та нові мас-медіа, які перетворилися на канал для розповсюдження fakenews, маніпуляцій, пропаганди та емоційної напруги; інформаційні технології, які призвели до дезорієнтації індивіда в потоці інформації, розпаду аудиторії на інформаційно ізольовані спільноти, які значною мірою спростили процес розповсюдження недостовірної інформації [5, с. 25].

Вищеперераховані особливості розвитку людства в умовах інформаційного суспільства, сприяли поширенню постправди і як наслідок формували соціокультурні передумови для інфодемії. Пересічний громадянин у інформаційному суспільстві навчився «споживати» достатньо великі обсяги інформації, але не завжди зміг напрацювати належні навички для її критичного осмислення. Рівень медіаграмотності та медіакультури пересічних вітчизняних

громадян залишається недостатнім, щоб ефективно протистояти фейковим повідомленням.

У зв'язку з цим науковці констатують, що парадоксальним чином, умовою постправди є не недовіра, а відсутність усілякого сумніву, який також властивий природній установці свідомості. Таким чином, можна припустити, що коріння постправди містяться у повсякденному житті, сприйнятті, фонових практиках, способах комунікації та поширення суджень. Тут важливо враховувати логіку масової культури, в якій істина, цінність та кліше виявляються практично нероздільні, а також особливості сучасної повсякденної «фоновій» комунікації та «фонового» споживання. Масове суспільство наповнене стереотипами, образами безперервно чинної нерелексивної повсякденності, до якої причетний кожен, але при цьому все перераховане вище, яке представлене в образі створює відчуття тотальної фальші, симуляції, обману [6, с. 12-13].

Масове суспільство (суспільство споживання), породжуючи певні символічні образи, симулякри, кліше, «реальність постправди» створює соціокультурне тло для існування інфодемії. Людина стає інфозалежною, гаджетозалежною, в неї виникає стійка потреба у новій інформації та користуванні пристроями, що її надають. При цьому правдивість інформації може відходити на другий план, головне, щоб вона вкладалась у кліше стереотипної свідомості індивіда, соціальної групи або суспільства у цілому. Людина у суспільстві споживання не завжди встигає (або не бажає) віднаходити правду, що обумовлено збільшенням інформаційних потоків, її неготовності до критичного аналізу повідомлень, байдужим ставленням до визначення істинності сприйнятих меседжів тощо.

Постправду у цьому контексті можна охарактеризувати як відтворення певних смислових конструкцій у вигляді стереотипів повсякденності. Існування сенсу як постправди парадоксально. Це пов'язано з тим, що масовому суспільству більшу частину часу властиве мислення поза критичної, художньої чи наукової установки, саме повсякденне мислення. Але повсякденність неоднорідна і не зводиться до однозначних «раз і назавжди», зафіксованих

розпоряджень і норм. Навіть стереотипам властива деяка мінливість, яка рухається не лише глобальними історичними та культурними змінами, а й локальною щоденною взаємодією між людьми, групами, речами [7].

Інфодемія як явище соціокультурної реальності неможлива без розгалуженої системи масових комунікацій, які відтворюють, продукують й ретранслюють не тільки актуальну інформацію та знання, а й стереотипи суспільної свідомості при чому як позитивні, так і негативні.

На думку М. Бутиріної, ЗМК реалізують технології виробництва соціальних (над-індивідуальних) значень, експлуатуючи перманентну готовність людини до актуалізації масового компонента свідомості. Ефективність таких технологій визначає релевантність змістовно-морфологічних ознак масової свідомості природі та формам комунікаційних повідомлень. Характерно, що свідомість людини як складна багаторівнева система, прагне до збереження гомеостазу, тобто відносно стабільного стану, який не припускає перманентного засвоєння нової інформації, сприйняття даних, що протирічать одне одному. Саме тому у природі людської свідомості закладена потреба зберігати та застосовувати відносно сталі когнітивні та конативні елементи – стереотипи. Розгляд масової свідомості у контексті масовокомунікаційної практики неодмінно включає у себе таке актуальне питання, як медійна стереотипізація, що може бути увиразнено шляхом методологічного опрацювання декількох аспектів. Серед них – з'ясування генетичної спорідненості міфів та стереотипів як різних форм моделювання дійсності; вивчення генетичних витоків стереотипів у зв'язку із якісно-кількісними змінами параметрів інформаційної складової формування соціуму; розгляд механізму стереотипізації як різновиду категоризації соціальних об'єктів; визначення та розробка методик застосування комунікаційного потенціалу стереотипів у висвітленні складних явищ дійсності; медіакритика «редукціонізму» у стереотипізації, який виявляється у фальсифікації причино-наслідкових зв'язків та застосуванні примітивних штампів, афоризмів, лозунгів, а також ідеологічній інверсії соціальних реалій. Стереотипи є інструментом здійснення духовно-практичної діяльності мас-



медіа, адже вони дозволяють транслювати знання з рівня спеціалізованої свідомості на рівень масової свідомості, здійснюючи відповідну адаптацію наукової, релігійної, ідеологічної картин світу до буденної картини світу [8, с. 20].

