

ПОЛІТИЧНІ НАУКИ

УДК 323.266:316.485.26

DOI <https://doi.org/10.30970/PPS.2024.56.20>

КЕРОВАНІ ЧУТКИ ЯК ЗАСІБ ІНФОРМАЦІЙНОЇ АГРЕСІЇ: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Антон Бадер

*ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»,
вул. Івана Банка, 3, 36003, м. Полтава, Україна*

У статті зазначається, що міжнародна економіко-політична система, що була встановлена після Другої світової війни, суттєво змінила логіку функціонування її основного суб'єкта – держави. Констатовано, що, по-перше, економічний розвиток певної країни перестав залежати від наявності колоній, тобто від прямого контролю ресурсної бази. По-друге, перерозподіл капіталу почав реалізовуватись за допомогою економічних, а не силових засобів. По-третє, провідним завданням війни стало повне підпорядкування агресору політичної системи опонента, а не захоплення національних ресурсів чи, навіть, територій. Підкреслено, що основним об'єктом війни поступово стає колективна свідомість супротивника, а його тіло – лише засобом. Наголошено на тому, що у XXI ст. описані процеси в поєднанні з домінуванням цифрової економіки призвели до остаточної зміни балансу між фізичною та інформаційною війною. Висловлено впевненість, що на сьогоднішній день можна констатувати зверхність саме інформаційної війни, а бойові дії, відповідно, зараз виступають лише одним із засобів її реалізації. Наголошено на тому, що за вказаних умов перед академічною спільнотою постає завдання пошуку механізму протидії інформаційній агресії та на тому, що в цьому контексті звертає на себе увагу проблема аналізу використання чуток як засобу доставки маніпулятивних повідомлень.

У статті зазначено, що одним із ключових інструментів інформаційної агресії виступають керовані чулки. Виокремлено три основні види чуток, кожен із яких має специфічні наслідки впливу на індивідів. Серед них названо: «чутки-бажання», «чутки-страхиття» та «агресивні чулки». Встановлено, що процес реалізації інформаційної агресії обов'язково засновується на цих особливостях, окрім того експлуатується низка психологічних технік, що спонукають осіб сприймати чулки та поширювати їх. Зазначено, що технологія використання цього засобу базується на процесах трансформації чуток під час їх циркуляції, що включає операцію вирівнювання, вип'ячування та уподібнення. Наголошено, що з огляду на повномасштабне вторгнення російської федерації, яке реалізується із застосуванням подібних інформаційних технологій, існує практична необхідність дослідити механізми протидії керованим чулкам як засобу боротьби з інформаційною агресією.

Ключові слова: інформаційна війна, інформаційна агресія, маніпулятивні повідомлення, керовані чулки.

Міжнародна економіко-політична система, що була встановлена після Другої світової війни, суттєво змінила логіку функціонування її основного суб'єкта – держави. Так, економічний розвиток певної країни перестав залежати від наявності колоній, тобто, від прямого контролю ресурсної бази. Перерозподіл капіталу почав реалізовуватись за допомогою економічних, а не силових засобів. Провідним завданням війни стало повне підпорядкування агресору політичної системи опонента, а не захоплення національних ресурсів чи, навіть, територій. Як наслідок, основним об'єктом війни поступово стає колективна свідомість супротивника, а його тіло – лише засобом. У XXI ст. описані процеси в поєднання

із домінуванням цифрової економіки призвели до остаточної зміни балансу між фізичною та інформаційною війною. На сьогоднішній день можна констатувати зверхність саме інформаційної війни, а бойові дії, відповідно, зараз виступають лише одним із засобів її реалізації. За таких умов перед академічною спільнотою постає завдання пошуку механізму протидії інформаційній агресії. У цьому контексті звертає на себе увагу проблема аналізу використання чуток як засобу доставки маніпулятивних повідомлень.

