

УДК 159.9.07:504

Наталя Дмитрівна ПОТАПЧУК,
*кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник,
старший науковий співробітник науково-організаційного відділу
Національної академії Державної прикордонної служби України
імені Богдана Хмельницького, м. Хмельницький*

ПСИХОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ УМОВ, ПРИЧИН І ЧИННИКІВ ВИНИКНЕННЯ ТА ПОШИРЕННЯ ЧУТОК СЕРЕД НАСЕЛЕННЯ В УМОВАХ НАДЗВИЧАЙНОЇ СИТУАЦІЇ

У статті здійснено психологічний аналіз умов, причин і чинників виникнення та поширення чуток серед населення в умовах надзвичайної ситуації. Досліджено зміст поняття “чутки” з позицій вітчизняних психологів і соціальних психологів; визначені умови і причини виникнення та поширення чуток серед населення, а також чинники циркуляції чуток в умовах надзвичайної ситуації.

Ключові слова: умови, причини і чинники, чутки, населення, надзвичайна ситуація.

Постановка проблеми у загальному вигляді. В умовах надзвичайної ситуації на виникнення паніки серед населення великий вплив мають чутки, які зумовлені дефіцитом чи надлишком неправдивої інформації, що часто стає додатковим джерелом сильної психологічної (стресогенної) дії на людей. Неповна, викривлена інформація та дезінформація здатні негативно впливати на психіку людей. Адже страх, який завжди є головною причиною паніки, базується ще й на недостатньому знанні можливих наслідків надзвичайної ситуації. Офіційні повідомлення засобів масової комунікації додаються іншими джерелами інформації, зокрема чутками, які не тільки

доповнюють спеціально організовані повідомлення, але й слугують засобом перевірки цієї інформації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано вирішення даної проблеми та на які опирається автор. Окремі питання впливу чуток на виникнення та поширення паніки серед населення в умовах надзвичайної ситуації висвітлені в працях вітчизняних науковців Я. Кальби та В. Москаленко [1; 2]. Типологія причин, умов, принципів і напрямів створення та поширення чуток розкрита в навчальному посібнику “Кризова психологія” під редакцією О. Тімченка [3]. Характеристика соціально-психологічних чинників виникнення та поширення чуток у контексті інформаційного простору розглянута в підручнику “Соціальна психологія” Л. Орбан-Лембрик [4].

Водночас у вітчизняній психології відсутні системні наукові дослідження, які були б присвячені вивченню проблеми виникнення та поширення чуток в умовах надзвичайної ситуації. Зокрема це стосується виявлення явищ, які формують причини або створюють можливість виникнення чуток. Зважаючи на це, **метою статті** є психологічний аналіз умов, причин і чинників виникнення та поширення чуток серед населення в умовах надзвичайної ситуації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як свідчить практика, чутки з’являються тоді, коли засоби масової комунікації не дають певним подіям роз’яснень, котрі б знімали психічне напруження в людей. Інформація, яка міститься в чутках, зазвичай задовольняє психічну потребу, інтерес людини чи групи людей, які не задоволені іншими шляхами.

В психологічній енциклопедії чутки визначаються як вид міжособистісної вербальної комунікації, у процесі якої певна інформація про реальні або вигадані події передається іншим людям. У соціальній психології чутки розглядають як форму стихійної групової поведінки [4; 5]. На думку В. Москаленко, чутки – це неточна, недостовірна інформація, що виникає в результаті багаторазової інтерпретації якогось факту, події чи явища [2, с. 386]. Водночас соціальні психологи Н. Ануфрієва, Т. Зелінська та Н. Єрмакова [6, с. 212] розтлумачують це поняття як специфічний вид міжособистісної комунікації, у процесі якої передається емоційно значуща для аудиторії інформація, повідомлення, що відображають реальні чи вигадані події.

Варто зауважити, що на побутовому рівні чутки ототожнюють із плітками, які прийнято трактувати як чутки про когось, щось, що засноване на неточних або явно неправдивих фактах. Беручи до уваги викладені вище

думки, під поняттям “чутки” ми розуміємо специфічну форму недостовірної або частково достовірної інформації, що надходить від однієї особи або групи, про певні події чи ситуацію. У процесі комунікації зміст, переданий за допомогою чуток, стає надбанням великої групи людей. Чутки відтворюють громадську думку, настрої, більш загальні соціальні стереотипи й установки аудиторії, власне інформаційну ситуацію в регіоні [2, с. 192].

