

**Наталія БЕРЕГОВА,**

кандидат психологічних наук,  
Хмельницький національний університет

**Людмила ДЖИГУН,**

кандидат педагогічних наук,  
Хмельницький національний університет

## **ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗПОВСЮДЖЕННЯ ЧУТОК ТА МЕХАНІЗМИ ЇХ ПРОТИДІЇ**

*Авторами статті розглянуто процес використання чуток, як психологічного маніпулювання. Проведено експериментальне дослідження з визначення характерних особливостей чуток та їх різновидів; факторів, що виступають каталізаторами появи чуток та ефективних методів протидії чуткам. Було з'ясовано, що чулки є циркулюючою формою комунікації, за допомогою якої люди, перебуваючи в неоднозначній ситуації, об'єднуються, створюючи її інтерпретацію та спільно використовуючи при цьому свій інтелектуальний потенціал. Поняття «протидія» розкрито як процес здійснення комплексу заходів, направлених на зниження поширюваності, впливовості чуток, зменшення довіри до них.*

***Ключові слова:** чулки, маніпулювання, технології, маніпулятори.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** На сьогоднішній день суспільство знаходиться у розвитку, кардинальних змінах, і в результаті деякі нові події не можуть бути пояснені з позиції вже сформованих концепцій. Такий стан речей змушує людей шукати нові шляхи пояснення і розуміння подій. Незадоволена вимога новин, дисонанс між інформацією, повідомлення в ЗМІ створюють основу для появи та циркуляції чуток. За допомогою передачі та обговорення чуток відбувається процес адаптації до нових реалій. Чулки, таким чином, є одним із способів колективної взаємодії, орієнтованого на вирішення проблеми. Особливо ймовірне виникнення чуток у ситуаціях катастроф і соціальних заворушень.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано вирішення даної проблеми та на які опираються автори.** Чулки інтерпретуються різними науками неоднозначно. Соціологічне розуміння цього

феномену представлено в роботах Т. Шибутані, Н. Смелзера, Г. Олпорта, Л. Постмана, які пов'язували функціонування чуток з колективною поведінкою. При цьому чутки, представляються найпоширенішим засобом комунікації, оскільки в якійсь мірі пояснюють значення ситуації, яку люди не розуміють, і допомагають їм підготуватися до дій [5].

Узагальнення думок вчених, що займалися вивченням цього феномену свідчить, що чутки – це циркулююча форма комунікації, за допомогою якої люди, перебуваючи в неоднозначній ситуації, об'єднуються, створюючи її інтерпретацію та спільно використовуючи при цьому свій інтелектуальний потенціал.

З огляду на це, **метою статті** є визначення та обґрунтування характерних особливостей чуток та їх різновидів; факторів, що виступають каталізаторами появи чуток та ефективних методів протидії чуткам.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Чутки часто використовуються як елемент міжнародної комунікації. Сила впливу чуток в значній мірі залежить від їхнього джерела. Практика підтверджує значно сильніший вплив негативних чуток у порівнянні з позитивними.

Чутки належать до найпоширеніших масових явищ у великих групах. Наявність чи відсутність чуток свідчить про конкретний стан соціальної спільності, а також про ефективність та кваліфікованість управління ними.

Чутки бувають різними, і відповідно існує безліч підстав, за якими можна їх класифікувати [2]. Так, чутки розрізняють за їх змістом (політичні, економічні, екологічні); тимчасової орієнтації (що стосуються минулого, пророчі); типом походження (спонтанні, навмисні) і по відношенню до реальності (раціональні, фантастичні).

Феномен чуток має низку характерних рис та особливостей, які, на думку Б. Дубініна та А. Толстих, вирізняють її з інших інформаційно-психологічних явищ та жанрів повідомлень. По-перше, вона має порівняно високий ступінь узагальненості, що відрізняє чутку від плітки або ж її напівофіційного варіанту – доносу, дезінформації. По-друге, вона зберігає прив'язку до часу і середовища свого виникнення, чим протистоїть байці або повір'ю. По-третє, чутка пов'язана зі свіжою новиною, а часто – лише з майбутнім, і цим

протилежна легенді, анекдоту тощо. По-четверте, чутка є свідомо неофіційною, а тому протистоїть офіційній інформації [3].

