

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ ВИНИКНЕННЯ ЧУТОК СЕРЕД НАСЕЛЕННЯ В УМОВАХ НАДЗВИЧАЙНОЇ СИТУАЦІЇ

Н.Д. Потанчук. Теоретичні засади дослідження проблеми виникнення чуток серед населення в умовах надзвичайної ситуації. У статті висвітлено теоретичні засади дослідження проблеми виникнення чуток серед населення в умовах надзвичайної ситуації. Встановлено, що чутки як явище зародилися з появою людської цивілізації та є одним із наймогутніших засобів поширення інформації. За результатами аналізу історичних фактів з'ясовано перші випадки появи феномену чуток та досліджено їхню роль у надзвичайних ситуаціях, зокрема під час воєнних дій, техногенних катастроф, економічних криз, політичних заворушень.

Здійснено аналіз основних теорій масових комунікацій як чинника виникнення чуток. На основі аналізу та порівняння теорій дослідників масових комунікацій встановлено основні причини виникнення та поширення чуток (задоволення власних інтересів, відповідність інформації установкам та переконанням людини), канали поширення чуток (телебачення, радіо, засоби зв'язку, книги, журнали, самі люди), напрямки поширення чуток (задаються засобами масової інформації, за рахунок чого вони перетворюються на інструмент маніпулятивного впливу). Встановлено, що поширенню чуток буде сприяти середовище, в якому вони зародилися, та зазначено ймовірні випадки виникнення чуток, а саме: аварії, катастрофи, стихійні лиха, епідемії, пожежі. Зроблено висновок, що чутки в умовах надзвичайної ситуації виникають внаслідок інформаційного вакууму.

З огляду на основні дослідження феномену чуток описано базовий закон, який показує залежність їхньої інтенсивності від важливості подій і неоднозначності інформації. Визначено причини й умови поширення чуток серед населення в умовах надзвичайної ситуації.

Ключові слова: чутки, дослідження, феномен, масові комунікації, теорії комунікації, причини виникнення, надзвичайна ситуація.

Н.Д. Потанчук. Теоретические основы исследования проблемы возникновения слухов среди населения в условиях чрезвычайной ситуации. В статье рассмотрены теоретические основы исследования проблемы возникновения слухов среди населения в условиях чрезвычайной ситуации. Установлено, что слухи как явление зародились с появлением человеческой цивилизации и являются одним из самых мощных средств распространения информации. На основе анализа исторических фактов выяснены первые случаи появления феномена слухов и исследована их роль в чрезвычайных ситуациях, в частности во время войны, военных действий, техногенных катастроф, экономических кризисов, политических беспорядков.

Сделана попытка проанализировать основные теории массовых коммуникаций как главного фактора возникновения слухов, поскольку считаем, что слухи – модель массового общения и коммуникации. На основе анализа

и сравнения теорий исследователей массовых коммуникаций установлены основные причины возникновения и распространения слухов (удовлетворения своих интересов, соответствие информации установкам и убеждениям человека), каналы распространения слухов (телевидение, радио, средства связи, книги, журналы, сами люди), направление распространения слухов (задается СМИ, за счет чего они превращаются в инструмент манипулятивного воздействия). Установлено, что распространению слухов будет способствовать среда, в которой они зародились, и указано вероятные случаи возникновения слухов, в частности аварии, катастрофы, стихийные бедствия, эпидемии, пожары. Сделан вывод, что слухи в условиях чрезвычайной ситуации возникают в связи с информационным вакуумом.

Учитывая основные исследования феномена слухов, описывается базовый закон, отражающий зависимость их интенсивности от важности событий и неоднозначности информации. Определены масштабы распространения слухов среди различных групп населения в условиях чрезвычайной ситуации.

Ключевые слова: *слухи, исследования, феномен, массовые коммуникации, теории коммуникаций, причины возникновения, чрезвычайная ситуация.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. Історичний аналіз суспільного життя свідчить про те, що чутки як явище зародилися з появою людської цивілізації та супроводжують людство протягом усієї історії його існування. Чутки завжди були одним із наймогутніших засобів поширення інформації. У сучасному суспільстві чутки розглядаються не тільки як стихійне комунікативне явище, але й як технологія впливу на суспільну свідомість, поведінку, емоційний стан: вони викликають антигромадську поведінку певної частини населення, руйнують соціальні зв'язки між людьми й виливаються в масові заворушення, що може посилити паніку в суспільстві, дезорганізувати роботу осіб у ньому та скомпрометувати їх. Аналіз наукових праць [1; 5-7; 13] свідчить, що в літературних джерелах відсутні науково обгрунтовані розробки щодо визначення умов і чинників виникнення чуток, їхнього онтогенезу та специфіки функціонування в суспільстві в умовах надзвичайної ситуації. Також слід звернути увагу на те, що в науковій літературі досі немає чіткого загальноновживаного тлумачення цього поняття.

