

DOI: 10.15421/171866

УДК: 316.485.26:316.454.3:316.454.5

Теория массового сознания: возможности и ограничения в условиях неконвенциональной войны (по результатам исследований на свободной территории Луганской области)

Кононов И. Ф., Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко

В статье рассматриваются возможности теории массового сознания в условиях неконвенциональных войн. Показано, что в условиях конвенциональных войн государства сохраняют монополию на военную силу и на пропаганду. Неконвенциональные войны ведутся силами государственных и негосударственных военизированных формирований, информационное противостояние тоже осуществляется разнообразными субъектами борьбы.

В конвенциональных войнах государственная пропаганда подчиняется будущей победе как общественному благу, в которое все граждане должны внести вклад. В неконвенциональных войнах информационная борьба преследует тактические цели, которые определяются разнообразными внутренними и внешними политическими субъектами.

Средства добиться лояльности населения в регионах, которые становятся театрами военных действий, разрабатываются в рамках теории массового сознания. Эта теория складывалась на основе двух исследовательских позиций, которые можно назвать «сознание масс» и «общественное мнение».

В статье рассматриваются результаты эмпирических исследований, проведенных в рамках проекта «Массовое сознание в зоне военного конфликта на Донбассе» научным коллективом кафедры философии и социологии Луганского национального университета имени Тараса Шевченко. Они показывают, что в прифронтовой зоне массовое сознание мирного населения складывается преимущественно в сетевых структурах. Новые массы формируются без вождей, с подозрительностью к политике как таковой. Они являются продуктами сетевой самоорганизации.

Ключевые слова: массовое сознание; общественное мнение; маса; война; неконвенциональная война; Донбасс

Theory of Mass Consciousness: opportunities and limitations under conditions of unconventional warfare (Based on the results of studies on the Government controlled territory of Luhansk oblast)

Kononov I.F., Luhansk Taras Shevchenko National University

The article deals with possible applicability of the theory of mass consciousness under conditions of nonconventional warfare. It is shown that in conventional wars, governments retain monopoly on military force and propaganda. Unconventional wars involve government and non-government paramilitary forces as well as information confrontation is also carried out by various actors. Conventional wars assume exerting every effort of a country, what inevitably affects financial welfare of the majority of its citizens. In non-conventional wars costs are borne by the population in the form of direct and especially indirect taxes. Commodity markets keep function as in peacetime. Social differentiation does not decrease, but sometimes it increases significantly. Most citizens therefore perceive such wars as a matter of elite groups.

In conventional wars state propaganda is subject to future victory as a public good where all citizens must contribute. In nonconventional wars information struggle pursues tactical goals that are determined by a variety of internal and external political actors.

The means to achieve loyalty of the population in the regions that become theaters of military operations are being developed within the framework of the theory of mass consciousness. This theory was formed on the basis of two research stands, which can be called «consciousness of masses» and «public opinion». Both concepts arose at different times in the social and political discourse of France. «Public opinion» appears in the texts of J.-J. Rousseau. The theory of forms of consciousness of mass formations was proposed by G. Lebon and G. Tard.

Development of the research position, designated by the term «public opinion», in the most complete form was carried out in the United States. The greatest contribution to the methodological revolution, which made surveys scientific, was made by George Gallup, Archibald Crossley, Elmo Roper and Hadley Cantril. American researchers preferred to use operational definitions of public opinion.

In the US the methodological revolution in conducting surveys relied not on the achievements of sociology but on the theory of statistics. Interviews practice itself evolved as a tool needed to manage on the market. It concerned not only commodity and stock markets, but also political market. In fact, on the political one public opinion served as the «invisible hand of the market» of Adam Smith.

Both research positions were brought together by B. Grushin, who considered the concept of «mass consciousness» to be the basis in this association. He viewed public opinion as an appraisal reaction of mass consciousness to certain events or problems of public life. Studies by Grushin showed that mass consciousness is inseparable from the institutions of mass communication.

The article examines results of empirical studies conducted within the project «Mass Consciousness in the Zone of Military Conflict in Donbass» by the research team of the Department of Philosophy and Sociology of Luhansk Taras Shevchenko National University. These results show that in the front-line zone the mass consciousness of the civilian population is formed mainly in network structures. New masses are being formed without leaders, with suspicious attitude to politics as such. They are products of networked self-organization.

Keywords: mass consciousness; public opinion; mass; war; unconventional warfare; Donbass

Теорія масової свідомості: можливості та обмеження в умовах неконвенційної війни (за результатами досліджень на вільній території Луганської області)

Кононов І.Ф., Луганський національний університет імені Тараса Шевченка

У статті розглядаються можливості теорії масової свідомості в умовах неконвенціональних воєн. Показано, що в умовах конвенціональних воєн держави зберігають монополію на військову силу і на пропаганду. Неконвенціональні війни ведуться силами державних і недержавних воєнізованих формувань, інформаційне протистояння теж здійснюється різноманітними суб'єктами боротьби.

У конвенціональних війнах державна пропаганда підпорядковується майбутній перемозі як суспільному благу, в яке всі громадяни повинні зробити внески. У неконвенціональних війнах інформаційна боротьба переслідує тактичні цілі, які визначаються різноманітними внутрішніми і зовнішніми політичними суб'єктами.

Засоби домогтися лояльності населення в регіонах, які стають театрами військових дій, розробляються в рамках теорії масової свідомості. Ця теорія склалася на основі двох дослідницьких позицій, які можна назвати «свідомість мас» і «громадська думка».

У статті розглядаються результати емпіричних досліджень, проведених в рамках проекту «Масова свідомість в зоні воєнного конфлікту на Донбасі» науковим колективом кафедри філософії та соціології Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Вони показують, що в прифронтовій зоні масова свідомість мирного населення складається переважно в мережевих структурах. Нові маси формуються без вождів, з підозрілістю до політики як такої. Вони є продуктами мережевої самоорганізації.

Ключові слова: масова свідомість; громадська думка; маса; війна; неконвенціональна війна; Донбас

*«Всего страшнее отрешенное спокойствие,
с которым мы изучаем и обсуждаем
непереносимую трагедию»
Ноам Хомский*

Постановка проблемы.

Одним из факторов выигрыша в войне с внешним агрессором является лояльность мирного населения к своему государству. В силу этого войны Нового времени предполагают такую составляющую, как пропаганда. В информационной борьбе сталкиваются позитивные автостереотипы и негативные гетеростереотипы, утверждение истинности собственной позиции и деконструкция позиции противника. Для достижения успеха стороны конфликта стремятся к установлению монополии информационного воздействия на своих граждан и к слову этой монополии на территории противника. Как писал Уолтер Липпман, пропаганда уже в период Первой мировой войны стремилась превратить все население по одну из сторон фронта в *union sacrée*¹

[12, с. 35], что же касается солдат противника, то «им нужны были именно люди – звери» [12, с. 173].

Сказанное характерно для всех современных войн. Однако в неконвенциональных войнах ситуация информационной борьбы приобретает существенную специфику. Можно сказать, что в конвенциональных войнах, которые предполагают учет норм международного права, государства сохраняют монополию на вооруженное насилие, а с ним и на пропаганду. Неконвенциональные войны ведутся как «войны по доверенности» с использованием квазигосударственных или вовсе негосударственных военных формирований. У этих конфликтов очень сложный внешнеполитический фон: за непосредственно борющимися сторонами всегда отчетливо видны иные субъекты мировой политики.

¹ Священный союз (фр.)

Театр военных действий в неконвенциональных войнах в подавляющем большинстве случаев локальный и ограничивается регионом или несколькими регионами страны. Участие в подобных конфликтах квазигосударственных и негосударственных отрядов влияет на саму атмосферу событий. Зона конфликта пронизывается нелегитимными практиками (контрабанда, незаконное перемещение людей, имитация военных действий для достижения частных целей и т.д.). Когда война приобретает позиционный характер, возникает резкое различие между линией противостояния и остальной территорией страны, которая внешне возвращается к мирной жизни. Однако из зоны конфликта распространяются оружие и практики насильственного решения любых проблем.

Информационная составляющая неконвенциональной войны обеспечивается противоречивым симбиозом государственных и негосударственных СМИ и иных акторов информационной борьбы. Сейчас основное противостояние разворачивается в виртуальном пространстве. Если в воюющей стране существует много центров политического влияния, то представляющие их акторы действуют по-разному. Для них большее значение имеют интересы их патронов, нежели достижение такого общественного блага как победа. Важную роль в такой борьбе играют фейки и работа с образами, влияющими на настроение, а не со смыслами и фактами.

Целью любой пропаганды является эффективное воздействие на массовое сознание. В конвенциональных войнах эффект достигается через прямое подавление инакомыслия в условиях монополизации информационных потоков. Властными методами усиливается необходимая модальность общественного мнения, а иные позиции делаются нелегальными или попросту криминализируются. Массовое сознание приобретает репрессивный характер по отношению к индивиду.

В неконвенциональных войнах, как правило, полная монополизация информационных потоков трудноосуществима. Население сталкивается с многообразием интерпретации событий. Политтехнологические эксперименты обуславливаются частными интересами и внешнеполитическими вмешательствами. Как в этих ситуациях ведет себя массовое сознание в зоне ведения боевых действий доподлинно неизвестно. К тому же исследовательские практики, которые должны дать об этом информацию, сами вплетены в политтехнологическую деятельность. В этой связи в переосмыслении нуждается сама теория массо-

вого сознания. Следует выяснить, насколько она применима в условиях кризиса и войны. Война на Донбассе за прошедшие четыре года дает для этого обширный материал.

Анализ исследований и публикаций.

Количество научных публикаций по проблемам массового сознания и такого его формообразования как общественное мнение воистину необозримо. Этапными здесь являются работы Г. Лебона, Г. Тарда, Д. Лукача, А. Богданова, У. Липпмана, Дж. Гэллага, А. Кроссли, Э. Роупера, Х. Кэнтрила, Э. Ноэль-Нойман, П. Бурдьё, П. Шампаня, Б. Грушина, Б. Докторова, Г. Почепцова. В настоящий период эта проблематика все больше рассматривается в политтехнологическом ключе, ярким примером чего являются работы В. Соловья. В украинской научной литературе С. Хобта и А. Дроздов сделали прекрасные обзоры современного состояния исследований этой проблематики.