Науковий аналіз чуток як соціального феномену розпочався в середині ХХ ст. Основний закон їх функціонування був запропонований Г. Олпортом та Л. Постманом [1]. Психологічні аспекти цього явища досліджував Р. Л. Росноу [2]. Обставини, що провокують людей до розповсюдження чуток аналізували Е. Борінг, Л. Фараго [3] та Р. Кнапп [4]. Розроблена Д. Шоном та М. Рейном теорія фреймів надає можливість більш глибокого розуміння природи функціонування чуток [5]. Серед вітчизняних дослідників, які вивчали різні аспекти аналізованого феномену, слід назвати Г. Почепцова [6], Л. Климанську [7], Бельську Т., Крюкова О. [8], Стадника А. [9], Макаренко Л. [10], Лавриненко Г., Примуша М., Лисака С. [11]. Однак, проблема аналізу закономірностей функціонування чуток як засобу інформаційної агресії залишилось поза увагою академічної спільноти.

За період активного наукового аналізу було запропоновано значну кількість трактувань поняття «чутка». Зважаючи на те, що ми розглядаємо чутки як засіб інформаційної агресії, логічним буде зосередитись на соціально-психологічних інтерпретаціях. За таких умов чутки можна визначити як масове явище міжособистісного обміну спотвореною, емоційно забарвленою інформацією. В іншому, також поширеному соціально-психологічному трактуванні, чутки розглядаються як специфічний вид міжособистісної комунікації, у процесі якої сюжет певною мірою висвітлює реальні чи вигадані події та стає надбанням широкої дифузної аудиторії [6].

З нашої точки зору, більш глибоке розуміння природи чуток потребує виявлення їх складових. Ключовими елементами фабули чутки є герої та незвичайні події [1]. Герой може бути як «своїм», так і «чужим», агресором або жертвою тощо. Проте, його особистісні якості повинні бути соціально значущими, відігравати роль своєрідного соціального індикатора. Подія, що лежить в основі фабули чутки, повинна розкривати приховані аспекти реальності, її глибинний зміст, те, що недоступне на перший погляд, а також обов'язково висвітлювати саме актуальні проблеми суспільства.

Загальні закономірності виникнення та циркуляції чуток були виявлені досить давно Г. Олпортом і Л. Постманом [1, с. 139]. Вони ж у 1947 р. сформулювали й «базовий закон чуток». Цей закон ілюструє залежність інтенсивності та кількості чуток від важливості події та суперечливості інформації про неї. Отже, чутки поширюються тоді, коли описані події є значущими для аудиторії, а доступна інформація є або недостатньою, або оцінюється суб'єктом як неоднозначна. Варто врахувати, що неоднозначність зростає, якщо інформація подана суперечливо, або якщо особа не здатна зрозуміти отримане повідомлення. Значимо, що на думку авторів, у межах виникнення та розповсюдження чуток, критерії важливості та неоднозначності не складаються, а перемножуються. І, навпаки, за умови нульової суми важливості та неоднозначності, чутки вже не з'являються.

Беручи до уваги «базовий закон чуток», запропонований Г. Олпортом і Л. Постманом, а також найважливіші характеристики аналізованого феномену, сучасні психологи сформулювали квазіматематичну формулу для розрахунку, прогнозування та визначення інтенсивності розповсюдження чуток, яку ми вже подавали у своїх попередніх дослідженнях [12]. Ця формула має наступний вигляд:

$$Ч = I / (КП (Ч) * ДЖ)$$

Ч – інтенсивність циркуляції чуток, І – інтерес аудиторії до теми, КП – кількість офіційних повідомлень з теми на даний момент часу (Ч), ДЖ – ступінь довіри до джерела офіційних повідомлень.

Наведена формула демонструє, що швидкість розповсюдження чуток прямо пропорційна зацікавленості аудиторії в її фабулі і обернено пропорційна кількості офіційної інформації на цю тему та рівню авторитетності джерел повідомлення.