Аналіз досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання цієї проблеми, і на які спирається автор. Теоретичний аналіз досліджень проблеми чуток показав, що це явище активно вивчалось спецслужбами різних країн напередодні Другої світової війни, а в США існували цілі інститути, що переймалися цією проблематикою. Саме цей період характеризується початком систематичного дослідження чуток, розробкою методів їхнього використання в пропаганді та психологічній війні як способу одержання переваги над супротивником до початку війни й безпосередньо під час бой-

ових дій. Подібна робота велася й у Радянському Союзі: у 20-ті роки ХХ століття в СРСР було проведено перші дослідження проблеми психології пропаганди, де увага зосереджувалась на вивченні таких аспектів пропаганди серед населення, як: ефективність впливу друкованого слова на різні аудиторії та функціонування суспільної думки; результативність впливу чуток на стан свідомості певної аудиторії; дієвість пропаганди за умов класової боротьби й неграмотності значної частини населення країни. Водночас теоретичний огляд наукової літератури з проблеми чуток свідчить, що досі існують лише загальні механізми, які описують їхнє функціонування. Зважаючи на це, метою статті є аналіз теоретичних засад досліджень проблеми виникнення чуток серед населення в умовах надзвичайної ситуації.

Виклад основного матеріалу дослідження. На побутовому рівні чутки часто ототожнюють з плітками. Так, за часів Старої Англії англійське слово "gossip", що сьогодні перекладається як "плітка, чутка", стосувалося переважно тих людей, які були вхожі в дім та володіли певною інформацією про сім'ю, а за відповідних обставин, наприклад під дією алкоголю, здатні були "винести сміття з хати" [9, с. 205]. У багатьох зарубіжних культурах під пліткою розуміють повідомлення цілком достовірної інформації приватного характеру, що не мала б розголошуватися. Тому плітка – річ дуже неоднозначна. І хоча обивателі не розмежовують понять "чутка" й "плітка", психологи їх чітко розрізняють і вважають, що предмет плітки – завжди люди в міжособистісних стосунках, а сама плітка може бути або фактом, або припущенням.

Що ж до чутки, то існують різні думки науковців про це поняття. Так, вітчизняний науковець Л. Орбан-Лембрик [9, с. 446] під чутками розглядає недостовірну або частково достовірну інформацію, що надходить від однієї особи чи групи про події, ситуації. Дослідниця проблем соціальної психології В. Москаленко вважає, що чутки – це неточна, недостовірна інформація, що виникає в результаті багаторазової інтерпретації якогось факту, події чи явища [6, с. 386]. Соціальні психологи Н. Ануфрієва, Т. Зелінська та Н. Єрмакова [12, с. 212] розтлумачують це поняття як специфічний вид міжособистісної комунікації, в процесі якої передається емоційно значуща для аудиторії інформація, повідомлення, що відображають реальні чи вигадані події.

У сучасному психологічному словнику [16, с. 599] чутки розглядаються як специфічний вид міжособистісної комунікації, в процесі якої сюжет, що певною мірою відбиває деякі реальні чи вигадані події, стає надбанням великої дифузної аудиторії. Як зазначається в словнику, поряд з описуваною подією чутки також відбивають суспільну думку й настрій, більш загальні соціальні стереотипи й установки аудиторії і, нарешті, інформаційну ситуацію в регіоні.

Незважаючи на складність вивчення феномену чуток, інтерес дослідників до цього явища обумовлений кількома причинами:

- чутки є найголовнішим джерелом інформації про громадську думку, ставлення до керівництва та політичних подій, що доповнює загальну картину життєдіяльності суспільства;

- чутки допомагають прогнозувати події в суспільстві, оскільки служать каталізатором соціально-політичних настроїв;

- за допомогою чуток формуються установки, переконання населення, суспільні настрої, виробляється модель поведінки, що свідчить про можливість використання чуток як активного інструменту політичного впливу.