Цель исследования – проанализировать возможности теории массового сознания как аналитико-методологического инструмента изучения ценностей, настроений, поведенческих установок мирного населения в ходе военного конфликта на Донбассе, возможные направления его развития в результате накопления новых фактов, не предполагающихся в рамках наличных теоретических конструкций.

Изложение основного материала.

Для реализации поставленной цели предпринята историческая реконструкция теории массового сознания. Ныне доминирующая теория массового сознания в ходе военного конфликта на Донбассе сталкивается с эмпирическими фактами, которые не могут быть объяснены в её рамках. Нами предлагается направление ее развития с учетом современных войн и общественных кризисов.

Теория массового сознания

Изучение коллективных духовных образований в мировой социологии осуществлялось с двух исследовательских позиций, которые очерчивали одно предметное поле, но несколько по-разному. Одну позицию определили через понятие «общественное мнение», а вторую – через понятия «массовое сознание» или «сознание масс». Традиция фиксации общественного мнения насчитывает уже около 300 лет.

Элизабет Ноэль-Нойман в монографии «Общественное мнение. Открытие спирали молчания» главу VII назвала «Жан-Жак Руссо вводит

в оборот понятие «общественное мнение». В ней прямо указывается, что французский мыслитель впервые употребил словосочетание «l'opinion publique» в письме из Венеции к министру иностранных дел Франции Амелоту в 1744 г. Размышления над природой общественного мнения привели его к важнейшему понятию общей воли [21, с. 228 - 232]. Э. Ноэль-Нойман даже заключает: «Volonte generale можно представить себе как сгусток общественного мнения, а сама она в концентрированном виде отражена в законах. Законы суть только подлинные акты общей воли» [15].

Впрочем, утверждение немецкой исследовательницы о первооткрывателе общественного мнения не следует понимать буквально. В главе XXV того же сочинения она утверждает, что уже Иоанн Солсберийский в трактате «Поликратик, или О забавах придворных и заветах философов» (1159 г.) пользовался двумя латинскими словосочетаниями «publica opinio» и «opinio publica». Э. Ноэль-Нойман даже заявляет, что «...наша тема – общественное мнение – прослеживается в западном мышлении с возникновения письменности» [15]. Остается удовлетвориться объяснением, что в разные эпохи под общественным мнением понимали разное, а в понятийную форму представления о нем отделились в XVIII в. Именно с этого времени можно говорить о теоретической непрерывности его анализа. При этом субъект общественного мнения смещался от «общества» в понимании «света» (представителей высшего сословия) к совокупности граждан (прежде всего, в роли избирателей). В наиболее завершённой форме этот дрейф произошел в США.

Вторая аналитическая позиция сформировалась во второй половине XIX в. усилиями Гюстава Лебона и Габриеля Тарда. Первый из названных авторов, врач по профессии, для нашей темы, между прочим, интересен и тем, что к своим идеям пришел через наблюдения над поведением больших масс людей в условиях войны (речь о Франко-прусской войне 1870–1871 гг.). Можно сказать, что обстоятельства войны стали толчком к самой кристаллизации понятия «массовое сознание».

Впрочем, было бы несправедливо выводить аналитическую позицию лишь из эмпирических наблюдений. Г. Лебон исходил из представления о коллективной личности расы или народа. Он считал, что расы формируются в процессе длительной коммуникации людей в пространстве общей деятельности, которая приводит к образованию плотной сети связей. «...Как раз эта сеть общих традиций, идей чувств, верований, способов

мышления составляет душу народа» [11, с. 137]. Идея народной души отсылает к традиции Вильгельма Гумбольдта и Иоганна-Готфрида Гердера. Г. Лебон парадоксальным образом поместил их в контекст политического макиавеллизма и расизма.

Отражая социально-политические реалии конца XIX в., Г. Лебон сделал вывод: «Наступающая эпоха будет поистине эрой масс» [11, с. 180]. Синонимом массы для него была толпа. Толпы – разрушители мертвых социальных тел. Для них характерно особое состояние психики: «Главной характерной чертой нашей эпохи служит именно замена сознательной деятельности индивидов бессознательной деятельностью толпы» [11, с. 175].

Г. Лебон трактовал толпу расширительно, считая её разновидностями касты и классы, избирателей и парламентариев. Суть здесь не в качествах людей, а в характере связи между ними. Именно так нужно понимать его утверждение: «Как только несколько индивидов соберутся вместе, то они уже составляют толпу, даже в таком случае, если они – выдающиеся ученые» [11, с. 209]. Качеством связей, которыми люди превращаются в толпу, является «одномерность» (воспользуюсь здесь термином Г. Маркузе). Г. Лебон такого термина не употребляет, но писал, что толпа объединяет людей, усредняя их, нивелируя различия между ними: «...Исчезновение сознательной личности, преобладание личности бессознательной, одинаковое направление чувств и идей, определяемое внушением, и стремление превратить немедленно в действие внушенные идеи – вот главные черты, характеризующие индивида в толпе. Он уже перестает быть самим собой и становится автоматом, у которого своей воли не существует» [11, с. 197].

У Г. Лебона еще нет понятия «массовое сознание». Он говорит о душе толпы, а толпу уподобляет организму. «Образуется коллективная душа, имеющая, конечно, временный характер, но и очень определенные черты» [11, с. 189]. Чем многочисленнее толпа, тем больше у её участников чувство силы, которое позволяет человеку толпы «...поддаваться таким инстинктам, которым он никогда не дает волю, когда бывает один. <...> Чувство ответственности, сдерживающее всегда отдельных индивидов, совершенно исчезает в толпе» [11, с. 195]. Эмоции толпы чрезвычайно заразны. Люди в ней как бы спят наяву или пребывают под действием гипноза, становясь чрезвычайно внушаемыми. При этом они жаждут активного коллективного действия, что порождает потребность в вожде. «В толпе людей вождь часто бывает только вожаком, но тем не менее роль его

значительна. Его воля представляет то ядро, вокруг которого кристаллизуются и объединяются мнения» [11, с. 286 - 287].

Французский социолог обратил внимание на противоречивый характер сознания толпы, на соединение в нем несоединимых представлений. Он предложил интересное объяснение этому: «Толпа мыслит образами, и вызванный в её воображении образ в свою очередь вызывает другие, не имеющие никакой логической связи с первым» [11, с. 206].

Г. Лебон стремился не демонизировать толпу. Он отрицал существование преступных толп. По его мнению, «преступления толпы всегда вызваны каким-нибудь очень могущественным внушением, и индивиды, принявшие участие в совершении этого преступления, убеждены, что они исполняли свой долг, чего нельзя сказать об обыкновенном преступнике» [11, с. 331]. Он писал: «Толпа легко становится палачом, но также легко она идет и на мученичество» [11, с. 202]. В деятельности масс выявляют себя ценности и формируются связанные с ними институты: «Не при помощи рассудка, а всего чаще помимо него народились такие чувства, как честь, самоотвержение, религиозная вера, любовь к славе и к отечеству – чувства, которые были до сих пор главными пружинами всякой цивилизации» [11, с. 285].

Параллельно с Г. Лебоном и в критическом диалоге с ним теорию сознания массовых групп разрабатывал французский юрист и социолог Габриель Тард. Он пытался дистанцироваться от крайностей социального реализма: «Выражению коллективная психология или социальная психология часто придают фантастический смысл, от которого прежде всего необходимо освободиться. Он заключается в том, что мы представляем себе коллективный ум, коллективное сознание как особое мы, которое будто бы существует вне или выше индивидуальных умов» [23]. Но чаще в ходе анализа его рассуждения не сильно отличаются Г. Лебона: «Таков коллективный ум: образы следуют друг за другом отрывочно, набегая один на другой, нарастая без связи, как в мозгу уснувшего или загнипнотизированного человека, и каждый из этих образов захватывает все поле внимания. И тем не менее, большинство индивидуальных умов, составляющих этот коллективный ум, стекающихся для того, чтобы образовать эту великую массу, называемую общественным мнением, способны к последовательности и порядку при группировке своих идей» [23].

Г. Тард справедливо критиковал Г. Лебона за расширительное использование понятия «толпа».

Сам он считает необходимым отделить от толпы публику. Последним термином он называл аудитории СМИ. Толпа, как форма человеческого единства, старше публики, являясь исторически первой ступенью ассоциации. «Возникновение публики стало возможным не раньше начала широкого распространения книгопечатания в XVI в.» [23]. Эти образования различны и по пространственно-временному характеру связей: толпа всегда концентрируется в конкретное время в конкретном пространстве, публика рассредоточена и существует длительное время.

Г. Тард стремился к системному анализу объектов исследования. Он рассматривает способы классификации публики и толп, не разделяя их непроходимой пропастью. Наоборот, по его мнению, публика может на определенном этапе порождать толпы, когда, скажем, какая-то новость заставляет её членов выйти на улицы. «И в этом смысле публика может быть определена как толпа в возможности» [23]. Диалектика толпы и публики ситуационна, но в целом свою эпоху Г. Тард считал временем публики. В разные её виды превращаются все общественные группы. Благодаря такому виду массовизации «...мир идет по пути интеллектуализации» [23].

Теоретический анализ требует учитывать связи толп и разновидностей публики не только между собой, но и с такими устойчивыми структурами как корпорации и секты. Последние структурные элементы общества требуют определенного прояснения, так как не совпадают с нынешней понятийной сеткой описания социальной структуры. Секта, в понимании Г. Тарда, – это группа людей, объединенных одной идеей, которую они фанатично защищают. Под это определение подпадают и религиозные секты, и политические партии, и научные или художественные школы. Корпорации можно понять, как разнообразные институциональные образования (профессиональные группы, организации и пр.). «...Корпорации идут дальше, нежели толпы, как в дурном, так и в хорошем» [23].

Толпам, которые руководствуются внушенными идеями, вожди поставляются сектами. Г. Тард усматривал серьезную опасность в массовизации общества: «Современная нация, благодаря продолжительному влиянию эгалитарных идей, имеет тенденцию снова стать большой сложной толпой, которую направляют, в большей или меньшей степени, национальные и местные вожаки» [23].

