

УДК 159.9.07:316.3

Є. Потапчук¹, д.психол.н., проф., зав. каф. (ORCID 0000-0001-7040-8456)

Н. Потапчук², д.психол.н., с.н.с., н.с. відділу (ORCID 0000-0001-8303-6196)

¹Хмельницький національний університет, Хмельницький

²Національна академія Державної прикордонної служби України імені Богдана Хмельницького, Хмельницький

ПСИХОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ПРИЧИН ТА ЧИННИКІВ ВИНИКНЕННЯ ЧУТОК СЕРЕД НАСЕЛЕННЯ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ

Публікація актуалізує питання щодо причин та чинників виникнення чуток серед населення в умовах пандемії коронавірусу. Досліджено зміст поняття «чутки» як специфічної форми недостовірної інформації або частково достовірної інформації про COVID-19, що може викликати чи посилити паніку серед населення та ускладнювати процес боротьби з пандемією. У статті здійснено психологічний аналіз наукових досліджень щодо класифікації чуток. Виявлено, що за експресивним критерієм чуток є трьох видів: чутка-бажання, чутка-страховисько, агресивна чутка. За інформаційним критерієм чуток мають чотири різновиди – абсолютно недостовірні чуток; недостовірні з елементами правдоподібності; правдоподібні чуток; достовірні чуток з елементами правдоподібності. З'ясовано характер недостовірної інформації про пандемію коронавірусу COVID-19. Визначено причини поширення чуток про коронавірус серед населення, а також чинники їх виникнення (приховування чи фальсифікація інформації про коронавірус COVID-19 та фальсифікація даних під час пандемії; поширення веб-сайтами фейкової інформації, яка прямо чи опосередковано пов'язана з пандемією; тривожні повідомлення засобів масової інформації; поведінка сімейних лікарів та імітація лікування COVID-19). За допомогою авторської анкети «Детермінанти чуток в умовах пандемії коронавірусу COVID-19» з'ясовано соціально-психологічні обставини, які сприяють появі чуток внаслідок розповсюдження епідемії коронавірусу. Досліджено вплив засобів масової інформації на виникнення чуток в умовах пандемії коронавірусу. З'ясовано, що вітчизняні медіа ресурси, за окремими винятками, активно розповсюджують інформацію про COVID-19, яка у більшості випадків сприяє запобіганню чуткам про пандемію коронавірусу.

Ключові слова: причини; чинники, чуток, населення, пандемія; коронавірус.

Вступ. Пандемія, спричинена коронавірусом, стала найвищим ступенем розвитку епідемії, що поширилась на значну кількість населення нашої планети у XXI ст. Фактично сьогодні людство є свідками виникнення надзвичайної ситуації світового масштабу. Вона порушує нормальні умови життєдіяльності населення усіх країн, призводить до виникнення загрози життю та здоров'ю людей, завдає значних матеріальних збитків,

обмежує можливості мільйонів людей у реалізації своїх прагнень і потреб.

Страх та безсилля населення перед COVID-19 являються потужним джерелом виникнення різних чуток. Цьому суттєво посприяли наявний дефіцит інформації про поширення коронавірусу та відсутність системи протидії його новим штампам, раніше не ідентифікованих у людей. Неповна, викривлена інформація та дезінформація здатні негативно впливати на психіку людей. Адже страх, який завжди є головною

причиною паніки, базується ще й на недостатньому знанні можливих наслідків пандемії як масштабної надзвичайної ситуації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемні аспекти чуток, як неформальної міжособистісної комунікації, вивчали С. Беззубцев, Д. Горбатов, О. Караяні, Г. Олпорт і Л. Постмен, А. Назаретян, О. Потеряхін, Г. Почепцов, Ю. Шерковин та ін. За останні десятиріччя окремі питання, пов'язані з виникненням чуток та поширення паніки серед населення в умовах надзвичайної ситуації висвітлені в працях вітчизняних науковців Я. Кальби, В. Москаленко, Л. Орбан-Лембрик, Н. Потапчук, О. Тімченка, В. Христенко та ін. [1-5]. Дослідники вивчають чулки як стихійне комунікативне явище, що в умовах надзвичайної ситуації суттєво посилюється можливістю чи неминучістю вияви загрози життю і здоров'я населення. Чулки зумовлюють виникнення у людей переживань, змушують їх активніше обговорювати тривожні теми, можуть частково або повністю спотворювати інформацію, перебираючи на себе інформативну, інтерактивну та мотиваційну функції. Відтак чулки в умовах надзвичайної ситуації можуть негативно впливати на психоемоційні та поведінкові реакції населення, посилюючи панічні настрої та деструктивні форми поведінки.