Аналіз наукових джерел [7; 13; 17] дозволяє стверджувати, що перші згадки про чутки з'явилися з моменту появи писемності та офіційних документів і чутки вже тоді активно використовувалися з метою ідеологічної й політичної боротьби та у війнах. При цьому систематичне вивчення чуток почалося в США та Німеччині тільки після Першої світової війни. Пізніше в Америці з'явилися спеціальні фірми, що спеціалізувалися на поширенні чуток. Механізми циркуляції чуток професійно вивчали в ЦРУ, Пентагоні та спецпідрозділах американської армії, фахівці яких уважно відстежували тематику, зміст і динаміку чуток у країні. Також на сьогодні існує інформація про те, що науковці лабораторії аудіовізуальних комунікацій при Федеральній політехнічній школі Лозанни (EPFL) розроблюють спеціальний алгоритм, який дозволяє точно визначати джерело чуток у соціальній мережі (наприклад facebook). Фахівці впевнені, що його можна використовувати для моніторингу епідемій, терористичних атак та опозиційної політичної активності.

Про певні особливості чуток в умовах надзвичайних ситуацій та їхній вплив на перебіг подій можуть свідчити відомі випадки з історії, зокрема:

- з аналізу стародавніх рукописів відомо, що під час протистояння серед супротивників розпускалися чутки про безстрашність та могутність римлян;

- у російських літописах збереглися свідчення про надзвичайну численність монголо-татарських військ, хоча, за даними історичної демографії, вони ніяк не могли бути настільки численними. Чутки про надзвичайну численність армії навмисно поширювалися серед суперників з метою їхньої деморалізації;

- чутки активно використовувалися під час різних воєнних дій. Так, до прикладу, під час воєнних дій у Північній Африці (Друга світова війна) німці з метою спонукання мусульман до співпраці з ними поширювали серед арабського населення абсолютно недостовірні чутки про прийняття Гітлером ісламу. Ефективне застосування чуток було помічено під час захоплення Варшави у вересні 1939 року, чому сприяло порушення регулярності виходу газет і радіопередач, тобто дефіцит інформації. Поширен-

ня чуток про неготовність та недостатню озброєність німців дозволило деморалізувати опір жителів Варшави. А під час війни в Чечні (1994-1996 рр.) досить ефективним способом впливу на супротивника виявилися чутки про захоплення бази бойовиків, про їхнє бомбування, про розбіжності в складі їхнього керівництва, що викликало пригнічення та дезорієнтацію бойовиків та додаткову перевірку цієї інформації;

- у 1998 р. активно поширювалися чутки про майбутню девальвацію рубля, що змінило становище росіян, які піддалися впливу чуток. Таку ж ситуацію можна було спостерігати в Україні з чутками про можливий курс долара 2008 року та 2014 року.

На думку дослідників О. Тімченка [4] та В. Христенка [15], чулки в умовах надзвичайної ситуації дуже часто призводять до підвищення й так завишеного рівня емоційного напруження в населення. Відтак емоційне забарвлення всього процесу порятунку людей дуже часто призводить до конфліктності й нервозності в поведінці всіх учасників надзвичайної ситуації і в кінцевому підсумку до помилок.

Підсумувавши вищесказане, можемо стверджувати, що чулки в умовах надзвичайної ситуації виникають внаслідок інформаційного вакууму та є активним засобом впливу на особистість зокрема та населення в цілому. Тому з метою аналізу теоретичних засад вивчення проблеми чуток зупинимось детальніше на дослідженні основних концепцій та теорій їхнього виникнення й функціонування в суспільстві.

Варто зауважити, що аналіз наукових джерел [2-3; 11] свідчить про те, що серед них відсутні праці, в яких би описувалися основні концепції та підходи до вивчення проблеми чуток. Враховуючи те, що чулки – модель масового спілкування та комунікації, можемо проаналізувати феномен чуток на прикладі теорії масових комунікацій та спробувати встановити причини й умови їхнього виникнення, оскільки від зони мовчання масових комунікацій залежить зона поширення чуток. Водночас масові комунікації можуть створювати спеціальні інформаційні умови для появи чуток, підтримувати їх, а тому беруть активну участь в їхньому функціонуванні. З огляду на те, що в науковій літературі існує багато теорій масової комунікації, ми все ж таки спробуємо розглянути головні з них та порівняти їх між собою. Однією з найпопулярніших теорій виникнення чуток є теорія відомого комуніколога масової комунікації Д. Макквейлова, що розглядає масову комунікацію (в нашому випадку – чулки), як: по-перше, дзеркало перебігу подій у суспільстві; по-друге, поширювач інформації; по-третє, спосіб обміну думками. На його думку, існує чотири види теорій масової комунікації: соціологічні, нормативні, прикладні, теорії здорового глузду. Аналіз цих теорій дає нам змогу стверджувати, що пояснення причин виникнення чуток можуть дати лише перші дві теорії. Так,

соціологічні теорії не лише розкривають природу масового спілкування, способи діяльності та впливи масової комунікації, а також намагаються систематизувати й з'ясувати об'єктивний погляд на комунікації. У той час як нормативні теорії досліджують можливі впливи масових комунікацій на суспільство залежно від виду політичної системи та державного управління.