При вивченні чуток науковці використовують різні критерії їх класифікації: вік, величина і структура аудиторії (її ще називають “ареалом” чуток) тощо. Так, тривалість чуток пов’язують з гострими актуальними потребами і настроями, що спонукають масу людей до негайних дій, впливаючи на хід соціального життя та історичних подій і залишаються хіба що в записях мемуарів чи відходять у небуття. В іншому випадку, чутки можуть зачіпати інтереси обмеженої соціальної групи й не виходитимуть за її межі. Або ж чутки можуть стосуватися масових, але периферійних інтересів, надовго зберігаються в народній пам’яті, перетворюються в легенду, в елемент національного епосу.

Дослідник психології мас Я. Кальба [1] пропонує проводити класифікацію чуток за такими критеріями, як: експресивний та інформаційний. За експресивним критерієм розрізняють чутки трьох видів:

- чутка-бажання;
- чутка-страховисько;
- агресивна чутка.

Свідоме поширення чуток-бажань означає спровокувати розчарування щодо бажань, які не збулися. Недосвідченому керівникові доволі часто може здаватися, що це “добре”, тобто сприятливе і безпечне явище. Проте циркуляція чуток-бажань дуже часто призводить до руйнівних наслідків.

Чутки-страховиська виникають у періоди соціальної напруги (стихійне лихо, війна, державний переворот тощо) і варіюють від просто песимістичних до відверто панічних. Найбанальніша причина – зростання цін або зникнення деяких продуктів.

Агресивні чутки виникають там, де є напружені стосунки між соціальними групами, коли стихійні лиха підсилюються ненавистю до якоїсь групи або особи.

Класифікація чуток за експресивним критерієм урахує два моменти: однаковий сюжет може мати абсолютно різні емоційні характеристики. Вирішальним критерієм для експресивної оцінки чуток є не сам сюжет, а реакція аудиторії. Без урахування цих обставин вірогідність помилкових експертних оцінок і контрпродуктивних рекомендацій дуже велика.

Другий критерій класифікації чуток – інформаційний, тобто такий, що відображає міру достовірності інформації. За інформаційним критерієм розрізняються чотири різновиди чуток:

- абсолютно недостовірні чутки;
- недостовірні з елементами правдоподібності;
- правдоподібні чутки;
- достовірні чутки з елементами правдоподібності.

Вважається, що в досить великій аудиторії чутка не буває повністю достовірною. Це пов'язано з тим, що у процесі поширення сюжет зазнає трансформації, спотворюючи вихідну версію, зокрема ці трансформації є цілком характерні та закономірні [1].

Вивчаючи причини виникнення чуток і те, чому одна чутка живе в межах неформального спілкування довго і спокійно, інша швидко охоплює велику аудиторію, спонукаючи людей до дій, а деяка – зникає вже при народженні, психологи по-різному намагаються охарактеризувати умови, причини та чинники виникнення чуток.

У Новому тлумачному словнику української мови [7, с. 617] поняття “умова” визначається як необхідна обставина, яка робить можливим здійснення, створення, утворення чого-небудь або сприяє чомусь. А причина пояснюється як явище, яке обумовлює або породжує інше явище [7, с. 8].

З огляду на це, дослідники проблем кризової психології [3, с. 241] пропонують використовувати таку класифікацію причин та умов появи чуток:

1. Особистісні:
 - прагнення до компенсації емоційної недостатності;
 - прагнення індивіда затвердитися в групі, зайняти лідируюче положення;
 - схильність людини передбачати, що повідомлення виходитиме з надійного джерела;
 - бажання людей попередити інших про небезпеку;
 - прагнення розповідача зменшити власну емоційну напругу;
 - зздрість, озлоблення, вороже ставлення до когось;
 - механізми психологічного захисту особистості, зокрема проекція, заперечення та ін.;
 - переживання страху, боязнь, тривоги;
 - стан когнітивного дисонансу.
2. Ситуативні:
 - наявність зовнішніх умов, що сприяють виникненню в суспільстві атмосфери невизначеності та невпевненості, що підвищує тривожні чекання людей;

дефіцит інформації щодо життєво важливих питань;
відсутність інформованості людей про ухвалення важливих державних і політичних рішень;
бездіяльність в соціальній групі, нудьга й одноманітність;
недоліки в управлінні організацією, несприятливий психологічний клімат.

