

СЕКЦІЯ 2

ЗАГАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ. ІСТОРІЯ ПСИХОЛОГІЇ

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОШИРЕННЯ ЧУТОК В УМОВАХ ВІЙНИ

PSYCHOLOGICAL FEATURES OF SPREADING RUMORS

IN THE CONDITIONS OF WAR

У статті з'ясовано особливості утворення і поширення чуток в умовах війни. Основними методами дослідження були теоретичний аналіз проблеми і моніторинг соціальних мереж. Встановлено, що феномен чуток – це процес виникнення й передавання інформації в соціумі неофіційними каналами, пов'язаний з її дефіцитом і невизначеністю соціальної ситуації. Виявлено, що механізми формування чуток (акцентуація, згладжування, асиміляція) визначають високу ймовірність деформації інформації в процесі її соціального передавання. З'ясовано основні напрями акцентуації інформаційного повідомлення чуток в умовах воєнних дій: завищення кількості жертв та поранених під час бойових дій, завищення масштабу руйнувань матеріальних об'єктів, наголошення на труднощах військових на фронті, фіксація на успіхах української армії. Висловлено припущення, що згладжування інформації в процесі чуток пояснюється особливостями емоційної пам'яті й соціальної перцепції особистості. Визначено, що адаптація воєнних чуток відбувається через пристосування переданої інформації до умов конкретної населеного пункту, географічної специфіки, соціокультурних умов. Виокремлено основні мотиви поширення чуток під час війни: пізнавальні, соціальної належності, психологічного захисту, самоствердження, досягнення особистої вигоди, участь в інформаційній війні. Описано основні критерії щодо сприймання чуток в умовах війни: орієнтація на офіційні джерела; виваженість і обережність при передаванні інформації через неофіційні канали; підвищення самоконтролю й стресостійкості; критичне осмислення інформації. На основі дослідження сформульовано низку висновків, що узагальнюють отримані результати. Визначено основні перспективи подальшого дослідження означеної проблематики, що полягають у плануванні й проведенні експериментальних досліджень психологічних особливостей чуток в умовах війни.

Ключові слова: чулки, акцентуація, згладжування, адаптація, формула Олпорта – Постмена, мотиви поширення чуток.

Features of creation and spreading of rumors in the conditions of war are finding out in the article. Main methods of research were theoretical analysis of the problem and monitoring of social networks. It has been determined that phenomenon of rumors is the process of emergence and transmission of information in society through the unofficial channels what is connected with lack of information and uncertainty of social situation. It has been found that mechanisms of rumors formation (accentuation, smoothing, assimilation) determine high probability of information deformation in the process of its social transmission. It has been figured out main directions of accentuation of informational reporting of rumor in the condition of combat operation: increase the number of victims and injured during the combat operation, overstatement the scale of destruction of material objects, emphasis on the difficulties of military at the front, fixation on success of Ukrainian army. It has been suggested that smoothing of information in the process of rumor is explained with features of emotional memory and social perception of personality. It was defined that adaptation of military rumors occurs due to adaptation of transmitted information to the condition of specific settlement, geographic specificity, and sociocultural conditions. It has been highlighted main motives of spreading rumors during the war: cognitive, social identity, psychological protection, self-affirmation, achievement of personal gain, participation in information war. It has been described main benchmarks regarding perception of rumors in the conditions of war: focus on official sources; prudence and carefulness during the transmission the information through unofficial channels; increment of self-control and stress resistance; critical understanding of information. It has been formulated a number of conclusions which generalize the obtained results on the basis of research. It has been determined main prospects of further research of the outlined issue which consist in planning and carrying out of experimental studies of psychological features of rumors in the conditions of war.

Key words: rumours, accentuation, smoothing, adaptation, Allport and Postman formula, motives of rumor spreading.

УДК. 316.774

DOI <https://doi.org/10.32843/2663-5208.2022.38.2>

Зінченко О.В.