Якщо узагальнити дослідження науковців, то слід виділити наступні фактори, що виступають каталізаторами появи чуток:

- недостатня кількість інформації з питань, які стосуються інтересів людей;
- брак автентичності між інформацією з офіційних джерел і каналів масової комунікації;
- кризова, проблемна, конфліктна, динамічна ситуація, що стимулює невизначеність;
- цілеспрямоване «зливання» інформації;
- спроби відволікання уваги громадськості на обговорення другорядних питань;
- протидія якому-небудь інформаційному повідомленню або іншій чутці, тобто створення контр чуток;
- природна схильність людини до обговорення актуальних питань, доступна інформація про які не дозволяє на даний момент зробити чітких висновків;
- бажання самоствердження, завоювання авторитету шляхом демонстрації своєї проінформованості, переваги у володінні інформацією;
- компенсація емоційної недостатності, яка відбувається у ході відтворення та сприйняття сюжетів чуток: той, хто розповідає, отримує задоволення від реакції слухача, а слухач, у свою чергу, отримує задоволення від сприйняття нового, раніше не відомого;
- відчуття солідарності, яке виражається в прагненні допомогти колегам, друзям, знайомим, попередити їх і дати можливість самим або спільно підготуватися до зустрічі з неприємною подією;
- намагання людини вгамувати свою тривогу або страх у складній ситуації шляхом обговорення, висунення власних гіпотез, пояснень, які стають, власне, чутками;
- некритичність сприйняття інформації, що базується на безпосередній, усній передачі інформації; факторі «це ж знайомі казали...»;

- стереотипність мислення;
- дія механізму психічного зараження, бажання ідентифікації з групою («Всі говорять...»);
- намагання людини компенсувати відсутність значних подій у власному житті емоційним обговоренням життя інших осіб, глобальних проблем суспільства, своєрідне проведення вільного часу [1].

На швидкість розповсюдження чутки та період її існування суттєво впливають такі фактори:

1. Час та ситуація, у якій вона починає поширюватися. Поширення інформації у потрібний момент, коли: людина здатна, схильна сприймати інформацію (час подачі інформації найкраще знають фахівці телебачення); існує дефіцит інформації з актуальних питань; виникає кризова ситуація, що зумовлює умови нестабільності, настрої тривоги, обстановку невизначеності, тобто ідеальний ґрунт для поширення чуток.

2. Особа ретранслятора. Авторитет співрозмовника, ступінь довіри до нього стимулюють процес некритичного сприйняття інформації. Свій специфічний відбиток на процес поширення чуток накладає стать і вік: чоловіки схильні більше обговорювати, а отже, поширювати чутки, пов'язані з політикою, жінки – інформацію, пов'язану з економічними та сімейними проблемами, молодь найчастіше обговорює та поширює чутки про кумирів та зірок.

Фахівці з PR-технологій О. Ольшевський та Г. Ольшевська переконані, що ідеальний канал для поширення чуток – це особа, яка є типовим представником цільового сегменту (пенсіонери, вчителі тощо); займає у своїй категорії позицію «трохи нижче середнього»; вирізняється неособливою порінформованістю; як правило, більше говорить ніж думає; має гіпертрофовану схильність до процесу активного спілкування [4].

3. Характер змісту та форми подачі. Щоб передаватися із уст в уста, тобто «самопоширюватися», чутка повинна бути актуальною за темою, емоційно забарвленою, максимально схожою на правду, простою і зрозумілою за змістом, ситуативно оптимальною за формою подачі.

4. Динаміка циркулювання. Фахівці стверджують, що фактично протягом двох тижнів чутка або ж втрачає актуальність, або витісняється [1]. Саме тому політичні маніпулятори намагаються, щоб вже протягом першого тижня запуску чутки її підхопили ЗМІ і надали їй «друге дихання», чергового імпульсу, створили умови для запуску нової «модифікованої» чутки.

5. Середовище розповсюдження. Політичні маніпулятори чудово знають, що чутки швидше поширюються в соціально однорідному середовищі, де сформувались загальні інтереси, стереотипні оцінки. Саме тому при плануванні «запуску» чергової чутки чітко прораховується адресна аудиторія, з врахуванням специфіки якої і фабрикується чутка. Значну роль відіграє і стартове місце поширення чутки. Найчастіше маніпулятори обирають місця загального природного побутового спілкування: базар, стадіон, чергу, транспорт тощо. Найсучаснішими формами поширення чуток є соціологічні опитування, телефонне опитування, акцентування певних фактів і висновків у ході інтерв'ю, ток-шоу, публічних телевізійних дебатів тощо.

Розглядаючи феномен чуток, не можна не торкнутися питання щодо активної протидії чуток.

