

DOI: 10.20535/2522-1078.2025.1(17).329594

ROR: 00syn5v21

УДК 316.772.5:004.738.5](043.2)

Надходження до редакції: 13.03.2025

Прийняття до друку: 20.04.2025

Юркова О. А.

д-р філософії (соціальні комунікації), асистентка кафедри видавничої справи та редагування Навчально-наукового видавничо-поліграфічного інституту, КПІ ім. Ігоря Сікорського, м. Київ, Україна

olga.urkova@gmail.com

ORCID: 0000-0002-9282-866X

Iurkova O.

Ph. D. in Social Communications, assistant at the Department of Publishing and Editing, Educational and Scientific Publishing and Printing Institute of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute, Kyiv, Ukraine

olga.urkova@gmail.com

ORCID: 0000-0002-9282-866X

ДИСКРЕДИТАЦІЙНІ ЧУТКИ ЯК ФЕНОМЕН НЕФОРМАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ В УМОВАХ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ

DISCREDITING RUMORS AS A PHENOMENON OF INFORMAL COMMUNICATIONS IN THE CONTEXT OF HYBRID WARFARE

Анотація. У статті досліджено феномен чуток як неформальних комунікацій в умовах гібридної війни Росії проти України. Актуальність дослідження зумовлена зростанням ролі чуток у поширенні деструктивних наративів та підриві довіри до ключових суспільних інституцій. Теоретичний аналіз ґрунтується на класичних і сучасних підходах до вивчення природи чуток, їхніх функцій і механізмів поширення, з урахуванням нових медіа та цифрових платформ. Запропоновано оновлену типологію, яка доповнює традиційні типи чуток (бажання, страховиська, агресивні) новим підтипом агресивних чуток — дискредитаційними чутками, або намовами.

Емпіричну базу дослідження становлять результати десяти глибинних експертних інтерв'ю з фахівцями у сфері комунікацій та інформаційної безпеки. На основі їх аналізу окреслено типові мішені таких чуток, до яких віднесено політичних лідерів, громадських діячів, волонтерські ініціативи, військових, внутрішньо переміщених осіб тощо. Розглянуто механізми підсилення ефективності поширення чуток, зокрема використання актуальних подій як інформаційних приводів, експлуатацію емоційних очікувань аудиторії та використання суспільно схвалюваних наративів.

У роботі запропоновано підходи до протидії дискредитаційним чуткам, що включають проактивну офіційну комунікацію, розвиток медіаграмотності, підвищення довіри до достовірних джерел інформації. Перспективними напрямками подальших досліджень визначено продовження міждисциплінарних розвідок механізмів поширення чуток та створення інструменти, спрямованих на зменшення їхнього негативного впливу на суспільну свідомість.

Ключові слова: чулки, неформальні комунікації, гібридна війна, дискредитація, інформаційні операції.

Abstract. The article examines the phenomenon of rumors as informal communication in the context of Russia's hybrid war against Ukraine. The relevance of the study is due to the growing role of rumors in spreading destructive narratives and undermining trust in key public institutions. The theoretical analysis is based on classical and modern approaches to studying the nature of rumors, their functions, and mechanisms of dissemination, taking into account new media and digital platforms. An updated typology is proposed that complements traditional types of rumors (wish, bogie, aggression) with a new subtype of aggressive rumors — discrediting rumors, or slander.

The empirical basis of the study is the results of ten in-depth expert interviews with specialists in the field of communications and information security. Based on their analysis, typical targets of such rumors are outlined, which include political leaders, public figures, volunteer initiatives, the military, internally displaced persons, etc. Mechanisms for enhancing the effectiveness of rumor spreading are considered, in particular, the use of current events as informational pretexts, the exploitation of the audience's emotional expectations, and the use of socially approved narratives. The paper proposes approaches to countering defamatory rumors, including proactive official communication, the development of media literacy, and increasing trust in reliable sources of information. Promising areas of further research include continuing interdisciplinary exploration of the mechanisms of rumor spreading and creating tools aimed at reducing their negative impact on public consciousness.