При цьому дослідники [3, с. 241] вказують, що до основних категорій носіїв чуток належать:

- особи, що вважають себе лише спостерігачами;
- особи, що є спостерігачами, інтереси яких близькі до інтересів активних учасників;
- особи, що сприймають себе як активних учасників.

У контексті розгляду питання чинників виникнення та поширення чуток важливим є дослідження змісту самого поняття “чинник”. Так, в психологічному словнику під редакцією В. Берлова [8] зазначається, що чинник – це той чи інший процес або та чи інша обставина, яка активно впливає на характер, властивість, цілеспрямованість розвитку подій.

Відомий науковець К. Левін [9] виділяє два фундаментальних чинники виникнення чуток: інтерес до теми та дефіцит надійної інформації. При цьому першим чинником є інтерес до теми – чутка здатна виникнути там і тоді, де й коли до її об'єкта є інтерес, а масштаб та маршрут поширення обумовлені конфігурацією зацікавленої аудиторії. Іншими словами, серед людей, що проживають у зоні виникнення надзвичайної ситуації такий інтерес буде обумовлений наявністю прямої загрози для життя людей чи в опосередкованому чеканні реалізації цієї загрози.

Другий чинник – дефіцит надійної інформації. Для чутки потрібний не просто інтерес, а загалом невдоволений інтерес. З огляду на це, Я. Кальба [1] зазначає, що залежність між вірогідністю виникнення чутки (точніше, вірогідною інтенсивністю її поширення) і вказаними чинниками можна зобразити такою схемою:

$$Ч = I \cdot Д (I),$$
 де Ч – чутка, I – інтерес, Д – дефіцит; знак множення демонструє, що при нульовому значенні одного із співмножників результат також дорівнює нулю [1].

Слід зазначити, що під надійністю інформації розуміється не об'єктивна характеристика, а суб'єктивне ставлення аудиторії. Так, помилкове повідомлення із джерела, що користується довірою, усуває дефіцит, тоді як достовірна інформація з джерела, якому ця аудиторія не довіряє, дефіцит

зберігає. Таким чином, дефіцит надійної інформації визначається співвідношенням двох складових: кількості офіційних повідомлень на даний час і довіри до джерела офіційних повідомлень [1].

Варто зазначити, що серед дослідників (Я. Кальба, Г. Почепцов, Л. Орбан-Лембрик та ін.) прийнято виділяти й супутні чинники поширення чуток, а саме:

компенсація емоційної недостатності – той, хто повідомляє інформацію, отримує задоволення від реакції слухача. Слухач також отримує задоволення від сприймання нового, раніше не чутого, невідомого, такого, яке, на його думку, є надзвичайно важливим;

утвердження особистості – за допомогою тієї чи іншої чутки особа намагається завоювати авторитет у групі, сформувати певну установку, позитивне ставлення щодо себе;

справжнє бажання попередити інших про певну небезпеку, а також неусвідомлене прагнення зменшити власне особистісне напруження, розділити свій страх, своє хвилювання, особливо це стосується панічних чуток; особистісне озлоблення, ворожі почуття щодо інших [1; 4].

Водночас Я. Кальба [1] виокремлює також і інші чинники виникнення і поширення чуток, а саме: чинник особистого статусу (повідомляючи цікаві відомості, людина привертає до себе увагу, підвищує або підтверджує значущість власної персони в очах тих, хто її оточує, а отже, і у власних очах) та чинник емоційного балансу (виявляється, що циркулююча чутка здатна тимчасово оптимізувати емоційний баланс у групі, тобто знижувати або підвищувати емоційну напругу до оптимального рівня. Якщо група тривалий час живе в напруженому очікуванні, люди випробовують непереборне бажання обговорювати між собою можливі небезпеки. Парадоксальним чином навіть поширення негативних чуток здатне на якийсь час знизити емоційну напругу – спрацьовує ефект афіліації (відчуття належності до спільноти). Проте це найчастіше призводить до дисфункціональних наслідків: циркулююча чутка нагнітає страхи і тим самим тільки підсилює панічні настрої.

Дослідник чуток як циркулюючої форми комунікації Г. Почепцов [4, с. 198–199] вважає, що чутки належать до категорії повідомлень, які самотранслюються. Вони циркулюють завдяки дії таких чинників:

по-перше, цілком імовірно, що чутки відображають певні колективні уявлення, установки і стереотипи;

по-друге, чуткам властивий винятково усний механізм функціонування (потрапляючи до засобів масової інформації, вони дають привід для

спростувань або підтверджень, але при цьому перестають бути самостійним джерелом інформації);

по-третє, чуткам притаманна змістова яскравість (за їх допомогою часто транслюється очікувана тією чи іншою аудиторією інформація. Це не відкидає того факту, що такі повідомлення можуть містити як позитивні, так і негативні новини. Головне тут інше: ці новини сприймаються як вірогідні).

