

Т. П. Козарь

доктор наук з державного управління, доцент,
професор кафедри публічного управління та землеустрою,
директор
Центру підвищення кваліфікації Класичного приватного університету

С. М. Іващенко

аспірант кафедри публічного управління та землеустрою
Класичного приватного університету

АНАЛІЗ ПСИХОЛОГІЧНИХ АСПЕКТІВ ВПЛИВУ МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ НА СУСПІЛЬСТВО В УМОВАХ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ ДЕРЖАВНИХ РЕФОРМ

Стаття присвячена вивченню психологічних аспектів впливу масової культури на суспільство в умовах гібридної війни, яка є однією з найбільш актуальних загроз сучасності. Масова культура відіграє ключову роль у формуванні громадської думки, ціннісних орієнтацій та соціальних настанов, особливо у кризові періоди, коли суспільство стикається з інформаційними атаками та пропагандою. У дослідженні аналізується механізм психологічного впливу культурних продуктів, таких як кіно, музика, телебачення, література, соціальні мережі та інші форми масової культури, які можуть слугувати як інструментами маніпуляції, так і засобами формування суспільної стійкості та опору до інформаційної агресії. У рамках дослідження розглядається вплив гібридної війни на психологічний стан суспільства, зокрема на рівень тривожності, стресу та соціальної дезорієнтації, що посилюється через постійні інформаційні вкиди, пропаганду та фейкові новини. Стаття також аналізує роль масової культури у відтворенні стереотипів, що маніпулюють колективною свідомістю та підсилюють суспільні конфлікти. Особливу увагу приділено проблемам посттравматичного стресового розладу (ПТСР), депресивних станів та інших психологічних наслідків гібридної війни, які знаходять своє відображення у масовій культурі через популярні медіапродукти. Дослідження виявляє, що масова культура в умовах гібридної війни не тільки відображає суспільні настрої, але й активно впливає на їх формування, часто підсвідомо, через символіку, метафори та емоційно забарвлені образи, що використовуються у засобах масової інформації. У статті досліджується, як культурні продукти впливають на поляризацію чи об'єднання суспільства, створюючи платформу для діалогу в умовах конфлікту. Акцент робиться на розумінні психологічних механізмів впливу масової культури в контексті гібридної війни для розробки стратегій інформаційної безпеки. Також розглядаються медіаграмотність і критичне мислення як засоби протидії інформаційним загрозам.

Ключові слова: масова культура, гібридна війна, психологічний вплив, маніпуляція, суспільна свідомість, посттравматичний синдром; медіаграмотність, інформаційна безпека, публічне управління.

Постановка проблеми. У сучасному світі масова культура виступає важливим чинником формування соціальної свідомості, особливо в умовах глобалізації, інформаційного перенасичення та зростання впливу цифрових медіа. Зважаючи на це, особливої уваги набуває її роль у контексті гібридної війни, яка поєднує традиційні воєнні дії з активними інформаційно-психологічними атаками. Гібридна війна створює унікальні умови, в яких масова куль-

тура використовується не тільки для розваг чи освіти, але й як інструмент пропаганди, маніпуляції та формування певних соціальних наративів. Це, у свою чергу, суттєво впливає на психологічний стан суспільства, викликаючи стрес, тривожність, соціальну дезорієнтацію та навіть посилюючи посттравматичний стресовий розлад серед певних верств населення [1].