Крім зазначених основних умов виникнення та поширення чуток, цьому явищу сприяє також низка менш значних факторів. Так, варто враховувати ступінь емоційної напруги в групі, де з'являються чутки. Зокрема, такий стан провокує необхідність у емоційному розрядженні через посилене спілкування з оточуючими. Наприклад, Р. Росноу, який вивчав психодинаміку чуток, стверджував, що чутки, як специфічний соціально-психологічний інформаційний феномен, відіграють дуже сильну емоційно-полегшуючу та «очишувальну» роль. Слід назвати і зворотній ефект – тривале перебування групи в емоційно блідій або «нудній» ситуації, викликає необхідність у певній емоційній «зарядці». Додамо, що поширенню чуток сприяє й демонстративна «закритість», «секретність», ексклюзивність переданої інформації та посилення на різні «авторитетні джерела» [2].

Аналіз наукових досліджень у галузі вивчення чуток свідчить про те, що наразі виявлено найзагальніші механізми та закономірності їх функціонування. Протягом значного періоду наукового дослідження цього феномену лише невелика кількість критеріїв чуток стала загальноновизнаною у науковому середовищі. Припускаємо, що головною причиною цього є намагання дослідників знайти механіку виникнення та поширення чуток, без врахування їх типологічних особливостей. Такий підхід вважаємо малоефективним, оскільки виявити детальні закономірності, характерні для всіх видів цього явища практично неможливо. Зрозуміло, що вирішення цієї проблеми лежить у площині окремого аналізу кожного із визначених типів чуток.

Однією з найпоширеніших та продуктивних з точки зору розкриття заявленої теми вважаємо класифікацію, засновану на емоційних характеристиках. Така класифікація досить ілюстративно представлена в проаналізованих нами раніше роботах авторів країни-агресора [13, с. 330–332]. Так, виділяються три основні типи. Перший тип – «чутки-бажання». Подібні чутки містять потужне емоційне прагнення, вони відображають актуальні потреби та очікування групи, серед якої циркулюють. Зазначимо, що поширення «чуток-бажань» може мати абсолютно різні наслідки. Репрезентуючи бажання людей, вони підтримують на необхідному рівні соціальний тонус. Так, циркуляція чуток цього виду заспокоює, нівелює негативні емоції, не допускає поширення паніки та надмірній агресії у членів певної групи. Однак, подібні чутки можуть і деморалізувати громадян, формуючи завищені очікування. З часом, коли стає очевидно, що бажання не реалізуються, виникають або спалахи агресії, або, навпаки, паніка та ненависть до тих, хто пов'язаний з цими обіцянками. Саме ця закономірність активно використовується в рамках інформаційної агресії з метою маніпуляції психологією мас.

До другого типу чуток слід віднести «чутки-страхіння». Це вид, що викликає в масах потужні негативні емоції та настрої. Фабула чуток подібного типу містить актуальні, однак, небажані очікування групи. Зазвичай чутки цього типу виникають під час суттєвої соціальної напруженості, наприклад, у період стихійних лих, війн, військових переворотів тощо, а їх основний зміст варіюється від песимістичного до відверто панічного.

Особливо широко подібні чутки поширюються в умовах важких соціальних і політичних катаклізмів, неочікуваних змін влади або суспільного устрою, підготовки та проведення сучасних війн. Варто зазначити, що в таких обставинах продукується досить

обмежений набір сюжетів, що лягає в основу страхітливих чуток. Так, у подібних ситуаціях неодноразово були зафіксовані чутки про стрімке підвищення цін на продукти харчування, їх нестачу та наближення голоду. Наслідком є те, що частина громадян дійсно починає купувати непотрібні їм продукти, або певні товари у надмірній кількості. Зрозуміло, що кон'юнктура ринку спотворюється, товари швидко зникають, а ціни стрімко зростають [7, с. 75]. Подібну механіку має циркуляція «чуток-страхіть» про «контрнаступ реакції», наближення воєнного перевороту, «невідворотну помсту» особам, які співпрацювали з встановленою владою. Негативні настрої також підсилюються типовою для такої ситуації чутою про суттєві суперечки, протистояння за владу серед нового керівництва та поширену корупцію [7, с. 75].

Логіка використання таких чуток у контексті інформаційної агресії є досить очевидною. По-перше, вони виступають засобом залякування населення. По-друге, це засіб активізації опору владним структурам, з метою різкого посилити хаосу, плутанини, підриву соціального спокою та ефективного функціонування державних інституцій.

