

DOI: 10.20535/2522-1078.2023.2(14).295256

УДК 316.772.5:004.738.5](043.2)

Надходження до редакції: 29.11.2023

Прийняття до друку: 02.12.2023

Смола Л. Є.

док. політ. наук, проф. кафедри видавничої справи та редагування Навчально-наукового видавничо-поліграфічного інституту, КПІ ім. Ігоря Сікорського, м. Київ, Україна, lidsm2010@gmail.com

ORCID: 0000-0003-3780-5163

Юркова О. А.

аспірантка кафедри видавничої справи та редагування, Навчально-наукового видавничо-поліграфічного інституту, КПІ ім. Ігоря Сікорського, м. Київ, Україна, olga.urbkova@gmail.com

ORCID: 0000-0002-9282-866X

Smola L.

D. Sc. in Political Science, Professor at the Department of Publishing and Editing, Educational and Scientific Publishing and Printing Institute of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute, Kyiv, Ukraine, lidsm2010@gmail.com

ORCID:0000-0003-3780-5163

Iurkova O.

graduate student at the Department of Publishing and Editing, Educational and Scientific Publishing and Printing Institute of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute, Kyiv, Ukraine, olga.urbkova@gmail.com

ORCID: 0000-0002-9282-866X

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФЕНОМЕНА ЧУТОК

THEORETICAL BASIS OF THE RESEARCH OF THE RUMOR PHENOMENON

У статті здійснено спробу дослідити теоретичні основи феномена чуток. Проаналізовано доробок західних науковців, які окреслюють контекст і передумови виникнення й поширення чуток, їхні функції та змістовний складник. Проаналізовано філософські підвалини дослідження феномена чуток в українській та закордонній науковій думці. Здійснено спробу продемонструвати трансформацію феномена чуток та особливості підходів до них із появою інтернету і соціальних медіа. У праці окреслено теоретичні підходи до вивчення чуток представниками різних наук. Зроблено спробу окреслити погляди дослідників на практичні аспекти протидії шкідливим чуткам.

Ключові слова: соціальні комунікації, неформальні комунікації, чутки, дезінформація, психологія, політологія, соціологія.

The article attempts to investigate the theoretical foundations of the rumor phenomenon. The work of Western scientists who outline the context and prerequisites for the emergence and spread of rumors, their functions, and meaningful components have been analyzed. The

philosophical underpinnings of investigating the rumor phenomenon in Ukrainian and foreign scientific thought are analyzed. An attempt was made to demonstrate the transformation of rumors and the peculiarities of approaches to them with the advent of the Internet and social media. The work outlines theoretical approaches to the study of rumors by representatives of various sciences. An attempt was made to outline the views of researchers on the practical aspects of combating harmful rumors.

Keywords: social communications, informal communications, rumors, misinformation, psychology, political science, sociology.

Постановка проблеми. Дослідження феномена чуток як особливого різновиду неформальних комунікацій визначається необхідністю в глибокому аналізі та розкритті його теоретичних основ. Попри значний обсяг наявних досліджень у сфері психології, політології та соціології, збільшення обсягу інформації та зростання впливу соціальних медіа вимагають удосконалення традиційних підходів до розуміння чуток.

Проблемою стає брак системного погляду на цей феномен, який враховував би його динаміку в епоху інформаційних технологій. З огляду на це, мета нашого дослідження — розкрити та систематизувати теоретичні аспекти феномену чуток, визначити їх еволюцію в умовах цифрової ери та запропонувати інтегрований погляд на взаємозв'язок чуток із сучасними засобами комунікації та медіа.

Мета статті — визначити ключові складники та механізми феномена чуток, виокремлені дослідниками із різних наукових сфер. Стаття спрямована на систематизацію та аналіз наявних теоретичних концепцій та визначень, що описують феномен чуток. Очікується, що результати дослідження дозволять вдосконалити розуміння феномену чуток, розкриваючи його теоретичні основи та внутрішні зв'язки. Це відкриє нові можливості для досліджень чуток як соціокомунікаційного феномена і розробки практичних заходів для протидії шкідливим чуткам.