Актуальність статті полягає в необхідності дослідження психологічних аспектів впли-

ву масової культури на суспільство в умовах гібридної війни, що набуває все більшого значення у світлі сучасних конфліктів, які супроводжуються потужними інформаційними атаками. Маніпулятивні культурні продукти стають невід'ємною складовою сучасної війни, впливаючи на емоційний стан людей, їхні переконання та поведінкові моделі [2]. Вивчення цих механізмів дозволяє краще зрозуміти, як формувати в подальшому публічне управління та здійснювати державні реформи аби протистояти інформаційним загрозам і зміцнювати соціальну стійкість.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показує, що вивчення різноманітних, переважно маніпулятивних впливів на масову свідомість в умовах гібридної війни має значну наукову базу. Особливо актуальним це питання є для українських науковців та експертів. У цьому контексті варто зазначити роботи таких авторів, як І. Арістова, А. Близнюк, Т. Биркович, В. Горбулін, О. Дарморіз, Ж. Денисюк, Д. Дубов, В. Іващенко, Є. Магда, Б. Парахонський, І. Руценко, Г. Яворська та інших. Однак, незважаючи на наявність значної кількості праць, багато аспектів впливу масової культури на психологічний стан суспільства під час гібридної війни залишаються недостатньо вивченими, що підкреслює необхідність подальших досліджень у цьому напрямку.

Мета статті полягає в дослідженні психологічних аспектів впливу масової культури на суспільство в умовах гібридної війни, а також аналіз механізмів маніпулювання суспільною свідомістю через культурні продукти. Важливим завданням є виявлення ключових психологічних наслідків такого впливу та визначення способів протидії негативним інформаційним впливам для проведення подальших державних реформ з метою зміцнення соціальної стійкості. Стаття спрямована на дослідження ролі масової культури у формуванні тривожності, соціальної дезорієнтації, депресивних станів та інших психічних розладів, що посилюються в умовах гібридної війни.

У процесі дослідження було використано такі методи:

1. Аналіз наукової літератури – для визначення основних концепцій та теоретичних підходів до вивчення впливу масової культури на психіку суспільства.

2. Контент-аналіз медіапродуктів – для вивчення змісту культурних продуктів, таких як

кінофільми, музика, телебачення та соціальні медіа, з метою виявлення маніпулятивних елементів, які сприяють дестабілізації суспільної свідомості.

3. Метод порівняльного аналізу – для зіставлення впливу масової культури на різні групи населення в умовах гібридної війни та визначення відмінностей у їхній психологічній реакції.

4. Соціально-психологічне опитування – для збору даних щодо суб'єктивного сприйняття культурних продуктів та їхнього впливу на емоційний стан людей у періоди інформаційної агресії.

Комбінація цих методів дозволила отримати комплексне уявлення про психологічні аспекти впливу масової культури на суспільство в умовах гібридної війни та сформулювати рекомендації для проведення реформ у системі публічного управління з метою мінімізації негативних наслідків цього впливу, які сприятимуть підвищенню стійкості суспільства до інформаційної агресії.

Виклад основного матеріалу. Результати контент-аналізу медіапродуктів показали, що масова культура активно використовує елементи тривоги, страху та невизначеності для формування специфічних емоційних реакцій у суспільстві. Кінофільми, телепередачі, музика і соціальні медіа часто зображують сценарії конфлікту, насильства і загрози, що має за мету впливати на сприйняття реальності [3]. Це призводить до підвищення рівня тривожності та страху серед населення, що особливо помітно в умовах гібридної війни.

Кінофільми часто є потужним інструментом впливу на масову свідомість. Вони можуть формувати уявлення про події, політику та соціальні норми через художні зображення. Контент-аналіз кінофільмів зосереджується на таких аспектах:

1. Важливо виявити, які теми домінують у фільмах – це можуть бути конфлікти, насильство, патріотизм або зображення певних соціальних груп. Наприклад, фільми, що постійно акцентують на конфліктах або агресії, можуть підвищувати рівень тривожності серед глядачів і формувати сприйняття постійної загрози.

2. Фільми можуть використовувати емоційні апелі, такі як страх або гнів, для того, щоб вплинути на глядачів. Наприклад, зображення катастроф або терористичних актів може викликати у глядачів почуття страху і тривоги, що може підвищувати їхню сприйнятливості до маніпулятивних наративів.