Keywords: rumors, informal communication, hybrid war, discreditation, information operations.

Постановка проблеми. Проблематика неформальних комунікацій, зокрема чуток, набуває особливої актуальності в умовах повномасштабної війни Росії проти України. Зростання ролі соціальних мереж, інформаційна перенасиченість, психологічна вразливість аудиторії та масштабні інформаційні операції Кремля зумовлюють необхідність глибшого наукового аналізу чуток як феномена неформальної комунікації, зокрема перегляду підходів до їх класифікації у сучасних умовах.

Мета статті — систематизація наукових підходів до класифікації чуток як соціальнокомунікаційного явища і уточнення класифікаційних ознак чуток у контексті російсько-української гібридної війни. Передбачається, що оновлену класифікацію в подальшому можна буде використати для обґрунтування практичних рекомендацій щодо нейтралізації загрозливих чуток.

Методи. У роботі використано методи напівструктурованого глибинного експертного інтерв'ю (10 співбесід із фахівцями з комунікацій та інформаційної безпеки), системного та порівняльного аналізу, синтезу, що дозволило поєднати класичну теоретичну базу з сучасними підходами до дослідження чуток. Вибірку склали українські експерти з різних

аспектів комунікацій та інформаційної безпеки, які мають практичний досвід роботи в українському інформаційному середовищі. Розмови було проведено у вересні 2023 року [14]. Для опрацювання відповідей використано методи порівняння, узагальнення, аналізу і синтезу, систематизації.

Огляд літератури. З середини 1940-х років неформальні комунікації, зокрема чутки, стали предметом активного вивчення в соціальній психології. Особливу роль у цьому відіграла наукова розвідка Г. Олпорта і Л. Постмана (1947), які визначили чутку як актуальне повідомлення, що передається усно без перевірки достовірності. Вони описали механізми трансформації чутки в процесі поширення — вирівнювання, загострення та асиміляцію — й довели, що чутки виникають на перетині важливості теми та невизначеності, але не є лінійно детермінованими явищами [1]. У той самий час Р. Кнапп (1944) запропонував функціональний підхід до чуток як до реакції на потреби аудиторії, від базових до соціальних. Він виокремив три головні риси чуток: передавання з вуст в уста, актуальний для спільноти зміст і задоволення емоційних запитів спільноти. Виходячи з останніх, він класифікував чутки на:

- 1) Чутки-бажання (відображають колективні надії),
- 2) Чутки-страховиська (відображають колективні страхи),
- 3) Агресивні чутки (мають на меті спровокувати розкол між суспільними групами або всередині груп) [5].

Соціолог Т. Шибутані (1966) підтримав висновки Г. Олпорта та Л. Постмана щодо виникнення чуток у ситуаціях інформаційної невизначеності, однак зробив акцент на їхньому колективному, а не індивідуальному характері. На його думку, чутки є формою спільної комунікативної діяльності, спрямованої на подолання соціальної напруги та тривожності шляхом колективного пошуку прийняттого пояснення неоднозначних чи незрозумілих подій. Шибутані розглядає чутки як «імпровізовані новини», що виникають у відповідь на брак офіційної інформації, та визначає їх елементом неформальної комунікаційної мережі, яка функціонує паралельно з формальними каналами інформування і виконує роль системи обміну довірчими повідомленнями у спільнотах [6].

У середині 1990-х — на початку 2000-х років з'являються перші дослідницькі спроби окреслити місце чуток у структурі соціальних комунікацій. На цьому етапі чутки починають розглядатися не лише як

спонтанний комунікативний феномен, а й у взаємозв'язку з інституційними механізмами їхнього поширення. Зокрема, Г. Файн (2007) підкреслює, що ефективність циркуляції чуток значною мірою залежить від рівня довіри до соціальних інститутів, які сприяють їхньому поширенню, і недовіри до офіційних джерел [3]. У свою чергу, Н. ДіФонзо та П. Бордіа (2007) зазначають, що чутки тісно пов'язані з соціальними та організаційними явищами, такими як соціальне пізнання, упередження та стереотипи, міжособистісні та міжгрупові відносини, соціальний вплив, а також довіра та комунікація в організаціях [2].