На жаль, у вітчизняній психології відсутні системні наукові дослідження, які були б присвячені вивченню проблеми виникнення та поширення чуток в умовах пандемій. Зокрема це стосується виявлення психологічних явищ, які формують причини або створюють можливість виникнення чуток через пандемію

коронавірусу. Зважаючи на це, **метою дослідження** є психологічний аналіз причин та чинників виникнення чуток серед населення в умовах пандемії коронавірусу.

Як свідчить практика, чулки з'являються тоді, коли засоби масової комунікації не дають певним подіям роз'яснень, котрі б знімали психічне напруження у людей. Інформація, яка міститься в чутках, зазвичай задовольняє психічну потребу, інтерес людини чи групи людей, які не задоволені іншими шляхами [4; 6].

В психологічній енциклопедії *чулки* визначаються як вид міжособистісної вербальної комунікації, в процесі якої певна інформація про реальні або вигадані події передається іншим людям. У соціальній психології чулки розглядають як форму стихійної групової поведінки [7]. За свідченням В. Москаленко, чулки – це неточна, недостовірна інформація, що виникає в результаті багаторазової інтерпретації якогось факту, події чи явища [1, с. 386]. Водночас Н. Ануфрієва, Т. Зелінська та Н. Єрмакова [8, с. 212] розтлумачують це поняття як специфічний вид міжособистісної комунікації, в процесі якої передається емоційно значуща для населення інформація, повідомлення, що відображають реальні чи вигадані події. Варто зауважити, що на побутовому рівні чулки ототожнюють із плітками, які прийнято трактувати як чулку про когось, щось, що засноване на неточних або явно неправдивих фактах. Беручи до уваги, викладені вище думки, під поняттям «чулки» ми в контексті нашого дослідження розглядаємо чулки як специфічну форму недостовірної інформації або частково достовірної інформації про

коронавірус COVID-19, що може викликати чи посилити паніку серед населення та ускладнювати процес боротьби з пандемією. У процесі комунікації зміст, переданий за допомогою чуток, стає надбанням великої групи людей. Як свідчить практика, навмисне поширення неправдивої інформації, вигадки та конспірологічні теорії щодо пандемії COVID-19. вносять розкол у суспільство та становлять загрозу для життя [10].

При вивченні чуток науковці використовують різні критерії їх класифікації: вік, величина і структура аудиторії (її ще називають «ареалом» чуток) тощо. Так, тривалість чуток пов'язують з гострими актуальними потребами і настроями, що спонукають масу людей до негайних дій, впливаючи на хід соціального життя та історичних подій, і залишаються хіба що в записках мемуарів чи відходять у небуття. В іншому випадку, чуток можуть зачіпати інтереси обмеженої соціальної групи і не виходитимуть за її межі. Або ж чуток можуть стосуватися масових, але периферійних інтересів, надовго зберігаються в народній пам'яті, перетворюються в легенду, в елемент національного епосу.

Дослідник психології мас Я. Кальба [3] пропонує проводити класифікацію чуток за такими критеріями як: експресивний та інформаційний. За *експресивним критерієм* розрізняють чуток трьох видів: чутка-бажання, чутка-страховисько, агресивна чутка.

Свідоме поширення *чуток-бажань* означає спровокувати розчарування щодо бажань, які не збулися. Недосвідченому керівникові доволі часто може здаватися, що це

«добре», тобто сприятливе і безпечне явище. Проте циркуляція чуток-бажань дуже часто призводить до руйнівних наслідків.

Чутки-страховиська виникають в періоди соціальної напруги (стихійне лихо, війна, державний переворот тощо) і варіюють від просто песимістичних до відверто панічних. Найбанальніша причина – зростання цін або зникнення деяких продуктів.

Агресивні чуток виникають там, де є напружені стосунки між соціальними групами, зокрема, коли стихійні лиха підсилюються ненавистю до якоїсь групи або особи.