Вочевидь, ЗМК мають тенденцію до спрощення сутнісних характеристик інформаційних повідомлень, «привчаючи» людину до поверхового сприйняття дійсності та до привалювання форми над змістом (гонитва за сенсаційністю, переваження емоційної компоненти повідомлення над раціональною тощо). У свою чергу інфодемія можлива саме тоді, коли громадяни не прагнуть критично проаналізувати інформацію, сприймають інформаційні меседжі як факт буття (беззаперечна довіра до певних ЗМІ, «експертів») не мають достатніх навичок щодо порівняння різних джерел інформації, є носіями низького рівня інформаційної культури та схильні до стереотипного, некритичного мислення.

О. Рудакевич доводить, що враховуючи природу й істотні ознаки стереотипів, їх носіїв, об'єктів тощо, стереотипи, можна типологізувати за такими ознаками:

а) за походженням: стихійні (результати народної творчості) і штучні (продукти інформаційних технологій на замовлення політичних сил);

б) за суб'єктом чи носієм: індивідуальні та групові (класові, етнічні, регіональні, загальнонаціональні);

в) за об'єктом: авто- і гетеростереотипи;

г) за сферами суспільного життя: політичні, соціальні, правові тощо;

д) за об'єктивністю, правдивістю: правдиві (істинні) та неправдиві (хибні);

е) за емоційним забарвленням: позитивні, негативні;

є) за формою буття: світоглядні, поведінкові; вербальні, образні;

ж) за тривалістю існування: коротко- й довготривалі [9].

З нашої точки зору, інфодемію також можна ідентифікувати як набір стереотипів фейкового характеру, які були сформовані у суспільній думці в результаті поступального розвитку соціальної спільноти або навмисно включені у суспільну свідомість зацікавленими суб'єктами, наприклад ініціаторами

гібридних та інформаційних війн. В умовах інфодемії відбувається «посягання» на сутнісні характеристики таких суспільнозначущих концептів (цінностей) як правда, справедливість, свобода, безпека тощо. Під час інфодемії смислове наповнення таких понять як «правда», «істина», «факт дійсності», «реальність» втрачають своє первинне об'єктивне значення й набувають кон'юнктурного, суб'єктивного характеру.

Зокрема, семантика слова «правда» визначається вибором підходу до його інтерпретації. На переконання П. Фельдмана, подібних підходів може бути не менше п'яти:

1. Науковий підхід (правда-істина). З наукового погляду, правдою є те, що відповідає дійсності, не залежить від сприйняття суб'єкта і піддається верифікації. На переконання дослідників, наукова правда-істина не має нічого спільного з суспільно-політичним життям і, тим більше, з публічним дискурсом засобів масової інформації.
2. Історичний підхід (правда-достовірність). Історія, на відміну від точних наук, перебуває у прямій залежності від інтересів правлячої еліти. Найбільш об'єктивною категорією історичного знання є сухий факт, який сам по собі – без його інтерпретації – нічого не означає. Якщо автентичність документів більш-менш піддається емпіричній перевірці, то визначення ступеня достовірності подій минулого виявляється вкрай складною. Але навіть коли це вдається зробити, то часто неможливо встановити все різноманіття інтересів, рушійних сил і прихованих мотивів, що спричинили масштабні історичні звершення.
3. Аксіологічний підхід (правда-справедливість). Перше поняття лежить у площині науки, а друге – у сфері моралі та духовності. Суб'єктивна природа духовних цінностей ставить категорію справедливості у тотальну залежність від панівної ідеології, соціальної структури суспільства, політичної культури та сотні інших факторів, включаючи класову та конфесійну належність індивіда. В рамках аксіологічного підходу правдою прийнято вважати те, що є високоморальним з точки

зору конкретної особистості, соціальної групи, етносу чи цілої цивілізації. Непостійність, пластичність та надзвичайна варіативність людських уявлень про справедливість не дозволяють зробити з даної категорії надійний фундамент для боротьби з фейками та дезінформацією.

4. Прагматичний підхід (правда-вигода). Подібний підхід, що бере свої витoki у філософії Ч. Пірса, призводить до ототожнення правди з інтересами. В даному випадку питання об'єктивності суджень відходить на другий план, а на чільне місце посідає практична користь від реалізації тієї чи іншої ідеї. У системі сучасних міжнародних відносин правдивим вважається те, що відповідає національно-державним інтересам конкретних держав. З урахуванням наростання глобальної конфронтації та «реінкарнації» блокової системи мислення правлячих еліт, одні й ті ж самі події трактуються різними країнами по-різному.
5. Юридичний підхід (правда-легальність). Даний підхід базується на чіткій нормативно-правовій диференціації категорій «правда» та «брехня». При його використанні фактор суб'єктивності зводиться до нуля, оскільки ставлення держави та суспільства до певних проблем визначається буквою закону [10, с. 139-141].

Отже, у соціокультурному контексті розповсюдженню інфодемії сприяє поширення масової культури та масової свідомості.

У сучасній філософській і науковій літературі окреслені такі характерні риси масової культури: висока проникливість, поточність виробництва, орієнтація на масове споживання (спрямоване на пасивне сприйняття), розважальність, комерціалізація, досить коротка тривалість життя продуктів масової культури, повторюваність образів та ідей, експлуатація іміджів і стереотипів, що створюються в її ж сфері, а також орієнтованість на маргінальну свідомість споживачів її продукції. Формами її вияву виступають сучасний кінематограф, поп- і рок музика, телебачення, масова художня література, засоби

масової комунікації – FM-радіо, мобільний зв'язок, Інтернет-комунікації та комп'ютерні ігри тощо [11, с. 142].