Ведучи мову про масову комунікацію, виникає потреба розглянути різні теорії, результати аналізу яких можуть вказати на особливості виникнення та поширення чуток. У науковій літературі [1-17 та ін.] таких теорій можна знайти більше десяти: теорія масового суспільства й сильних медіа; теорія обмежених ефектів; теорія Г. Лассвелла про лінійну модель спілкування; теорія розширення відчуття Маклюена; теорія селективного впливу; теорія використання й задоволення; теорія когнітивного дисонансу; теорія визначення пріоритетності; теорія "спіраль мовчання"; теорія соціального навчання; теорія дифузії інновацій.

Теорія масового суспільства й сильних медіа стала закономірною відповіддю на швидку індустріалізацію та індивідуалізацію суспільства. Маса ізольованих індивідів втратила ті культурні зв'язки між своїми членами, які має традиційне суспільство, вона дезорієнтована й легко піддається різноманітним маніпулятивним впливам медіа. Натомість існує також культурна "еліта", яка повинна вести за собою ці "маси". Тобто теорія зазначає, що спільноти в суспільстві формуються з ізольованих індивідів, які зазнають маніпулятивних впливів з боку масових комунікацій.

Теорія обмежених ефектів. У 1960-ті роки одночасно зі зменшенням загрози тоталітаризму й зростанням популярності теорії обмежених ефектів, яка говорить, що медіа рідко викликають значні довгострокові зміни в думках і діях людей, став падати інтерес до теорії масового суспільства. Дж. Клеппер, досліджуючи проблему впливу комунікацій на суспільство, зазначив, що легше впливати на тих, хто не має визначеної позиції, оскільки інформація може посилити ті позиції, які вже вироблені в комунікатора.

Теорія Г. Лассвелла. Цей науковець запропонував лінійну модель спілкування, що стала класичним зразком досліджень масової комунікації: хто говорить – що сповіщає – яким каналом – кому – з яким ефектом. Подальше теоретизування фокусується на окремих сегментах й аспектах визначеного таким чином процесу.

Теорія розширення відчуття Маклюена. Має також назву "теорія технологічного детермінізму". М. Маклюен розглядав медіа як розширення людських відчуттів. Теорія зазначає, що всі комунікації, залежно від ступеня участі людини в спілкуванні, можна поділити на "гарячі" (телебачення, радіо, книги, газети, журнали, які виключають людей із спілкування) та "холодні" (телефони, які втягують людей у процес спілкування). Як бачимо, ця теорія розглядає основні канали поширення чуток.

Теорія селективного впливу. Користуючись цією теорією, виникнення чуток можна пояснити прагненням людей мати справу з тими повідомленнями, які відповідають їхнім поглядам та інтересам, краще запам'ятати ту інформацію, яка відповідає їхнім установкам, та сприймати в повідомленні те, що відповідає власним переконанням.

Теорія використання й задоволення (Uses and gratifications, 1959). Офіційне народження цієї теорії пов'язується із заявою Б. Берельсона про те, що дослідження комунікацій, здається, померли, й відповіддю Е. Катца, що дослідження мають рухатися від з'ясування того, що медіа роблять з людьми (переконання), до того, що люди роблять з медіа. Теорія стверджує, що люди самостійно вибирають ту інформацію, яка приносить їм задоволення.

Теорія когнітивного дисонансу. Ця теорія Л. Фестінгера стверджує, що найчастіше люди намагаються мати справу з тими матеріалами масової комунікації, які збігаються з наявними в них установками та інтересами, й свідомо чи підсвідомо уникають протилежних позицій, що викликають у них психологічний дискомфорт (дисонанс). У прагненні усунути дисонанс може змінюватися поведінка, ставлення чи пошук нових думок стосовно того, що породжує дисонанс.

Теорія визначення пріоритетності новин підкреслює те, що засоби масової комунікації, зокрема телебачення, журнали, радіо, нав'язують населенню теми для обдумування, спілкування й цим роблять їх важливими, актуальними, тобто задають напрямок для обговорення та поширення чуток.

Теорія "спіраль мовчання" (Spiral of Silence, 1973). Е. Ноель-Нойман зазначала, що той, хто не знаходить своєї думки в масовій комунікації, мовчить. Ця теорія пояснює причини виникнення та поширення чуток, вказуючи на той факт, що люди, які знайшли підтвердження своїх думок у масовій комунікації, одразу ж діляться ними, що своєю чергою сприяє поширенню чуток.

