

# НАДЗВИЧАЙНА СИТУАЦІЯ ЯК ЧИННИК ВИНИКНЕННЯ ЧУТОК СЕРЕД НАСЕЛЕННЯ

Євген ПОТАПЧУК, Наталія ПОТАПЧУК

Copyright © 2015

УДК 159.9 : 94

Yevhen Potapchuk, Nataliya Potapchuk  
**EMERGENCY SITUATION AS A FACTOR OF APPEARANCE RUMORS  
AMONG THE POPULATION**

**Постановка суспільної проблеми.** Сьогодні в умовах світових терористичних викликів, складних трансформаційних процесів, хиткої економічної ситуації, природних катаклізмів, формат виваженості та обережності стосовно оперування інформацією загалом зумовлює стан здоров'я суспільства. Повсякдення свідчить, що відсутність достовірної та однозначної інформації про будь-яку надзвичайну подію в країні підвищує психологічну напруженість серед населення [9]. Це спричиняє виникнення в людей переживань, які змушують їх об'єднуватися в неформальні групи, активніше обговорювати тривожні теми, шукати їм пояснення, підтримувати один одного. В результаті розвитку такої ситуації спрацьовує механізм емоційної індукції, котрий сприяє формуванню та швидкому розповсюдженню чуток. Саме виникнення й поширення чуток є основним засобом розповсюдження інформації в натовпі, коли офіційні джерела, зокрема засоби масової інформації, її замовчують. Чутки перебирають на себе інформативну функцію, проте частково чи повністю спотворюють інформацію, і тим самим дезорієнтують населення.

**Мета дослідження:** обґрунтування впливу надзвичайної суспільної ситуації на виникнення чуток серед населення.

**Авторська концепція.** Надзвичайна ситуація (НС) є не тільки порушенням нормальних умов життя і діяльності людей на об'єкті чи території, що спричинене аварією, катастрофою, стихійним лихом, епідемією, епізоотією, епіфітотією, великою пожежею, застосуванням засобів ураження, а ще й потужним психологічним

чинником, котрий провокує виникнення та розповсюдження чуток серед населення. Такі чутки постають як надзвичайно небезпечне явище, оскільки дезорганізують людей і негативно впливають на їхні психічні стани, поведінкові реакції, професійну діяльність, учинки.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемі виникнення, поширення чуток і боротьбі з ними присвячено досить велику кількість досліджень. Розроблена загальноприйнята класифікація чуток, з'ясовані закономірності їх поширення [18; 19]. Проблему чуток вивчали різні науковці, зокрема, психологи, політологи, соціологи, математики. Саме тому поняття “чутки” має багатогранне тлумачення та неоднозначну інтерпретацію. Розуміння цього феномену подано у роботах таких вчених, як Т. Шибутані (функціонування чуток пов'язане з розвитком успішної комунікації) [20], Н. Смелзер (чутки узалежені від колективної, стихійної і неорганізованої поведінки людей у натовпі) [17], Г. Олпорт (чутки відображені як специфічне чи злободенне висловлення думки, котра передається від людини до людини шляхом усного мовлення, без надання надійних стандартів достовірності) [13].

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Проте, не зважаючи на значний інтерес дослідників до феномену чуток, основні розвідки цієї проблеми зачіпають здебільшого їх вивчення у політичній боротьбі, в організації інформаційної війни, а не в умовах надзвичайної суспільної ситуації. Підтвердженням цього є те, що на сьогоднішній день у науково-психологічній літературі майже

відсутні праці, у яких була б розкрита динаміка поширення чуток серед населення в умовах надзвичайної ситуації й з'ясована їхня дія на перебіг подій і поведінкові реакції людей.

#### **Виклад основного матеріалу дослідження.**

Аналіз науково-теоретичних джерел [10; 13; 17; 20] вказує на те, що чутки, з одного боку, відображають соціально-психологічну, соціально-політичну, соціально-економічну, соціально-культурну ситуацію в суспільстві, а з іншого – можуть бути активним засобом модифікації суспільної свідомості, впливовим перетворювачем дійсності. Водночас в умовах надзвичайної ситуації чутки здатні стати небезпечним засобом розповсюдження недостовірної інформації серед населення, породжуючи в нього негативні психічні стани та вчинкові діяння [3; 11; 18; 19].