Некоторые идеи Г. Тарда интересны с точки зрения экспликации их возможностей при анализе кризисных периодов в жизни общества. Он был

убежден, что есть преступные вожди, преступные публицисты, преступные публики и преступные толпы. Однако, ответственность за преступления распределяется по-разному: «От вождей толпы или мятежа всегда можно требовать ответа за коварство и искусство, которое проявила толпа при совершении своих убийств, грабежей и пожаров, но не всегда они ответственны за ярость и количество бед, причиненной преступной заразностью толпы» [23]. Интеллектуалам и сейчас полезно вспоминать слова французского исследователя: «...Достаточно слабой закваски злости для того, чтобы поднялось огромное тесто глупости» [23].

Г. Тард выделял в сознании масс образование, имеющее прямое отношение к власти, – общественное мнение. В нем он усматривал два аспекта: «...В слове мнение обыкновенно смешиваются два понятия, которые, правда, спутаны, но которые должен различать тщательный анализ: мнение в собственном смысле слова – совокупность суждений, и общая воля – совокупность желаний» [23]. Мнения вырабатываются в коммуникации через разговор. Г. Тард анализирует разные виды разговоров и заключает: «Кафе, клубы, салоны, лавки, какие-либо места, где ведутся разговоры – вот настоящие фабрики власти» [23].

Общественное мнение существует не само по себе, а в единстве с другими коллективными духовными образованиями, участвуя в их общей динамике. «Прежде чем приобрести общественное мнение и сознать его таковым, индивиды, составляющие нацию, сознают, что обладают общей традицией и сознательно подчиняются решениям разума, который считается высшим. Таким образом, у этих трех разветвлений общественного духа мнение начинает развиваться последним, но быстрее всего увеличивается, начиная с известного момента; и оно увеличивается в ущерб двум другим» [23].

Г. Лебон и Г. Тард создали тот понятийный тезаурус, которым до настоящего времени пользуются исследователи массового сознания. Он позволяет строить теоретические конструкции *ad hoc* применительно к тому или иному исследованию. В рамках этого тезауруса были созданы мифолого-идеологические картины «восстания масс» [16]. В его же рамках разрабатывались политтехнологические рекомендации для власти имущих. Но в его же рамках предпринимались попытки создать инструментарий для фиксации и измерения формообразований массового сознания.

Существенный сдвиг в практиках эмпирических исследований массовых образований обще-

ственного сознания (прежде всего, общественного мнения) и в самом исследовательском дискурсе по этому поводу произошел в 1930-е гг. в США. Он был обусловлен методологической революцией в опросных методах, которую прежде всего связывают с Джорджем Гэллапом. Понятно, что такие изменения не совершаются отдельными героями, но деятельность Дж. Гэллапа стала точкой кристаллизации в поисках надежной методологии получения достоверной информации о состоянии общественных установок, настроений и намерений больших масс людей. Борис Докторов, тщательно изучивший методологические сдвиги в опросных методах в США, сделал вывод, что они были делом рук около 100 человек, которых можно считать отцами-основателями изучения общественного мнения. Но особую роль сыграли четыре человека, соединявшие в себе таланты как ученых, так и организаторов-предпринимателей: Джордж Гэллап, Арчибальд Кроссли, Элмо Роупер и Хэдди Кэнтрил [5, с. 26-27].

Б. Докторов рассматривает переход от «соломенных опросов» (*straw polls*) к массовым опросам по статистически выверенным выборкам с использованием контролируемых процедур взаимодействия интервьюеров и респондентов как переход от донаучного к научному этапу изучения общественного мнения. Целиком можно согласиться с тем, что «научность – базовая характеристика гэллаповского подхода к изучению общественного мнения» [5, с. 452]. Однако, следует обратить внимание на то, чего касается эта научность. Вновь сошлюсь на точную характеристику Б. Докторова: «В частности, научность подразумевает репрезентативность финальной выборки, валидность используемых шкал, продуманность процесса сбора первичной информации, адекватность приемов обработки данных» [5, с. 453]. В сущности, речь идет о научности методов сбора первичной информации и методах её обработки для получения социально-статистических фактов. Несколько утрируя, но тем самым выпячивая суть проблемы, можно сказать, что теоретическим уровнем при получении эмпирического знания в этом случае выступала не социология, а статистика. Не случайно отцы-основатели изучения общественного мнения в США себя называли полстерами и даже с представителями эмпирически ориентированной Чикагской социологической школы контактировали эпизодически и поверхностно [5, с. 292].

В принципе, такое изменение исследовательской ситуации соответствует интенциям науки Нового

времени, которая добилась успехов, перейдя от сущностных к операциональным определениям. Эту тенденцию схватил Огюст Конт, говоря о переходе от вопроса «ЧТО?» к вопросу «КАК?» [1, с. 121].

Однако, в случае исследования общественного мнения за операциональными подходами к его пониманию просматривался иной план, связанный с функциями массовых опросов. Реакции на это колеблются от недоумения до резкого неприятия. Скажем, Э. Ноэль-Нойман ссылаясь на американского исследователя Гарвуда Чилдса, который насчитал еще в 1965 г. 50 различных определений общественного мнения в научной литературе. Она относительно некоторых определений иронично высказывалась, что они подобны определению атмосферного давления через описание барометра [15]. Во Франции же возникло целое направление критики массовых опросов. П. Бурдьё даже создал текст с однозначным названием «Общественное мнение не существует». В нем он критикует опросы как с точки зрения логики исследовательского процесса, так и с точки зрения общественных функций. С логико-методологических позиций опросы несостоятельны в силу предположений о том, что 1) все имеют мнение; 2) все мнения значимы и обладают равной силой; 3) в обществе есть консенсус в отношении вопросов [2, с. 272]. С точки зрения общественных функций опросы навязывают обществу определенную проблематику, осуществляют манипуляцию сознанием людей [2, с. 280]. П. Шампань сосредоточился на манипулятивной функции опросов общественного мнения, вписав их в общий процесс упадка демократической политики как представительства и согласования интересов различных социальных групп. Он писал: «В действительности же политическое пространство парадоксальным образом изменилось так, что замыкается на самом себе. Политическая игра все больше и больше превращается в сугубо профессиональное дело специалистов, которые (в особенности при помощи общественного мнения) претендуют на то, что «дают народу возможность говорить». На самом же деле мы слышим чревоушителей, выдающие свой голос за голоса марионеток» [30].

Действительно, в американской практике массовых опросов изучение общественного мнения вплетено в некую рыночную логику. Во-первых, сама их методология отрабатывалась маркетологами и специалистами по рекламе [5, с. 46-70]. Во-вторых, выборы – деятельность на политическом рынке, который по законам сходен с товарным и фондовым рынками. У политиков задача

– продвинуть и продать товар. Реакция рынка является через изучение совокупной реакции индивидов на некое предложение. В политике тоже действуют системные факторы спроса и предложения. Общественное мнение – это политическая ипостась смитовской «невидимой руки рынка». Люди на политическом рынке уравниваются как граждане, а это позволяет складывать их голоса как равные. Голос избирателя равен любому другому голосу избирателя, как доллар одного покупателя равен доллару любого иного покупателя. Границей общественного мнения является определенный политический рынок. Его еще можно уподобить реакции моря потребителей на рыночную погоду.

Есть еще некоторые соображения, которые работают на развитие аргументов критиков массовых опросов. На них наводят факты биографии одного из выдающихся представителей американской интеллектуальной элиты Хэдли Кэнтрила. В 1936 г. он с соратниками при поддержке Фонда Рокфеллера создал аналитическую структуру Office of Public Opinion Research (OPOR). Информацию для работы этой структуры одно время собирал Институт Гэллага [5, с. 275-276]. Б. Докторов отмечает: «С Кэнтрила отсчитывается история регулярного сотрудничества американских президентов с полстерами. <...> Кэнтрил был одним из тех, кто в определенной мере влиял на внешнюю политику США в предвоенный период, в годы Второй мировой войны и во время «холодной войны» [5, с. 267]. История этого американского исследователя и политика позволяет увидеть, насколько сама концепция общественного мнения связана с управлением в условиях демократии. В США нет единого центра, где бы концентрировалась вся полнота власти. Речь не только о формальном разделении властей. Американские элитные группы создали разветвленные сети формальных и неформальных структур (фонды, центры, клубы и пр.), которые имеют отношение к формулировке политических идей, выработке управленческих решений и проведению их в жизнь. Конечно, как и в любой стране американская элита не едина, но ситуативно и стратегически её представители способны согласовывать свои интересы. Наверное, в определенном смысле названные структуру можно назвать первичными структурами власти, которые стабилизируют демократию, не будучи сами демократическими. Собственно, проблема общественного мнения и есть проблема реализации интересов и воли этих элитных групп в условиях демократии. Опрос выполняет в управлении

функцию лабораторного исследования реакции на возможное воздействие. Б. Докторов так излагает представления Флойда Оллпорта об общественном мнении: «Согласно Оллпорту, термин «общественное мнение» должен использоваться применительно к ситуации, в которой большое количество людей выражают или могут быть призваны выразить своё одобрение и поддержку (или, наоборот, неодобрение и неприятие) некоторого обстоятельства, определенной личности или масштабного социального начинания, и это выражение отношения людей к предмету обсуждения является столь массовым, интенсивным и решительным, что может оказать воздействие, прямое или опосредованное, на этот предмет» [5, с. 385].

Попутно отмечу, что мимо цели бьет ирония Э. Нозль-Нойман, когда она сравнивает статью Ф. Оллпорта в первом номере *Public Opinion Quarterly*, которая называлась «На пути к науке об общественном мнении», со статьей Г. Хаймана «На пути к теории общественного мнения» в этом же журнале через 20 лет [15]. Американские исследователи прекрасно понимали, с чем они имели дело.