До третього типу слід віднести «агресивні чутки». Цей вид найчастіше використовується у межах активної фази сучасних воєн. Такі чутки не лише викликають потужні негативні емоційні настрої та стани, вони, у першу чергу, стимулюють агресивний емоційний стан з конкретно поведінковою відповіддю у вигляді жорсткої агресивної дії. Чутки цього типу з'являються в обставинах пікового протистояння та провокують соціальні, міжгрупові, міжетнічні й міжнародні конфлікти.

Чутки аналізованого типу є, по факту, продовженням «чуток-страхіть». Так, у фабулі багатьох «чуток-страхіть» також присутній значний агресивний заряд. Проте, провідною соціально-психологічною функцією агресивних чуток є стимуляція агресивних дій, а не звичайне залякування. Ці чутки сконструйовані уривчасто-телеграфічно, а не як розповіді, що характерно для «чуток-бажань» та «чуток-страхіть». Фактично, вони мають вигляд коротких, рублених фраз, у яких повідомляється про факти, що підштовхують до помсти. Окрім того, вони мають значно більший негативний емоційний заряд, і націлені на формування афективної спільноти «ми» («нормальні люди») у протиставленні до спільноти «вони» («нелюди»). Цей вид чуток стимулює агресивну відповідь як реакцію на їх сприйняття [8, с. 6].

В окрему категорію, як правило, виділяють і так звані «абсурдні чутки». Вони можуть бути сконструйовані як «чутки-бажання», «чутки-страхіття» чи, навіть, «агресивні чутки», але їх основною особливістю є однозначна абсурдність фабули. Чутки цього типу зазвичай виникають спонтанно як результат плутанини, притаманної повсякденній масовій свідомості. Найчастіше такі чутки з'являються в переломні моменти в масовій свідомості, коли населення перебуває у стані розгубленості через радикальні зміни політико-економічної чи соціальної систем. Це період трансформації цінностей, уявлень та загальної картини світу загалом. Отже, абсурдні чутки є, по факту, спробою вибудувати новий, більш адекватний образ світу із залишків попередніх та елементів нових уявлень. Саме в таких обставинах циркулюють чутки, у фабулі яких поєднані, здавалося б, несумісні тези.

Психологічні механізми, що спонукають індивідів до поширення чуток, досить детально проаналізовані у науковій літературі. Вважаємо за необхідне зупинитись на них, оскільки ці механізми експлуатуються при реалізації аналізованого засобу інформаційної агресії. Зокрема, індивід, який транслює чутку, свідомо чи несвідомо прагне здобути авторитет та підвищити свій соціальний статус. За умови підтвердження чулки він може набути репутацію далекоглядної людини, що здатна спрогнозувати майбутнє, тим самим здобути повагу серед оточення. Е. Борінг зауважував, що основою цього є прагнення до престижу

та, навіть, ексгібіціонізм – жага виділитися та привернути увагу. Наслідком зазначених особливостей є те, що чутки часто поширюють навіть ті індивіди, які не вважають їх правдивими [3]. Один із провідних фахівців цієї галузі – Л. Фараго також підкреслював, що чутки використовуються задля підвищення авторитету тих, хто їх поширює, для зменшення недовіри між людьми та нівелювання сумнівів у достовірності власних переконань [3].

На наш погляд, важливим є розуміння того, що чутки здатні викликати потужні позитивні або негативні емоції. Особа, яка їх поширює, може відчувати задоволення чи насолоду, як від їхнього змісту, так і від реакцій на них людей. Відповідно, чутки виступають поширеним засобом релаксації, розваги та, навіть, варіантом проведення вільного часу. Варто зазначити, що підштовхувати до розповсюдження чуток може особиста ненависть до певних осіб чи соціальних груп. Зауважимо, що в кризових соціальних ситуаціях стимулювання поширення чуток відбувається за допомогою зовсім інших механізмів. Наприклад, Р. Кнапп класифікував чутки за ступенем мотиваційної напруги, сконцентрованої в них [4]. Досліджуючи велику кількість воєнних історій 1942 р., він зробив висновок, що всі вони транслювали почуття ворожості, страху та певні бажання. На цій основі Р. Кнапп визначив основними мотивами, що сприяють поширенню чуток, відповідно ненависть, страх та бажання [1, с. 142].