к.психол.н.,
старший викладач кафедри психології
і туризму
Київський національний лінгвістичний
університет

Повномасштабна війна, що розпочалася 24 лютого 2022 року, кардинально змінила функціонування всіх сфер української держави. Людські жертви, великі руйнування матеріальної інфраструктури, стрімке зростання кількості внутрішньо переміщених осіб та біженців, поглиблення кризових явищ в усіх секторах економіки – це реальність, з якою сьогодні

зустрівся кожен громадянин України. Очевидно, що сприймання навколишньої дійсності та поведінка особистості в умовах війни тісно пов'язані з психологічними особливостями людини, а також інформаційною структурою соціуму. У цьому контексті варто звернути увагу на механізми та феномени, що впливають на формування та поширення інформації.

Особливо це стосується чуток – явища, що зумовлює циркулювання й деформацію інформації, таким чином визначаючи загальний емоційний фон соціуму та поведінкові реакції учасників соціальної взаємодії. Дослідження чуток проводяться доволі інтенсивно: вивчаються механізми їх формування, особливості поширення в різних соціальних сферах, способи протидії їх негативному впливу. Водночас більш детального вивчення потребує проблема поширення чуток в умовах воєнних дій. Також наголошується на відсутності систематичних емпіричних досліджень явища чуток. Реалізація цього завдання дозволить доповнити психологічну теорію інформаційної структури суспільства у кризових умовах, а також створити ефективні методи й засоби протидії шкідливому інформаційному впливу в умовах війни.

Мета статті – з'ясувати особливості утворення і поширення чуток в умовах війни.

У теоретичних джерелах немає єдиного підходу до пояснення явища чуток. Запропонуємо деякі його визначення:

1) інформаційне повідомлення, що поширюється між людьми, зазвичай, в усній формі без надання доказів його достовірності, задовольняючи актуальні потреби суспільства (Г. Олпорт, Л. Постмен) [8];

2) процес виникнення і циркуляції соціальної інформації, що не підтверджується офіційними джерелами (Дж. -Н. Капферер (J.-N. Kapferer) [10];

3) неформальна комунікація, що доповнює зміст «офіційних повідомлень» і передбачає певний контроль над змінами реальності (Т. Шибутані) [6];

4) прояв неорганізованої поведінки натовпу, що надає сенсу незрозумілій для особистості ситуації (Н. Смелзер) [5];

5) чинник, що обумовлює поділ соціуму на «своїх» і «чужих» за рівнем доступу до певних блоків інформації (Б. Дубін, А. Толстих) [3];

6) спосіб пояснення інформації, пов'язаний з її дефіцитом, невизначеністю соціальної ситуації, переваженням у суспільстві емоційних реакцій тривоги та страху [1].

Бачимо, що деякі з представлених визначень не враховують специфіку сучасного суспільства. Зокрема, дискусійною є думка про те, що чулки передається виключно в усній формі з огляду на інтенсивне поширення й викривлення інформації в інтернеті. Також викликає сумнів позиція щодо тривоги як найбільш сприятливого емоційного фону для поширення чуток, оскільки радість, інтерес, гнів також є потужними емоційними стимулами циркулювання інформації.

Г. Олпорт і Л. Постмен, одні з перших дослідників феномену, запропонували три основні механізми зміни трансформації інформації

в процесі поширення чуток: 1) загострення – підсилення, гіперболізація, драматизація деяких аспектів інформації, що транслюється у процесі передавання чуток; 2) згладжування – процес нівелювання несуттєвих з точки зору передавача інформації аспектів проблеми; 3) адаптація, або асиміляція, – це пристосування сюжету чулки до соціокультурних умов та особливостей світогляду, що переважають у конкретному сегменті соціуму [8].

На думку Г. Олпорта й Л. Постмена, базовим чинником поширення чулки є наявність двох умов: інтересу соціуму та дефіциту інформації [8]. Ці міркування відображаються в авторській формулі: $C = I \cdot D$, де C – інтенсивність поширення чулки, I – інтерес до центральної проблеми повідомлення, D – показник невизначеності й недостатності інформації. Дефіцит значущої інформації є добутком кількості офіційної інформації та рівня довіри до офіційного джерела.