Ефективним інструментом аналізу чуток слугує характеристика компонентів моделі комунікативного простору ділових міжособистісних стосунків (автор Л. Орбан-Лембрик [15]), що передбачає реалізацію формувально-розвивальної, змістово-сислової, уточнювально-результативної функцій комунікації, яка можлива в комунікативному процесі завдяки впливу учасників, налагодженню механізму зворотного зв'язку між ними, створенню загального інформаційного поля, порозуміння, прийняття унікальних індивідуальностей комунікатора і реципієнта. Беручи до уваги вказану вище думку, констатуємо, що чутка – це таке повідомлення про деякі події, яке виходить від однієї чи більше осіб, не має офіційного підтвердження та усно циркулює в масі людей.

На думку Б. Дубиніна та А. Толстих [4], чутки мають низку характерних рис та особливостей, які вирізняють їх з-поміж інших інформаційно-психологічних явищ та жанрів повідомлень. Серед таких особливостей вони відзначають: високий ступінь узагальненості, що відрізняє чутку від плітки, або ж її напівофіційного варіанту – доносу, дезінформації; збереження прив'язки до часу і середовища свого виникнення, чим протистоїть байці або повір'ю; її зв'язок зі свіжою новиною або з майбутнім, що спричиняє протилежність легенді, анекдоту; неофіційність на противагу офіційній інформації. Однак не будь-яке міжособистісне повідомлення становить передачу чуток. Якщо у процесі повідомлення людиною певної новини, вона розкаже про своє став-

лення до цієї події, дає її оцінку, висловлює свої погляди, то у цьому разі не йдеться про розповсюдження чуток. Циркуляція чуток відбувається тоді, коли особа супроводжує оцінки, думки, взаємини, плани невідомими для співрозмовника відомостями про предмет, неправдивими чи вигаданими ознаками, перебільшеннями. Для того щоб якась інформація стала чуткою, потрібно щоб вона була значущою для об'єкта впливу та стосувалася його інтересів, була зрозумілою всім учасникам процесу її трансляції, а володіння цікавою інформацією сприяло підвищенню престижу транслятора неправдивих відомостей [8]. Важливою відмінністю чутки є і те, що вона обов'язково піддається подальшій трансляції.

У психологічній літературі [7; 15] існує визначення, згідно з яким чутки – це циркулювальна форма комунікації, з допомогою якої люди, котрі перебувають у ситуації невизначеності, об'єднуються, створюють вірогідну інтерпретацію цієї ситуації, використовуючи для цього свій інтелектуальний потенціал. Актуально циркулюючі чутки насичують життя суспільства віртуальними псевдоподіями, які здатні частково компенсувати дефіцит емоційного збудження.

Дослідник Г. Почепцов [16] зазначає, що чутки функціонують завдяки дії певних чинників, зокрема, вони відображають певні колективні уявлення, установки і стереотипи; для них притаманна змістова яскравість; їм властивий винятково усний механізм функціонування, оскільки при потрапленні до ЗМІ, вони перестають бути самостійними і втрачають свою неофіційність. При цьому в процесі циркуляції чуток відбувається викривлення інформації: перебільшення, емоційне збіднення, підсилення значущості, гіперболізація розвитку подій, приписування деструктивних наслідків, максимізація загрози для окремих членів інциденту, в результаті чого чутки стають більш лаконічними, легко сприймаються і передаються, а інформація повідомлення постає конкретнішою, емоційнішою, менш точною. Деякими дослідниками [7; 10; 18; 19] виявлено три характерні тенденції перетворення чутки у процесі її розповсюдження: а) з плином часу відбувається поступове згладжування сюжету, він стає більш конкретним, оскільки неістотні з погляду публіки, деталі інформації зникають; б) деталі чутки стають більш виразними, висувуються на перший план, шляхом розширення їх масштабу й со-

ціальної значущості, сюжет обростає новими (з початку відсутніми) дрібницями, що сприяють його кращому привласненню; в) з'являється тенденція до пристосування чутки під стереотипи й установки людей, до підлаштування її окремих елементів сюжету, нарешті до докорінної зміни психологічного змісту інформації. Отож інтенсивність чутки прямо залежить від міри суспільної зацікавленості її предметом, але зворотно пропорційна кількості офіційних повідомлень й рівню суспільної довіри до джерела офіційної інформації. Враховуючи вищезазначені тенденції перетворення чутки у процесі її передачі від однієї людини до іншої, доречно говорити про три типи трансформації: згладжування, загострення, пристосування [2]:

– *згладжування* – зникнення несуттєвих, неістотних другорядних деталей, посилення функціональності змісту завдяки його скороченню;

– *загострення* – обростання обговорюваної події в результаті колективної “творчості” новими деталями, які вважаються важливими з огляду на стереотипи і настановлення аудиторії, у якій поширюється чутка, розширюється їх масштаб і соціальна значущість;

– *пристосування* – підлаштування під стереотипи і настанови гурту чи спільності окремої деталі сюжету події або соціального факту, що істотно змінює психологічний зміст трансльованої інформації.

Окремо зазначимо, що чутки не мають загальновізаного автора, оскільки він втрачається під час ретрансляції повідомлення, що і сприяє їхньому активному поширенню. Повідомлення набуває форм та ознак чуток лише тоді, коли творець версії подій прагне надати їм більшої, гіперболізованої вагомості, при цьому приховуючи своє авторство. Загалом до головних ознак чуток належать такі: колективне авторство та анонімність; усна форма передачі; актуальність; інформативність; яскравість; продукування спільними зусиллями людей; спосіб їх об'єднання; велика чисельність слухачів; спрямованість на задоволення певної людської потреби; емоційна привабливість тощо.

Результати проведеного аналізу наукової літератури [2; 7; 15] показали, що чутки доречно класифікувати за змістом (політичні, економічні, екологічні), за тимчасовою орієнтацією (ті, що стосуються минулого, і ті, що пророкують майбутнє), відносно реальності (раціональні, фантастичні), за ступенем віро-

гідності (абсолютно недостовірні, просто недостовірні, достовірні і близькі до дійсності), за результатами впливу на свідомість і поведінку людей (ті, які хвилюють суспільну думку, але не виходять за межі явно вираженого асоціального поведіння; ті, що викликають антигромадське поведіння певної частини населення; ті, що руйнують соціальні зв'язки між людьми і виливаються у масові безпорядки), за інтенсивністю циркуляції (продуктивні та непродуктивні), за рівнем функціонування (локальні, регіональні, національні та міжнаціональні), за емоційною характеристикою (чутка-бажання, чутка-страховисько, агресивна чутка).

За висновками дослідників [2; 5; 7; 10; 15] чутки з'являються тоді, коли засоби масової комунікації не роз'яснюють певні події, що знімало б психічне напруження в населення. Інформація, яка міститься в чутках, зазвичай, задовольняє певну психодуховну потребу, інтерес людини чи групи людей, що не втамований іншими засобами. Скажімо, А. Караяні [6] звертає увагу на чотири основні потреби людини, які задовольняються за допомогою чуток: утилітарні, в престижі, у пізнанні та емотивні. Дослідник зазначає, що перші пов'язані з досягненням людьми та соціальними групами певних цілей, другі – із намаганням завоювати авторитет у групі, сформувати позитивне настановлення стосовно себе, треті – із задоволенням пізнавально-інформаційних потреб людини, тобто потреб в інформації, значущої для соціальної орієнтації й організації своєї поведінки, четверті – із отриманням психоемоційної насолоди від процесу і результатів поширення чуток.

В наукових джерелах [18–19] кризові психологи виокремлюють особистісні та ситуативні причини появи чуток в умовах надзвичайної ситуації. При цьому типологію чуток вони визначають за такими критеріями: спонтанність виникнення, міра достовірності, типи емоційної реакції, об'єкт спрямованості, масштаби поширення, інтенсивність і міра впливу на психіку людей. Встановлено [див. 2; 12; 16], що найбільше до чуток схильні жінки, підлітки та люди похилого віку. Для того щоб чутки активно поширювалися, інформація, яку вони містять, повинна бути актуальною, емоційно забарвленою, простою та зрозумілою, максимально схожою на правду. Крім цього, поширенню чуток буде сприяти середовище, у якому зародилися дані пересуди. Особливо ймовірним є виникнення пліток при аваріях,

катастрофах, стихійних лихах, епідеміях, епізоотіях, епіфітотіях, великих пожежах, під час застосування засобів ураження, коли відбувається збудження суспільної думки, виникає асоціальна поведінка, яка почасти призводить до масових безпорядків, агресії, вандалізму. Сучасні дослідники [3; 11] сходяться в одному – надзвичайна ситуація має винятково негативне забарвлення та є серйозним випробуванням для людини, котра волею долі опинилася в її осередку.