Вочевидь, сама природа масової культури детермінує поширення інфодемії, створюючи питоме тло для швидкого розповсюдження інформації серед різних категорій громадян. Масова культура сприяла формуванню певного типу людини-конформіста, яка є схильною до некритичного сприйняття дійсності, має достатньо високий рівень довіри до ЗМІ, схильна до навіювання й небажання системно та аргументовано відстоювати власну точку зору.

Як стверджують фахівці, масова людина майже втратила здатність раціонально і критично мислити, аналізувати і вирізняти істину. У неї багато вражень від енергійних і бездоказових тверджень, які мають привабливу й яскраву обгортку та окреслюють досягнення певного бажання. Рекламний міф не має меж та особистісної спрямованості, оскільки звертається до великої та безликої множини людей. Він створює ілюзію, що за наявності умовного товару або послуги, індивід буде щасливий. На думку французького науковця Г. Лебона, в історії видимість переважає над реальністю. Це пояснюється тим, що люди схильні вірити ілюзіям і помилковим думкам, а мислення натовпу, маси позбавлено логіки, тому вона охоче піддається ілюзіям. Свого часу Г. Лебон звертав увагу на те, що натовп, маса не має критичної свідомості, мислячи образами, які часто не мають нічого спільного з реальністю [12, с. 63].

Серед основних проявів і напрямів масової культури дослідники виокремлюють такі: індустрія «субкультури дитинства»; масова загальноосвітня школа; система національної (державної) ідеології; масові політичні рухи; масова соціальна міфологія, що спрощує складну систему ціннісних орієнтацій людини і різноманіття відтінків світорозуміння до елементарних дуалістичних опозицій; індустрія розваг і дозвілля, яка включає в себе масову художню культуру (крім архітектури), масові постановочно-видовищні вистави, професійний спорт, структури з проведення організованого розважального дозвілля, різні шоу; індустрія оздоровчого дозвілля; система організації,

стимулювання і управління споживчим попитом на речі, послуги, ідеї як індивідуального, так і колективного користування [13, с. 113-120].

Можна стверджувати, що масова культура сама по собі не несе суто негативного значення, але використання форм та механізмів її прояву у гібридному протистоянні може сприяти посиленню дієвості маніпулятивних технологій, «відключенню» критичної функції суспільної та індивідуальної свідомості. Масова культура породжує феномен масової свідомості, яка існує за своїми законами ірраціонального та раціонального спрямування.

Аналізуючи масову свідомість, С. Московичі підкреслював, що зникнення індивідуальних властивостей, розчинення особистостей у групі і т. п. відбувається однаково, незалежно від рівня спроможності чи культури її членів. Було б помилкою вважати, що освічені, чи вищі, шари суспільства краще протистоять колективному впливу, ніж неосвічені, або нижчі, шари, і що сорок академіків поведуть себе інакше, ніж сорок домогосподарок [14, с. 76].

Під час інфодемії також спостерігається переважання колективного «ми» над індивідуальним «я», людина відчуває значний тиск «поширеної думки», оціночних суджень «експертів» та може ставити під сумнів власні переконання. Суб'єкти інфодемічних процесів роблять все можливе для того, щоб відтворити у суспільній свідомості вигідні для них стереотипи, оцінки, бачення ситуації у певному ракурсі. Цьому безумовно сприяє поширення, особливо серед молоді, однієї з форм масової свідомості, яка отримала назву «кліпова свідомість» або «кліпове мислення».

Розмірковуючи про причини виникнення цього феномена, К. Фрумкін виокремлює п'ять передумов, що спричинили появу «кліпового мислення»:

- прискорення темпів життя й безпосередньо пов'язане з ним зростання обсягу інформаційного потоку, що породжує проблематику відбору та скорочення інформації, виділення головного й фільтрації зайвого;
- потреба в більшій актуальності інформації та швидкості її надходження;
- збільшення різноманітності інформації, що надходить;
- збільшення кількості справ, якими одна людина займається одночасно;

- комерціалізація каналів, що передають інформацію;
- зростання діалогічності на різних рівнях функціонування соціальних мереж [15].

Суттєве прискорення динаміки соціальних процесів, збільшення обсягів різнопланової інформації, розвиток інформаційно-комунікаційних технологій стали підґрунтям для поширення серед різних верств населення «кліпового мислення», що у свою чергу дозволило суб'єктам глобального протиборства штучно провокувати інфодемії.

Дослідники стверджують, що «кліпове мислення» призводить до: масового синдрому розладу уваги; втрати бажань пізнання нового; знищення потреби та здатності до творчості, цьому сприяє постійне використання вторинної інформації на рівні її переробки та комбінування; неструктурованості в бажаннях та вчинках; невідповідності образу думок образу життя; непослідовності в прийнятті рішень щодо розв'язання проблем, навіть суто життєвих, та послаблення відповідальності за їхні наслідки; оперування тільки змістами фіксованої довжини, невміння працювати із семіотичними структурами довільної складності та зосередитися на будь-якій інформації на тривалий час; зниження здатності до аналізу та синтезу; «віртуальної наркоманії», залежності від пошуку інформації, комунікації в мережі та інших видах діяльності людини в інформаційному просторі всесвітньої павутини; антиінтелектуалізму та плагіату; масової неосвіченості молоді та феномену гордовитої захопленості своїм неучтвом; абсолютної впевненості у своїй правоті завдяки тому, що люди, які персоніфікують антиінтелектуалізм, не усвідомлюють цієї проблеми; диспропорції між формальним та дійсним рівнем знань; різкому зниженню коефіцієнта засвоєння знань та фактичної успішності навчання тощо [16, с. 40].