Методи. Під час дослідження було використано методологію системного аналізу, дискурс-аналіз, пошуково-бібліографічний метод, соціокомунікаційний підхід, методи соціолінгвістичного аналізу зібраного матеріалу, а також загальнонаукові методи аналізу, синтезу, систематизації та узагальнення отриманих результатів.

Результати дослідження. Проблематика дослідження чуток достатньо представлена в роботах філософів, соціальних психологів, антропологів та фахівців у сфері соціальних комунікацій. Однак складність дослідження цього феномена полягає у неуніфікованості підходів до

нього. В роботах американських фахівців чутка визначається по-різному, а саме як: *rumor, gossip, hearsay, bruit, whisper, noise, mouth-to-mouth, hubbub*. Кембриджський словник трактує чутку як неофіційну *цікаву історію чи новину*, яка може бути правдою чи вигаданою та швидко поширюється від людини до людини [25]. У Стенфордській філософській енциклопедії чутки називають сутностями, подібними до *пропозицій (propositions)* — терміну, який використовується для позначення «деяких або всіх з ... основних носіїв значення істинності, об'єктів віри та інших «пропозиційних установок» (тобто, у що вірять, у чому сумніваються тощо)...» Важливі ознаки пропозицій, які можуть бути корисними для розуміння чуток: 1) ними можна поділитися, і 2) вони є об'єктом атитюдів — первинними носіями істинності і хибності, тобто можуть бути як правдивими, так і неправдивими. До них не належать факти і реальні події, які є правдивими, а також думки або висловлювання, якими неможливо поділитися [23].

Українські соціальні психологи трактують чутку як процес передавання недостовірних (тих, що не заслуговують на довіру) предметних свідчень у процесі міжособового спілкування. І наголошують, що «за своєю суттю чутки — це соціальні знання, які втратили умови їхньої достовірності. Сторонньому спостерігачеві чутка говорить більше не про те, про що в ній ідеться, а про тих, хто її поширює. Із цього погляду чутки є суттєвою інформацією для науковців, котрі їх вивчають як вияв громадської думки, політичних настроїв, ставлення населення до керівництва держави, засобів масової комунікації» [3, 364-365].

Соціологи акцентують увагу на соціальному підґрунті чуток, визнаючи їх як певну форму існування громадської думки. Так, соціолог П. Штомпка визначає суспільство як все, що відбувається між індивідами. Тобто «міжособистісні відносини в постійному перетворенні. У суто онтологічному сенсі у суспільстві немає нічого, крім індивідів, які діють у відносинах з іншими індивідами» [6, 371].

Чутки в структурі політичних комунікацій також ґрунтуються на потребі зменшення простору невизначеності. Деякі політологи зазначають, що чутки, як фрагменти політичної інформації, слід трактувати як «форму політичних розмов, які допомагають громадянам боротися з невизначеністю, притаманною політиці, формувати власну думку та будувати солідарність з іншими людьми». На відміну від інших типів дезінформації, як-то фейків, політичні чутки можуть відрізнятися як за правдивістю, так і за очікуваним ефектом на аудиторії. Що зазвичай

визначає політичні чутки, так це те, що вони поширюються поза процесом верифікації, які здійснюють фахівці, коли створюють контент новин. Поширення соціальних платформ миттєвих повідомлень посилило вплив чуток на політичні процеси та прийняття політичних рішень [15].

Дослідники у сфері соціальних комунікацій доводять: визначальною рисою чуток є те, що вони соціально сконструйовані. Соціальна природа чуток зумовлена соціальною сферою їх виникнення: взаємодією групи та окремої особистості. Чутки заповнюють інформаційний «вакуум», тому виникають, коли люди створюють, обговорюють, і намагаються ретельно вивчати «неофіційні гіпотези» про деякі аспекти навколишнього світу, які викликають у них страх чи психологічний стрес. Цей аспект зумовлює появу в соціальних мережах «спільнот чуток» як форми соціальних комунікацій. Зростання ролі таких неформальних комунікацій зумовило необхідність аналізу не лише психологічних переконань учасників цих спільнот та особливостей комунікаційної взаємодії, а й визначення соціальної географії спільнот чуток та їх внеску у комунікаційне середовище [19].