Варто зазначити, що поширення чуток може на певний час оптимізувати емоційний рівень у колективі – послаблюючи або посилюючи емоційну напругу до необхідного рівня. Наприклад, коли група протягом довгого періоду перебуває в стані напруженого очікування, люди починають відчувати жагу обговорити можливі небезпеки. Отже, чутки спроможні каналізувати потужні негативні емоції учасників групи. У цьому процесі запускається ефект афіліації – відчуття приналежності до групи та дія так званої проєкції. Особа, яка поширює чутки, несвідомо озвучує саме свої бажання, страхи й ворожість та сподівається, що ці занепокоєння розвіють оточуючі. Зазначимо, що на перший план тут виходять бажання емоційної підтримки; особа сподівається, що тривожні чутки будуть спростовані іншими, і це зменшить власну тривожність. Крім того, підсвідоме полегшення настає і від того, як співрозмовник реагує в процесі спілкування [10, с. 112–113].

Проте, описане полегшення зазвичай має тимчасовий характер. Згодом чутки, що продовжують поширюватися, лише посилюють страхи та відчуття паніки. Так, гештальт-психологи виявили, що фронтовики із підрозділів другого ешелону, що тривалий час залишались осторонь подій, та так і не вийшли на передову, транслювали більш травматичні спогади про війну, ніж армії, які пережили безпосередні бойові дії та, навіть, отримали поранення. Аналогічним чином найгірші спогади про блокаду мали ті, хто довго перебував у стані напруженого очікування голоду, але фактично не зазнав його [7, с. 78–79].

Детальний аналіз використання чуток як засобу інформаційної агресії, потребує, на наш погляд, розуміння соціально-психологічних умов, що спонукають людей до їх сприйняття [7, с. 78–79]. До цих умов передусім належать такі:

- тривожне та напружене середовище, що містить загрози та небезпеки, від якої люди природно намагаються захистити себе та своїх близьких;
- прагнення попередити небажані події, заздалегідь підготуватися до них та відповідно, знизити можливу шкоду, якщо її неможливо уникнути;
- вплив механізму психологічного зараження, наслідування та групового тиску, що є прагненням убезпечитись разом з іншими членами групи;
- віра у достовірність інформації. Не знаючи походження чутки, особа схильна вважати, що повідомлення надійшло з надійного джерела. За таких умов розвивається ілюзія достовірності та ефект помилкового консенсусу, заснованого на впевненості, що більшість людей довіряють цим чуткам;

– психологічні особливості, що підштовхують до сприйняття чуток. У цьому контексті варто підкреслити, що значна частина людей нездатна критично оцінити достовірність і обґрунтованість фабули чуток. Слід урахувати і схильність до сприйняття чуток окремими особами. До таких належать ті, які відчувають невдоволення, втому або перебувають у стані довгого очікування;

– соціально-психологічні обставини, в яких знаходиться та чи та група. Так, відомо, що чулки активно циркулюють у колективах, де панують бездіяльність, одноманітність та нудьга.

На нашу думку, варто додаткову увагу звернути на ефект психологічного зараження. Суть цього явища полягає в тому, що емоція у багато разів підсилюється, за умови, якщо декілька учасників групи переживають її одночасно. Цей ефект здатний спровокувати «зараження» навіть у незацікавленої людини, яка може почати відчувати необґрунтовану радість, тривогу, страх, гнів або пригнічення. Слід наголосити, що не вживши заходи, спрямовані на припинення цього процесу, може виникнути паніка, апатія або, навпаки, ейфорія, що веде до бездіяльності. Своєю чергою, накопичене невдоволення може спричинити агресивні дії.