У зв'язку з цим у сучасних суспільствах спостерігаються наступні суперечливі тенденції: «В процесі соціалізації молода людина має набувати навичок й необхідних знань для критичного аналізу інформації з якою вона стикається. Своєрідні «когнітивні фільтри» мають стати надійним захистом свідомості від маніпулятивних технологій та дезінформації. В той же час, у

сучасному суспільстві утворилася парадоксальна ситуація – з одного боку збільшується кількість джерел інформації, а з іншого боку пропорційно зростають можливості для інформаційних атак за допомогою цих джерел» [17, с. 21].

Безсумнівно, традиційне, системне сприйняття знань та інформації доповнюється (а у певних випадках замінюється) фрагментарним, яке орієнтовано на форму, фіксацію окремих смислових значень при втраті цілісної картини. Такі трансформації у сприйнятті людиною численних інформаційних потоків глобального й регіонального характеру сформували передумови для існування феномену інфодемії. Для реалізації технологій інфодемії, як керованого процесу з боку суб'єктів глобального протистояння, важливо «виключити» у людини бажання комплексно розглядати ту або іншу проблему, створити атмосферу емоційної напруги для подальшого впливу на її світогляд, мислення, поведінкові настанови.

Коментуючи вищезначені зміни у світосприйнятті людини, М. Антипов доводить, що книжкове мислення в наш час замінюється кліповим – аудіально-візуальним, образним, дещо фрагментарним. Кліпове мислення, на його думку, по-перше орієнтує, в більшості випадків, не на графічний текст, а на образ, який, в свою чергу, здійснює комплексний вплив на свідомість людини через зображення та звук. По-друге, кліпове мислення за своєю природою не передбачає довготривалого зосередження на тому чи іншому тексті: особистість знаходиться в режимі переключення уваги та сприймання в певному ланцюгу кліпів (з сайту – на сайт, з каналу – на канал, з фрагмента – на фрагмент, з кліпу – на кліп). Такий процес може призвести до мозаїчної, еkleктичної картини світу, в якій відсутній певний варіант системності та цілісності. Носій кліпового мислення (кліпової культури взагалі) – це продукт цифрової епохи, який, в свою чергу, адаптований до «інформаційного буму», але з певним дефіцитом осмисленості, глибокого розуміння світу та подій, що в ньому відбуваються [18].

Таким чином, «кліпова свідомість» або «кліпове мислення» є однією з форм масової свідомості поява якої обумовлена такими явищами як глобалізація,

інформатизація та комп'ютеризація суспільних процесів, значне збільшення обсягів інформації у всіх сферах суспільного життя, зниження якості освіти тощо.

Загалом, масова свідомість відрізняється від суспільної свідомості низкою рис, серед яких, на нашу думку, основними є аморфність та стихійність першої й певна структурованість та відносна стабільність другої.

З точки зору науковців, масова свідомість відрізняється від суспільної такими ознаками:

- 1) Оскільки масова свідомість є похідною не лише від глобальних, важко змінюваних особливостей економічної і соціальної систем, а й від більш рухливих чинників, вона є доволі динамічною і мінливою.
- 2) У концепції масової свідомості знання не поділяються на форми і види: науково обґрунтоване і стихійне, правове і моральне переплетені між собою. В основі цього лежить переконання в тому, що свідомість цілісна, всі її сторони перебувають у складному зв'язку, тому їх не можна відокремлювати одна від одної.
- 3) Масова свідомість існує на рівні великих груп. Причому до уваги тут беруться частіше групи, що виникають стихійно, існують короткочасно: юрба, соціальні рухи.
- 4) Масова свідомість доволі суперечлива. Під масовою свідомістю розуміють свідомість, що реально функціонує і впливає на поведінку [19, с. 63].

Засоби та технології інфомедії, в першу чергу, спрямовані на патерни масової свідомості. В наш час, інфомедії активно інспіруються суб'єктами гібридних та інформаційних війн. А. Стадник стверджує: «...якщо розглядати поняття масової свідомості в контексті інформаційної війни, то можна зробити такі висновки:



1) масова свідомість ґрунтується на емоціях людини, що значно спрощує інформаційний вплив на людей в процесі інформаційної війни, так як впливати на почуття людей набагато легше, ніж на розум;

2) неструктурованість масової свідомості, на відміну, наприклад від групової свідомості (класової, етнічної та ін.), де спостерігається спільність індивідів на основі якихось характеристик;

3) зміст масової свідомості можна визначити як нескінченний, він формується в процесі спілкування людей між собою і сприйняття ними інформації;

4) здатність до швидких змін, що робить масову свідомість гнучкою, здатною до соціальних змін;

5) масова свідомість спирається на соціальний досвід, який був отриманий протягом всієї історії життя індивіда. Водночас, на основі осколкових повідомлень і фантастичних зв'язків між ними ця свідомість цілком успішно функціонує в масовому середовищі, породжуючи й утверджуючи ілюзію всеохоплюючого знання про світ і його події» [20, с. 222].