Складність феномена чуток зумовила різні підходи до їх класифікації. Найбільш поширеною є класифікація, в основі якої покладено емоційні тригери: «чутки-страховиська», «чутки-бажання» й агресивні чутки (за Р. Кнаппом). Згідно з нею, чутки-бажання відображають колективні мрії та бажані наслідки; чутки-страховиська відображають наслідки, які викликають страх; агресивні чутки націлені на підрив групової лояльності або міжособистісних стосунків усередині окремих груп. Чутки також класифікують за їх змістом: політичні, соціокультурні, військові, соціально-економічні, кримінальні, літературні та екологічні. За ставленням до реальності: раціональні, сенсаційні, панічні та візіонерські.

Ще в античні часи філософи аналізували чутки не тільки як елемент комунікації, а й засіб політичної боротьби. За словами Платона, Сократ згадував зловмисні чутки у своїй промові перед афінським трибуналом у 399 р. до н. е. [19]. Хоча Сократ застосовував для самозахисту *logos*, він не зміг побороти силу чуток. У цьому випадку, за давньогрецькою термінологією, *doxa* (віра, думка, істина) отримала перемогу над *episteme* (знаннями). Британська антикознавиця Ф. Макґарді називає чутки «зброєю скривджених», які застосовували їх у суді, щоб обмовити суперників в очах присяжних. Авторка нагадує, що Аристотель визнавав чутки дієвим інструментом у політичній боротьбі [17]. Нідерландський

філософ Б. Спіноза у «Трактаті про вдосконалення розуму» аналізував можливості і способи пізнання та зазначав, що, окрім спостереження, доведення, інтелектуальної інтуїції, одним із поширених способів отримання знань є чутки. Англійський філософ XVIII ст. Д. Г'юм у «Трактаті про людську природу» поєднував поширення чуток із людською потребою першості у поширенні інформації та отриманні від цього задоволення [2].

Аналіз наукових джерел свідчить, що з XIX ст. робилися спроби проаналізувати феномен чуток. Французький психолог, антрополог Г. Ле Бон у праці «Психологія натовпу» доводив, що у натовпі народжується колективна свідомість, яка потребує спрощеної ідеї, що вона посилює відчуття всемогутності. Тому чутки стають основним інструментом поширення інформації у натовпі, де специфіка емоційної індукції сприяє їх формуванню та розповсюдженню. Ба більше, дослідник зазначав, що основними формувальними механізмами натовпу є чутки та наростаюче емоційне зараження, тобто циркулярна реакція. Агресивний натовп, якому притаманний високий показник емоційної збудженості, напруженості та потреби діяти, створює підґрунтя для виникнення і циркуляції чуток, оскільки неорганізована спільнота має велику потребу у інтерпретації того, що відбувається.

В середині XIX ст. британський дослідник Ч. Маккей звернув увагу на «стихійні манії», стрімке розповсюдження недостовірних повідомлень та «заразне безумство» людей, що перебувають у натовпі. І хоч його книга «Надзвичайні поширені омани й безглуздя натовпів» була піддана нищівній критиці за компіляцію та відсутність ґрунтовних досліджень, однак головну її ідею — людина у натовпі втрачає зв'язок з реальністю, звичні алгоритми дій і заражається певною ілюзією — підтвердили подальші фахові дослідження [16].

Французький соціолог Г. Тард у праці «Громадська думка та натовп» писав про «колективний розум» і підкреслював ірраціональність натовпу, який не керується раціональними твердженнями. Наголошуючи на тому, що суспільні процеси є психічними за своєю природою, автор визначав соціальну взаємодію як циркуляцію бажань та певних ідей, серед яких мали місце і чутки, оскільки дослідник трактував суспільство як взаємодію індивідуальних свідомостей, що обмінюються ідеями, думками, ідеями та віруваннями. Однак, на відміну від Г. Ле Бона, об'єктом його аналізу стала «публіка». Розроблена автором

теорія наслідування та криві поширення наслідувальних актів та потоків доводили вплив чуток на дії натовпу [25].