Відомо, що надзвичайна ситуація за своїм характером порушує нормальні умови життя і діяльності людей, а також містить загрози для їхнього життя [10; 15]. Саме тому виникнення чуток, насамперед, пов'язане з пошуком кожною людиною шляхів убезпечити себе, її прагненням спрогнозувати наслідки неприємних подій та завчасно підготуватися до них, зменшити можливі втрати. В надзвичайних ситуаціях чулки – це джерело новин, яким не знайшлося місця в офіційних засобах інформації. Фахівці [7; 9; 12] виділяють основні джерела їх поширення: члени штабу з ліквідації НС; постраждалі, які не зовсім адекватно оцінили те, що сталося; представники засобів масової інформації та псевдоочевидці. Під час надзвичайних ситуацій плітки вкрай негативно впливають на психічні стани людей, підвищують напруження, спотворюють громадську думку, настрої, загальні соціальні стереотипи та настановлення, ускладнюють інформаційну ситуацію. Їх психологічний вплив має три взаємопов'язані етапи: операційний (вплив суб'єкта), процесний (прийняття / неприйняття впливу об'єктом), результативний (реакції у відповідь). Ступінь дії чуток на масову свідомість зумовлена особливостями людської психофізіології, перебігом персональної соціалізації, яка завжди чекає підказки. Крім того, як помітили вчені [2; 5], чулки є методами ведення психологічної війни, про що свідчить той факт, що за їх допомогою можна змінювати громадську думку, формуючи її у потрібному маніпуляторам напрямку. Технологічний ланцюжок політичного маніпулювання (за Є. Доценко) охоплює такі ланки: захоплення й утримання уваги об'єкта впливу; стимулювання потрібної мотивації шляхом демонстрації важливих для виклику певного мотиву подразників; перенесення позитивної мотивації з чогось важливого і привабливого на об'єкт чи діяльність, до якого маніпулятор прагне сформувати інтерес; надання емоційного (мотиваційного) значення певному предмету тощо; провокування до

здіяння комплексу “психічних автоматизмів” на рівні індивідуальних та колективних суб'єктів поведінки.

У натовпі чулки виконують функцію ситуаційних орієнтирів для учасників акцій, подій; маркерів адаптації до мінливих соціальних умов; важелів зняття деякої частини невизначеності, показників співвіднесення своїх дій із діями інших; стимуляторів процесу спільного прийняття рішення, формування спільних правил поведінки та засобів дії, своєрідного підґрунтя попереднього моделювання поведінки, джерела компенсації недостатньої і пошуку нової інформації, внутрішнього чинника зниження соціальної значущості тих чи інших явищ. Окрім того, вони сприяють поширенню емоцій, а відтак і підвищенню рівня збудження, напруженості й в окремих випадках – провокують перехід до активних дій.

Вочевидь у суспільному житті чулками потрібно керувати, оскільки вони негативно впливають на психофізіологічний стан усіх, хто цю інформацію сприймає, що може призвести до втрати психічного здоров'я людини й населення в цілому. Однак, прогнозувати розвиток чуток досить складно, що проблематизує процес успішного протистояння їх дії. Практика показує, що найефективнішим засобом боротьби з чулками є заповнення інформаційного голоду в населення за допомогою ЗМІ, оскільки у таких ситуаціях різко зростає довіра до місцевих ЗМІ як до єдиного доступного джерела інформації. Обираючи людину, яка буде повідомляти стан подій, потрібно врахувати те, що сприяти витісненню чуток будуть статус промовця, популярність інформації і повнота фактів. Фахівці [1; 18; 19] стверджують, що фактично протягом двох тижнів чулка або ж втрачає актуальність, або витісняється. Підтвердженням цього факту є правило “45 хвилин – 6 годин – 3 дні – 2 тижні”, котре позначає основні періоди поширення чуток, знаючи які, можна керувати плітками та запобігати подальшому їх поширенню. Суть правила полягає в тому, що протягом перших 45 хвилин існує можливість найбільш повного контролю ситуації, оскільки чулка ще не поширилася широко, і цю інформацію має обмежена кількість людей. Після того, як інформація потрапила у сферу загального доступу, вона активно обговорюється у ЗМІ, щонайменше, протягом шести годин або ж кількох днів, в результаті чого з'являються коментарі та плітки. Пізніше цю інформацію публікують щотижневі журнали та видання, які виходять що два тижні.

## ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК

За результатами аналізу наукових джерел [13; 17; 20] висновуємо, що НС виявляється потужним психологічним чинником, що провокує виникнення та розповсюдження чуток серед населення. *Чутки* – це специфічна форма недостовірної чи частково достовірної інформації, що надходить від однієї особи або групи, про певні події чи ситуації. Вони спроможні впливати на свідомість людей, розбурхувати громадську думку, викликати антигромадську поведінку певної частини населення, руйнувати соціальні зв'язки між людьми та організовуватися як масові заворушення. Саме тому їх потрібно відносити до надзвичайно суспільно-небезпечних явищ. Тому подальше вивчення основних способів і шляхів запобігання та подолання чуток є перспективним напрямком їх поглибленого дослідження.

1. Беззубцев С.А. Слухи, которые работают на вас / С.А. Беззубцев. – СПб.: Питер, 2003. – 192 с.

2. Бойко О. Чутка як інструмент політичного маніпулювання [Електронний ресурс] / О. Бойко. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/Sup/2011\\_22/Rozdil\\_2/13\\_Boiko.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Sup/2011_22/Rozdil_2/13_Boiko.pdf). – Заголовок з екрана.

3. Відношення до життя та смерті в умовах надзвичайної ситуації : ціннісно-смысловий аспект: [монографія] / Лебедев Д.В., Лебедева С.Ю., Назаров О.О., Оніщенко Н.В., Садковий В.П., Садковий О.В., Тімченко О.В. – Х.: УЦЗУ, 2009. – 128 с.

4. Дубин Б.В. Слухи как социально-психологический феномен / Б.В. Дубин, А.В. Толстых // Вопросы психологии. – 1993. – № 3. – С. 77–84.

5. Зелинский С.А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание / С.А. Зелинский. – СПб.: “Скифия”, 2008. – 281 с.

6. Караяни А.И. Слухи как средство информационно-психологического противодействия / А.И. Караяни // Психологический журнал. – 2003, Т. 24. – № 6. – С. 57–63.

7. Климанська Л. Чутки як спосіб організації та самоорганізації інформаційного простору політики / Л. Климанська // Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку. – 2008. – № 20. – С. 71–80.

8. Крысько В.Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт) / В.Г. Крысько. – М., Изд-во: Минск, 1999. – 417 с.

9. Латынов В.В. Слухи : социальные условия и условия появления / В.В. Латынов // Социологические исследования. – 1995. – № 2. – С. 12–17.

10. Лисенко В. Чутки – активний засіб модифікації суспільної свідомості / В. Лисенко // Політичний менеджмент. – 2004. – № 6 (9). – С. 96–10.

11. Миронець С.М. Негативні психічні стани рятувальників в умовах надзвичайної ситуації: [монографія] / С.М. Миронець, О.В. Тімченко. – К.: ТОВ “Вид-во “Консультант”, 2008. – 232 с.

12. Назаретян А.П. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи. Лекции по социальной и политической психологии / А.П. Назаретян. – СПб.: Питер, 2003. – 192 с.

13. Олпорт Г. Становление личности : Избранные труды / Гордон Олпорт; под общей редакцией П.А. Леонтьева. – М.: Смысл, 2002. – 275 с.

14. Ольшевский А.С. Негативные PR-технологии / А.С. Ольшевский, Е.В. Ольшевская. – М.: Инфра-М, 2004. – 329 с.

15. Орбан-Лембрик Л. Чутки як соціально-психологічне явище / Л. Орбан-Лембрик // Соціальна психологія. – 2004. – № 3 (5). – С. 47–62.

16. Почепцов Г.Г. Информация и дезинформация / Г.Г. Почепцов. – К.: Ника-Центр, Эльга, 2001. – 256 с.

17. Смелзер Н. Социология / Н. Смелзер. – М.: Феникс, 1994. – 194 с.