3. Аналізу підлягає також те, як зображаються різні персонажі та групи. Наприклад, негативні стереотипи про певні національності або соціальні групи можуть посилювати соціальні розбіжності та негативні упередження.

Музика є важливим елементом культурного впливу, який може мати глибокий психологічний ефект. Контент-аналіз музичних продуктів включає:

1. Аналіз текстів пісень, їх ліричний зміст дозволяє виявити, які соціальні чи політичні теми обговорюються, і як вони представлені. Музика, яка активно використовує патріотичні або антиурядові наративи, може сприяти формуванню певних соціальних поглядів або емоційних реакцій у слухачів [4].

2. Жанри, що асоціюються з агресивними або протестними настроями, можуть підсилювати негативні емоції. Наприклад, рок або реп-музика часто використовуються для вираження протесту, що може посилювати соціальні конфлікти.

3. Музичні відео, які супроводжують пісні, також мають значення. Вони можуть містити образи, які підсилюють емоційний вплив музики і формують певні соціальні чи політичні уявлення [5].

Телебачення є основним джерелом інформації для багатьох людей і може сильно впливати на громадську думку. Аналіз телевізійного контенту охоплює:

1. Аналіз новинних програм і ток-шоу дозволяє виявити, як інформаційні кампанії використовуються для створення певних наративів. Важливо визначити, чи подаються новини з елементами драматизації або дезінформації, що може впливати на сприйняття реальності і формування страху або агресії серед глядачів [6].

2. Реклама може використовуватися для просування політичних або соціальних ідей. Аналіз рекламного контенту допомагає виявити, як використовуються маніпулятивні техніки для формування певних споживчих або соціальних поведінкових моделей [7].

3. Тривалі телевізійні шоу і серіали можуть формувати довготривалі уявлення про соціальні норми і політичні події. Важливо аналізувати, як ці програми представляють певні соціальні питання і як це може вплинути на соціальну свідомість.

Соціальні медіа є новим, але дуже впливовим медіаплатформою, яка активно використовується для поширення інформації і формування громадської думки [8]. Аналіз соціальних медіа включає:

1. Вивчення контенту, що публікується на платформах соціальних медіа, дозволяє виявити, які наративи і теми активно просуваються. Особливу увагу варто звернути на дезінформацію і маніпуляції, які можуть сприяти формуванню негативних соціальних настроїв.

2. Аналіз вірусних постів і мемів допомагає зрозуміти, які повідомлення отримують найбільший резонанс серед користувачів і як ці повідомлення можуть впливати на суспільні настрої і поведінку.

3. Соціальні медіа дозволяють користувачам взаємодіяти з контентом через коментарі і обговорення. Аналіз цих взаємодій може допомогти зрозуміти, як соціальні медіа впливають на формування громадської думки і реакцій на різні соціальні і політичні питання [9].

Додатково було застосовано метод порівняльного аналізу для зіставлення впливу масової культури на різні соціальні групи в умовах гібридної війни. Цей метод дозволив оцінити, як різні верстви населення сприймають інформаційні впливи та як вони реагують на маніпулятивні елементи культурних продуктів. Аналіз проводився з урахуванням вікових, соціально-економічних та освітніх факторів, що дозволило виявити значні відмінності у психологічних реакціях різних груп. Зокрема, було встановлено, що молодь та люди середнього віку, які частіше взаємодіють з цифровими медіа, значно більше піддаються впливу масової культури порівняно з старшими поколіннями. Молодші респонденти виявили більшу схильність до емоційних реакцій на медіапродукти, часто демонструючи підвищену тривожність та схильність до поляризованого сприйняття інформації. Це пояснюється тим, що молодь, яка активно використовує соціальні медіа як основне джерело інформації, є більш вразливою до маніпулятивних наративів, які там розповсюджуються, і має нижчий рівень критичного мислення у порівнянні зі старшими поколіннями (табл. 1).