Австрійський філософ, соціальний психолог Е. Канетті у роботі «Маса і влада» доводив, що індивід у масі втрачає напрацьовані суспільні запобіжники і легко піддається сугестивним впливам, а французький філософ Ж. Бодріяр підкреслював залученість медіа до створення симулякрів, на які опираються творці чуток: „Про що мріють засоби масової інформації, як не про те, щоб викликати подію однією лише своєю присутністю?» [1].

К. Г. Юнг визначав чутки як відповідь на невизначеність, тобто на тривожні очікування, які акумулюються у людській пам'яті з попереднього життєвого досвіду як прояв певних архетипних феноменів. Тому у боротьбі з чутками неможливо застосовувати інструменти раціональної логіки. Ба більше, автор трактує чутку як своєрідну «мову» спілкування натовпу, що його творить і є відповіддю на суспільні уявлення та прагнення. Аналізуючи міфотворчість у колективному несвідомому, автор не тільки звернувся до проблематики феномену чуток, а й запропонував нове поняття — «візіонерська чутка» [7]. Французький психолог С. Московічі наголошував, що характерною рисою масової людини є відмова від критичного сприйняття інформації і звернення до почуттів. Британський антрополог М. Глакмен у роботі «Поголос і Скандал» наголошував, що чутки як вид неформальних комунікацій виконують об'єднувальну функцію внутрішньої диференціації закритої мікросистеми [12].

М. Маклуен у книзі «Галактика Гутенберга» ввів поняття «глобальне село» і зазначив, що соціальні комунікації трансформуватимуть соціальне та особисте життя людей. Соціальні онлайн-мережі надаватимуть неформальним комунікаціям вагому роль. Фізик та філософ К. Ровеллі, автор відомої книги «Сім основних уроків з фізики», звертає увагу на середовище, де виникають чутки, бо «ми — вузли в мережі обміну, якою ми передаємо образи, інструменти, інформацію та знання» [5, 80–95].

Значний внесок у вивчення чуток здійснили соціальні психологи, зокрема аналізуючи чутки, які циркулювали під час Другої світової війни. Вони створили декілька класичних визначень чуток, які залишаються релевантними досі. За Р. Кнаппом, чутка — це пропозиція повірити в актуальну інформацію, що поширюється без офіційної перевірки [14]. Г. Олпорт і Л. Постман означають чутку як конкретне чи актуальне

висловлення думки, передане від людини до людини зазвичай усно, без надання надійних стандартів достовірності [8]. Т. Шибутані постулює, що чутки — це форма комунікації, яка допомагає людям у невизначеній ситуації об'єднатися з метою зорієнтуватися в ній і дати розумне трактування, використовуючи свій інтелект. Отже, характеристикою чуток, крім усності і невідомої правдивості, є актуальна тематика і невідомі обставини появи. Тож істотною ознакою чуток є не ступінь правдивості чи емоційна забарвленість, а невизначеність щодо її джерела і змісту [23].

Американський філософ Р. Рорті, якого деякі дослідники вважають умовним «архітектором» епохи постправди, намагався спростувати існування істини, зазначаючи, що це лише ідея, сформована мовою. Тобто істина не є константою, а може трансформуватися за умови появи нових ідей чи відомостей. Тому чутки — це лише інструменти для опанування заданих зовнішніх умов [21].

Історик науки М. Шермер у книзі «Наука добра та зла: чому люди обманюють, пліткують, піклуються, діляться та дотримуються золотого правила» зробив спробу дослідити наслідки наукових відкриттів для долі та свободи волі, існування чистого добра та чистого зла та розвиток ранніх моральних почуттів у перших людей. Автор описує чутки і плітки як необхідний соціальний механізм підтримки соціального контролю. Чутки і плітки, на думку автора, стають своєрідним «тестом» на довіру: з ким можемо комунікувати. Їх поширення зумовлюється лише тимчасовою етичною системою [22].

А. Оджа звертає увагу на концептуальну нечіткість поняття чуток [18]. Н. ДіФонзо і П. Бордіа у своїй роботі «Чутки, плітки і міські легенди» артикулювали подібності та відмінності між цими трьома феноменами. Керуючись поглядами контекстуалістів, що для розуміння дій слід розуміти їхній контекст, вони пропонують ситуаційний підхід на підставі контексту, функцій та змісту чуток, пліток та міських легенд. Плітки і чутки об'єднує те, що ці види неформальної комунікації можна розглядати як товари, які люди обмінюють на цінні активи. Водночас достовірність чуток — невідома, а плітки можуть мати докази; чутки розглядають як значущу інформацію, а плітки — як порожню розвагу; чутки можуть містити інформацію про окремих людей, а можуть і не містити, а у плітках обов'язково йдеться про особисті справи людей.