18. Тогобицька В.Д. Психологічні особливості розповсюдження чуток в умовах надзвичайної ситуації / В.Д. Тогобицька // Збірник наукових праць національної академії державної прикордонної служби України. Серія: педагогічні та психологічні науки. – 2013. – № 4(69). – С. 393–402.

19. Христенко В.Є. Психологічні прийоми нейтралізації чуток в осередку надзвичайної ситуації / В.Є. Христенко // Проблеми екстремальної та кризової психології. Збірник наукових праць. Випуск 12, Частина 2. – Харків: НУЦЗУ, 2012. – С. 143–150.

20. Шибутани Р. Социальная психология / Р. Шибутани. – М.: Прогресс, 1969. – 390 с.

## REFERENCES

1. Bezzubtsev S. A. (2003). Slukhi, kotorye rabotaiut na vas [Rumors that work for you]. Piter [in Russian].

2. Boiko O. (2013). Chutk ayak instrumen tpolitychnoho manipuliuvannia [Rumor as an instrument of political manipulation], vol. 6, pp. 3-13, Available at: [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/Sup/2011\\_22/Rozdil\\_2/13\\_Boiko.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Sup/2011_22/Rozdil_2/13_Boiko.pdf). [in Ukrainian].

3. Liebiediev D. V., Liebiedieva S. Yu., Nazarov O. O., Onishchenko N. V., Sadkovyi V. P., Sadkovyi O. V., et al. (2009). Vidnoshennia do zhyttia ta smerti v umovakh nadzvychainoi situatsii: tsinnisno-smyslovii aspect [Attitude to life and death in an emergency situation, value-semantic aspect] Kh. [in Ukrainian].

4. Dubin B. V., Tolstykh A. V. (1993). Slukhi kak sotsialno-psikhologicheskii fenomen [Rumors as a socio-psychological phenomenon] Voprosy psikhologii, no. 3, pp. 77-84. [in Russian].

5. Zelinskii C. A. (2008). Informatsionno-psikhologicheskoe vozdeystvie na massovoe soznanie [Information and psychological impact on the public consciousness], Sankt-Peterburg: “Skifiya”. [in Russian].

6. Karayani A. I. (2003). Slukhi kak sredstvo informatsionno-psikhologicheskogo protivodeystviya [Rumors as a means of information and psychological counteraction] Psikhologicheskii zhurnal, no. 6, pp. 57-63. [in Russian].

7. Klymanska L. (2008). Chutky yak sposib orhanizatsii ta samoorganizatsii informatsiinoho prostoru polityky [Rumors as a way of self-organization and information space policy] Ukrainska natsionalna ideia: realii ta perspektyvy

rozvytku, no. 20, pp. 71-80. [in Ukrainian].

8. Krysko V. G. (1999). *Sekretы psikhologicheskoy voyny (tseli, zadachi, metody, formy, opyt)* [Secrets of the psychological warfare (goals, objectives, methods, forms, experience)], M., Izdatelstvo: Minsk. [in Russian].

9. Latynov V. V. (1995). *Slukhi : sotsialnye usloviya i usloviya poyavleniya* [Rumors: social conditions and the conditions of appearance]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, no. 2, pp. 12-17. [in Russian]

10. Lysenko V. (2004). *Chutky – aktyvnyi zasib modyfikatsii suspilnoi svidomosti* [Rumors – active means of modification of social consciousness]. *Politychny imenzhment*, no 6 (9), pp. 96-10. [in Ukrainian].

11. Myronets S. M., Timchenko O. V. (2008). *Nehatynni psykhychni stany riadvalnykiv v umovakh nadzvychnoi situatsii* [Negative mental states rescuers in an emergency situation], K. : TOV “Vydavnytstvo “Konsultant”. [in Ukrainian].

12. Nazaretyan A. P. (2003). *Agressivnaya tolpa, massovaya panika, slukhi. Lektsii po sotsialnoy i politicheskoy psikhologii* [Aggressive crowd, mass panic, rumors. Lectures on social and political psychology]. SPb.: Piter. [in Russian].

13. Olport Gordon (2002). *Stanovlenie lichnosti: Izbrannye trudy* [Formation of the person: Selected Works], Moskva: Smysl. [in Russian].