Одним із ключових психологічних чинників, що впливає на поширення чуток, є «ефект доступності». Якщо отриману у вигляді чуток інформацію легше уявити або пригадати, то вона оцінюється як більш ймовірна, це і є сутність названого феномену. Зазвичай події, що відбуваються часто і тому є більш вірогідними, легше згадуються та уявляються, ніж рідкісні та малоймовірні. Проте, у певних ситуаціях ефект доступності не включається, що провокує системні помилки в оцінці ймовірності подій [9, с. 219].

Зазначимо, що у людини зазвичай формується відчуття, що малоймовірні ситуації відбуваються з високою частотою, за умови, якщо інформація про це постійно фігурує в різних джерелах. Навпаки, події, що насправді трапляються часто, можуть здаватися малоймовірними, якщо вони не обговорюються або про них не пишуть ЗМІ. Ефект доступності сприяє також помилковій оцінці, за умови якщо приклад однієї події важче придумати, ніж іншої, а також, якщо приклади легко візуально сприймаються, або коли ситуацію значно простіше уявити. У межах інформаційної агресії цей ефект експлуатується задля підвищення довіри до події або сценарію, ймовірність яких необхідно підвищити, та, навпаки, для зменшення уваги до подій, які потрібно приховати.

Отже, яскравість та виразність інформації про подію суттєво впливають на те, як особа оцінює її ймовірність. Цей феномен, що безпосередньо пов'язаний з ефектом доступності, називається ефектом наочності. Проведені експерименти показали, що індивід зазвичай приймає рішення під впливом яскравої та чіткої інформації, а не блідою та абстрактною. Така інформація легше сприймається, краще запам'ятовується й відтворюється. Внаслідок цього події, пов'язані з такою інформацією, вважаються більш ймовірними [13, с. 336].

На наш погляд, детальне розкриття заявленої теми потребує аналізу менш помітних, але ефективних механізмів, що посилюють сприйняття чуток. Наприклад, участь у подіях родичів, друзів чи колег посилює відчуття достовірності. Викликає більшу довіру й інформація, що подана оперативніше. Значний вплив має й особистість співрозмовника: людям з попереднім авансом довіри або, навпаки, випадковим контактам довіряють більше завдяки певним психологічним механізмам. Рівень довіри до чуток також зростає, якщо між джерелом інформації та її споживачем є авторитетна дистанція (вікова, матеріальна, ієрархічна тощо), а також якщо присутнє захоплення співрозмовником, а він сам має доступ до кола, недоступного для слухача [7, с. 78–79].

Сучасні засоби комунікації значно посилили поширення чуток. Зокрема, через мережу Інтернет чутки почали розповсюджуватися набагато швидше. Цьому процесу сприяють неможливість ідентифікувати походження інформації пересічними користувачами, та залученість індивідів у процес видозміни повідомлень за допомогою участі в обговореннях та можливість залишити коментар. Підкреслимо, що саме мережа Інтернет інтенсифікувала опосередковане міжособистісне спілкування. Це стало основою для оперативного розповсюдження маніпулятивних повідомлень, що особливо ефективно в ситуації тривожності та небезпеки. Підкреслимо, що у вказаному процесі експлуатуються конкретні психологічні механізми. Зокрема, втрата безпосереднього міжособистісного контакту сприяє втраті індивідом своєрідних фільтрів проти сумнівної або неперевіреної інформації [14, с. 135].

На основі названих вище психологічних механізмів й реалізується експлуатація керованих чуток як засобу інформаційної агресії. Уважаємо за необхідне дослідити напрацювання щодо техніки формування та розповсюдження подібних чуток. Насамперед, слід зауважити, що навіть найкваліфікованіші фахівці не здатні запустити чутку з будь-якою фабулою, в якій завгодно аудиторії та за будь-яких умов. У цьому процесі здійснюється пошук або спеціальне створення обставин, за яких чутка з високою долею ймовірності поширилась і сама, а головна проблема полягає у наданні її сюжету необхідного змісту та напрямку.