Сама немецкая исследовательница общественное мнение также рассматривала его – исходя из главной функции – как институт социального контроля. Размышления над национал-социалистическими грехами молодости и некоторыми провальными прогнозами, сделанными на основе опросов, привели её к созданию оригинальной теории «спирали молчания». В соответствии с нею, люди перестают высказывать свое мнение публично, когда чувствуют, что остаются в меньшинстве. Общественное мнение принуждает большинство людей к конформизму. Она сконструировала ряд оригинальных методик для измерения раскручивания «спирали молчания» (например, железнодорожный тест). Объясняя свои идеи Э. Нозль-Нойман прибегала к ряду метафорических конструкций. То она усматривала, что люди воспринимают колебания атмосферы мнений через некий «квазистатистический орган», то сравнивала общественное мнение с социальной кожей. Последняя метафора стала знаменитой. «С одной стороны, наше общество сохраняет его единство – потому что общественное мнение, как кожа, обволакивает эту целостность. С другой стороны, отдельный индивид, страдающий от общественного мнения, ощущает его своей социальной кожей» [15].

«Спираль молчания» – негативная ипостась общественного мнения. Она основана на страхе изоляции, страхе одиночества. Позитивная же

ипостась этого образования – солидарность. «Явление, обозначенное здесь понятием «общественное мнение», встречалось и встречается у всех народов во все времена. Общественное мнение базируется на бессознательном стремлении людей, живущих в некотором сообществе, прийти к общему суждению, к согласию, которое необходимо, чтобы действовать и принимать решения соответственно обстоятельствам» [15].

Не буду заниматься критикой внутренних противоречий текста Э. Нозль-Нойман. Они бросаются в глаза, когда она приводит суждения и о том, что общественное мнение – вечный спутник человека, и о том, что общественное мнение – продукт Нового времени. Исследовательница написала этапный текст, прояснивший многие вопросы, и что еще более важно, пробудивший дискуссии.

В еще большей мере дискуссии стимулируются критикой самого концепта общественного мнения. Критический подход к общественному мнению обладает интеллектуальной привлекательностью и соответствует неким эксплицитным ожиданиям социальной справедливости. Само движение мысли в этом русле ведет к крайним формам, когда общественное мнение объявляется простым артефактом. Например, так рассуждает современный российский историк Павел Уваров, возлагая вину за манипуляции на всю интеллигенцию: «Именно общественное мнение является технологией, механизмом, системой, отвечающей за то, «что», «кого» или «когда» услышат, неважно, массы или «власть предрержащие» либо не услышат никогда. Естественно, что организованный характер так называемого общественного мнения, а также то, каким образом и в чьих интересах оно в первую очередь организовывалось (и организовывается) заставляет рассматривать его в качестве системы социального управления преимущественно. В расширенном виде «общественное мнение» можно определить как форму специфического управления социумом со стороны интеллигенции с помощью механизмов мобилизации общественных настроений в соответствии с актуальной структурой её собственных интересов» [26, с. 99].

Конечно, часть интеллигенции участвует в управлении как некие мыслящие инструменты, проявляя сервильность по отношению к власти имущим. Как удачно выразился Н. Хомский, «...наши ученые мужи не покоряются нажиму внешней силы, а отдаются растлению по собственной доброй воле» [28, с. 312]. Но из этого вовсе не следует, что интеллигенция *en masse* создает общественное мнение, чтобы тайно управ-

лять миром. К тому же, здесь следует избегать некой интеллектуальной ловушки. Известно, что Трофим Лысенко отрицал гены и генетику, исходя из двух оснований. Во-первых, он не мог увидеть гены в микроскоп. Во-вторых, генетика породила евгенику, а последняя стала теоретическим обоснованием расовых чисток и геноцида [14, с. 183]. Как пишет Сидхардха Мукерджи, «путем присвоения языка генов и наследственности оправдывались и укреплялись целые системы власти и государственности» [14, с. 184]. Однако, гены реально существуют. Поэтому необходимо развести научное изучение генетического аппарата или общественного мнения и критику их использования в практиках власти.

Серьезный сдвиг в исследовании проблематики массового сознания связан с работами Бориса Грушина. Он соединил обе аналитические позиции (общественное мнение и массовое сознание) в единое целое. Сам автор отмечал, что с 1966 г., когда он впервые употребил понятие «массовое сознание», оно получило всеобщее признание и утратило строгость [3, с. 4]. Свой прорыв он связывал с минутой, «...когда автору удалось понять самое важное: что общественное мнение – это одна из форм существования и выражения, не «всемирного», не группового и не классового, а так называемого массового сознания. Подобное понимание оказалось чрезвычайно плодотворным по своим экспликациям» [4, с. 54].

Массовое сознание он выделял в соответствии с его носителем – массами. Б. Грушин их называл «неклассическими общностями», отличая от разнообразных групп, в том числе и классов. Он упорно пытался представить массы особыми социальными образованиями, даже называл их «социальными островами», плавающими поверх структурных элементов общества [3, с. 229-230]. Он не обращал внимания на то, что массовизация может изменять и те элементы социальной структуры, которые он считал классическими. Сам образ масс постоянно двоился. Так, у него сохранялось представление родом из раннего индустриализма, что массовизация связана с движением от «Я» к «Мы» [3, с. 197]. Этот взгляд заимствован из эпохи, дух которой увековечен памятником революционеру Артему скульптора И. Кавалеридзе в Святогорске. На нем начертаны слова Артема: «Зрелище неорганизованных масс для меня невыносимо». Однако, в качестве примеров масс Б. Грушин называет социальные движения, аудитории, потребителей, членов ассоциаций и «клубов», болельщиков футбольных команд и поклонников кинозвезд [3,

с. 162-163]. А кто видел железные батальоны из модниц или зрителей телепередач?

Общее определение масс Б. Грушин предлагал такое: «...Массы – это ситуативно возникающие (существующие) социальные общности, вероятностные по своей природе, гетерогенные по составу и статистические по формам выражения (функционирования)» [3, с. 234-235]. Но это именно общее определение. Эмпирический материал не давал ему успокоиться. Он приходит к выводу, что есть массы «объективные» и «субъективные». Видимо, первые существуют первично по отношению к сознанию, а другие возникают вследствие разделяемых их членами идей. И Б. Грушин совершает то, что я бы назвал бесстрашным самоубийством теории. Он пишет: «Сдается, в частности, что так называемые «объективные» типы и виды массовых общностей должны расцениваться в качестве основных (если не единственных?) носителей «широких» форм массового сознания (хотя это, как не раз подчеркивалось, вовсе не исключает их возможных контактов с некоторыми «узкими» его формами). Напротив, разного рода «субъективные» массы должны, по-видимому, связываться в анализе прежде всего (если не исключительно?) с представлениями об «узких» формах массового сознания» [3, с. 283]. Подобное высказывание можно считать одним из лучших образчиков марксистской схоластики позднесоветского времени.

Наряду с этим у него есть чисто лебоновские мотивы, когда он пишет, что массовизация ведет к «...дальнейшему уравниванию свойств индивидов, оказывающихся включенными в те или иные виды массовой деятельности» [3, с. 190].

Б. Грушин по университетскому образованию был логиком, а поэтому охотно строил линейные классификации формообразований общественно-го сознания и объединял их в матрицы. В качестве критериев он выбрал: 1) способы духовного освоения действительности (предметно-чувственный, рациональный и иррациональный / фантастический); 2) характеристики соотношения сознания и действительности (рефлексивные / отражение, эвалюативные / оценивание и реактивные / ответы действием) и 3) способы образования духовных образований (спонтанные, специально созданные). Всего Б. Грушин вывел и описал 18 типов духовных образований [3, с. 104-112]. В качестве методологии он применил эти разработки для описания динамики массового сознания в промышленном городе [13]. Исследования в Таганроге показали, что массовое сознание невозможно

рассматривать вне институтов массовой коммуникации.

На первый взгляд может показаться, что после Б. Грушина ситуация в изучении массового сознания сложилась достаточно застойная. С одной стороны, публикуется огромное количество работ, в которых присутствуют словосочетания «массовое сознание» и «общественное мнение». Но в этих работах или предпринимается попытка дать дробную типологию подходов к изучению указанных предметов или же высказываются не совсем новые предложения заменить понятие «массовое сознание» понятием «массовая психология» и пр. [29]. Эти тексты называю просто в качестве примеров. Как пишет Светлана Хобта, «...можно говорить о двух подходах к массовому сознанию: агрегационный и групповой или институциональный» [27, с. 80].

Особо следует отметить работу социального психолога Александра Дроздова, который при помощи созданного им теста выявил изменения в массовом сознании украинской молодежи, которые возникли под влиянием российско-украинской войны. В частности, он обнаружил, что «главным последствием украинско-российского конфликта стало распространение в массовом геополитическом сознании украинцев феномена «антироссийскости» – разновидности социальной установки относительно негативного (критического) восприятия России как государства (в политико-экономическом измерении) и страны (в культурном плане)» [6, с. 401-402].

Однако, сказанное характеризует научный анализ массового сознания. Само оно в последние десятилетия стало объектов политтехнологических экспериментов. Конечно, уже интерес различных диктаторов к работам Г. Лебона был тревожным звонком. Но вторая половина XX – начало XXI в. ознаменовалось превращением знаний, добытых социологами и социальными психологами, в оружие массового поражения. Эти изменения вписываются в появление новой тактики смены правящих режимов, которую я предложил называть «буржуазным бланкизмом» [8]. Об этом пишет и Г. Почепцов, констатируя, что «все цветные революции, начиная с их прообраза – революции в Иране 1953-го, базировались на трансформации информационного компонента, что в результате приводило к трансформации политического и экономического компонентов» [18, с. 8].

Буржуазный бланкизм как способ политической борьбы предполагает превращение знаний о массовом сознании в боевой инструмент. События

политической жизни приобретают проектируемый характер и превращаются в перформансы для СМИ, через которые они становятся смысловыми сигналами по всему полю массового сознания. Интернет, проникнув во все сферы общественной жизни, совершив революцию в повседневности, стал ареной борьбы за массовое сознание. Страны вмешиваются дистанционно в выборы друг у друга. Социальные сети становятся пространством отслеживания интересов и предпочтений пользователей с целью воздействия на них в коммерческих и политических целях. В вооруженных силах разных стран созданы информационные подразделения. Государством и частными структурами нанимаются миллионы ботов. Но здесь и рядовые пользователи – не невинные жертвы. Валерий Соловей имел основание написать: «Мы прямо-таки зываем о том, чтобы нами манипулировали» [22].