О. Бойко на основі аналізу теоретичних джерел виокремлює низку характерних ознак чуток:

1) деформація й викривлення інформації в передаванні її між членами суспільства;

2) узагальненість інформації, що виявляється в згладжуванні важливих деталей повідомлення;

3) зміст чуток є актуальним, тобто зачіпає важливі для суспільства події та явища;

4) простота й доступність формулювань, що сприяють засвоєнню й швидкості передавання інформації;

5) емоційність чуток;

6) домінування неофіційних каналів при передаванні інформації [1].

Дослідники П. Бордія і Н. Ді Фонзо (P. Bordia, N. Di Fonzo) вважають, що чулки виникають як реакція на вирішення соціальної проблеми й проходять низку етапів: 1) поява центрального повідомлення чулки; 2) спонтанне продукування думок та їх соціальне обговорення; 3) вирішення суспільної проблеми, що визначає трансформацію змісту чуток; 4) втрата інтересу до суспільної поведінки, що визначає згасання інтенсивності циркулювання чуток [9].

Н. Берегова та Л. Джигун вважають, що чулкам властиві деформованість, узагальненість, актуальність змісту; простота, доступність, емоційність, неофіційність форми подання; циркуляція в процесі поширення в усній формі через канали міжособистісної комунікації. Чулки допомагають людям об'єднатися в суперечливих соціальних ситуаціях на основі утворення інтелектуального групового потенціалу для пояснення явищ навколишньої дійсності. Науковці вважають, що існує два основні підходи до розуміння феномену поширення чуток: з позиції вивчення кількості поширеної інфор-

мації і з позиції дослідження кількості учасників соціальної взаємодії [11].

З початком повномасштабної війни в Україні проблема інформаційної безпеки значно актуалізувалася. У цьому контексті чутки стали чинником додаткової дестабілізації суспільства. Регулярний моніторинг соціальних мереж та повсякденне спілкування з людьми, що перебувають у ситуації війни, дають можливість висловити деякі міркування й гіпотези.

Основною тематикою чуток у період війни є можливість обстрілів і майбутніх бойових зіткнень, кількість жертв, масштаб руйнувань, особливості поведінки солдат ворожої армії з мирним населенням, ситуація на фронті, ймовірність поразки або перемоги певних бойових угруповань. Такі висновки можна зроби-ти на основі спостереження за змістом сторінок користувачів соціальних мереж.

Швидкість поширення чуток в умовах війни є надзвичайно високою. Якщо звертатися до класичної формули поширення чуток Олпорта – Постмена, то можна сказати, що рівень інтересу до проблеми є надзвичайно високим. Така ситуація пов'язана з кардинальним порушенням базових потреб особистості (фізіологічних, безпекових, соціальних) у процесі воєнних дій. З іншого боку, невизначеність інформаційного поля теж є дуже високою, що зумовлено такими чинниками:

1) доступністю і поширеністю соціальних мереж, що сприяє генерації великої кількості різноманітних повідомлень про подію;

2) високою недовірою громадян України до офіційних повідомлень влади;

3) високим рівнем загальної соціальної напруженості та рівня стресу окремих осіб, що поглиблює процеси викривлення інформації при її передаванні в соціумі.

Проаналізуємо механізми формування інформації в процесі циркуляції чуток про війну. Доцільно також описати типові словесні конструкції, що характеризують прояв певного механізму і підсилюють їх емоційний вплив на суспільство. Інформація зібрана на основі спостереження за активністю користувачів соціальних мереж.