Розробляючи свою класифікацію, Р. Кнапп окреслив психологічні функції різних типів чуток. Чутки-бажання за певних обставин можуть підтримувати моральний дух соціуму, з іншого — фруструють,

формуючи завищені очікування, які згодом не справджуються і виллюються у розчарування. Психологічним мотивом для поширення чуток-страховиськ фахівці називають те, що «розділений» страх легше пережити. Часто поширення подібних чуток є елементом диверсій. Такі чутки з'являються в часи суспільних загострень: епідемія, стихійне лихо, війна, революційний стан, державний переворот. Їхня тематика охоплює весь спектр від невеликого песимізму до відкритої паніки. Їх використовують для: залякування населення, щоб викликати певну поведінку; активізації і заохочення до протидії загрозам. Агресивні чутки використовують глибинну потребу людини у поділі на «своїх» і «чужих», протиставляючи різні соціальні групи за будь-якими ознаками. Чутки завжди пов'язані з цільовою аудиторією, на яку спрямовані. Також вони підлаштовуються під стереотипи і настанови аудиторії [14]. Г. Олпорт і Л. Постман показували групі білих американців відео з бійкою між білим і темношкірим чоловіком. Білий мав у руці бритву. Глядачі при переказуванні епізоду найчастіше говорили, що вона була у темношкірого [8].

Ключовими характеристиками чуток як елементів неформальної комунікації дослідники називають невизначеність щодо джерела (анонімність), самотрансльованість і усність (передачу з вуст у уста). Г. Почепцов пояснює самотрансльованість браком релевантної інформації у засобах масової комунікації — «зона мовчання ЗМК є зоною поширення чуток, і навпаки». Оскільки замовчувана інформація цікавить багатьох, то вона легко поширюється. Він цитує Ж. Лефевра, який аналізував появу «великого страху» 1789 року у Франції: за низького проникнення преси у міста джерелами даних були листи і оповіді мандрівників. У селах новини отримували на міських ринках або відправляли когось по них у місто. Інші причини вірусності чуток — відповідь на колективне несвідоме (за К. Юнгом) та психологія натовпу, де індивіди стають менш критичними, моральними, вразливішими до впливу оточення, їм легше щось нав'язати [4].

З появою соцмереж передача з вуст у уста вже не є необхідною характеристикою чуток, зауважує Г. Почепцов. Втім, навіть у соцмережах чутки зберігають ознаки усності як комунікативної категорії: орієнтація на отримувача інформації, особлива тематика, важливість описаних подій, яку можна порівняти з яскравістю театру чи мелодрами, і прихованість поширення. Водночас чутки в інтернеті мають певні особливості: брак нюансованості через втрату невербального складника;

функція репосту, яка дає недосяжну раніше можливість поширювати чутки в режимі реального часу і водночас ніби знімає з поширювача відповідальність за зміст чутки; можливість анонімності комунікаторів; наявність лідерів думок або суперкомунікаторів.

З огляду на самотрансльовану природу чуток, життєвий цикл чутки обумовлено динамікою її поширення. Будь-яка зупинка поширення означатиме згасання і смерть чутки. «Життєві цикли» чуток різняться. Деякі «помирають» природним чином, оскільки аудиторія «втомлюється» від теми, її витісняють нові події. Чутки зникають також у ситуації усунення страхів і напруги, що зумовлюють їх, а також у разі успішного їх спростування. Дослідники звертають увагу на широкий спектр тривалості життя чуток: від чутки-миттєвості (наприклад: «Зараз буде обстріл») до чутки-епохи (наприклад, про те, що смерть Сталіна була не випадковою). Таким чином, можна припустити, що термін життя чутки залежить від того, яку кількість людей і протягом якого часу здатна зацікавити чутка. Дослідники чуток у мікроблогах виділяють такі стадії життя чутки: (а) етап народження; (б) стадія росту; (с) стадія розпаду. Вони зазначають: чутки в мікроблозі, як у реальному світі, також мають життєвий цикл зі стадіями народження, зростання та занепаду, але без смерті, адже чутка залишається «жити» в інтернеті. Дослідники американського проєкту FactCheck помітили, що чутки, які ширяться через електронну пошту, спершу поширюються, згодом — в ідеалі, після розвінчання — затихають на деякий час, а потім спалахують знову. Вони порівнюють їх із натовпом зомбі, яких неможливо до кінця вбити. Життєві цикли різних історій, які вони розвінчували, різнилися: якщо окремі чутки періодично «оживали» з невеликими періодами тиші, то інші «виглядали мертвими місяцями чи роками». Подібним чином поширюються фейкові листи, які приписують відомим людям [11].