Однако, так ли это все и работает, как обещают политтехнологи? Испытанием для теории массового сознания являются общественные кризисы и войны. Чудовищный эксперимент в Донбассе может дать ответы на эти вопросы.

Массовое сознание мирных жителей прифронтовой зоны

В науке знание существует в единстве и разнообразии форм на метатеоретическом, теоретическом и эмпирическом уровнях. Положения теории уточняются через фальсификационные процедуры на эмпирическом уровне. Наша задача и будет состоять в том, чтобы посмотреть на положения теории массового сознания через призму эмпирических исследований в прифронтовой зоне на севере Луганской области.

Данные, которые далее рассматриваются, были получены научным коллективом кафедры философии и социологии Луганского национального университета имени Тараса Шевченко (в 2014 г. эвакуирован в г. Старобельск), в ходе реализации проекта «Массовое сознание в зоне военного конфликта на Донбассе» (номер госрегистрации 0116U004150). Проект поддерживается грантом Министерства образования и науки Украины.

Данный проект по методологическим установкам отличается от других исследований, которые проводятся на свободной и оккупированной территориях Донбасса. Во-первых, по форме массовые опросы в его рамках имеют лонгитюдный характер, периодически повторяясь с использованием одной и той же выборочной совокупности. Во-вторых, сбор первичной социологиче-

ской информации проводился в доверительных группах. Наш коллектив проанализировал работу полстеров в регионе и заметил неустойчивость результатов. Это позволило предположить проблемы во взаимодействии интервьюеров и респондентов, неискренность последних, как результат давления общественной ситуации [9]. Было принято решение, чтобы интервьюеры до опроса установили доверительные отношения с респондентами. У каждого интервьюера (ими выступали студенты-социологи ЛНУ имени Тараса Шевченко) была группа из 5 респондентов. Опросы проводились индивидуально по месту жительства каждого из них.

Были созданы исследовательские инструменты для двух процедур сбора первичной социологической информации – информационной панели и мониторингового опроса. В рамках информационной панели на протяжении 2017 г. было сделано 33 замера взаимодействия респондентов с различными источниками информации. В ходе мониторингового опроса на настоящий момент проведено три волны (декабрь 2016 г., март 2017 г., февраль 2018 г.). Выборочная совокупность для информационной панели и мониторингового опроса ($n \approx 200$) характеризовалась такими параметрами: 1) женщины составляли 51% респондентов, мужчины 49%; 2) в возрасте до 30 лет было

32% респондентов, в возрасте 31-49 лет – 33,5%, в возрасте 50 лет и старше – 34,3%; 3) в городах проживало 38% наших респондентов, в поселках городского типа – 21,7%, в селах – 40,5%. Точки опроса представляли всю свободную территорию севера Луганской области.

Методика опроса в доверительных группах имеет как позитивные, так и негативные моменты. К первым относится доверие между интервьюерами и респондентами. Вторые связаны с малой величиной выборочной совокупности, что порождает нестабильность результатов [7].

Первое положение теории массового сознания, которое рассмотрим на эмпирическом материале, касается его включенности в институты массовой коммуникации. Средства массовой информации рассматриваются как институты с двойной функцией: выражать общественное мнение и формировать его. При этом социологи во всем мире давно подвергли критике концепцию «наркотической иглы» СМИ, согласно которой массы людей слепо следуют манипулятивным воздействиям масс-медиа [10]. Правда, в условиях войны на Донбассе эта упрощенная точка зрения была возрождена политиками и журналистами [20; 25]. Наша информационная панель дала результаты, которые позволяют скорректировать наличные представления (табл. 1).

Таблица 1.

Распределение ответов на вопрос «Из каких источников Вы сегодня получили информацию, которая показалась Вам новой?» (Количество ответов не ограничивалось. В % от числа ответов).

| | В целом | Январь | Февраль | Март | Апрель | Май | Октябрь | Ноябрь | Декабрь |
|--|---------|--------|---------|------|--------|-----|---------|--------|---------|
| Количество опрошенных месяце | | 158 | 158 | 158 | 158 | 157 | 157 | 216 | 200 |
| Число ответов | 4196 | 459 | 568 | 524 | 427 | 342 | 225 | 914 | 737 |
| Из передач телевидения | 57 | 61 | 63 | 58 | 55 | 51 | 56 | 57 | 55 |
| Из Интернета | 56 | 59 | 58 | 56 | 57 | 49 | 55 | 57 | 54 |
| От друзей и знакомых | 35 | 32 | 29 | 36 | 41 | 35 | 37 | 37 | 36 |
| От родственников | 34 | 27 | 31 | 35 | 37 | 32 | 40 | 34 | 36 |
| Из газет (напечатанных на бумаге) | 21 | 22 | 20 | 21 | 19 | 21 | 23 | 21 | 22 |
| От коллег по работе | 18 | 17 | 15 | 15 | 19 | 15 | 24 | 23 | 17 |
| Из передач радио | 12 | 11 | 11 | 15 | 13 | 13 | 13 | 10 | 13 |
| От случайных людей | 8 | 10 | 7 | 6 | 5 | 6 | 11 | 11 | 8 |
| От руководителей на работе | 7 | 6 | 3 | 5 | 7 | 5 | 10 | 10 | 8 |
| Из журналов | 6 | 5 | 7 | 6 | 4 | 9 | 6 | 6 | 6 |
| Во время пребывания в учебных заведениях | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 6 | 6 |
| Из объявлений | 4 | 2 | 3 | 5 | 5 | 2 | 6 | 5 | 5 |
| От военных на блок-постах | 1 | 1 | 1 | - | - | 1 | 1 | 2 | 1 |
| Во время посещения церкви | 1 | - | 1 | 1 | 2 | 1 | - | 1 | 1 |
| Из выступлений официальных лиц | 1 | - | 1 | - | 1 | 1 | - | - | 1 |
| В кино | - | - | 1 | 1 | - | - | 1 | 1 | - |
| Во время работы партийной организации | - | - | - | - | - | 1 | - | - | - |
| Другое | - | - | - | - | - | 1 | - | - | - |
| Всего | 267 | 257 | 253 | 263 | 270 | 244 | 290 | 280 | 270 |

Формально в распределении лидирует телевидение. Однако, если присмотреться к результатам, то мы увидим, что среди источников новой информации преобладают те, которые имеют сетевой характер. Интернет, сети родственных связей, дружеские круги, знакомства и товарищи по работе дают 54% всех случаев получения новой информации. Следует обратить внимание на то, что в прифронтовой зоне очень небольшое число информационных сообщений поступает от официальных лиц, служителей церкви, ВСУ, пред-

ставителей общественных организаций. Люди значительно чаще получают информацию при случайных встречах, чем из выступлений официальных лиц. При обострении ситуации такое положение может стать питательной почвой для распространения слухов.

Более подробно остановимся на информационных лидерах, начав с телевидения. В табличной форме представим рейтинги телеканалов и тематическое распределение зрительского внимания (табл. 2 и 3).

Таблица 2.

Распределение ответов на вопрос «Если Вы сегодня смотрели телевизор, то какие каналы Вы смотрели?»
(В % от числа ответов тех, кто смотрел ТВ)

| № | | В целом | Январь | Февраль | Март | Апрель | Май | Октябрь | Ноябрь | Декабрь |
|----|----------------------|---------|--------|---------|------|--------|-----|---------|--------|---------|
| | <i>Число ответов</i> | 2277 | 267 | 339 | 294 | 228 | 165 | 124 | 480 | 380 |
| 1 | 1+1 | 62 | 62 | 62 | 62 | 52 | 55 | 65 | 65 | 64 |
| 2 | Интер | 49 | 49 | 46 | 46 | 50 | 48 | 56 | 48 | 52 |
| 3 | СТБ | 37 | 34 | 35 | 35 | 39 | 39 | 41 | 36 | 41 |
| 4 | ТРК «Украина» | 30 | 33 | 29 | 34 | 35 | 25 | 31 | 25 | 29 |
| 5 | ICTV | 29 | 24 | 26 | 31 | 33 | 32 | 31 | 32 | 29 |
| 6 | НТВ | 13 | 13 | 10 | 12 | 12 | 18 | 17 | 13 | 11 |
| 7 | 24 канал | 9 | 9 | 10 | 10 | 9 | 16 | 10 | 8 | 8 |
| 8 | ЛОТ | 6 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 2 | 8 | 9 |
| 9 | УТ1 | 5 | 2 | 3 | 6 | 6 | 5 | 2 | 4 | 8 |
| 10 | Звезда | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 |
| 11 | LifeNews | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 6 | 3 | 4 | 2 |
| 12 | ОРТ | 3 | 4 | 1 | 4 | 4 | 6 | 1 | 3 | 3 |
| 13 | Луганск 24 | 2 | 1 | 6 | 2 | 3 | 0 | 2 | 2 | 2 |
| 14 | «Ирта» | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 0 | 2 | 4 |
| 15 | Другой ТВ канал | 20 | 13 | 14 | 22 | 25 | 31 | 21 | 21 | 19 |
| | Всего | 274 | 262 | 256 | 276 | 277 | 292 | 288 | 274 | 285 |

Таблиця 3.