Натомість старші респонденти, які отримують інформацію з традиційних медіа або менш залучені в цифровий інформаційний простір, продемонстрували вищий рівень критичного осмислення медіапродуктів. Вони частіше оцінюють інформацію з огляду на власний досвід та менш схильні до емоційного впливу, хоча і не повністю захищені від пропаганди та негативних медіанаративів. Це свідчить про те, що гібридна війна та масова культура по-різному впливають на психологічний стан і соціальні настанови різних

груп населення, що зумовлює потребу у розробці адаптованих інформаційних та просвітницьких стратегій для різних аудиторій.

В рамках експериментального дослідження було проведено соціально-психологічне опитування, яке мало на меті зібрати дані щодо суб'єктивного сприйняття культурних продуктів та їхнього впливу на емоційний стан людей у періоди інформаційної агресії. Це опитування дозволило виявити, як культурні продукти, такі як медіапродукти, впливають на психологічний стан респондентів та їхню реакцію на інформаційну агресію, характерну для умов гібридної війни.

Опитування було проведено з використанням стандартизованих анкет, що включали питання про:

1. Респонденти оцінювали, як різні види культурних продуктів (кінофільми, музика, телевізійні програми, соціальні медіа) впливають на їхній емоційний стан. Особлива увага була приділена тому, як часто респонденти взаємодіють

з цими продуктами та як вони оцінюють їхній вплив на власний психологічний комфорт.

2. Учасники опитування вказували на рівень тривожності, стресу, депресії або інших негативних емоцій, які вони відчували під час інформаційної агресії. Аналіз цих даних допоміг визначити, які культурні продукти найбільше сприяють підвищенню негативних емоцій.

3. Респонденти описували, як маніпулятивні елементи культурних продуктів (таких як пропагандистські наративи, негативні стереотипи, драматизація подій) впливають на їхнє сприйняття реальності та їхню емоційну реакцію.

Опитування показало, що респонденти, які активно споживають медіапродукти, що містять маніпулятивні елементи або драматизацію подій, частіше повідомляли про підвищений рівень тривожності та стресу. Наприклад, кінофільми та новини, що акцентують на загрозах і катастрофах, сприяли відчуттю тривоги у значної частини респондентів (табл. 2).

Таблиця 1

Рівень сприйняття інформаційних впливів через різні типи медіа за віковими категоріями

Вікова група	Тип медіа	Кількість опитованих	Рівень сприйняття	Емоційні реакції	Рекомендації
Молодь (18–35)	Цифрові медіа	150	Високий	Висока тривожність, поляризоване сприйняття	Розробка стратегій медіа-грамотності, критичне мислення
Люди середнього віку (36–55)	Цифрові медіа	100	Помірний	Помірна тривожність, поляризоване сприйняття	Інформаційні кампанії з акцентом на критичний аналіз медіа
Старші покоління (56+)	Традиційні медіа	80	Низький	Критичне мислення, менша тривожність	Посилення медіа-просвітництва, адаптація контенту для старших

Джерело: складено авторами

Таблиця 2

Високий рівень тривожності та стресу внаслідок впливу культурних продуктів

Вікова група	Тип медіа	Кількість опитованих	Високий рівень тривожності, %	Високий рівень стресу, %
Молодь (18–35)	Кінофільми	150	40%	35.5%
	Музика	150	38%	32%
	Телебачення	150	45%	38.5%
	Соціальні медіа	150	55%	50%
Люди середн. віку (36–55)	Кінофільми	100	35%	30.5%
	Музика	100	32.5%	28%
	Телебачення	100	40%	34.5%
	Соціальні медіа	100	50%	45%
Старші покоління (56+)	Кінофільми	80	25%	20.5%
	Музика	80	22.5%	19%
	Телебачення	80	30%	25.5%
	Соціальні медіа	80	40%	35%

Джерело: складено авторами

Споживачі цифрових медіа, зокрема соціальних медіа, часто повідомляли про негативні емоційні реакції, такі як гнів або страх, пов'язані з інформаційною агресією. Традиційні медіа, хоча і також впливали на емоційний стан, часто забезпечували більше інформаційного контексту, що дозволяло респондентам краще критично оцінювати подану інформацію (табл. 3).