Протидія – здійснення комплексу заходів, направлених на зниження поширюваності, впливовості чуток, зменшення довіри до них. Ця форма реалізовується такими засобами та прийомами [3]:

- швидке оприлюднення офіційної точки зору, яка суперечить суті і змісту чутки;
- оперативна реакція на проблемну ситуацію, усунення чинників, приводів та підстав, що викликають чутку;
- пошук та дискредитація реального автора чутки – розповсюдження можливого компромату про автора чутки;
- інформування про появу анонімного ворога, який має на меті шляхом поширення чуток завдати шкоди громаді;
- спростування чутки – публічне розкриття причин, суті, змісту та можливих наслідків чутки. У зв'язку з тим, що стереотипи руйнуються надзвичайно важко, цей прийом застосовується лише в разі коли чутку

спростовує авторитетна особа, а сама чутка є відверто надуманою та абсурдною.

**Висновки.** Таким чином, чутка – це надзвичайно ефективний інструмент психологічного впливу, потужна зброя маніпулятора, здатна в силу своєї специфіки суттєво вплинути на громадську думку, відкоригувати усталені оцінки та настановлення.

Глибинна суть цього феномену суспільної комунікації полягає у подачі для народу актуальної інформації, яка у конкретних умовах є сенсаційною, неоднозначною та загрозливою. Саме це і дозволяє чутці разом з такими комунікаційними факторами як стереотипи, міфи, ритуали виконувати функцію провокування запуску механізму психічного автоматизму, що лежить в основі будь-якої маніпулятивної дії.

**Перспективним для подальших розвідок у даному напрямку є розробка системи психологічної допомоги категоріям осіб, що схильні до розповсюдження чуток.**

### **Список використаної літератури**

1. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Доценко Е. Л. – СПб, 2004. – С.131–153.
2. Назаретян А. П. Слухи как социальное явление и как орудие психологической войны / Назаретян А. П. // Психологический журнал. – 1984 г. – том 5. – № 5.
3. Дубинин Б. В. Слухи как социально-психологический феномен / Дубинин Б. В., Толстых А. В. // Вопросы психологи. – 1993. – № 3. – С. 79.
4. Ольшевский А. С. Негативные PR-технологии / Ольшевский А. С., Ольшевская А. С. – М., 2004. – 199.

### ***Береговая Н., Джигун Л. Психологические особенности распространения слухов и механизмы их противодействия***

*В статье рассматривается процесс использования слухов, как психологического манипулирования. Автором статьи проведено экспериментальное исследование по определению характерных особенностей слухов и их разновидностей; факторов, выступают катализаторами появления слухов и эффективных методов противодействия слухам.*

*Выяснено, что слухи является циркулирующей формой коммуникации, с помощью которой люди, находясь в неоднозначной ситуации, объединяются, создавая ее интерпретацию и сообщая используя при этом свой*

интеллектуальный потенциал. Понятие «противодействие» раскрывает процесс осуществления комплекса мероприятий, направленных на снижение распространённости, влияния слухов, уменьшение доверия к ним.

**Ключевые слова:** слухи, манипулирование, технологии, манипуляторы.

***Berigora N., Dzhigun L. Psychological features of the spread of rumours and the mechanisms of their counter***

*The article describes the process of using rumours as psychological manipulation. The authors of the article conducted an experimental study on the characterization of rumours and their varieties; factors act as catalysts for the emergence of rumours and effective methods of combating rumours.*

*The analysis of scientist's opinions showed that the rumour is circulating form of communication through which people find themselves in an ambiguous situation, combined to create its interpretation and work together using their intellectual potential.*

*The authors of the article distinguish the following types of rumours: on their content (political, economic, environmental); temporal orientation (relate to the past, prophetic); the type of origin (spontaneous, deliberate) and in relation to reality (rational, fantastic).*

*It was found that the factors that are the catalysts for the emergence of rumours include: an insufficient amount of information on issues that concern the interests of the people; crisis, problem, conflict, dynamic situation that stimulates uncertainty; the natural inclination of man to discussion of topical issues; the desire to assert themselves, gain credibility by demonstrating his knowledge, the benefits in possession of the information; the compensation of emotional insufficiency that occurs during reproduction and perception of the subjects of rumours; the desire of man to quench her anxiety or fear in a difficult situation through discussion, putting forward their own hypotheses, explanations, which are, in fact, rumours; stereotyping.*

*The authors of the article describe the most effective methods of countering the rumours: rapid promulgation of the official point of view, which is contrary to the essence and content of rumours; filling the information vacuum convincing information from reliable sources; rapid response to a problematic situation, addressing the factors, reasons and reasons that cause hearing; search and discrediting the real author of the rumours spread of possible dirt about the author of the leak rumours; a refutation of hearings – public disclosure of the reasons, essence, content and possible consequences of the rumours.*

**Keywords:** rumours, types of rumours, manipulation, technology, methods of combating rumours, factors in the emergence of rumours.