Таким чином, інфодемія може бути технологією інформаційного або гібридного протиборства, вона спрямована на суттєву деформацію або «демонтаж» когнітивних й емоційних структур масової свідомості з метою подальшого керування нею у прихований спосіб.

Важливою передумовою появи феномену інфодемії, окрім вищезазначених, є розповсюдження різноманітних гаджетів та формування своєрідної гаджетозалежності, яку фахівці трактують як різновид предметної залежності.

На думку вітчизняних науковців, предметна залежність – це залежність від різного роду предметів навколишньої дійсності. До цього виду психологічних залежностей ми можемо віднести комп'ютерну залежність, інтернет-залежність, телевізійну залежність, залежність від їжі, лікарську залежність. Предметно залежну особу можна вважати продуктом сучасної цивілізації. Для предметно залежної особи весь світ постає у вигляді специфічних предметів, таких як:

монітори, книги, папери, телефони та ін. В сучасному світі найбільш поширеним варіантом предметної залежності стала залежність від гаджетів (технічних новинок). Особи, що страждають таким видом залежності, проводять велику кількість часу, вивчаючи технічні пристрої, забуваючи про прийом їжі, спілкування з близькими людьми, сон [21, с. 150].

В наш час, гаджети стали невід'ємним атрибутом буття людини, засобом взаємодії у інформаційно-культурному глобальному просторі. Разом з тим, гаджетизація всіх сфер суспільного життя, надаючи людині низку нових можливостей для комфортного існування, створила небезпеку для її духовного й психологічного здоров'я у вигляді різних форм залежності: необхідність перманентної взаємодії з пристроями, що надають доступ до інформації; хворобливе занурення у віртуальний світ послуг, розваг тощо. В контексті нашого дослідження можна стверджувати, що інфодемія у сучасному вигляді була б практично не можлива за відсутності гаджетів. Саме за допомогою сучасних й традиційних засобів масової комунікації здійснюється потужний вплив на свідомість й психіку людини. Вчені стверджують, що механізми й наслідки такого впливу за допомогою телебачення, комп'ютерів, смартфонів тощо є майже однаковими.

Даній проблематиці присвячено багато наукових праць різного спрямування. Зокрема, німецький дослідник фізіологічного впливу телебачення на людину Р. Пацлаф, констатує, що під час телеперегляду витрати енергії тіла людини менші, ніж при неробстві, знижується обмін речовин, знижується частота пульсу на 10 %, людина впадає в проміжний стан між сном та бадьорістю, що є дуже сприятливим для навіювання. Також в цей час у людини виникає явище «завмерлого погляду» разом з почуттям власної активності. Насправді увага людини є повністю підпорядкована процесам, що відбуваються на екрані, переключення уваги відбувається не самостійно під контролем власного «я» свідомо чи підсвідомо, а у відповідності з частотою зміни кадрів та іншими технологіями застосованими операторами та режисерами. Глядач не приймає рішення навіть підсвідомо, рішення прийняли вже за нього, хоча інтерес

до перегляду залишається високим і глядач переконаний, що це його власне бажання. Частота зміни кадрів практично співпадає з частотою природного переключення уваги людини, приблизно 2-4 секунди. Людина, дивлячись на світ навколо, підсвідомо поглядом сканує все, що бачить, довільно переводячи погляд з власного внутрішнього імпульсу, що є вольовою активністю. При «завмерлому погляді» така активність припиняється, атрофуються не лише м'язи ока, а й воля людини. Формується людина з слабкою волею, несамостійна, нездатна приймати власні рішення, і зміни ці є не поверховими, а такими, що є вкоріненими у фізіології людини. Окрім того, при перегляді телебачення, особливо сучасного, у людини немає часу осмислити побачене, у зв'язку з тією ж частотою зміни кадрів та інформації. Поступово людина звикає некритично сприймати побачене. Також запам'ятовування побаченого по телебаченню є гіршим, ніж при читанні, на відміну від поширеної думки про зворотне. Людина перетворюється на бездумного «біоробота», що діє за встановленою кимось невідомим програмою [22, с. 19-63].

Отже, телезалежна, інфозалежна, гаджетозалежна людина є ідеальним об'єктом для інформаційних впливів на що й розраховують суб'єкти штучних інфодемій, гібридних та інформаційних війн.

Продовжуючи вищезначену логіку А. Гриценко підкреслює, що більшість досліджень впливу телевізійних та комп'ютерних технологій зосереджені у таких сферах як маніпулювання свідомістю, захисту від інформаційної агресії, перехоплення ініціативи у інформаційному протиборстві, перехоплення контролю над інформаційними потоками, питаннях як певний технічний засіб чи технологія викликає бажаний результат, і як досягти бажаного «нами», а не «іншими» результату. У даному зрізі людина розглядається як об'єкт, а не особистість, що є необ'єктивним і обмеженим підходом, адже це протирічить природі людини, якій властива самосвідомість та вищі психічні процеси. Якщо не брати це до уваги, здоровий розвиток людини стає неможливим, відбувається фрустрація та невротизація [23, с. 228].

На нашу думку, гаджетозалежність, Інтернет-залежність та інші девіації негативно впливають на розвиток критичного мислення людини, а від так утворюють передумови для поширення інфодемії.