Теорія соціального навчання (Social learning, 1973) А. Бандури. Її основою є засвоєння чужого досвіду. Ця теорія зазначає, що мислення й дії індивіда визначаються трьома різними факторами: поведінкою, індивідуальними когнітивними та біологічними характеристиками й соціальними впливами. Тобто люди наслідують інших, переймають їхні моделі поведінки. Ця теорія розглядає питання про те, як формується соціальна поведінка під впливом масової комунікації та чуток.

Теорія дифузії інновацій. Е. Роджерс звертається до ролі медіа та міжособистісних комунікацій (лідерів громадської думки), також до характеристик інновацій, що впливають на швидкість їхнього засвоєння (порівняльна перевага, сумісність, незначна складність, можливість перевірки, можливість огляду). Під впливом теорії лінійних моделей комунікації Роджерс сформулював послідовність кроків процесу дифузії: знання, пере-

конання, рішення, запровадження, підтвердження. Теорія дифузії інновацій використовується в дослідженнях процесу засвоєння нових технологій і поширення новин [10].

Отже, аналіз та порівняння думок науковців [2-3; 7; 11] щодо особливостей поширення чуток у засобах масових комунікацій дозволили нам встановити те, що основними причинами виникнення та поширення чуток серед населення є задоволення власних інтересів, відповідність інформації установкам та переконанням людини; основними каналами поширення чуток найчастіше є телебачення, радіо, засоби зв'язку, книги, журнали та самі люди; напрямки поширення чуток задаються самими засобами масової інформації, за рахунок чого вони перетворюються на інструмент маніпулятивного впливу.

Вивчаючи теоретичні засади проблеми виникнення та поширення чуток, варто розглянути базові дослідження, які були проведені в цій сфері. Результати аналізу наукових робіт науковців Г. Олпорта і Л. Постмана [17] вказують на те, що ними було запропоновано першу базисну формулу поширення чуток, описано механізм їхнього виникнення й циркуляції та наведено кілька підстав щодо класифікації чуток. Сформований дослідниками базовий закон чуток показує залежність інтенсивності чуток від важливості подій і неоднозначності інформації про них, тобто чутки поширюються тоді, коли відбиті в чутках події важливі для суспільства, а отримана інформація нечітка, суперечлива та сприймається неоднозначно. У результаті дослідження науковцями було з'ясовано, що при збільшенні посередників у передачі інформації достовірність її зменшується, тоді як загальний обсяг збільшується. Зважаючи на описану базисну формулу поширення чуток, можемо зробити висновок, що швидкість поширення чуток прямо пропорційна інтересу аудиторії до теми та обернено пропорційна кількості офіційних повідомлень.

Продовжуючи вивчати проблеми чуток, варто звернутися до наукових праць В. Латинова [5] і А. Хлоп'єва [14]. У них проаналізовано масштаби поширення чуток серед різних груп населення, динамічні зміни в частоті зіткнення людей з непідтвердженою інформацією, причини й ролі чуток у сучасному світі. Дослідження вказують, що в ролі основного джерела чуток на першому плані виступають засоби масової інформації: газети, радіо, телебачення, преса. Істотним чинником розповсюдження недостовірної інформації є такі соціальні особливості життєдіяльності людей, як: місце роботи, вулиця, транспорт, квартира, телефон.

Підтвердженням результатів досліджень науковців А. Хлоп'єва і В. Латинова щодо важливості соціального середовища в поширенні чуток є наукові публікації З. Беззубцева [1]. Автором з'ясовано, що за допомогою неофіційної інформації у вигляді чуток працівники організації заповнюють прогалини офіційного інформування, що дозволяє їм краще орієнтуватися в тому, що відбувається в колективі.

У своєму дослідженні Д. Ольшанський [8] показав, що з віком характер чуток дещо змінюється, але не набагато, навівши такі приклади: чоловіки більше, ніж жінки, схильні поширювати й приймати такий вид чуток, як політичні новини; в жінок чутки пов'язані найчастіше із зростанням цін, сімейним життям, суперництвом, ревнощами; молодь постійно обмінюється інформацією про популярних спортсменів, акторів, зірок естради; старі люди більше за все схильні поширювати чутки про розміри пенсій, нові ліки, життя оточення тощо.