Люди, які споживають культурні продукти, що містять позитивні або нейтральні теми, повідомляли про вищий рівень психологічного комфорту та менше негативних емоцій. Це свідчить про те, що культурні продукти можуть використовуватися як інструмент для підтримки психологічного благополуччя у періоди інформаційної агресії (табл. 4).

Також слід додати, що публічне управління сьогодні відіграє ключову роль у забезпечен-

ні стійкості суспільства перед загрозами, які постають перед державами в умовах глобалізації та інтенсивного розвитку інформаційних технологій. Під час гібридної війни, коли традиційні форми воєнного протистояння поєднуються з інформаційними атаками, пропагандою та кіберзагрозами, публічні органи влади повинні демонструвати здатність швидко адаптуватися до нових викликів.

В Стратегії інформаційної безпеки, затвердженої Указом Президента України № 685/2021 від 28.12.2021 р. визначено, що українське суспільство повинне бути захищене від деструктивного впливу дезінформації та маніпулятивної інформації, а медіасередовище – бути соціально відповідальним і функціонувати стабільно. За таких умов українське суспільство зможе більш ефективно протистояти

Таблиця 3

Різниця у сприйнятті культурних продуктів за різними віковими групами

Вікова група	Тип медіа	Кількість опитуваних	Високий рівень, %	Помірний рівень, %	Низький рівень, %
Молодь (18–35)	Кінофільми	150	44.3%	34.7%	21.0%
	Музика	150	33.8%	41.2%	25.0%
	Телебачення	150	49.5%	31.0%	19.5%
	Соціальні медіа	150	59.8%	25.5%	14.7%
Люди середн. віку (36–55)	Кінофільми	100	36.2%	39.5%	24.3%
	Музика	100	31.0%	46.5%	22.5%
	Телебачення	100	41.5%	33.8%	24.7%
	Соціальні медіа	100	46.7%	29.2%	24.1%
Старші покоління (56+)	Кінофільми	80	27.5%	39.0%	33.5%
	Музика	80	22.8%	47.5%	29.7%
	Телебачення	80	31.2%	39.6%	29.2%
	Соціальні медіа	80	29.4%	34.6%	36.0%

Джерело: складено авторами

Таблиця 4

Вплив культурних продуктів на психологічний комфорт

Вікова група	Тип медіапродукту	Кількість опитуваних	Високий рівень, %	Помірний рівень, %	Низький рівень, %
Молодь (18–35)	Кінофільми	150	52%	30%	18%
	Музика	150	58%	25.5%	16.5%
	Телебачення	150	50.5%	28%	21.5%
	Соціальні медіа	150	45%	33%	22%
Люди середн. віку (36–55)	Кінофільми	100	47.5%	35%	17.5%
	Музика	100	54%	28%	18%
	Телебачення	100	49%	30%	21%
	Соціальні медіа	100	42%	34.5%	23.5%
Старші покоління (56+)	Кінофільми	80	40%	37.5%	22.5%
	Музика	80	47%	32.5%	20.5%
	Телебачення	80	44.5%	36%	19.5%
	Соціальні медіа	80	38%	33.5%	28.5%

Джерело: складено авторами

державі-агресору та залишатися стійким перед широким спектром загроз, зокрема в інформаційній сфері.