Зазначена особливість механізму створення керованих чуток корелюється з теорією фреймів, що була розроблена Д. Шоном та М. Рейном. Загалом ця теорія описує засоби орієнтації особи у навколишньому світі. Так зване фреймування включає дві взаємозалежні дії, що реалізуються не залежно від зусиль індивіда – узагальнення попереднього досвіду та орієнтація на майбутні дії. Отже, в цьому процесі по-перше, формуються уявлення про навколишній світ за допомогою результатів попередніх операцій змістоутворення, по-друге, створюється алгоритм, на основі якого індивід буде діяти в цьому світі [5]. Відповідно, швидко змінити світогляд людини та спонукати її до певної діяльності неможливо. Реалізація інформаційної агресії засновується на врахуванні наявних переконань та стереотипів конкретної соціальної групи.

З технологічної точки зору, задля формування керованих чуток застосовуються три операції, що базуються на природних процесах їх трансформації – вирівнювання, вип'ячування та уподібнення [7, с. 73]. Вирівнювання вимагає короткої та простої фабули чулки, оскільки вони передаються усно. Вип'ячування пов'язано з механізмом вибіркового сприйняття, індивід з об'ємного тексту запам'ятає лише ключові компоненти. Уподібнення корелюється з описаним механізмом орієнтації осіб у навколишньому світі. Відповідно, для позитивного результату запуску керованих чуток повинні базуватися на стереотипах й упередженнях, що вже наявні в тій чи тій групі. Врахування вказаних особливостей надає можливість фахівцям конструювати ефективний сюжет чулки. Окрім того, у межах створення чуток обов'язково враховуються особливості сприйняття повідомлень соціальними групами, на які спрямовується інформаційна агресія.

Процес використання чуток як компоненту інформаційного протистояння складається з кількох етапів і має певну структуру [11, с. 522]. На першому етапі формується робоча гіпотеза, що повинна засновуватись на описаних вище особливостях. Лише після цього розпочинається запуск чулки. Важливо зазначити, що фабула може бути односкладною або містити декілька меседжів, що поширюються поетапно, через визначені проміжки часу. На наступному етапі відбувається розширення аудиторії та провокування запланованих суспільних настроїв. Цей етап передбачає застосування всього спектру комунікативних можливостей, починаючи від міжособистого спілкування, закінчуючи

інтернет-технологіями. Четвертий етап характерний досягненням чуткою свого піку в розповсюдженні та впливі на аудиторію, на ньому ж вона повинна реалізувати свою мету. Тобто, безпосередньо на цьому етапі повинні бути зафіксовані необхідні соціально-психологічні ефекти. Зокрема, заплановані масові настрої, девіантна поведінка або необхідний вектор сприйняття подій аудиторією. На завершальному етапі чутки поступово згасають, що є результатом впливу природних процесів їх поширення [15, с. 141].

Таким чином, одним із ключових інструментів інформаційної агресії виступають керовані чутки. Виокремлюють три основні види чуток, кожен із яких має специфічні наслідки впливу на індивідів. Серед них слід назвати «чутки-бажання», «чутки-страхиття» та «агресивні чутки». Процес реалізації інформаційної агресії обов'язково засновується на цих особливостях, окрім того, експлуатується ряд психологічних технік, що спонукають осіб сприймати чутки та поширювати їх. Технологія використання цього засобу базується на процесах трансформації чуток під час їх циркуляції, що включає операцію вирівнювання, вип'ячування та уподібнення. З огляду на повномасштабне вторгнення російської федерації, що реалізується із застосуванням подібних інформаційних технологій, уважаємо за необхідне в подальшому дослідити механізми протидії керованим чуткам як засобу боротьби з інформаційною агресією.