Також існує чимало інформації, що вказує на факт розпускання чуток як своєрідний спосіб адаптації в незнайомому середовищі: беручи участь у цьому процесі, людина, з одного боку, начебто стає "своєю" в цьому середовищі, а з другого – одержує інформацію про нових людей. Проте в умовах надзвичайної ситуації під дією раптових і непередбачуваних подій у людини можуть руйнуватися деякі психологічні (мислення) і динамічні (вчинки, поведінка, її програма) стереотипи. Тому ця ситуація змушує її мобілізувати резерви свого організму. Як зазначає Л. Орбан-Лембрик [9, с.161], під дією екстремальних чинників різні індивіди виявляють неоднакову спроможність контролювати свої почуття (фізичні та психічні) й емоції. Часто вони відчувають втому, злість, відчай, страх, провину, невпевненість. По-різному реалізуються індивідуальні психофізіологічні особливості, спрямованість особистості, її ціннісні орієнтації, цілі, прагнення, потреби, рівень адаптивності, психологічної готовності до дії, здатність до пошуку адекватних рішень. Тому інформаційний вакуум, який часто є однією з основних причин виникнення чуток в умовах надзвичайної ситуації, підсилює й так завищений рівень емоційного напруження в людей. У такому разі чутки виникають як неусвідомлене прагнення людини розділити свій страх і тривогу з оточенням. На жаль, стан високої емоційної напруги не дозволяє людям адекватно оцінити те, що сталося, і вони часто самі додумують якісь елементи події або всю подію цілком.

Такі спостереження за людьми в умовах надзвичайних ситуацій наводять на думку про те, що чутки є свого роду психологічним тестом, завдяки якому можна виявити сферу інтересів тієї чи іншої людини, її здатність чи нездатність зберігати психічну рівновагу в складних і нестандартних ситуаціях.

Висновки. За результатами вивчення наукових праць нами з'ясовано, що теоретичними засадами дослідження проблеми виникнення чуток серед населення в умовах надзвичайної ситуації є теорії масової комунікації: соціологічні, нормативні, прикладні, теорії здорового глузду. Найбільш визнаними теоріями, які надають пояснення причин виникнення чуток серед населення, є лише перші дві теорії. Це обумовлено тим, що соціологічні теорії не лише розкривають природу масового спілкування, спо-

соби діяльності та впливи масової комунікації, але й намагаються систематизувати та з'ясувати об'єктивний погляд на комунікації. Своєю чергою нормативні теорії досліджують можливі впливи масових комунікацій на суспільство залежно від виду політичної системи та державного управління. Водночас недостатньо висвітленими в літературних джерелах є теорії, результати аналізу яких можуть вказати на особливості виникнення та поширення чуток серед населення в умовах надзвичайних ситуацій.

Аналіз літературних джерел дозволив нам встановити основні причини появи та поширення чуток, а саме: задоволення власних інтересів, відповідність інформації установкам та переконанням людини, канали поширення чуток (телебачення, радіо, засоби зв'язку, книги, журнали, самі люди), напрямки поширення чуток (задаються самими засобами масової інформації, за рахунок чого вони перетворюються на інструмент маніпулятивного впливу). Ми з'ясували, що причиною появи чуток в умовах надзвичайної ситуації є здебільшого інформаційний вакуум, який часто змушує людей додумувати якісь елементи події чи всю подію цілком та допомагає їм у такий спосіб розділити свій страх і невпевненість з оточенням.

Серед перспективних напрямків подальших досліджень цієї проблеми є вивчення поведінки населення в умовах надзвичайної ситуації як чинника виникнення та поширення чуток.

Список використаних джерел

1. Беззубцев С.А. Слухи в управлении персоналом: эффективное средство или бомба замедленного действия [Текст] / С.А. Беззубцев // Управление персоналом. – 2001. – № 11-12 (65). – С. 72-74.
2. Житарюк М.Г. Теорії та моделі масової інформації (Масова комунікація) [Текст] / М.Г. Житарюк. – Львів, 2015. – 220 с.
3. Квіт С.М. Масові комунікації : підручник для студентів вищих навчальних закладів [Текст] / Сергій Квіт. – К. : Видавничий дім "Києво-Могилянська академія", 2008. – 206 с.
4. Кризова психологія [Текст] : навч. посібн. ; 2-е вид. / за заг. ред. О.В. Тімченка. – Х. : НУЦЗУ, КП "Міська друкарня", 2013. – 380 с.
5. Латынов В.В. Слухи: социальные условия и условия появления [Текст] / В.В. Латынов // Социологические исследования. – М., 1995. – № 2. – С. 12-17.
6. Москаленко В.В. Психологія соціального впливу : навч. посіб. / В.В. Москаленко. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 448 с.
7. Назаретян А. П. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи. Лекции по социальной и политической психологии [Текст] / А. П. Назаретян. – СПб. : Питер, 2003. – 192 с.