Висновки. Узагальнюючи теоретичні підходи до дослідження феномена чуток, слід виділити три напрями досліджень протидії їх деструктивному впливові. Перший напрям характеризується пропозиціями дослідників сформуванню стратегію превентивних дій щодо появи чуток, визначення емоційних тригерів, що їх провокують, та розробки алгоритма прогнозування певних типів чуток. Тобто — здійснення профілактичних заходів, які попереджатимуть потенційну аудиторію. Другий напрям низка авторів називає індоктринативним. Тут пріоритетною дією є визначення ймовірнісних об'єктів-мішеней для деструктивного впливу. Підґрунтям цього напрямку є формування в потенційної

аудиторії своєрідного «щеплення від чуток» через формування медіаграмотності, критичного мислення та резильєнтності об'єктів впливу. Третій напрям зосереджений на основному інструменті протидії чуткам — довірі до офіційних джерел інформації та оперативності їх реагування у кризових ситуаціях. Тут пріоритетною дією визначено формування стратегічних комунікацій. Дослідники також наголошують на розумінні психологічних механізмів комунікативної взаємодії та важливості авторитетності комунікаторів.

У результаті аналізу наукових джерел з'ясовано, що феномен чуток привертає увагу дослідників з XIX ст., і його роль у формуванні групової свідомості та соціальної взаємодії набуває нових масштабів в епоху інформаційних технологій. Виділяючи роль чуток у формуванні колективної свідомості і враховуючи особливості спілкування у натовпі, де чулки відіграють значущу роль у поширенні інформації та маніпулюванні емоціями мас, формуванні ілюзій, можна визначити їхню роль як інструмента, через який поширюється не лише інформація, а й стереотипи, уявлення та сприйняття подій. Виокремивши позицію психологів, що чулки виступають основним інструментом комунікації в натовпі за допомогою механізму емоційного зараження, можна глибше розглядати взаємозв'язок між психічними процесами та поширенням інформації в сучасному соціумі, а також вдосконалювати стратегії контролю за поширенням чуток та їх впливом на громадську думку. З іншого боку, проаналізувавши підґрунтя чуток, яким є колективне несвідоме та архетипні феномени, можна зробити висновок, що сувора логіка не застосовна до протидії шкідливим чуткам і при розробці засобів такої протидії слід враховувати емоційний та ментальний складники. Розглянувши чулки у контексті сучасного інформаційного суспільства та змін у комунікаційних засобах, можна зробити висновок про нагальну потребу розвитку критичного мислення та медіаграмотності в сучасному світі. Виокремлення характеристик життєвого циклу чуток, обумовлених змістом, середовищем та динамікою їх поширення, дозволяє підвищити рівень розуміння впливу цих явищ на формування публічної думки, масову свідомість та комунікаційні патерни в сучасному суспільстві. Розуміння характеристик та життєвого циклу чуток важливе не лише для наукових цілей, а й для розвитку критичного мислення і ефективної протидії шкідливим інформаційним впливам у сучасному інформаційному суспільстві.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бодріяр Ж. Симулякри та симуляція / пер. з фр. В. Ховхун. Київ : Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2004. 230 с.
2. Г'юм Д. Трактат про людську природу / пер. з англ. П. Насада. Київ: Всесвіт, 2003. 552 с.
3. Основи соціальної психології : підручник для закладів вищої освіти / П. П. Горностай, М. М. Слюсаревський, В. О. Татенко, Т. М. Титаренко, Н. В. Хазратова [та ін.] ; за ред. М. М. Слюсаревського. Київ : Талком, 2018. 580 с.
4. Почепцов Г. Токсичний інфопростір. Як зберегти ясність мислення і свободу дій. Харків : Віват, 2022. 384 с.