Если Вы сегодня смотрели телевизор, то, что именно Вы смотрели?
(В % от числа ответов тех, кто смотрел ТВ Количество ответов не ограничивалось)

| | В целом | Январь | Февраль | Март | Апрель | Май | Октябрь | Ноябрь | Декабрь |
|--|---------|--------|---------|------|--------|-----|---------|--------|---------|
| <i>Число ответов</i> | 2324 | 272 | 347 | 295 | 228 | 167 | 124 | 494 | 397 |
| Новости | 78 | 79 | 80 | 78 | 73 | 72 | 73 | 79 | 79 |
| Фильмы | 64 | 54 | 64 | 67 | 67 | 73 | 70 | 61 | 63 |
| Познавательные передачи | 25 | 24 | 25 | 28 | 25 | 24 | 30 | 24 | 26 |
| Спортивные передачи | 15 | 17 | 14 | 16 | 15 | 19 | 12 | 15 | 16 |
| Аналитические передачи политического содержания | 13 | 16 | 12 | 16 | 14 | 14 | 8 | 13 | 12 |
| Передачи о жизни «звезд», концерты, ток-шоу | 14 | 21 | 14 | 16 | 15 | 12 | 15 | 10 | 10 |
| Аналитические передачи экономического содержания | 6 | 8 | 9 | 5 | 9 | 2 | 9 | 5 | 5 |
| Аналитические передачи военного содержания | 7 | 10 | 9 | 5 | 7 | 7 | 7 | 8 | 7 |
| Телевикторины | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 |
| Другую программу | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| Всего | 228 | 236 | 233 | 237 | 231 | 225 | 229 | 220 | 220 |

Хотя значительное количество жителей прифронтовой зоны имеют возможность смотреть телеканалы РФ, но тем не менее они преимущественно смотрят украинские телеканалы. Рейтинги телеканалов практически не отличаются

от общеукраинских [17; 19]. Зрители телевидение рассматривают как поставщика новостей и интертеймента.

Теперь рассмотрим практики пользования Интернетом (табл.4).

Таблиця 4.

Распределение ответов на вопрос «Если Вы сегодня заходили в Интернет, то, что Вы там смотрели?»
(В % от числа ответов тех, кто пользовался Интернетом. Количество ответов не ограничивалось)

| | В целом | Январь | Февраль | Март | Апрель | Май | Октябрь | Ноябрь | Декабрь |
|--|---------|--------|---------|------|--------|-----|---------|--------|---------|
| <i>Число ответов</i> | 2259 | 264 | 317 | 284 | 241 | 164 | 121 | 492 | 376 |
| Социальные сети (Facebook, Вконтакте, Одноклассники и др.) | 43 | 30 | 39 | 39 | 43 | 40 | 46 | 48 | 52 |
| Свою электронную почту | 29 | 24 | 31 | 29 | 32 | 32 | 31 | 25 | 30 |
| Прогноз погоды | 76 | 75 | 76 | 78 | 80 | 80 | 76 | 74 | 76 |
| Новости на почтовом сайте (Укрнет, Рамблер, IUA и др.) | 2 | 7 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| Видеоролики на youtube | 25 | 24 | 20 | 25 | 22 | 30 | 24 | 26 | 27 |
| Фильмы | 23 | 26 | 24 | 24 | 22 | 23 | 22 | 20 | 24 |
| Бродил по сайтам | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| Книги | 4 | 3 | 2 | 6 | 5 | 7 | 4 | 4 | 5 |
| Видеоприколы и другую развлекательную информацию | 21 | 20 | 20 | 21 | 22 | 19 | 26 | 21 | 20 |
| Электронные газеты | 4 | 6 | 5 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Электронные версии журналов | 38 | 38 | 40 | 35 | 37 | 42 | 36 | 40 | 35 |
| Другое в Интернете | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Всего | 268 | 259 | 262 | 268 | 272 | 279 | 275 | 266 | 275 |

Как видим, в первую очередь, в Интернете наших респондентов интересуют социальные сети, которые воспринимаются как интерактивные синтетические медиа. Здесь можно и получить информацию, и принять участие в её создании и распространении. Здесь формируются сети реальных и виртуальных знакомых, в рамках которых возникают информационные потоки. Активно ис-

пользуются также почтовые сервисы в Интернете. Таким образом, можно сказать, что жители прифронтовой зоны стараются контролировать свою информационную среду, даже приватизировать её, отстраняясь от нежелательных информационных источников.

Рассмотрим тематизацию информационного потока в целом в модусе новизны (табл. 5).

Таблица 5.

Распределение ответов на вопрос «Чего касалась информация, которую Вы восприняли как новую?»
(В % от количества ответов. Количество ответов не ограничивалось)

| | В цело м | Январ ь | Феврал ь | Мар т | Апрел ь | Ма й | Октябр ь | Ноябр ь | Декабр ь |
|--|----------------|------------|-------------|----------|------------|---------|-------------|------------|-------------|
| <i>Число ответов</i> | 4116 | 455 | 555 | 524 | 420 | 335 | 224 | 882 | 721 |
| Политической жизни в Украине | 44 | 50 | 42 | 39 | 40 | 38 | 48 | 46 | 45 |
| Цен и тарифов | 24 | 32 | 26 | 26 | 26 | 18 | 25 | 23 | 20 |
| Советов по домашнему хозяйству | 22 | 14 | 20 | 22 | 25 | 23 | 20 | 23 | 26 |
| Войны на Донбассе | 20 | 23 | 20 | 19 | 20 | 20 | 21 | 19 | 18 |
| Семейной жизни и отношений | 19 | 9 | 16 | 18 | 22 | 29 | 21 | 22 | 20 |
| Спорта | 16 | 12 | 15 | 16 | 17 | 16 | 17 | 17 | 16 |
| Решений украинской власти, которые затрагивают большинство граждан Украины | 16 | 17 | 10 | 13 | 18 | 16 | 20 | 18 | 16 |
| Экономики Украины | 15 | 20 | 14 | 15 | 15 | 10 | 14 | 15 | 14 |
| Заработной платы | 15 | 22 | 12 | 15 | 9 | 8 | 16 | 17 | 15 |
| Политической жизни в России | 13 | 15 | 13 | 9 | 11 | 11 | 16 | 15 | 14 |
| Политической жизни за рубежом (кроме России) | 11 | 10 | 11 | 11 | 12 | 11 | 12 | 11 | 10 |
| Науки | 11 | 7 | 9 | 13 | 15 | 12 | 8 | 11 | 11 |
| Политической жизни в «ДНР» | 11 | 9 | 12 | 10 | 10 | 6 | 13 | 12 | 11 |
| Путешествий и жизни в других странах | 11 | 7 | 10 | 12 | 13 | 13 | 12 | 9 | 11 |
| Политической жизни в «ДНР» | 6 | 5 | 8 | 5 | 6 | 4 | 9 | 7 | 6 |
| Работы КПП на линии соприкосновения | 6 | 4 | 3 | 6 | 6 | 7 | 8 | 6 | 6 |
| Другое | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 |
| Всего | 261 | 259 | 241 | 254 | 266 | 243 | 283 | 276 | 261 |

Как видим, информация, которая воспринималась нашими респондентами как новая, касалась в первую очередь политической жизни Украины. Что касается информации о войне на Донбассе, то в прифронтовом регионе, новизна её оценивалась на уровне новизны советов по домашнему хозяйству и семейной жизни. Это требует дополнительных исследований. Но можно высказать несколько предположений. Одно из них будет касаться позиционного характера противостояния на линии соприкос-

новения без резких изменений на протяжении многих месяцев. Второе связано с деятельностью журналистов. Как правило, их репортажи носят стереотипный, а иногда и просто постановочный характер. Реальных журналистских расследований, касающихся линии размежевания, фактически нет.

В мониторинговом опросе перед респондентами ставился вопрос о доверии к украинским и российским СМИ. Представим результаты в табличной форме (табл. 6 и 7).

Таблица 6.

Распределение ответов на вопрос «Оцените в обобщенном виде Ваше доверие украинским средствам массовой информации (СМИ) в условиях военного конфликта на Донбассе» (В % от числа опрошенных).

| | | Волна 1 | Волна 2 | Волна 3 |
|---|-------------------|---------|---------|---------|
| 1 | Полностью доверяю | 2 | 2 | 3 |
| 2 | Скорее доверяю | 22 | 24 | 17 |
| 3 | Скорее не доверяю | 27 | 22 | 29 |
| 4 | Не доверяю совсем | 37 | 43 | 36 |
| 5 | Трудно сказать | 11 | 8 | 14 |
| 6 | Нет ответа | 1 | 1 | 1 |
| | Всего | 100 | 100 | 100 |

Таблица 7.

Распределение ответов на вопрос «Оцените в обобщенном виде Ваше доверие российским средствам массовой информации (СМИ) в условиях военного конфликта на Донбассе» (В % от числа опрошенных)

| | | Волна 1 | Волна 2 | Волна 3 |
|---|-------------------|---------|---------|---------|
| 1 | Полностью доверяю | 3 | 3 | 6 |
| 2 | Скорее доверяю | 14 | 13 | 11 |
| 3 | Скорее не доверяю | 26 | 22 | 26 |
| 4 | Не доверяю совсем | 41 | 50 | 39 |
| 5 | Трудно сказать | 16 | 12 | 17 |
| 6 | Нет ответа | - | - | 1 |
| | Всего | 100 | 100 | 100 |

Как видим, как к украинским, так и к российским СМИ большинством респондентов высказывается недоверие. К украинским оно меньше (четверть опрошенных сказали о доверии разной степени), чем к российским (разной степени уровень доверие не достигает 20%). Вербальная реакция недоверия, конечно, не означает, что СМИ не влияют на массовое созна-

ние, но оно свидетельствует об определенной установке в отношении к ним. К тому же, это соответствует общей атмосфере межлических отношений в зоне военного конфликта. Её можно определить как доминирование фамилизма, понимаемого как распространение доверия только в рамках сетей близких, лично знакомых людей (табл. 8).

Таблица 8.

Распределение ответов на вопрос «Насколько Вы доверяете людям, которые не являются членами Вашей семьи и с которыми Вы регулярно сталкиваетесь в повседневной жизни?» (В % от числа опрошенных)

| | | Волна 1 | Волна 2 | Волна 3 |
|----|-------------------------------|---------|---------|---------|
| 1. | Доверяю большинству людей | 16 | 8 | 8 |
| 2 | Доверяю тем, кого хорошо знаю | 56 | 55 | 53 |
| 3 | Не доверяю большинству людей | 19 | 24 | 25 |
| 4 | Никому не доверяю | 6 | 6 | 14 |
| 5 | Затрудняюсь с ответом | 3 | 6 | - |
| 6 | Нет ответа | 1 | 1 | - |
| | Всего | 100 | 100 | 100 |

Полученные данные свидетельствуют о том, что в прифронтовой зоне Донбасса массовое сознание мирного населения характеризуется значительной степенью автономии в отношении официально пропаганды. Про-

иллюстрирую это распределением ответов на два вопроса: первый касается понимания причин войны на Донбассе (табл. 9), а второй – желательного варианта внешней политики Украины (табл. 10).