8. Ольшанский Д.В. Психология масс [Текст] / Д.В. Ольшанский. – СПб. : Питер, 2001. – 368 с.
9. Орбан-Лембрик Л.Е. Соціальна психологія : навч. посіб. / Л.Е. Орбан-Лембрик. – К. : Академвидав, 2005. – 448 с.
10. Основы теории коммуникации : учебник / под ред. проф. М.А. Василюка. – М. : Гардарики, 2003. – 615 с.
11. Різун В.В. Теорія масової комунікації : підруч. для студ. галузі журналістика та інформація [Текст] / В.В. Різун. – К. : Видавничий центр "Просвіта", 2008. – 260 с.
12. Соціальна психологія : навч.-метод. посіб. / Н.М. Ануфрієва, Т.М. Зелінська, Н.О. Єрмакова. – К. : Каравела, 2009. – 216 с.
13. Тогобицька В.Д. Психологічні особливості розповсюдження чуток в умовах надзвичайної ситуації [Текст] / В.Д. Тогобицька // Збірник наукових праць національної академії державної прикордонної служби України, Серія : педагогічні та психологічні науки. – 2013. – № 4(69). – С. 393-402.
14. Хлопьев А.Т. Групповое и массовое сознание в поле слухов [Текст] / А.Т. Хлопьев // Проблемы информационно-психологической безопасности. Сборник статей и материалов конференций / под ред. А.В. Брушлинского и В.Е. Лепского. – М. : Институт психологии РАН. – 1996. – С. 65-73.
15. Христенко В. Психологічні прийоми нейтралізації чуток в осередку надзвичайної ситуації / В. Христенко // Проблеми екстремальної та кризової психології : збірник наукових праць. Вип. 12, частина 2 – Харків : НУЦЗУ, 2012. – С. 143-150.
16. Шапар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник / В.Б. Шапар. – Х. : Прапор, 2005. – 640 с.
17. Allport, G.W. An analysis of rumor [Text] / G.W. Allport, L. Postman // Public Opinion Quarterly. – 1946. – № 10. – P. 501-517.

Spysok vykorystanykh dzherel

1. Bezzubcev S.A. Sluhi v upravlenii personalom: jeffektivnoe sredstvo ili bomba zamedlennogo dejstvija [Tekst] / S.A. Bezzubcev // Upravlenie personalom. – 2001. – № 11-12 (65). – S. 72-74.
2. Zhytaryuk M.H. Teoriyi ta modeli masovoyi informatsiyi (Masova komunikatsiya) [Tekst] / M.H. Zhytaryuk. – L'viv, 2015. – 220 s.
3. Kvit S.M. Masovi komunikatsiyi : pidruchnyk dlya studentiv vyshchyykh navchal'nykh zakladiv [Tekst] / Serhiy Kvit. – К. : Vydavnychyy dim "Kyuevo-Mohylyans'ka akademiya", 2008. – 206 s.
4. Kryzova psykholohiya [Tekst] : navch. posibn. ; 2-e vyd. / za zah. red. O.V. Timchenka. – Kh. : NUTsZU, KP "Mis'ka drukarnya", 2013. – 380 s.