Автор підручника з соціальної психології Л. Орбан-Лембрик [4, с. 192] підкреслює, що психологічний вплив чуток містить три взаємопов'язані етапи: операційний (вплив суб'єкта), процесуальний (прийняття чи неприйняття впливу об'єктом), результат (реакції у відповідь).

У контексті розгляду проблеми поширення чуток є формула інтенсивності чуток, запропонована відомим американським психологом Г. Олпортом: $R \sim i \cdot a$ [4, с. 196]. Ця формула означає, що кількість циркулюючих чуток (R) мінятиметься зі зміною важливості питання для зацікавлених осіб (i), помноженою на неоднозначність інформації, яка стосується обговорюваної теми (a). Дві необхідні умови – важливість і двозначність – не додаються, а перемножуються. Якщо ж чи то важливість, чи то двозначність дорівнюють нулю, чуток немає.

Отже, за Г. Олпортом [4], чутки поширюються тоді, коли події мають важливе значення в житті людей, а отримані відносно цих подій повідомлення або недостатні, або суб'єктивно двозначні. При цьому двозначність може зростати, якщо інформація передана неясно або до людини дійшли суперечливі версії повідомлень чи особа не в змозі зрозуміти отриману нею інформацію.

В умовах надзвичайної ситуації, особливо в натовпі, чутки є найбільш розповсюдженим типом інформації. Вони надають значення ситуації, яку люди не розуміють, і допомагають їм підготуватися до дії. Чутки, що розповсюджуються в натовпі, спрямовуються на те, щоб збуджувати або заспокоювати емоції. Вони не призначені для роздумів, а необхідні для короткочасного сплеску емоцій [3, с. 386].

Чутки є також необхідною формою зв'язку у великій спільноті, постійним процесом інтерпретації подій, проти якої безсилі як засоби масової інформації, так і система державного управління. Для виникнення чуток потрібно, щоб дана подія була достатньо важливою, навіть надзвичайною, яка не тільки турбує людей, але й являє загрозу для їх безпеки та життя. Інформація, яка передається у вигляді чуток у цій ситуації, повинна бути незрозумілою та недоступною для перевірки.

З огляду на це, варто зауважити, що чим безпечніші та простіші чутки, тим більше шансів на їх розповсюдження в натовпі. Вони сильно впливають на психіку людини і масову поведінку в умовах надзвичайної ситуації.

На жаль, в Україні відсутні виписані (формалізовані) процедури інформаційного реагування на надзвичайні події (принаймні такі, що відповідають сучасному стану розвитку інформаційного простору). Це може призвести до загрозливої ситуації, коли інформаційне реагування здійснюється “навздогін”, не узгоджено між основними постачальниками інформації з боку органів державної влади. У свою чергу, відсутність інформації або її нестача сприяє виникненню чуток і пересудів, що створює сприятливе середовище для виникнення панічних настроїв. А паніка може завдати значно більше негативних наслідків, ніж сама надзвичайна ситуація. Тому своєчасне інформаційне реагування дозволяє зменшити соціально-економічні збитки від надзвичайної ситуації і певною мірою запобігти виникненню значних медико-санітарних втрат.

Висновки. Отже, ураховуючи все вищезазначене, можемо зробити висновки про те, що основними умовами виникнення та поширення чуток у надзвичайних ситуаціях є атмосфера невизначеності та невпевненості людей, що підвищує їхні тривожні очікування, прагнення зменшити власну емоційну напругу, переживання страху й тривоги. До причин виникнення та циркуляції чуток в умовах надзвичайної ситуації належить дефіцит об'єктивної інформації або надлишок викривленої інформації, що стає основним джерелом сильної психологічної (стресогенної) дії на людей. При цьому основним чинником поширення чуток серед населення найчастіше є бездіяльність у наданні правдивої інформації про ситуацію як самих учасників ліквідації надзвичайної ситуації, так і представників органів влади та засобів масової інформації. З огляду на це, особлива увага має бути приділена поширенню екстреної інформації, що зорієнтована на донесення до людей об'єктивних даних про ситуацію в режимі реального часу, що значною мірою запобігає виникненню чуток та паніки.