**Висновки.** Інфодемії у сучасному світі можуть виникати спонтанно під впливом суспільнозначущих та глобальних проблем, а також можуть мати штучне походження – наприклад, спровоковані суб'єктами гібридних та інформаційних війн. Незважаючи на походження інфодемій, у будь-якому випадку вони становлять значну загрозу соціальній, регіональній та глобальній стабільності. Інфодемія як соціокультурне явище базується на природньому прагненні людини до знань та інформації, культурних та ментально-історичних особливостях народів. Поява інфодемії як соціального явища стала можливою у зв'язку з наскрізною інформатизацією й комп'ютеризацією суспільних процесів, поширенням глобалізаційних тенденцій, збільшенням потоків інформації у світі та зростанням її значення у житті людини й людства.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Ожеван М. А. Інфодемія Covid-19: механізми протидії. Національний інститут стратегічних досліджень. 2021. URL: [https://niss.gov.ua/sites/default/files/2021-03/az\\_ozevan\\_covid19\\_infodemia\\_final-2.pdf](https://niss.gov.ua/sites/default/files/2021-03/az_ozevan_covid19_infodemia_final-2.pdf) (дата звернення: 18.11.2021).
2. Дорошенко К. Світові інтелектуали про наслідки пандемії коронавірусу для людства. 2020. URL: <https://suspilne.media/20654-svitovi-intelektuali-pro-naslidki-pandemii-koronavirusu-dla-ludstva/> (дата звернення: 18.11.2021).
3. Укрінформ. Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки. Інфодемія: Як Кремль сприяє поширенню COVID-19 в Україні. 2021. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-antifake/3317602-infodemia-ak-kreml-spriaje-posirennu-covid19-v-ukraini.html> (дата звернення: 25.11.2021).
4. Чантурія А.В. Постправа та масова свідомість. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. Соціологічні науки*. 2018. № 9 (323). С. 4-14.
5. Горбенко Н. Постправа як феномен сучасної політики. *Збірник наукових праць ЛОГОС*. 2021. Березень. С. 23-27. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/logos/article/view/10139/9638> (дата звернення: 2.12.2021).
6. Аронсон О. Силы ложного. Опыты неполитической демократии. Москва: Фаланстер, 2017. 446 с.
7. Якимов А.Е. Постправа и повседневность. К проблеме определения понятия «постправа». *Философия и культура*. 2020. № 9. С. 1-8. URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=33801](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=33801) (дата звернення: 4.12.2021).
8. Бутиріна М. В. Масова свідомість як категорія метатеорії масової комунікації. *Культура народів Причорномор'я: научн. журнал*. 2007. № 101. С. 18-22.
9. Рудакевич О. Національні політичні стереотипи (Теоретико-методологічні засади дослідження). *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: політологія, соціологія, філософія*. 2009. Випуск 11. URL:

<http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/25007/1/111%D0%9D%D0%90%D0%A6%D0%86%D0%9E%D0%9D%D0%90%D0%9B%D0%AC%D0%9D%D0%86%20%D0%9F%D0%9E%D0%9B%D0%86%D0%A2%D0%98%D0%A7%D0%9D%D0%86%20%D0%A1%D0%A2%D0%95%D0%A0%D0%95%D0%9E%D0%A2%D0%98%D0%9F%D0%98.pdf> (дата звернення: 5.12.2021).

10. Фельдман П. Я. «Постправда» и «фейк-ньюз» в современном коммуникационном пространстве: перспективы политико-правового регулирования. *Гражданин. Выборы. Власть*. 2019. № 2 (12). С. 134-146.
11. Дротянко Л. Г. Масова культура в інформаційному суспільстві. *Вісник НАУ. Серія: Філософія. Культурологія*. 2009. № 1 (9). С. 141-144.
12. Гойман О. Міфологічний аспект сучасної масової культури. *Проблеми гуманітарних наук. Філософія*. 2014. Вип. 33. С. 54-65.
13. Дон В. А. Словник системного аналізу в державному управлінні. Інститут проблем державного управління та місцевого самоврядування. Київ: НАДУ, 2006. 148 с.
14. Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс / пер. с фр. Т.П. Емельяновой. Москва: Академический проект, 2011. 396 с.
15. Фрумкин К. Г. Клиповое мышление и судьба линейного текста. *Ineternum*. 2010. № 1. URL: [http://nounivers.narod.ru/pub/kf\\_clip.htm](http://nounivers.narod.ru/pub/kf_clip.htm). (дата звернення: 17.10.14).
16. Гич Г. М. «Кліпове» мислення молоді: друг чи ворог навчання? *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу "Києво-Могилянська академія"*. Серія: Педагогіка. 2016. Т. 269. Вип. 257. С. 38-42.
17. Калиновський Ю. Ю. Соціалізація особистості в умовах інформаційної війни: загрози духовній безпеці. Матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції «Соціалізація особистості у сучасних соціокультурних контекстах». Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди. Харків: ХНПУ, 2019. С. 19-22.
18. Антипов М. А. Клиповое мышление как атрибут техногенного общества. 2015. URL: [http://www.penzgtu.ru/fileadmin/filemounts/filosof/staff/publish/antipov/Antipov\\_\\_10.pdf](http://www.penzgtu.ru/fileadmin/filemounts/filosof/staff/publish/antipov/Antipov__10.pdf) (дата звернення: 14.12.21).
19. Городенко Л. М. Поняття «масова свідомість»: принципи формування і демасифікації. *Українське журналістикознавство*. 2013. Вип. 14. С. 62-66.
20. Стадник А. Г. Масова свідомість як об'єкт інформаційної війни. *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна*. 2016. Випуск 10. С. 219-231.
21. Мателега М. М., Азізов С. С. Психологічні особливості залежності як девіантної поведінки особистості. *Психологічні науки: проблеми і здобутки*. 2015. Вип. 7. С. 146-160.
22. Пацлаф Р. Застывший взгляд. Пер. с нем. В. Бакусева. Москва: Evidentis. 2003. 224 с.
23. Гриценко А. В. Ризики впливу телевізійних та комп'ютерних технологій на розвиток психіки людини в добу інформаційного протистояння. URL: <http://appsychology.org.ua/data/jrn/v3/i14/11.pdf> (дата звернення: 15.12.21).