5. Ровеллі К. Сім основних уроків з фізики. Харків : Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2016. 96 с.
6. Штомпка П. Соціальний капітал. Теорія міжособистісного простору / пер. з пол. М. Яковина. Київ : Дух і літера, 2022. 400 с.
7. Юнг К. Г. Архетипи і колективне несвідоме / пер. з нім. К. Котюк. Львів : Астролябія, 2018. 608 с.
8. Allport, G. W., & Postman, L. (1947). The psychology of rumor. Henry Holt. [https://doi.org/10.1002/1097-4679\(194710\)3:4%3C402::AID-JCLP2270030421%3E3.0.CO;2-T](https://doi.org/10.1002/1097-4679(194710)3:4%3C402::AID-JCLP2270030421%3E3.0.CO;2-T)
9. DiFonzo, N., & Bordia, P. (2007). Rumor, gossip, and urban legends. *Diogenes*, 54(1), 19-35. <https://doi.org/10.1177/0392192107073433>
10. Einwiller, S. A., & Kamins, M. A. (2008). Rumor has it: The moderating effect of identification on rumor impact and the effectiveness of rumor refutation 1. *Journal of applied social psychology*, 38(9), 2248-2272. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2008.00390.x>
11. FactCheck.org. (2008, October 22). Life Cycle of Rumor. <https://www.factcheck.org/2008/10/life-cycle-of-a-rumor/> (1.12.2023)
12. Gluckman, M. (1963). Papers in honor of Melville J. Herskovits: Gossip and scandal. *Current anthropology*, 4(3), 307-316. <https://www.jstor.org/stable/2739613> (1.12.2023)
13. Kaplan, J. (Ed.). (2001). *Dialogues of Plato*. Simon and Schuster.
14. Knapp, R. H. (1944). A psychology of rumor. *Public Opinion Quarterly*, 8(1), 22-37. <https://doi.org/10.1086/265665>
15. Kwak, N., Lane, D. S., Zhu, Q., Lee, S. S., & Weeks, B. E. (2020). Political rumor communication on instant messaging platforms: relationships with political participation and knowledge. *International Journal*

- of Communication, 14, 20. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/15200> (1.12.2023)
16. Mackay, C. (1852). *Memoirs of Extraordinary Popular Delusions and the Madness of Crowds* (Vol. 1). Office of the National Illustrated Library. <https://www.gutenberg.org/cache/epub/24518/pg24518-images.html> (1.12.2023)
 17. McHardy, F. (2019). Gossip was a powerful tool for the powerless in ancient Greece. *Aeon*. <https://aeon.co/ideas/gossip-was-a-powerful-tool-for-the-powerless-in-ancient-greece> (1.12.2023)
 18. Ojha, A. B. (1973). Rumor research: An overview. *Journal of the Indian Academy of Applied Psychology*, 10(2-3), 56–64.
 19. Plato, B. (2019). *Apology*. BookRix.
 20. Risley-Baird, E. E. (2016). Rumor communities: The social dimensions of Internet political misperceptions. *Social Science Quarterly*, 97(3), 588–602. <https://doi.org/10.1111/ssqu.12309>
 21. Rorty, R. (1991). *Truth and progress: Philosophical papers* (Vol. 3). Cambridge university press.
 22. Shermer, M. (2004). *The Science of Good and Evil: Why People Cheat, Gossip, Care, Share, and Follow the Golden Rule*. Henry Holt and Company.
 23. Shibutani, T. (1966). *Improvised news: A sociological study of rumor*. Ardent Media.
 24. *Stanford Encyclopedia of Philosophy* <https://plato.stanford.edu/> (1.12.2023)
 25. Tarde, G. (1903). *The laws of imitation*. H. Holt. <https://archive.org/details/lawsofimitation00tard/page/52/mode/2up> (1.12.2023)
 26. *The Cambridge Dictionary* <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/rumor> (1.12.2023)

REFERENCES

1. Baudrillard, J. (2004). *Simulacres and simulation*. Collection Débats. Osnovy.
2. Hume, D. (2003). *A treatise of human nature*. Vsesvit.
3. Slyusarevsky, M. et al (2018). *Basics of social psychology*. Talkom.
4. Pocheptsov, H. (2022). *Toxic infospace. How to maintain clarity of thinking and freedom of action*. Vivat.
5. Rovelli, K. (2016). *Seven basic lessons in physics*. Book Club "Family Leisure Club".