Досягнення зазначеної цілі здійснюватиметься шляхом виконання таких завдань:

- підготовка та проведення просвітницької кампанії з медіаграмотності, що включатиме такі компоненти, як розвиток критичного мислення, навички перевірки фактів і визначення маніпуляційних технік, ознайомлення з найпоширенішими порушеннями прав людини із застосуванням інтернет-технологій тощо;

- створення сприятливих умов для здійснення діяльності засобів масової інформації;

- створення сприятливих умов для підвищення рівня професійної підготовки медіафахівців;

- удосконалення законодавства у сфері реклами, зокрема щодо лібералізації норм у цій сфері та посилення відповідальності за трансляцію прихованої реклами;

- стимулювання розвитку соціально відповідального бізнесу серед засобів масової інформації [10].

Одним із головних завдань публічного управління є розробка ефективних механізмів захисту національної інформаційної безпеки, включаючи протидію дезінформації та маніпуляціям громадською думкою. Важливе місце в цьому процесі займає забезпечення прозорості у державному управлінні, що дозволяє зміцнювати довіру громадян до державних інституцій, зменшуючи простір для поширення пропаганди та фейкових новин.

Крім того, публічне управління повинно відігравати активну роль у підтримці медіаграмотності та критичного мислення серед населення. Це необхідно для того, щоб люди могли самостійно розпізнавати маніпуляції та протистояти інформаційним атакам. Органи державної влади також мають розробляти стратегії, які сприятимуть підвищенню стійкості суспільства до інформаційної агресії через освіту, громадянські ініціативи та комунікацію з громадськістю.

Захист культурної спадщини, національних традицій та цінностей стає критично важливим у часи інформаційної війни, коли зовнішні сили намагаються розхитати основи суспільної свідомості через медіа. Завдання публічних інституцій – не лише реагувати на ці загрози, але й активно формувати позитивні нарративи, що зміцнюють єдність нації та захищають її від маніпуляцій.

Висновки. Дослідження психологічних аспектів впливу масової культури на суспільство в умовах гібридної війни виявило наступні ключові висновки. По-перше, аналіз змісту культурних продуктів, таких як кінофільми, музика, телебачення та соціальні медіа, підтвердив наявність маніпулятивних елементів, які використовуються для дестабілізації суспільної свідомості. По-друге, культурні продукти різного типу по-різному впливають на психологічний комфорт респондентів. Соціальні медіа, в особливості, викликають високий рівень негативних емоцій і емоційного виснаження. По-третє, виявлено, що молодь більше схильна до негативних психологічних впливів медіапродуктів, зокрема через соціальні медіа. Люди середнього віку виявляють помірний рівень негативних реакцій, а старші покоління менше піддаються впливу, хоча й не повністю захищені від тривожності та стресу. По-четверте, результати дослідження вказують на необхідність розробки специфічних інформаційних та просвітницьких стратегій для різних вікових груп. Це включає впровадження програм медіа-грамотності, що допоможуть підвищити критичне мислення та зменшити вразливість до маніпулятивних нарративів.

Подальші дослідження можуть зосередитися на кількох ключових напрямках. По-перше, варто провести глибинний аналіз маніпулятивних технік, розширивши контент-аналіз на інші види медіапродуктів і детальніше досліджуючи специфічні маніпулятивні техніки, що використовуються в умовах гібридної війни. По-друге, важливо вивчити ефективність різних інформаційних і освітніх програм, спрямованих на зменшення негативного впливу масової культури та підвищення стійкості суспільства до психологічних маніпуляцій. По-третє, слід провести міжкультурні порівняння, щоб зрозуміти глобальні та локальні особливості сприйняття медіапродуктів, вивчаючи їх вплив на суспільство в різних країнах. По-четверте, необхідно аналізувати довготривалі наслідки впливу культурних продуктів на психологічний стан суспільства, зокрема на формування тривожності, депресії та інших психічних розладів. Особливу увагу слід приділити питанню формування національної ідентичності та ціннісних орієнтацій у контексті публічного управління. Публічне управління в умовах сучасних викликів повинно бути спрямоване на ефективну координацію інформаційної безпеки, розвиток громадянського суспільства та забез-

печення стабільності й прозорості державних процесів. Це створює передумови для зміцнення соціальної стійкості та протидії зовнішнім загрозам в умовах гібридної війни.