## REFERENCES

1. Ozhevan, M.A. (2021). Infodemiia Covid-19: mekhanizmy protydii. Natsionalnyi instytut stratehichnykh doslidzhen. URL: [https://niss.gov.ua/sites/default/files/2021-03/az\\_ozhevan\\_covid19\\_infodemia\\_final-2.pdf](https://niss.gov.ua/sites/default/files/2021-03/az_ozhevan_covid19_infodemia_final-2.pdf) [in Ukrainian].
2. Doroshenko, K. (2020). Svitovi intelektualy pro naslidky pandemii koronavirusu dlia ludstva. URL: <https://suspilne.media/20654-svitovi-intelektuali-pro-naslidki-pandemii-koronavirusu-dla-ludstva/> [in Ukrainian].
3. Ukrinform. (2021). Tsentr stratehichnykh komunikatsii ta informatsiinoi bezpeky. Infodemiia: Yak Kreml spryiaie poshyrenniu COVID-19 v Ukraini. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-antifake/3317602-infodemia-ak-kreml-spryiae-poshyrenniu-covid19-v-ukraini.html> [in Ukrainian].

4. Chanturiia, A.V. (2018). Postpravda ta masova svdomist. *Visnyk LNU imeni Tarasa Shevchenka. Sotsiologichni nauky – Bulletin of Taras Shevchenko LNU. Sociological sciences*, 9 (323), 4-14 [in Ukrainian].
5. Horbenko, N. (2021). Postpravda yak fenomen suchasnoi polityky. *Zbirnyk naukovykh prats AHOΣ – Collection of scientific papers AIOΓOΣ, Berezen*, 23-27. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/logos/article/view/10139/9638> [in Ukrainian].
6. Aronson, O. (2017). *Sily lozhnogo. Opyty nepoliticheckoj demokratii*. Moskva: Falanster [in Russian].
7. Jakimov, A.E. (2020). Postpravda i povsednevnost'. K probleme opredelenija ponjatija «postpravda». *Filosofija i kul'tura – Philosophy and culture*, 9, 1-8. URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=33801](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=33801) [in Russian].
8. Butyrina, M.V. (2007). Masova svdomist yak katehoriia metateorii masovoi komunikatsii. *Kultura narodov Prychernomoria: nauchn. Zhurnal – Culture of the Circum-Pontic region: sci. journal*, 101, 18-22 [in Ukrainian].
9. Rudakevych, O. (2009). Natsionalni politychni stereotypy (Teoretyko-metodolohichni zasady doslidzhennia). *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Serii: politolohiia, sotsiologhiia, filosofii – Scientific Bulletin of Uzhhorod University. Series: Political Science. Sociology. Philosophy, issue 11*. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/25007/1/111%D0%9D%D0%90%D0%A6%D0%86%D0%9E%D0%9D%D0%90%D0%9B%D0%AC%D0%9D%D0%86%20%D0%9F%D0%9E%D0%9B%D0%86%D0%A2%D0%98%D0%A7%D0%9D%D0%86%20%D0%A1%D0%A2%D0%95%D0%A0%D0%95%D0%9E%D0%A2%D0%98%D0%9F%D0%98.pdf> [in Ukrainian].
10. Fel'dman, P.Ja. (2019). «Postpravda» i «fejk-n'juz» v sovremennom kommunikacionnom prostranstve: perspektivy politiko-pravovogo regulirovanija. *Grazhdanin. Vybory. Vlast' – Citizen. Elections. Power*, 2 (12), 134-146 [in Russian].
11. Drotianko, L.H. (2009). Masova kultura v informatsiinomu suspilstvi. *Visnyk NAU. Serii: Filosofii. Kulturolohiia – Bulletin of NAU. Series: Philosophy. Culturology*, 1 (9), 141-144 [in Ukrainian].
12. Hoiman, O. (2014). Mifolohichni aspekt suchasnoi masovoi kultury. *Problemy humanitarnykh nauk. Filosofii – Problems of Humanities. Philosophy, issue 33*, 54-65 [in Ukrainian].
13. Don, V.A. (2006). *Slovyk systemnoho analizu v derzhavnomu upravlinni. Instytut problem derzhavnoho upravlinnia ta mistsevoho samovriaduvannia*. Kyiv: NADU [in Ukrainian].
14. Moskovichi, S. (2011). *Vek tol. Istoricheskij traktat po psihologii mass / per. s fr. T.P. Emel'janovoj*. Moskva: Akademicheskij proekt [in Russian].
15. Frumkin, K.G. (2010). Klipovoe myshlenie i sud'ba linejnogo teksta. *Ineternum, 1*. URL: [http://nounivers.narod.ru/pub/kf\\_clip.htm](http://nounivers.narod.ru/pub/kf_clip.htm). [in Russian].
16. Hych, H.M. (2016). «Klipove» myshlenia molodi: druh chy voroh navchannia? *Naukovi pratsi Chornomorskoho derzhavnoho universytetu imeni Petra Mohyly kompleksu "Kyievo-Mohylianska akademiia"*. Serii: Pedagogika – *Scientific works of Petro Mohyla Black Sea State University of the Kyiv-Mohyla Academy complex. Series: pedagogy, Vol. 269, issue 257*, 38-42 [in Ukrainian].
17. Kalynovskyy, Yu.Yu. (2019). Sotsializatsiia osobystosti v umovakh informatsiinoi viiny: zahrozy dukhovnii bezpetsi. Materialy Kh Mizhnarodnoi naukovopraktychnoi konferentsii «Sotsializatsiia osobystosti u suchasnykh sotsiokulturnykh kontekstakh». Kharkivskyy natsionalnyi pedagogichnyi universytet imeni H.S. Skovorody. Kharkiv: KhNPU, 19-22 [in Ukrainian].
18. Antipov, M.A. (2015). Klipovoe myshlenie kak atribut tehnogennoho obshchestva. URL: [http://www.penzgtu.ru/fileadmin/filemounts/filosof/staff/publish/antipov/Antipov\\_\\_10.pdf](http://www.penzgtu.ru/fileadmin/filemounts/filosof/staff/publish/antipov/Antipov__10.pdf) [in Russian].