6. Sztompka, P. (2022). Social capital: interpersonal space theory. *Dukh i Litera*.
7. Jung, C. G. (2014). The archetypes and the collective unconscious. *Astroliabia*.
8. Allport, G. W., & Postman, L. (1947). The psychology of rumor. Henry Holt. [https://doi.org/10.1002/1097-4679\(194710\)3:4%3C402::AID-JCLP2270030421%3E3.0.CO;2-T](https://doi.org/10.1002/1097-4679(194710)3:4%3C402::AID-JCLP2270030421%3E3.0.CO;2-T)
9. DiFonzo, N., & Bordia, P. (2007). Rumor, gossip, and urban legends. *Diogenes*, 54(1), 19-35. <https://doi.org/10.1177/0392192107073433>
10. Einwiller, S. A., & Kamins, M. A. (2008). Rumor has it: The moderating effect of identification on rumor impact and the effectiveness of rumor refutation 1. *Journal of applied social psychology*, 38(9), 2248-2272. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2008.00390.x>
11. FactCheck.org. (2008, October 22). Life Cycle of Rumor. <https://www.factcheck.org/2008/10/life-cycle-of-a-rumor/> (1.12.2023)
12. Gluckman, M. (1963). Papers in honor of Melville J. Herskovits: Gossip and scandal. *Current anthropology*, 4(3), 307-316. <https://www.jstor.org/stable/2739613> (1.12.2023)
13. Kaplan, J. (Ed.). (2001). *Dialogues of Plato*. Simon and Schuster.
14. Knapp, R. H. (1944). A psychology of rumor. *Public Opinion Quarterly*, 8(1), 22-37. <https://doi.org/10.1086/265665>
15. Kwak, N., Lane, D.S., Zhu, Q., Lee, S.S., & Weeks, B. E. (2020). Political rumor communication on instant messaging platforms: relationships with political participation and knowledge. *International Journal of Communication*, 14, 20. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/15200>
16. Mackay, C. (1852). *Memoirs of Extraordinary Popular Delusions and the Madness of Crowds (Vol. 1)*. Office of the National Illustrated Library. <https://www.gutenberg.org/cache/epub/24518/pg24518-images.html>
17. McHardy, F. (2019). Gossip was a powerful tool for the powerless in ancient Greece. *Aeon*. <https://aeon.co/ideas/gossip-was-a-powerful-tool-for-the-powerless-in-ancient-greece> (1.12.2023)
18. Ojha, A. B. (1973). Rumor research: An overview. *Journal of the Indian Academy of Applied Psychology*, 10(2-3), 56-64.
19. Plato, B. (2019). *Apology*. BookRix.
20. Risley-Baird, E. E. (2016). Rumor communities: The social dimensions of Internet political misperceptions. *Social Science Quarterly*, 97(3), 588-602. <https://doi.org/10.1111/ssqu.12309>

21. Rorty, R. (1991). Truth and progress: Philosophical papers (Vol. 3). Cambridge university press.
22. Shermer, M. (2004). The Science of Good and Evil: Why People Cheat, Gossip, Care, Share, and Follow the Golden Rule. Henry Holt and Company.
23. Shibutani, T. (1966). Improvised news: A sociological study of rumor. Ardent Media.
24. Stanford Encyclopedia of Philosophy <https://plato.stanford.edu/> (1.12.2023)
25. Tarde, G. (1903). The laws of imitation. H. Holt. <https://archive.org/details/lawsofimitation00tard/page/52/mode/2up> (1.12.2023)
26. The Cambridge Dictionary <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/rumor> (1.12.2023)