14. Olshevskiy A. S., Olshevskaya Ye. V. (2004). *Negativnye PR-tekhnologii* [Negative PR-technologies], M.: Infra-M. [in Russian].

15. Orban-Lembryk L. (2004). *Chutky yak sotsialno-psykholohichne yavyshe* [Rumors as socio-psychological phenomenon]. *Sotsialna psykholohiia*, no 3 (5), pp. 47-62. [in Ukrainian].

16. Pocheptsov G. G. (2001). *Informatsiya i dezinformatsiya* [Information and disinformation]. K.: Nika-Tsentr, Elga. [in Russian].

17. Smelzer N. (1994). *Sotsiologiya* [Sociology]. M.: Feniks. [in Russian].

18. Tohobytska V. D. (2013). *Psykholohichni osoblyvosti rozpovsiudzhennia chutok v umovakh nadzvychnoi situatsii* [Psychological characteristics of spreading rumors in an emergency situation]. *Zbirnyk naukovykh prats natsionalnoi akademii derzhavnoi prykordonnoi sluzhby Ukrainy*, no 4(69), pp. 393-402. [in Ukrainian].

19. Khrystenko V. Y. (2012). *Psykholohichni pryomy neitralizatsii chutok v osередku nadzvychnoi situatsii* [Psychological techniques of neutralization rumors in the hearth emergency situation]. *Problemy ekstremalnoi ta kryzovoi psykholohii. Zbirnyk naukovykh prats*, Vol. 12, pp. 143-150, Kharkiv : NUTsZU. [in Ukrainian].

20. Shybutany R. (1969). *Sotsialna psykholohiia* [Social psychology]. M. : Prohres. [in Ukrainian].

## АННОТАЦІЯ

*Потанчук Євген Михайлович, Потанчук Наталія Дмитрівна.*

**Надзвичайна ситуація як чинник виникнення чуток серед населення.**

У статті розглянуто наукове уявлення про чулки як психосоціальний феномен. Здійснено теоретичний аналіз існуючих інтерпретацій змісту цього уявлення у різних

сферах наукового знання, зокрема, у психології, політології, соціології. З огляду на узагальнення компонентів моделі комунікативного простору ділових міжособистісних стосунків проаналізовано основні характерні риси та особливості чуток, які вирізняють їх від інших інформаційно-психологічних явищ і жанрів словесного повідомлення. Розглянуто існуючі в наукових джерелах класифікації чуток за різними критеріями. Визначено їх роль у надзвичайних ситуаціях, умови та особливості їх виникнення й поширення. Досліджено динаміку трансляції чуток, чинники та напрямки їхньої циркуляції в умовах НС. З'ясовано етапи та канали їх розповсюдження, виявлені та описані основні спонукання людини, які сприяють виникненню чуток. Окреслено головні функції, внаслідок чого висвітлено ступінь їхнього впливу на масову свідомість й обґрунтовано оргтехнологічний ланцюжок політичного маніпулювання за їх допомогою. Описано правило поширення чуток, у якому позначаються основні періоди їхнього розповсюдження, знаючи про які, можна керувати плітками й запобігти подальшому їх поширенню.

**Ключові слова:** суспільство, чулки, масова свідомість, надзвичайна ситуація, комунікативний простір, інформація, функції чуток, циркуляція, маніпулювання.

## АННОТАЦІЯ

*Потанчук Євгеній Михайлович, Потанчук Наталія Дмитрівна.*

**Чрезвычайная ситуация как фактор возникновения слухов среди населения.**

В статье рассмотрено научное представление о слухах как о психосоциальном феномене. Осуществлено теоретический анализ существующих интерпретаций содержания этого представления в различных сферах научного знания, в частности в психологии, политологии, социологии. Учитывая обобщения компонентов модели коммуникативного пространства деловых межличностных отношений, проанализировано основные характерные черты и особенности слухов, выделяющих их от других информационно-психологических явлений и жанров словесных сообщений. Рассмотрено имеющиеся в научных источниках классификации слухов по различным критериям. Определено их роль в чрезвычайных ситуациях, условия и особенности их возникновения и распространения. Исследовано динамику трансляции слухов, факторы и направления их циркуляции в условиях ЧС. Выявлены этапы и каналы их распространения, выявлены и описаны основные побуждения человека, которые способствуют возникновению слухов. Очерчены главные функции, в результате чего освещено степень их влияния на массовое сознание и обосновано оргтехнологическую цепочку политического манипулирования с их помощью. Описано правило распространения слухов, в котором отражаются основные периоды их распространения, зная которые, можно ими управлять и предотвращать дальнейшее распространение.