Важливий внесок у розуміння ролі чуток у сучасному медіасередовищі зробив український дослідник Г. Почепцов. У своїх роботах він підкреслює, що чутки заповнюють комунікаційні прогалини, які виникають унаслідок замовчування або відсутності оперативної інформації у традиційних медіа. Він описує це як ефект «зони мовчання», коли там, де зникає публічне інформування, автоматично зростає активність неформальних каналів, зокрема чуток. Дослідник також звертає увагу на те, що навіть у цифрову епоху чутки зберігають риси усної культури, залишаючись персоналізованими повідомленнями, орієнтованими на конкретну аудиторію, і циркулюють у формах, що імітують міжособистісне спілкування. Це підсилює їхню переконливість і створює ілюзію достовірності, навіть коли джерело є невідомим або сумнівним [10; 11]. Сучасні дослідження феномену чуток у контексті інформаційного суспільства доповнює позиція Л. Смоли, яка аналізує їхню трансформацію в умовах постправди. На її думку, чутки перестають виконувати виключно компенсаторну функцію зниження тривожності й невизначеності. Вони дедалі більше перетворюються на інструмент привертання уваги, що відповідає логіці сучасного інформаційного середовища, де увага стає стратегічним ресурсом [12].

У сучасних дослідженнях чутки дедалі частіше розглядаються як елемент організації інформаційного простору в політичних і кризових комунікаціях. Зокрема, Л. Климаська трактує чутки як інструмент структурування і самоорганізації політичного дискурсу, що формує сприйняття аудиторії в умовах невизначеності [8]. Водночас В. Тогобицька [13] зосереджується на дослідженні феномена чуток у контексті надзвичайних подій, Л. Берегова та Н. Джигун досліджують проблематику їх класифікації з перспективи прикладної психології [7]. Дослідження Л. Орбан-Лембрик доповнюють ці підходи, роблячи наголос на психологічних і комунікаційних механізмах формування та поширення

чуток у соціальних групах [9]. Така міждисциплінарна перспектива дозволяє розглядати чутки не лише як побічний продукт дефіциту інформації, а як активний чинник впливу на поведінку і сприйняття різних категорій громадян у кризових ситуаціях.

Контекст гібридної війни, яка поєднує відкриті та приховані форми впливу, створює сприятливе середовище для поширення чуток як інструмента інформаційної боротьби. За класифікацією Ф. Карбера, інформаційні операції є частиною «політичної диверсії», що є початковим етапом гібридної агресії [4]. У цьому контексті в Україні чутки стають потужним засобом впливу на громадську думку, особливо під час кризових ситуацій.

Результати дослідження. Проведене дослідження підтвердило актуальність класичного підходу до чуток на базі їх провідного емоційного забарвлення. Водночас з огляду на контекст загрози інформаційній безпеці аналіз експертних інтерв'ю дозволив виокремити підтип агресивних чуток — дискредитуючі чутки або намови, спрямовані на делегітимацію влади, суспільних інституцій, а також дискредитацію державних рішень. Їх використовують як звичайні громадяни, так і спецслужби чи політичні актори для підризу довіри до конкретних осіб і соціальних груп. Такі чутки адаптовані до очікувань аудиторії, базуються на стереотипах, апелюють до недовіри й емоційного напруження, а їхня ефективність зростає за умови обрання влучного часу (наприклад, коли суспільство перебуває в емоційно вразливому стані після негативних військових чи політичних новин) та зв'язку з суспільно чутливими темами.

Намови часто підкріплюються дезінформаційними наративами, апелюють до емоційної вразливості, використовують техніки «прив'язки» до знайомих тем і персон. Їхньому поширенню сприяє брак офіційної комунікації та медіависвітлення і попередні травматичні досвіди суспільства.