Основні напрями акцентуації інформаційного повідомлення чуток в умовах воєнних дій:

1. *Завищення кількості жертв та пораних під час бойових дій.* Типові словесні конструкції: «дуже багато смертей», «лікарні забиті під зав'язку», «влада мовчить про справжню кількість жертв». Особливо інтенсивним цей процес є у перші години після початку воєнних дій. Виявлено закономірність: у разі чуток про глобальну воєнну операцію (наприклад, військові дії біля Києва, бої в Маріуполі та Северодонецьку) зростання кількості жертв подається узагальнено (домінують словосполучення «величезна кількість», «дуже багато»

тощо). У випадку локальних чуток про воєнні дії (у межах конкретного населеного пункту) увага фіксується на конкретній кількості жертв.

2. *Завищення масштабу руйнування матеріальної інфраструктури.* Особливості реалізації цього механізму схожі на тенденції, описані в попередньому пункті. Проте інформація про руйнування частіше обґрунтовується або викривляється фото- та відеоматеріалами. Типові словесні конструкції: «місто зникло з землі», «величезні руйнування», «дуже багато пожеж» тощо.

3. *Наголошення на труднощах військових на фронті.* Типові словесні конструкції: «військові сидять голі, босі й голодні», «з автоматами кидають на танки й артилерію», «нікому наші хлопці не потрібні». Такі повідомлення мають суттєвий дестабілізуючий вплив на соціум. Навіть за умови достовірності таких повідомлень відповідне словесне оформлення є додатковим чинником стимулювання негативного емоційного фону суспільства.

4. *Завищення успіхів української армії.* Цей механізм характеризує прояв так званих чуток-бажань. Типові словесні конструкції: «наші скоро повернуть окуповані території», «ворог деморалізований і несе великі втрати». Часто цей механізм активізується через офіційні повідомлення влади, де зазначаються оптимістичні відомості. Такі повідомлення сприятливо впливають на загальний емоційний фон соціуму. Водночас їх небезпека полягає в тому, що за відсутності підтвердження позитивної інформації швидше виникають розчарування, депресія, фрустрація.

Механізми *згладжування* виникають як протилежні до тенденцій акцентуації. Тобто, якщо наголошується на проблемах однієї зі сторін конфлікту, то ігноруються або нівелюються проблеми протилежної. Механізм згладжування пояснюється, зокрема, особливостями емоційної пам'яті й соціальної перцепції особистості. Подія, що викликає сильне переживання, блокує інформацію з іншим емоційним знаком. Таким чином, мова йде про зниження самоконтролю й стресостійкості особистості.

Адаптація воєнних чуток відбувається через пристосування переданої інформації до умов конкретного населеного пункту, місцевості, соціокультурної складової. Типовим прикладом адаптації чуток може бути поширення інформації про можливе повторне вторгнення на звільнені території. При цьому офіційна інформація ігнорується або сприймається скептично. Типові словесні конструкції: «скоро знову будуть тут», «у них техніки зараз більше, ніж у лютому».

Науковці виділяють такі чинники, що стимулюють процес поширення чуток у соціумі:

1) напружені життєві обставини, що порушують проблеми безпеки членів соціуму;

2) прагнення підготуватися до можливих загроз і неприємних подій, навіть якщо ця підготовка обмежується лише формуванням певної ментальної моделі світу;

3) реалізація соціально-психологічних механізмів (зараження, наслідування, навіювання, груповий тиск, конформізм тощо);

4) упевненість у достовірності неофіційних повідомлень і недовіра до офіційних джерел;

5) домінування негативних емоційних і фізіологічних проявів соціуму (втоми, депресії, фрустрації, очікування тощо) [4].

Бачимо, що всі перераховані позиції значно актуалізуються в процесі воєнних дій. Крім того, варто проаналізувати конкретні мотиви членів соціуму, що стимулюють до поширення чуток про війну:

1. *Пізнавальні мотиви* – чутки допомагають створити чітку, осмислену пояснювальну конструкцію щодо подій, яка не суперечитиме домінантній думці соціуму. У цьому контексті важливішою за істинність і раціональність пізнавальних висновків є їх відповідність суспільним уявленням про подію. Варто пам'ятати, що пізнавальний мотив передавання чуток може стимулювати різноманітні когнітивні викривлення при передаванні інформації. Зокрема, в умовах війни зростає значущість феноменів магічного й конспірологічного мислення як інструментів, що дозволяють пояснити дійсність. Ці тенденції виявляються у величезній кількості думок екстрасенсів та астрологів про війну, а також у зростанні масштабу так званої інсайдерської інформації, що висвітлює різноманітні теорії змови.