5. Latynov V.V. Sluhi: social'nye uslovija i uslovija pojavlenija [Tekst] / V.V. Latynov // Sociologicheskie issledovanija. – M., 1995. – № 2. – S. 12-17.
6. Moskalenko V.V. Psykholohiya sotsial'noho vplyvu : navch. posib. / V.V. Moskalenko. – K. : Tsentr uchbovoyi literatury, 2007. – 448 s.
7. Nazaretjan A. P. Agressivnaja tolpa, massovaja panika, sluhi. Lekcii po social'noj i politicheskoy psihologii [Tekst] / A. P. Nazaretjan. – SPb. : Piter, 2003. – 192 s.
8. Ol'shanskij D.V. Psihologija mass [Tekst] / D.V. Ol'shanskij. – SPb. : Piter, 2001. – 368 s.
9. Orban-Lembryk L.E. Sotsial'na psykholohiya : navch. posib. / L.E. Orban-Lembryk. – K. : Akademvydav, 2005. – 448 s.
10. Osnovy teorii komunikacii : uchebnik / pod red. prof. M.A. Vasilika. – M. : Gardariki, 2003. – 615 s.
11. Rizun V.V. Teoriya masovoyi komunikatsiyi : pidruch. dlya stud. haluzi zhurnalistyka ta informatsiya [Tekst] / V.V. Rizun. – K. : Vydavnychyy tsentr "Prosvita", 2008. – 260 s.
12. Sotsial'na psykholohiya : navch.-metod. posib. / N.M. Anufriyeva, T.M. Zelins'ka, N.O. Yermakova. – K. : Karavela, 2009. – 216 s.
13. Tohobyts'ka V.D. Psykholohichni osoblyvosti rozpovsyudzhennya chutok v umovakh nadzvychaynoyi sytuatsiyi [Tekst] / V.D. Tohobyts'ka // Zbirnyk naukovykh prats' natsional'noyi akademiyi derzhavnoyi prykordonnoyi sluzhby Ukrayiny, Seriya : pedahohichni ta psykholohichni nauky. – 2013. – # 4(69). – S. 393-402.
14. Hlop'ev A.T. Gruppovoe i massovoe soznanie v pole sluhov [Tekst] / A.T. Hlop'ev // Problemy informacionno-psihologicheskoy bezopasnosti. Sbornik statej i materialov konferencij / pod red. A.V. Brushlinskogo i V.E. Lepskogo. – M. : Institut psihologii RAN, – 1996. – S. 65-73.
15. Khrystenکو V. Psykholohichni pryomy neytralizatsiyi chutok v osередku nadzvychaynoyi sytuatsiyi / V. Khrystenکو // Problemy ekstremal'noyi ta kryzovoyi psykholohiyi : zbirnyk naukovykh prats'. Vyp. 12, chastyna 2 – Kharkiv : NUTsZU, 2012. – S. 143-150.
16. Shapar V.B. Suchasnyy tlumachnyy psykholohichnyy slovnyk / V.B. Shapar. – Kh. : Prapor, 2005. – 640 s.
17. Allport, G.W. Ananalysis of rumor [Text] / G.W. Allport, L. Postman // Public Opinion Quarterly. – 1946. – № 10. – R. 501-517.

***N.D. Potapchuk. Theoretical essentials study the problem of the emergence of rumors among the population in an emergency situation.** In the article made reviewed theoretical essentials study the problem of the emergence of rumors among the population in an emergency situation. Was established, that rumors as phenomenon arisen with the emergence of human civilization and is one of the most powerful means of disseminating information. As certain with the help*

analyzing historical facts the first cases emergence phenomenon rumors and investigated their role in emergency situations, in particular: in time of war, hostilities, technogenic catastrophe, economic crises and political unrest.

An attempt was made to analyze the basic theory of mass communication, as the main factors of the emergence rumors, because we believe that the rumors – model of mass communication. Comparing theories of researchers mass communication, investigated the basic causes the emergence and spreading rumors (satisfying their interests; matching information and installations person), channels spread of rumors (television, radio, communication, books, magazines, the people themselves), directions spread of rumors (which is set by the media, thereby they become a tool of manipulative influence). Process spread rumors depends on the environment, in which they arisen, such as: accidents, catastrophes, natural disasters, epidemics, fires. It was concluded that rumors in an emergency situation arising in connection with information vacuum.

Considering the basic research phenomenon on rumors described the basic law, which reflects the dependence of their intensity the importance of the events and ambiguity of information. Detected the scale spread of rumors among different group an emergency situation.

Key words: rumors, study, phenomenon, mass communications, communications theory, factors arising, emergency situation.

Отримано: 30.12.2015 р.

УДК 159.923.2

Н.В. Пророк

ПСИХОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ ПРОФЕСІЙНОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ ПРАКТИЧНИХ ПСИХОЛОГІВ

Н.В. Пророк: Психологічні проблеми професійної соціалізації практичних психологів. У статті представлено результати емпіричного дослідження впливу професійного зразку (Вчителя, Майстра, значущого Іншого, транслятора, надихаючого прикладу) на процес професійного становлення і професійної соціалізації. Показано, що цей фактор є надзвичайно важливим для формування такого мотиваційно-цільового утворення, як прагнення до професійного самовдосконалення. Виокремлено особливості особистості Майстра і його професійної діяльності, які здійснюють великий вплив на практичних психологів, зокрема: ефективність професійної діяльності Вчителя; різноманітність варіантів рішень професійних ситуацій, нові психологічні технології, які демонструє Майстер; реальний зразок його власного самовдосконалення та ін.. Визначено психологічні механізми впливу "зустрічі з Майстром". Показано, що на глибину розуміння професійної майстерності іншої людини впливає професійний досвід практичного психолога.

Ключові слова: професійний розвиток, "зустріч" з Майстром, прагнення до професійного самовдосконалення, психологічні механізми, професійний досвід, цінності, професійна рефлексія.

Н.В. Пророк: Психологические проблемы профессиональной социализации практических психологов. В статье представлены результаты