За результатами глибинних інтерв'ю, через основних мішеней дискредитуючих чуток у період дослідження були такі:

- носії влади, співробітники державних органів та політичні діячі;
- активісти і громадські організації, особливо ті, які діють у царинах, що стосуються допомоги війську, реформ, антикорупційною діяльністю. Крім того, чутки використовують як інструмент дискредитації політичних опонентів. Оскільки така інформація є чуливою і часто потрапляє у категорію державної таємниці, це може додатково сприяти появі і поширенню чуток;

- окремі суспільні групи: ЗСУ в цілому та окремі воєначальники та командири, а також внутрішньо переміщені особи та біженці. Поширення таких сюжетів лягає на ґрунт певних соціальних стереотипів, насаджених російськими політтехнологами у попередні роки, як-от «три сорти українців»;
- урядові структури, уряд і Україну як державу, як-от чутки про випадки корупції, кожна з яких підживлює уже створений наратив про глибоку корумпованість уряду і державних інституцій;
- конкретні дії, як-от евакуацію цивільних із прифронтових територій, яку супроводжували чутки, поширювані через Телеграм-канали.

Відповідно до результатів експертних інтерв'ю, чутки можуть виступати ефективним інструментом дискредитаційного впливу за умови їх інтеграції у цілеспрямовану інформаційну стратегію. Попри позірну незначущість або одноразовий характер окремих повідомлень, їх ефективність зумовлено сукупністю чинників. По-перше, максимізація впливу досягається завдяки синхронізації поширення чутки з актуальними подіями або соціально значущими обставинами, що підвищує ймовірність її подальшого розповсюдження цільовою аудиторією. По-друге, ефективність підсилюється за рахунок «позитивного» подання інформації, як-от у формі закликів до боротьби з корупцією, викриття зловживань тощо. По-третє, важливим є механізм зміцнення сприйняття чутки шляхом її асоціювання з авторитетними постатями чи явищами, які вже мають високий рівень суспільної довіри або недостатньо осмислені в масовій свідомості.

Ефективне нейтралізування дискредитаційних чуток потребує системного підходу, що поєднує кілька взаємодоповнюючих стратегій. Насамперед йдеться про підвищення оперативності та якості офіційної комунікації. Чутки мають властивість заповнювати інформаційний вакуум, тому оперативне й зрозуміле інформування громадськості про суспільно важливі події зменшує простір для маніпуляцій.

Другим напрямом є формування інформаційної стійкості аудиторії через розвиток критичного мислення, навичок перевірки інформації та медіаграмотності. Освітні й просвітницькі кампанії здатні підвищити обізнаність громадян про типові маніпулятивні техніки, зокрема використання чуток як елементу дискредитаційних кампаній.

Важливим чинником є також підтримка довіри до надійних джерел інформації, як державних, так і медіа та громадських організацій.

Це вимагає не лише високих стандартів роботи самих комунікаторів, а й активного залучення лідерів думок, які можуть стати посередниками у донесенні перевіреної інформації до широких аудиторій.

Таким чином, протидія дискредитаційним чуткам повинна розглядатися як частина комплексної стратегії інформаційної безпеки, що включає превентивні, реактивні та просвітницькі заходи [14].

Висновки. Результати дослідження свідчать, що чутки залишаються дієвим інструментом інформаційного впливу в умовах гібридної війни. Адже вони є не лише симптомом соціальної тривоги, а й інструментом впливу на громадську думку. Дослідження підтвердило релевантність класифікації Р. Кнаппа [5] в сучасних умовах війни, доповнивши її категорією дискредитаційних чуток (намов), що є підтипом агресивних чуток. Такі чутки особливо небезпечні тим, що можуть знижувати довіру до ключових суспільних постатей та інституцій й, у підсумку, до держави в цілому, становлячи потенційну загрозу державній безпеці. Уточнено цільові об'єкти таких чуток, зокрема: політики, громадські діячі, державні інституції, армія, внутрішньо переміщені особи тощо.

Виокремлено механізми підсилення дискредитаційних чуток. Їхня ефективність зростає за рахунок інтеграції у ширші інформаційні стратегії, вдалого вибору моменту поширення, апеляції до соціально значущих тем і використання стереотипів цільової аудиторії. Особливу небезпеку становлять чутки, що маскуються під суспільно схвалювані наративи, зокрема боротьбу з корупцією або зловживаннями.