2. *Мотив належності* – поширення певних видів чуток є індикатором й інструментом залучення особистості до референтних соціальних груп. Особливо актуальним цей мотив є в умовах війни, коли суспільство чітко поляризується за дихотомією «свій – чужий».

3. *Мотив захисту* – поширення чуток певного змісту є проявом актуалізації певних механізмів психологічного захисту. Зокрема, в умовах війни можуть виявлятися витіснення й заперечення у формі інформаційного згладжування; раціоналізація через поширення чуток, що ґрунтуються на поясненнях різноманітних «експертів»; проєкція через надання чуткам необхідного емоційного забарвлення.

4. *Мотив самоствердження* – передавання чуток підвищує самоповагу поширювача, оскільки ідентифікує його як носія інформації, доступної лише «обраним». Досить часто цей мотив виявляється серед відомих осіб (журналістів, політиків, діячів культури). Водночас означена спонuka сприяє поширенню чуток і «звичайними людьми». Таким чином, члени соціуму намагаються підвищити свій авторитет і престиж. При цьому підтвердження інформа-

ції необов'язково може впливати на авторитет поширювача й довіру до джерела.

5. *Мотив особистої вигоди* – характерний для осіб, що генерують дезінформацію, створюють певний соціально-психологічний клімат, що дозволяє досягти особистих економічних і фінансових цілей.

6. *Мотив участі в інформаційній війні* – поширення чуток є потужним інструментом формування суспільної думки та певного емоційного фону соціуму.

Проблема поширення чуток в умовах війни, у підсумку, зводиться до необхідності формування оптимальної стратегії й тактики сприймання інформації. У цьому контексті можна дати такі рекомендації.

1. Орієнтуватися лише на офіційні джерела. Популярна й навіть банальна порада, що ігнорується великою кількістю громадян. Звичайно, офіційні особи та інститути можуть приховувати й викривляти певну інформацію, але ймовірність інформаційних деформацій при передаванні повідомлень неофіційними каналами значно зростає.

2. Не поспішати передавати інформацію (усно чи через соціальні мережі), особливо в першу годину після події. Поширення чуток за динамікою схоже на поширення інфекційної хвороби, тому в силах конкретних осіб перервати ланцюжок деформації інформації. Потрібно пам'ятати, що навіть правдиві відомості при передаванні від індивіда до індивіда будуть спотворюватися внаслідок індивідуальних особливостей учасників комунікації.

3. Для збереження емоційної стійкості доцільно орієнтуватися на індикатори, що вказують на недостовірність інформації:

1) фіксація точного часу події («сьогодні о 12.00 відбудеться обстріл території»);

2) відсутність чіткої орієнтації на джерело інформації («всі так кажуть», «так прикордонники сказали»);

3) комунікатор безпосередньо не має відношення до первинного джерела інформації («знайома сказала, у якої брат служить у ЗСУ, а йому сказав командир»);

4) наголошування на беззаперечній довірі до джерела інформації («довіряти можна сто відсотково»);

5) наголошування на величезній кількості жертв і руйнувань у перші години після події;

6) занадто емоційний тон повідомлення.

Отже, для стійкості в умовах поширення дестабілізуювальних чуток в умовах війни необхідно критично осмислювати інформацію, що поширюється в соціумі. Для цього важливо зберігати емоційний самоконтроль.

Висновки з проведеного дослідження. Дослідження психологічних особливостей поширення чуток в умовах війни має теоретичну і практичну значущість, оскільки дозво-

ляє заповнити «білі плями» соціальної психології, а також обґрунтовує стратегії підтримки й захисту інформаційної безпеки суспільства.