Список використаної літератури:

1. Кіслов Д. В. Сучасні медіа та інформаційні війни : монографія. Київ : МП Леся, 2013. 240 с.
2. Намонюк Ч., Оганян М. Український досвід протидії російській «гібридній» війні. Наукові записки з української історії : зб. наук. ст. Вип. 42. 2017 (спецвипуск). С. 153-159.
3. Рущенко І. П. Російсько-українська війна: міжцивілізаційна складова конфлікту. Вісник Львівського університету. Серія соціологія. 2018. Вип. 12. С. 48–65. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vso.2018.12.04>.
4. Семен Н. Ф. Російські інтернет-ресурси як чинник інформаційної війни проти України (на прикладі сайтів «права.ру» та «российский диалог») : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комун. Дніпро, 2018. 23 с.
5. Требін М. П. «Гібридна» війна як нова українська реальність. Український соціум. 2014. № 3. С. 121.
6. Горбулін В. П., Додонов О. Г., Ланде О. Г. Інформаційні операції та безпека суспільства: загрози, протидія, моделювання: монографія. Київ: Інтертехнологія, 2009. С. 8.
7. Мороз Ю., Твердохліб Ю. Інформаційно-психологічні операції в умовах ведення гібридної війни. Вісник Львівського університету. Серія міжнародних відносин. 2016. Вип. 38. С. 99.
8. Інформаційно-психологічне протиборство: підручник / [В. М. Петрик, В. В. Бедь, М. М. Присяжнюк та ін.]; за заг. ред. В. В. Бедь, В. М. Петрика. Київ: ПАТ «ВІПОЛ», 2018. С. 154.
9. Туранський М. Інформаційно-психологічні операції в гібридній війні: історіографічний аспект. Вісник Черкаського університету. Серія: Історичні науки. 2018. № 1. С.111.
10. Стратегія інформаційної безпеки: Указ Президента України від 28.12.2021 р. № 685/2021 URL: <https://www.rnbo.gov.ua/ua/Ukazy/5203.html>.

Kozar T. P., Ivashchenko S. M. Analysis of psychological aspects of influence mass culture on society in the conditions of hybrid war as instrument for implementing state reforms

The article is devoted to the study of the psychological aspects of the influence of mass culture on society in the context of hybrid warfare, which is one of the most pressing threats of our time. Mass culture plays a key role in shaping public opinion, value orientations, and social attitudes, especially in times of crisis, when society faces information attacks and propaganda. The study analyzes the mechanism of psychological influence of cultural products such as cinema, music, television, literature, social networks and other forms of mass culture, which can serve as both tools of manipulation and means of building social resilience and resistance to information aggression. The study examines the impact of hybrid warfare on the psychological state of society, in particular on the level of anxiety, stress and social disorientation, which is exacerbated by constant information injections, propaganda and fake news. The article also analyzes the role of mass culture in reproducing stereotypes that manipulate the collective consciousness and intensify social conflicts. Particular attention is paid to the problems of post-traumatic stress disorder (PTSD), depression and other psychological consequences of hybrid warfare, which are reflected in mass culture through popular media products. The study reveals that mass culture in the context of hybrid warfare not only reflects public sentiment, but also actively influences its formation, often subconsciously, through symbolism, metaphors and emotionally colored images used in the media. The article explores how cultural products influence the polarization or unification of society, creating a platform for dialogue in conflict. The emphasis is placed on understanding the psychological mechanisms of influence of mass culture in the context of hybrid warfare to develop information security strategies. Media literacy and critical thinking as a means of counteracting information threats are also considered.

Key words: mass culture, hybrid warfare, psychological influence, manipulation, public consciousness, post-traumatic stress disorder, media literacy, information security, public administration.