Протидія таким впливам потребує комплексного підходу, що включає підвищення якості офіційних комунікацій, розвиток критичного мислення та медіаграмотності населення, а також формування довіри до надійних джерел інформації. Водночас доцільним є подальше міждисциплінарне вивчення алгоритмів поширення чуток та розроблення інструментів для мінімізації їхнього деструктивного впливу на суспільну свідомість.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Allport G., Postman L. The psychology of rumor. New York: Henry Holt, 1948. 247 p.
2. DiFonzo, N., & Bordia, P. (2007). Rumor psychology: Social and organizational approaches. Washington, DC: American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/11503-000>.

3. Fine G. Rumor, trust and civil society: collective memory and cultures of judgment. *Diogenes*. 2007. Vol. 54, no. 1. P. 5–18. <https://doi.org/10.1177/0392192107073432>.
4. Karber P. Russian style hybrid warfare. McLean, VA: The Potomac Foundation, 2015. 8 p.
5. Knapp R. A Psychology of rumor. *Public Opinion Quarterly*. 1944. Vol. 8, no. 1. P. 22. <https://doi.org/10.1086/265665>.
6. Shibutani T. *Improvised news: A sociological study of rumor*. Indianapolis: Bobbs-Merrill, 1966. 262 p.
7. Берегова Н., Джигун Л. Психологічні особливості розповсюдження чуток та механізми їх протидії. *Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України. Серія: психологія*. 2017. № 1.
8. Климанська Л. Чутки як спосіб організації та самоорганізації інформаційного простору політики. *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку*. 2008. № 20. С. 71–80.
9. Орбан-Лембрик Л. Чутки як соціально-психологічне явище. *Соціальна психологія*. 2004. № 3 (5). С. 47–62.
10. Почепцов Г. *Теорія комунікації*. Київ : Ваклер, 1999. 656 с.
11. Почепцов Г. *Токсичний інфопростір. Як зберегти ясність мислення і свободу дій*. Київ : Vivat, 2022. 384 с.
12. Смола Л. Феномен чуток в епоху постправди. *Обрії друкарства*. 2024. № 1(15). С. 62–74. [https://doi.org/10.20535/2522-1078.2024.1\(15\).299705](https://doi.org/10.20535/2522-1078.2024.1(15).299705)
13. Тогобицька В. Д. Психологічні особливості розповсюдження чуток в умовах надзвичайної ситуації. *Збірник наукових праць Національної академії Державної прикордонної служби України. Сер.: Педагогічні та психологічні науки*. 2013. № 4. С. 393–402.
14. Юркова О. Чутки як соціальнокомунікаційний феномен : дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філософії : 061 — журналістика / О. А. Юркова ; Нац. техн. ун-т України «Київський політехн. ін-т ім. Ігоря Сікорського». — Київ, 2024. 317 с.
15. Юркова О. Соціокомунікаційні аспекти чуток як елементу гібридної війни. *Сучасний масовокомунікаційний простір: історія, реалії, перспективи : Матеріали науково-практ. конф., м. Суми, 26–27 трав. 2022 р. Суми, 2022. С. 9–12.*
16. Юркова О. А. Чутки як соціокомунікаційний феномен. *Обрії друкарства*. 2021. № 1(9). С. 121–131. [https://doi.org/10.20535/2522-1078.2021.1\(9\).240615](https://doi.org/10.20535/2522-1078.2021.1(9).240615).

17. Юркова О., Смола Л. Аналіз неформальних комунікацій в умовах гібридної війни. *Образ*. 2021. № 2 (36). С. 72–80. URL: [https://doi.org/10.21272/Obraz.2021.2\(36\)-72-80](https://doi.org/10.21272/Obraz.2021.2(36)-72-80).