У процесі проведеного теоретичного дослідження, а також моніторингу соціального середовища можна зробити низку узагальнень щодо досліджуваної проблематики. Проблема визначення чуток є доволі дискусійною, проте можна сказати, що чутки – це процес виникнення й передавання інформації в соціумі неофіційними каналами, пов'язаний з її дефіцитом і невизначеністю соціальної ситуації. Механізми формування чуток (акцентуація, згладжування, асиміляція) визначають високу ймовірність деформації інформації в процесі її соціального передавання. Інтенсивність поширення чутки залежить від рівня суспільного інтересу до події та дефіциту інформації, що зумовлює високу швидкість циркуляції інформації в умовах війни. Основні напрями акцентуації інформаційного повідомлення чутки в умовах воєнних дій: завищення кількості жертв та поранених під час бойових дій, завищення масштабу руйнувань матеріальних об'єктів, наголошення на труднощах військових на фронті, фіксація на успіхах української армії. Згладжування інформації в процесі чутки пояснюється особливостями емоційної пам'яті й соціальної перцепції особистості. Асиміляція воєнних чуток відбувається через пристосування переданої інформації до умов конкретного населеного пункту, географічної специфіки, соціокультурних умов. Можна виокремити основні функції чуток у процесі війни: створення осмисленої картини світу, що дозволяє пояснити події; залучення особистості до референтних соціальних груп на основі доступу до певної інформації; актуалізація механізмів психологічного захисту – витіснення, заперечення, раціоналізація, проєкція; стимулювання самоствердження через усвідомлення володіння «особливою інформацією». Також чутки є потужним інструментом інформаційної війни, оскільки суттєво впливають на формування суспільної думки й домінантний емоційний фон. Основні критерії щодо сприймання чуток в умовах війни: орієнтація на

офіційні джерела; виваженість і обережність при передаванні інформації через неофіційні канали; підвищення самоконтролю й стресостійкості; критичне осмислення інформації.

Перспективи подальшого дослідження означеної проблематики вбачаємо у планування і проведенні експериментальних досліджень психологічних особливостей чуток в умовах війни. Зокрема, становить інтерес вивчення залежності схильності до поширення чуток від конкретних пізнавальних, емоційно-вольових, комунікативних властивостей особистості.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Берегова Н., Джигун Л. Психологічні особливості розповсюдження чуток та механізми їх протидії. *Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України. Серія: Психологія: електрон. наук. фах. вид. Хмельницький*. 2017. Вип. 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadpn_2017_1_3.
2. Бойко О. Чутка як інструмент політичного маніпулювання. *Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї*. Київ, 2011. Вип. 22. С. 238–248.
3. Дубин П. И., Толстых А. В. Слухи как социально-психологический феномен. *Вопросы психологии*. 1993. № 3. С. 77.
4. Латынов В. В. Слухи: социальные функции и условия появления. *Социологические исследования*. 1995. № 1. С. 12–17.
5. Смелзер Н. Социология: пер. с англ. Москва: Феникс, 1998. 688 с.
6. Шибутани Т. Социальная психология. Пер. с англ. В. Б. Ольшанского. Ростов н/Д.: Изд-во «Феникс», 1999. 544 с.
7. Юркова О. А. Чутки як соціокомунікаційний феномен. *Обрії друкарства*. 2021. Вип. 1–2. С. 121–131.
8. Allport G. W., Postman L. The psychology of rumor. New York: Henry Holt, 1947. Pp. 247.
9. Bordia P., N. Di Fonzo. Problem solving in social interactions on the Internet: rumor as social cognition. *Soc. Psychol. Quart.* 2004. 67 (1). Pp. 33–49.
10. Kapferer J.-N. Rumours. Le plus vieux media du monde. Paris, 1987. P. 305.
11. Turenne N. The rumor spectrum. *PLoS One*. 2018. 13 (1). Published 2018 Jan 19. URL: <http://doi:10.1371/journal.pone.0189080>