Перспективами подальших розвідок у даному напрямку є вивчення особливостей поведінки учасників ліквідації наслідків надзвичайної ситуації як чинника виникнення та поширення чуток.

Список використаної літератури

1. Психологія мас : навч. посіб. / автор-упорядник Я. Є. Кальба. – Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2012. – 208 с.

2. Москаленко В. В. Психологія соціального впливу : навч. посіб. / В. В. Москаленко. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 448 с.
3. Кризова психологія : навч. посіб. / за заг. ред. О. В. Тімченка. – 2-ге вид. – Х. : НУЦЗУ ; КП “Міська друкарня”, 2013. – 380 с.
4. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія : підручник : [у 2 кн.]. Кн. 2 : Соціальна психологія груп. Прикладна соціальна психологія / Л. Е. Орбан-Лембрик. – К. : Либідь, 2006. – 560 с.
5. Психологічна енциклопедія / автор-упорядник О. М. Степанов. – К. : Академвидав, 2006. – 424 с.
6. Ануфрієва Н. М. Соціальна психологія : навч.-метод. посіб. / Н. М. Ануфрієва, Т. М. Зелінська, Н. О. Єрмакова. – К. : Каравела, 2009. – 216 с.
7. Новий тлумачний словник української мови : в 3 т. / укладачі : В. Яременко, О. Сліпушко. – К. : Вид-во “Аконіт”, 2003. – Т. 3. – 862 с.
8. Берлов В. И. Психологический словарь: реалистическое миропонимание / В. И. Берлов. – Краснодар : Советская Кубань, 2001. – 288 с.
9. Левин К. Теория поля в социальных науках [Электронный ресурс] / К. Левин. – 2000. – Режим доступа : <http://reftrend.ru/669838.html>.

Рецензент – доктор психологічних наук, професор Потапчук Є. М.

Стаття надійшла до редакції 14.07.2015

Потапчук Н. Д. Психологический анализ условий, причин и факторов появления и распространения слухов среди населения в условиях чрезвычайной ситуации

В статье проведен психологический анализ условий, причин и факторов появления и распространения слухов среди населения в условиях чрезвычайной ситуации. Изучено содержание понятия “слухи” с позиций отечественных психологов и социальных психологов; выделены условия и причины возникновения и распространения слухов среди населения, а также факторы циркуляции слухов в условиях чрезвычайной ситуации.

Ключевые слова: *условия, причины и факторы, слухи, население, чрезвычайная ситуация.*

Potapchuk N. Psychological analysis of the conditions, causes and factors of the emergence and spread of rumors among the population in emergency situations

In the article the psychological analysis of the conditions, causes and factors of emergence and spread of rumors among the population in emergency situations

is conducted. The concept of “rumors” from the standpoint of local psychologists and social psychologists are studied; the conditions and causes of the emergence and spread of rumors among the population, and the factors circulation of rumors in emergency situations are selected.

The classification criteria of rumors on various grounds: age, size and levels of the audience; expressive and informational criteria, etc. are also examined in the article. The personal and situational causes and conditions for the rumors are identified. Different approaches of scientists to the study of the notion “factor” are also characterized in the article; substantiated the relationship between probability of rumors and a variety of factors for its appearance; revealed the psychological impact of rumors on the behavior of people in emergency situations.

The formula for the intensity of the rumor, which was proposed by the famous American psychologist G. Allport is described in the article. The researcher determined that the rumors spread when the events are important in people’s lives, and reports on these events are ambiguous. The rumors appear when the mass media do not give certain events of clarification. They complement specially organized communication and are a means of verifying that information.

The article also revealed that the rumors are a necessary form of communication in a large community. They attach importance to the situation and help people to prepare for action. The rumors exercised a strong influence on the psyche of individual and mass behavior in emergency situations.

The following conclusions were made: the conditions of the emergence and spread of rumors among the population in emergency situations is the atmosphere of uncertainty, the cause of which is the lack of objective information about the situation and the failure to provide truthful information of participants of liquidation of emergency situations, representatives of the authorities and the media. In an emergency situation special attention should be paid to the dissemination of emergency information about the situation that largely prevents the occurrence of rumors and panic is emphasized in the article.

The author defined that the prospects for further research are the study of the behavior of participants of liquidation of consequences of emergency situations as a factor in the emergence and spread of rumors.

Keywords: *the psychological analysis, the conditions, causes and factors, rumors, the population, emergency situation.*