REFERENCES

1. Allport, G., & Postman, L. (1948). *The psychology of rumor*. New York, NY: Henry Holt.
2. DiFonzo, N., & Bordia, P. (2007). *Rumor psychology: Social and organizational approaches*. Washington, DC: American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/11503-000>.
3. Fine, G. A. (2007). Rumor, trust and civil society: Collective memory and cultures of judgment. *Diogenes*, 54(1), 5–18. <https://doi.org/10.1177/0392192107073432>.
4. Karber, P. (2015). *Russian style hybrid warfare*. McLean, VA: The Potomac Foundation.
5. Knapp, R. H. (1944). A psychology of rumor. *Public Opinion Quarterly*, 8(1), 22. <https://doi.org/10.1086/265665>.
6. Shibutani, T. (1966). *Improvised news: A sociological study of rumor*. Indianapolis, IN: Bobbs-Merrill.
7. Berehova, N., & Dzhyhun, L. (2017). Psykholohichni osoblyvosti rozpovsiudzhenia chutok ta mekhanizmy yikh protydii [Psychological features of rumor spreading and mechanisms of counteraction]. *Visnyk Natsionalnoi akademii Derzhavnoi prykordonnoi sluzhby Ukrainy. Seriya: Psykholohiia*, (1).
8. Klymanska, L. (2008). Chutky yak sposib orhanizatsii ta samoorhanizatsii informatsiinoho prostoru polityky [Rumors as a means of organizing and self-organizing the political information space]. *Ukrainska natsionalna ideia: realii ta perspektyvy rozvytku*, (20), 71–80.
9. Orban-Lembrik, L. (2004). Chutky yak sotsialno-psykholohichne yavyshe [Rumors as a socio-psychological phenomenon]. *Sotsialna psykholohiia*, 3(5), 47–62.
10. Pocheptsov, H. (1999). *Teoriia komunikatsii [Theory of communication]*. Kyiv, Ukraine: Vakler.
11. Pocheptsov, H. (2022). *Toksychnyi infoprostir: Yak zberehty yasnist myslennia i svobodu dii [Toxic information space: How to preserve clarity of thought and freedom of action]*. Kyiv, Ukraine: Vivat.

12. Smola, L. (2024). Fenomen chutok v epokhu postpravdy [The phenomenon of rumors in the era of post-truth]. *Obrii drukarstva*, 1(15), 62–74. [https://doi.org/10.20535/2522-1078.2024.1\(15\).299705](https://doi.org/10.20535/2522-1078.2024.1(15).299705).
13. Tohobytska, V. D. (2013). Psykholohichni osoblyvosti rozpovsiudzhennia chutok v umovakh nadzvychainoi sytuatsii [Psychological features of rumor spreading in emergency conditions]. *Zbirnyk naukovykh prats Natsionalnoi akademii Derzhavnoi prykordonnoi sluzhby Ukrainy. Serii: Pedahohichni ta psykholohichni nauky*, (4), 393–402.
14. Iurkova, O. (2024). Chutky yak sotsiialnokomunikatsiinyi fenomen [Rumors as a socio-communicative phenomenon] (Doctoral dissertation, National Technical University of Ukraine „Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”). Kyiv, Ukraine.
15. Iurkova, O. (2022). Sotsiialnokomunikatsiini aspekty chutok yak elementu hibrydnoi viiny [Socio-communicative aspects of rumors as an element of hybrid war]. *Suchasnyi masovokomunikatsiinyi prostir: istoriia, realii, perspektyvy* [Modern mass communication space: history, realities, prospects], 9–12.
16. Iurkova, O. A. (2021). Chutky yak sotsiialnokomunikatsiinyi fenomen [Rumors as a socio-communicative phenomenon]. *Obrii drukarstva*, 1(9), 121–131. [https://doi.org/10.20535/2522-1078.2021.1\(9\).240615](https://doi.org/10.20535/2522-1078.2021.1(9).240615)
17. Iurkova, O., & Smola, L. (2021). Analiz neformalnykh komunikatsii v umovakh hibrydnoi viiny [Analysis of informal communication in conditions of hybrid war]. *Obraz*, 2(36), 72–80. [https://doi.org/10.21272/Obraz.2021.2\(36\)-72-80](https://doi.org/10.21272/Obraz.2021.2(36)-72-80).