19. Horodenko, L.M. (2013). Poniattia «masova svidomist»: pryntsyipy formuvannia i demasyfikatsii. *Ukrainske zhurnalistykoznavstvo – Ukrainian journalism, issue 14, 62-66* [in Ukrainian].
20. Stadnyk, A.H. (2016). Masova svidomist yak ob'iekt informatsiinoi viiny. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriiia sotsiologichna – Bulletin of Lviv University. Sociological series, issue 10, 219-231* [in Ukrainian].
21. Mateleha, M.M., Azizov, S.S. (2015). Psykholohichni osoblyvosti zalezhnosti yak deviantnoi povedinky osobystosti. *Psykholohichni nauky: problemy i zdobutky – Psychological sciences: problems and achievements, issue 7, 146-160* [in Ukrainian].
22. Paclaf, R. (2013). Zastyvshij vzgljad. Per. s nem. V. Bakuseva. Moskva: Evidentis [in Russian].
23. Hrytsenko, A.V. Ryzuky vplyvu televiziinykh ta komp'uternykh tekhnolohii na rozvytok psykhyky liudyny v dobu informatsiinoho protystoiannia. URL: <http://appspsychology.org.ua/data/jrn/v3/i14/11.pdf> [in Ukrainian].

**Калиновский Юрий Юрьевич**, доктор философских наук, профессор, профессор кафедры философии, Национальный юридический университет имени Ярослава Мудрого, г. Харьков, Украина

**Жданенко Светлана Борисовна**, кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры философии, Национальный юридический университет имени Ярослава Мудрого, г. Харьков, Украина

#### **СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ИЗМЕРЕНИЕ ИНФОДЕМИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ**

*Определена социокультурная сущность инфодемии как фактора социальной нестабильности в глобальных процессах современности. Доказано, что распространение массовой культуры и массового сознания послужило основой для появления инфодемии. Раскрыто влияние стереотипов общественного сознания на процесс распространения дезинформации. Обосновано, что инфодемия может являться составной частью информационной и гибридной войн. Проанализированы негативные последствия информатизации и компьютеризации общественной жизни в контексте развития критического мышления, появления «клипового сознания» и гаджетозависимости.*

**Ключевые слова:** инфодемия, массовое сознание, массовая культура, стереотипы общественного сознания, информационная война, постправда.

**Kalinovsky Yuriy Yuriyovych**, Doctor of Philosophy, Professor, Professor of the Department of Philosophy, Yaroslav Mudryi National Law University, Kharkov, Ukraine

**Zhdanenko Svitlana Borysivna**, PhD in Philosophy, Associate Professor, Associate Professor of Philosophy Department, Yaroslav Mudryi National Law University, Kharkiv, Ukraine

#### **SOCIOCULTURAL DIMENSION OF INFODEMIC UNDER CONDITIONS OF GLOBAL INSTABILITY**

*The socio-cultural essence of infodemic, as a factor of social instability in the global processes of our time, has been determined. It has been proved that the spread of mass culture and mass consciousness served as the basis for the emergence of infodemic. The influence of stereotypes of public consciousness on the process of spreading misinformation has been revealed. It has been substantiated that infodemic can be an integral part of information and hybrid wars. Negative consequences of public life informatization and computerization, in the context of the critical thinking development, the emergence of "clip consciousness" and gadget addiction have been analysed.*

**Key words:** infodemic, mass consciousness, mass culture, stereotypes of public consciousness, information war, post-truth.