**Ключевые слова:** общество, слухи, массовое сознание, чрезвычайная ситуация, коммуникативное пространство, функции слухов, информация, циркуляция, манипулирование.

## ANNOTATION

*Potapchuk Yevhen, Potapchuk Nataliya.*

**Emergency situation as a factor of appearance rumors among the population.**

The article discusses the concept of “rumors”. Available theoretical analysis of interpretations of existing concepts in various fields of scientific knowledge, in particular: psychology, political science, sociology. Considering the generalizations components model of communicative space interpersonal relationships made analysis of the phenomenon rumors. The attention is focused to main features and characteristics of the rumors, which distinguish them from other information-psychological phenomena and genres messages. Established in the process of dissemination rumors happens gradual smoothing their story, it becomes more specific, because insignificant in terms of public information, details disappear. Based on the trend dissemination rumors, installed that their intensity depends the magnitude of public curiosity about their subject, but inversely proportional the number of official reports and the level of public trust in official sources of information. Determined the role of rumors in emergency situations, features of their emergence and spread, which are primarily associated with finding people ways to protect themselves, the desire to predict the consequences of unpleasant events, in advance to prepare

for and reduce the loss. Investigated features rumors and direction their circulation in an emergency situation. It was found the main conditions appearance of the rumors, stages and their channels of dissemination, among which is dominated by: central, local TV channels, cable TV, video, radio, print media. Based on the experience of of rescuers in emergency situations, allocated the main sources spread rumors: staff members of the rescue service, the victims, the media. Analyzed the basic functions of rumors, as a result been investigated the degree of their impact on public consciousness and established technological chain of political manipulation by means of rumors. Is emphasized the need control rumors, because they adversely affect the psychophysiological state of people, which can lead to loss of mental health. Described rule spread rumors, in which are indicated the main periods spread rumors, knowing the which, you can control hearing and prevent further spread. Proposed in the fight against rumors fill the hunger for information the population through the media, because in such situations dramatically increases confidence in the local media.

**Keywords:** rumors, extraordinary situation, circulation, society, manipulation.

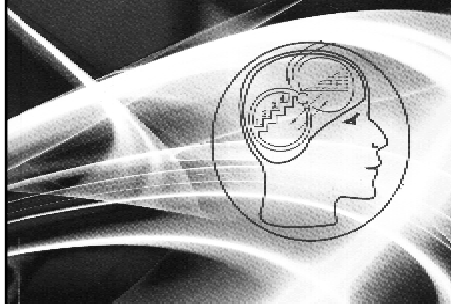
Надійшла до редакції 4.05.2015.

## КНИЖКОВА ПОЛИЦЯ

О. Ф. Гречаний, В. О. Сабадуха

# ФІЛОСОФІЯ ЗДІБНОСТЕЙ

У КОНТЕКСТІ ПРІОРИТЕТУ  
ДУХОВНОГО  
НАД МАТЕРІАЛЬНИМ



*Гречаний О.Ф., Сабадуха В.О.*

Філософія здібностей у контексті пріоритету духовного над матеріальним : [монографія] / О.Ф. Гречаний, В.О. Сабадуха. — Луганськ: Вид-во СНУ ім. Володимира Даля, 2015. — 211 с.

У монографії досліджено проблему здібностей в контексті пріоритету духовного над матеріальним. В основу покладено ідею чотирьох рівнів розвитку людських здібностей. Робота має міждисциплінарний характер, у ній органічно поєднано дослідження із методології, філософії психології, педагогіки, нейрофізіології та сформульовано умови розвитку здібностей людини. Обґрунтовано філософсько-методологічні, психологічні й педагогічні основи нової школи.

Книгу призначено для вчених-гуманітаріїв, керівників вищої школи, професорсько-викладацького складу, учителів, аспірантів, магістрантів, студентів, а також усіх, хто бажає самостійно формувати методологічну культуру мислення й розвивати власні здібності до особистісного рівня.