Таблица 9.

Распределение ответов на вопрос «Как можно охарактеризовать события войны на Донбассе?»
(В % от числа опрошенных)

| | | Волна 1 | Волна 2 | Волна 3 |
|---|---|---------|---------|---------|
| 1 | Борьба США и России за сферы влияния | 26 | 25 | 19 |
| 2 | Гражданская война в Украине | 18 | 27 | 25 |
| 3 | Конфликт элитных групп, который вовремя не потушили и он разгорелся в военный пожар | 25 | 37 | 31 |
| 4 | Борьба донбасского народа за независимость | 17 | 16 | 15 |
| 5 | Российско-украинская война | 19 | 25 | 22 |
| 6 | Борьба олигархов за прибыль и влияние в регионе | 31 | 32 | 36 |
| 7 | Кара Господня за грехи | 5 | 6 | 7 |
| 8 | Антитеррористическая операция с целью ликвидировать сепаратизм | 17 | 9 | 10 |
| 9 | Что еще | 3 | 2 | 1 |
| | Всего | 160 | 180 | 166 |

Таблица 10.

Распределение ответов на вопрос «Какие Вы бы дали рекомендации президенту Украины относительно внешней политики?» (В % от числа опрошенных)

| | | Волна 1 | Волна 2 | Волна 3 |
|---|---|---------|---------|---------|
| 1 | Добиваться нейтрального статуса, не входить в военные блоки | 39 | 42 | 37 |
| 2 | Добиваться вступления в Европейский Союз | 12 | 13 | 19 |
| 3 | Добиваться вступления в НАТО | 6 | 4 | 4 |
| 4 | Вернуться к идее вступления в Таможенный союз | 11 | 16 | 13 |
| 5 | Проводить политику стратегического партнерства с США | 1 | 8 | 7 |
| 6 | Пойти на уступки России и заключить союзный договор | 20 | 8 | 15 |
| 7 | Другой | 7 | 7 | 4 |
| 8 | Нет ответа | 3 | 3 | 1 |
| | Всего | 100 | 100 | 100 |

Полученные нами данные свидетельствуют о полном провале правительственной информационной политике в Донбассе.

Большинство его жителей не воспринимают идущую уже 4 года войну как свое дело (табл. 11).

Таблица 11.

Распределение ответов на вопрос «Скажите, пожалуйста, как, по Вашему мнению, легче пережить военный конфликт?» (В % от количества опрошенных)

| | | Волна 1 | Волна 2 | Волна 3 |
|---|---|---------|---------|---------|
| 1 | Занять нейтральную позицию и не высказывать открыто свои мысли и оценки о воюющих сторонах | 26 | 34 | 28 |
| 2 | Занять позицию той стороны, которую реально поддерживаешь, и открыто высказывать и защищать свои мысли и оценки | 15 | 18 | 19 |
| 3 | Занять позицию той стороны, которую реально поддерживаешь, но не торопиться высказывать свои мысли и оценки | 18 | 13 | 22 |
| 4 | Покинуть зону конфликта, чтобы пережить его тяжёлые условия | 17 | 15 | 15 |
| 5 | Трудно сказать | 24 | 20 | 16 |
| 6 | Нет ответа | - | - | - |
| | Всего | 100 | 100 | 100 |

Господство политтехнологий в отношениях между властью и народом, упадок функции представительства интересов в политической системе страны привели не только к автономизации политкума от неэлитных слоев в социальной структуре, но и к недоверию народа к политическим институтам, к политике как к виду деятельности. Это позволяет в выводах несколько в ином свете посмотреть на теорию массового сознания.

Выводы.

Основные положения теории массового сознания были сформулированы в эпоху, когда поведение людей подчинялось заводскому гудку или свистку ротного командира, а установки для этого формировались в авторитарной школьной комнате и в военизированных детских и молодежных организациях. Видимо, для той эпохи они были релевантными.

Ситуация изменилась, когда общество утратило черты, связанные с интенциями всеобщей организованности. Э. Тоффлер в «Третьей волне» даже назвал это явление демассификацией [24]. Но оно не означало исчезновение массового сознания, а, скорее, его автономизацию от СМИ. Сейчас институты массовой коммуникации скорее создают информационный хаос, а не формируют смысловые поля для массового сознания. Главной средой, где формируется массовое сознание,

стали разнообразные сетевые структуры (социальные сети в Интернете, родственные круги, круги друзей и знакомых).

Такое состояние массового сознания, конечно, лишь автономизирует его от традиционных СМИ, но не делает полностью независимым. Новостийные горизонты сетей, в которых находятся большинство людей, являются достаточно ограниченными. Поэтому о большом мире все равно приходится судить по сообщениям СМИ, которые из-за падения денежной поддержки широких масс деградируют, попадая в зависимость от капитала и утрачивая способность самостоятельно создавать информационную картину действительности. В критических ситуациях подобное состояние массового сознания способствует распространению слухов и разных других видов эпидемической информации (конец света по календарю майя, наверное, самый безобидный пример).

Однако, при стабилизации ситуации массовое сознание возвращается к своим докризисным характеристикам. Это мы и наблюдаем на свободной территории Донбасса.

Если классическая теория предполагает обязательное наличие у массы вождя, то сейчас мы наблюдаем самоорганизующиеся в сетях массы. Это придает массовому сознанию еще большую автономию по отношению к

институтам массовой коммуникации. Именно в этой среде сформировалось представление о неконвенциональных войнах, как о войнах элитных групп, где большинство населения выступает страдающей стороной и средством достижения чуждых ему целей.

БІБЛІОГРАФІЧНІ ПОСИЛАННЯ

1. Арон Р. Этапы развития социологической мысли / Р. Арон. – Киев: Юниверс, 2004. – 688 с.
2. Бурдьё П. Общественного мнения не существует / П. Бурдьё // Социальное пространство: поля и практики. – М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2005. – С. 272-285.
3. Грушин Б. А. Массовое сознание: Опыт определения и проблемы исследования / Б. А. Грушин. – М.: Политиздат, 1987. – 368 с.
4. Грушин Б. А. К истории изучения общественного мнения в России / Б. А. Грушин. Вопросы философии. – 2004. – № 8. – С. 5-69.
5. Докторов Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения / Б. З. Докторов. – М.: Центр социального прогнозирования, 2006. – 488 с.
6. Дроздов О. Ю. Основы психології масової геополітичної свідомості: монографія / О. Ю. Дроздов. – Чернігів: Десна Поліграф, 2016. – 564 с.
7. Елленберг Дж. Як ніколи не помилятися. Сила математичного мислення / Дж. Елленберг. – Київ: Наш формат, 2017. – 408 с.
8. Кононов И. Ф. Мировая гибридная война или буржуазный бланкизм? Эссе памяти концепта гибридной войны. Пусть покоится с миром / И. Ф. Кононов // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи». – Харків: Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2017. – № 39. – С. 146-153.
9. Кононов И. Ф. Соціологія в умовах кризи і війни: проблема методологічної спроможності / И. Ф. Кононов // Вісник Луганського національного університету ім. Тараса Шевченка. Соціологічні науки. – 2016. – № 5. – С. 5-55.
10. Крос К. Політична комунікація та висвітлення новин у демократичних суспільствах: Перспектива конкуренції / К. Крос, Р. Гакет. – Київ: Основи, 2000. – 142 с.
11. Лебон Г. Психология народов и масс / Г. Лебон. – М.: Издательство АСТ, 2017. – 384 с.
12. Липпман У. Общественное мнение / У Липпман. – М.: Институт фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.
13. Массовая информация в советском промышленном городе: Опыт комплексного социологического исследования / под общ. ред. Б. А. Грушина, Л. А. О니кова. – М.: Политиздат, 1980. – 446 с.
14. Мукерджи С. Ген. Надзвичайна історія / С. Мукерджи. – Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2017. – 767 с.
15. Нозль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания / Э. Нозль-Нойман. – М.: Прогресс-Академия, 1998. – 352 с.
16. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс / Х. Ортега-и-Гассет // Дегуманизация искусства и другие работы. – М.: Радуга, 1991. – С. 40-228.
17. Попова Т. Медіауподобання жителів Донбасу / Т. Попова. – Режим доступу: <https://site.ua/tetiana.popova/7508-mediaupodobannya-jiteliv-donbasu/>
18. Почепцов Г. Г. Смысли і війни: Україна і Росія в інформаційних і смислових війнах / Г. Г. Почепцов. – Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2016. – 316 с.
19. Протидія російській пропаганді та медіаграмотність: результати всеукраїнського опитування громадської думки. Аналітичний звіт. – Режим доступу: <http://detector.media/infospace/article/136017/2018-03-27-protidiya-rosiiskii-propagandi-ta-mediagramotnist-rezultati-vseukrainskogo-opituvannya-gromadskoi-dumki/>
20. Российские телеканалы продолжают зомбировать жителей оккупированного Донбасса. – Режим доступа: <http://donbass.ua/news/region/2016/01/22/rossiiskie-telekanaly-prodolzhajut-zombirovat-zhitelei-okkupirovannogo-donbassa.html>
21. Руссо Ж.-Ж. Об общественном договоре, или Принципы политического права / Ж.-Ж. Руссо // Трактаты. – М.: Наука, 1969. – С. 151-256.
22. Соловей В. Д. Абсолютное оружие. Основы психологической войны и медиаманипулирования / В. Д. Соловей. – М.: ООО Издательство «Э», 2015.
23. Тард Г. Общественное мнение и толпа / Г. Тард. – М.: Изд-во Т-ва типографии А. И. Мамонтова, 1902.
24. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер. – М.: ООО «Фирма «Издательство АСТ», 2004. – 781 с.
25. «Солдаты пропаганды»: как «зомбируют» жителей Донбасса. – Режим доступа: <https://ru.krymr.com/a/28728728.html>
26. Уваров П. Б. Феномен «общественного мнения» как специфическая сторона процесса институционализации интеллигенции в новое время / П. Б. Уваров // Социум и власть. – 2010. – № 2. – С. 97-100.
27. Хобта С. В. Вивчення масової свідомості та її динаміки в соціологічному дослідженні / С. В. Хобта // Науково-теоретичний альманах «Грані». – 2016. – № 10. – С. 78-85.
28. Хомский Н. Избранное / Н. Хомский. – М.: Энциклопедия-ру; Харьков: Фолио, 2016. – 720 с.