Список використаної літератури

1. Allport G. Postman L. *Psychology of Rumor*. N. Y. : Harper&Row, 1956. 152 p.
2. Rosnow R. L. Psychology of rumor reconsidered. *Psychological Bulletin*. 1980. № 3. P. 578–591.
3. *German psychological warfare* / edited by L. Farago. New York : Putnam, 1942. 302 p.
4. Knapp R. M. A psychology of rumor. *Public Opinion Quarterly*. 1944. Vol. 8. P. 12–37.
5. Schon D., Rein M. Frame Reflection. *The Academy of Management Review*. 1996. Vol. 21. № 2. P. 576–579.
6. Почепцов Г. Г. Сміслові та інформаційні війни. *Інформаційне суспільство*. 2013. Вип. 18. С. 21–27.
7. Климанська Л. Чутки як спосіб організації та самоорганізації інформаційного простору політики. *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку: Зб. наук. пр.* 2008. Вип. 20. С. 71–80.
8. Бельська Т., Крюков О. Інформаційні війни та інформаційна безпека: загрози та виклики для демократії. *Вісник Національного університету цивільного захисту України : зб. наук. пр. (Серія «Державне управління»)*. 2019. Вип. 2 (11). С. 3–11.
9. Стадник А. Форми впливу на громадську думку в процесі інформаційної війни. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*. 2016. Вип. 69–70. С. 216–223.
10. Макаренко Л. Еволюція форм та методів ведення інформаційної війни. *Журнал науковий огляд*. 2014. 3 (4). С. 106–116.
11. Лавриненко Г., Примуш М., Лисак С. Роль політичних технологій в інформаційній війні. *«Національні інтереси України»: науково-практичний журнал*. 2024. № 2 (2). С. 518–524.
12. Бадер А. В. Чутки як компонент інформаційної складової сучасного збройного насилля. *Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць*. 2017. Вип. 126. С. 442–447.
13. Бадер А. В. Збройне насилля як фактор впливу на функціонування та зміну політичних систем : дис. ... д-ра політ. наук : 23.00.02. Старобільськ, 2020. 454 с.
14. Бадер А. В., Вовк С. О. Маніпулятивний вплив друкованих та електронних джерел у реалізації інформаційної складової сучасного збройного насилля. *Літопис Волині*. 2023. Вип. 29. С. 133–141.

15. Поліщук О. Міжнародні відносини в контексті сучасної гібридної війни. *Медіа-форум : аналітика, прогнози, інформаційний менеджмент : зб. наук. праць*. 2018. Том. 6. С. 136–146.

Публікація містить результати досліджень, проведених при грантовій підтримці Національного фонду досліджень України за проектом 2021.01/002.

CONTROLLED RUMORS AS A MEANS OF INFORMATIONAL AGGRESSION: STATEMENT OF THE PROBLEM

Anton Bader

SU "Lugansk Taras Shevchenko National University"

Ivan Bank St., 3, 36003, Poltava, Ukraine

The article notes that the international economic and political system, which was established after the Second World War, significantly changed the logic of the functioning of its main subject – the state. It was established that, firstly, the economic development of a certain country ceased to depend on the presence of colonies, that is, on the direct control of the resource base. Secondly, the redistribution of capital began to be implemented with the help of economic, and not force, means. Thirdly, the leading task of the war was the complete subjugation of the opponent's political system to the aggressor, and not the seizure of national resources or even territories. It is emphasized that the main object of war gradually becomes the collective consciousness of the enemy, and his body is only a means. It is emphasized that in the 21st century the described processes combined with the dominance of the digital economy led to a final change in the balance between physical and informational warfare. Confidence was expressed that today it is possible to state the supremacy of the information war, and combat operations, accordingly, are currently only one of the means of its implementation. It is emphasized that under the specified conditions, the academic community faces the task of finding a mechanism for countering informational aggression, and that in this context, the problem of analyzing the use of rumors as a means of delivering manipulative messages draws attention.

The article states that controlled rumors are one of the key tools of information aggression. Three main types of rumors are distinguished, each of which has specific effects on individuals. Among them are named: "rumors-desire", "rumors-fear" and "aggressive rumours". It has been established that the process of implementing informational aggression is necessarily based on these features, in addition, a number of psychological techniques are exploited that encourage people to perceive rumors and spread them. It is noted that the technology of using this tool is based on the processes of transformation of rumors during their circulation, which includes the operation of alignment, protrusion and assimilation. It is emphasized that in view of the full-scale invasion of the Russian Federation, which is implemented with the use of such information technologies, there is a practical need to investigate the mechanisms of countering controlled rumors as a means of combating information aggression.

Key words: information war, information aggression, manipulative messages, managed rumors.