29. Черных А. Н. Социально-философский анализ «массового сознания» / А. Н. Черных, А. Ф. Поломошнов, Г. Е. Мажуга // Социальные исследования социальных проблем. Modern Research of Social Problems. – 2015. – №7. – С. 244-252.

30. Шампань П. Делать мнение: новая политическая игра / П. Шампань. – Режим доступа: http://www.polisportal.ru/?page_id=51&id=51

REFERENCES

1. Aron, R. (2004). *Etapy rozvytku sotsiologichnoi dumky [Stages of the Development of Sociological Thought]*. Kyiv: Yunivers
2. Bourdieu, P. (2005). Obshchestvennogo mneniia ne sushchestvuet [Public opinion does not exist]. *Sotsialnoe prostranstvo: polia i praktiki – Social space: fields and practices*. (pp. 272-285). Moscow: Institut eksperimentalnoi sotciologii; Saint Petersburg: Aleteiia
3. Grushin, B.A. (1987). *Massovoe soznanie: Opyt opredeleniia i problemy issledovaniia [Mass consciousness: Experience of definition and problems of research]*. Moscow: Politizdat
4. Grushin, B.A. (2004). K istorii izucheniia obshchestvennogo mneniia v Rossii [On the History of the Study of Public Opinion in Russia]. *Voprosy filosofii*, 8, 5-69
5. Doktorov, B.Z. (2006). *Ottsy-osnovateli: istoriia izucheniia obshchestvennogo mneniia [Fathers-founders: the history of studying public opinion]*. Moscow: Tcentr sotcialnoy prognozirovaniia
6. Drozdov, O.Yu. (2016). *Osnovy psikhologii masovoi heopolitychnoi svidomosti [Fundamentals of Psychology of Mass Geopolitical Consciousness]*. Chernihiv: Desna Polihraf
7. Ellenberg, J. (2017). *Yak nikoly ne pomylatysia. Syla matematychnoho myslennia [How to never make a mistake. The Power of Mathematical Thinking]*. Kyiv: Nash format
8. Kononov, I.F. (2017). Mirovaia gibridnaia voina ili burzhuaznyi blankizm? Esse pamiaty kontsepta gibridnoi voiny. Pust pokoitsia s mirom [World hybrid war or bourgeois Blanquism? The essay memory of the hybrid war concept. Let him rest in peace]. *Visnik Kharkivskogo natsionalnogo universitetu imeni V. N. Karazina. Seriia «Sotsiologichni doslidzhennia suchasnogo suspilstva: metodologii, teoriia, metodi» – Bulletin of Kharkiv National University named after V. N. Karazin. Series «Sociological Researches of Modern Society: Methodology, Theory, Methods»*. Vol. 39. Kharkiv: Kharkivskii natsionalnii universitet imeni V. N. Karazina
9. Kononov, I.F. (2016). Sotsiologiia v umovakh kryzy i viiny: problema metodologichnoi spromozhnosti [Sociology in the minds of the crisis and the past: the problem of methodological opportunities]. *Visnyk Luhanskoho natsionalnogo universytetu im. Tarasa Shevchenka. Sotsiologichni nauky*, 5, 5-55
10. Kros, K., & Haket, R. (2000). *Politychna komunikatsiia ta vysvitlennia novyn u demokratychnykh suspilstvakh: Perspektyva konkurentsii [Political Communication and News Coverage in Democratic Societies: The Prospect of Competition]*. Kyiv: Osnovy
11. Lebon, G. (2017). *Psikhologiiia narodov i mass [Psychology of peoples and masses]*. Moscow: Izdatelstvo AST
12. Lippmann, W. (2004). *Obshchestvennoe mnenie [Public opinion]*. Moscow: Institut fonda «Obshchestvennoe mnenie»
13. Grushin, B.A., & Onikov, L.A. (Eds.). (1980). *Massovaia informatsiia v sovetskom promyshlennom gorode: Opyt kompleksnogo sotciologicheskogo issledovaniia [Mass information in the Soviet industrial city: The experience of a comprehensive sociological study]*. Moscow: Politizdat
14. Mukherjee, S. (2017). *Hen. Nadzvychnaia istoriia [Gene. Emergency Story]*. Kharkiv: Klub simeinoho dozvillia
15. Noelle-Neumann, E. (1998). *Obshchestvennoe mnenie. Otkrytie spirali molchaniia [Public opinion. Opening a spiral of silence]*. Moscow: Progress-Akademiia
16. Ortega-i-Gasset J. (1991). Vosstanie mass [Revolt of the masses]. *Degumanizatsiia iskusstva i drugie raboty – Dehumanization of art and other works*. (pp. 40-228). Moscow: Raduga
17. Popova, T. *Mediaupodobannia zhyteliv Donbasu [Mediaupodobannya residents of Donbas]*. Retrieved from: <https://site.ua/tetiana.popova/7508-mediaupodobannya-jiteliv-donbasu/>
18. Pocheptsov, H.H. (2016). *Smysly i viiny: Ukraina i Rosiia v informatsiinykh i smyslovykh viinakh [Senses and War: Ukraine and Russia in Informational and Semantic Wars]*. Kyiv: Vydavnychi dim «Kyievo-Mohylianska akademiia»
19. *Protydiia rosiiskii propahandi ta mediahramotnist: rezultaty vseukrainskoho opytuvanniia hromadskoi dumky. Analitychnyi zvit [Opposition to Russian propaganda and media literacy: the results of an all-Ukrainian opinion poll. Analytical report]*. Retrieved from: <http://detector.media/infospace/article/136017/2018-03-27-protidiya-rosiiskii-propagandi-ta-mediagramotnist-rezultati-vseukrainskogo-opituvannya-gromadskoi-dumki/>
20. *Rossiiskie telekanaly prodolzhauiut zombirovat zhitelei okkupirovannogo Donbassa [Russian TV channels continue to zombie residents of the occupied Donbas]*. Retrieved from: <http://donbass.ua/news/region/2016/01/22/rossiiskie-telekanaly-prodolzhauiut-zombirovat-zhitelei-okkupirovannogo-donbassa.html>
21. Rousseau, J.-J. (1969). Ob obshchestvennom dogovore, ili Printcipy politicheskogo prava [On the social contract, or Principles of political law]. *Traktaty*. Moscow: Nauka
22. Solovei, V.D. (2015). *Absolutnoe oruzhie. Osnovy psikhologicheskoi voiny i mediamanipulirovaniia [Absolute Weapons. Fundamentals of psychological warfare and media manipulation]*. Moscow: OOO Izdatelstvo «E»

23. Tarde, G. (1902). *Obshchestvennoe mnenie i tolpa [Public opinion and the crowd]*. Moscow: Izd-vo T-va tipografii A. I. Mamontova
24. Toffler, A. (2004). *Tretia volna [The Third Wave]*. Moscow: OOO Firma Izdatetstvo ACT
25. «Soldaty propagandy»: kak «zombiruiut» zhitelei Donbassa [«Soldiers of Propaganda»: how «zombie» the inhabitants of Donbass]. Retrieved from: <https://ru.krymr.com/a/28728728.html>
26. Uvarov, P.B. (2010). Fenomen «obshchestvennogo mneniia» kak spetsificheskaiia storona protessa institutcionalizatsii intelligentsii v novoe vremia [The phenomenon of «public opinion» as a specific aspect of the process of institutionalization of the intelligentsia in modern times]. *Sotcium i vlast*, 2, 97-100
27. Khobta, S.V. (2016). Vyvchennia masovoi svidomosti ta yii dynamiky v sotsiologichnomu doslidzhenni [Studying mass consciousness and its dynamics in sociological research]. *Scientific and Theoretical almanac «Grani»*, 10, 78-85
28. Chomsky, N. (2016). *Izbrannoe [Selected]*. Moscow: Entciklopediia-ru; Kharkov: Folio
29. Chernykh, A.N., Polomoshnov, A.F., & Mazhuga, G.E. (2015). Sotsialno-filosofskii analiz «massovogo soznaniia» [Socio-philosophical analysis of «mass consciousness»]. *Sotsialnye issledovaniia sotsialnykh problem. Modern Research of Social Problems*, 7, 244-252
30. Champagne, P. *Delat mnenie: novaia politicheskaiia igra [Make an opinion: a new political game]*. Retrieved from: http://www.polisportal.ru/?page_id=51&id=51

Кононов Илья Федорович

Доктор социологических наук, профессор
Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко
92703, Старобельск, пл. Гоголя, 1

Кононов Ілля

Doctor of sociology, professor
Luhansk Taras Shevchenko National University
1, Gogolya Sq., Starobelsk, 92703, Ukraine

ORCID: 0000-0002-9253-6261 Email: kononov_if@ukr.net

Цитування: Кононов І. Ф. Теорія масового свідання: можливості і обмеження в умовах неконвенціональної війни (по результатам досліджень на вільній території Луганської області) / І. Ф. Кононов // Научно-теоретичний альманах «Грани». – 2018. – Т. 21. – № 5. – С. 28-47.

Citation: Kononov, I.F. (2018). Teoriya massovogo soznaniya: vozmozhnosti i ogranicheniya v usloviyah nekonventsionalnoy voyni (po rezultatam issledovaniy na svobodnoy territorii Luganskoy oblasti) [Theory of Mass Consciousness: opportunities and limitations under conditions of unconventional warfare (Based on the results of studies on the Government controlled territory of Luhansk oblast)]. *Scientific and theoretical almanac «Grani»*, 21(5), 28-47.

Стаття надійшла / Article arrived: 14.05.2018

Схвалено до друку / Accepted: 26.05.2018