Класифікація чуток за експресивним критерієм враховує два моменти: однаковий сюжет може мати абсолютно різні емоційні характеристики. Вирішальним критерієм для експресивної оцінки чуток є не сам сюжет, а реакція аудиторії. Без урахування цих обставин вірогідність помилкових експертних оцінок і контрпродуктивних рекомендацій дуже велика.

Другий критерій класифікації чуток – *інформаційний*, тобто такий, що відображає міру достовірності інформації. За інформаційним критерієм розрізняються чотири різновиди чуток: абсолютно недостовірні чуток; недостовірні з елементами правдоподібності; правдоподібні чуток; достовірні чуток з елементами правдоподібності.

Вивчення інформації про чуток, пов'язані з коронавірусом, дозволили нам з'ясувати найбільш розповсюджену недостовірну інформацію про пандемію, зокрема: пандемія коронавірусу COVID-19 – це найбільший обман населення; у людей, які померли від COVID-19,

насправді були зовсім інші причини смерті; вакцина від COVID-19 являється причиною інших захворювань (наприклад, аутизму) та смерті людей; маски не захищають людей від вірусу, а навпаки погіршують імунітет і надходження кисню в організм; коронавірус має ознаки біологічної зброї; коронавірус був завезений до Китаю американськими солдатами, і т.п.

За результатами досліджень «Інфодемія в українському телеграмі: хто, як та навіщо?» [11] найпопулярнішими для маніпуляції щодо COVID-19 є теми: «Україна повністю провалила вакцинацію», «Соросята втручаються в охорону здоров'я», «У кока-коли виявили коронавірус», «Україна відмовилася від російської вакцини суто через політичні причини», «Західне лобі резервує Україну як ринок для власних вакцин», «Україна отримає неякісні вакцини», «Українська вакцина – лише піар перед виборами», «Українська влада маніпулює коронавірусною статистикою», «Вакцинацією від COVID-19 будуть контролювати населення».

Як бачимо значна частина чуток пов'язана з болючими для населення темами, що мають економічне та політичне підґрунтя, насамперед, із теоріями змови та нагнітання паніки, вакцинами і ліками. Для розповсюдження чуток їх автори (поширювачі), зазвичай, вдаються до таких основних форматів як: застосування високоемоційних наративів та мемів; фальшування інформації; впровадження потрібної інформації у контекст політичних замовлень; використання шахрайських веб-сайтів.

Розуміння причин появи чуток в умовах пандемії сприяє їх

класифікація, яку пропонують дослідники проблем кризової психології [5, с. 241]:

– особистісні (прагнення до компенсації емоційної недостатності; прагнення індивіда затвердитися в групі, зайняти лідируюче положення; схильність людини передбачати, що повідомлення виходитиме з надійного джерела; бажання людей попередити інших про небезпеку; прагнення розповідача зменшити власну емоційну напругу; заздрість, озлоблення, вороже відношення до когось; механізми психологічного захисту особистості, зокрема, проекція, заперечення та ін.; переживання страху, боязнь, тривоги; стан когнітивного дисонансу.

– ситуативні (наявність зовнішніх умов, сприяючих виникненню в суспільстві атмосфери невизначеності та невпевненості, що підвищує тривожні чекання людей; дефіцит інформації по життєво важливих питаннях; відсутність інформованості людей про ухвалення важливих державних і політичних рішень; бездіяльність в соціальній групі, нудьга й одноманітність; недоліки в управлінні організацією, несприятливий психологічний клімат.

У контексті розгляду питання чинників виникнення та поширення чуток важливим є дослідження змісту самого поняття «чинник». Так, у психологічній енциклопедії [7] зазначається, що *чинник* – це той чи інший процес або та чи інша обставина, яка активно впливає на характер, властивість, цілеспрямованість розвитку подій.

Дослідник теорії поля в соціальних науках К. Левін [9] виділяє два фундаментальні *чинники виникнення чуток*: інтерес до теми та дефіцит надійної інформації. При

цьому першим чинником є *інтерес до теми*: чутка здатна виникнути там і тоді, де і коли до її об'єкту є інтерес, а масштаб та маршрут поширення обумовлені конфігурацією зацікавленої аудиторії. Іншими словами, серед людей, що проживають в зоні виникнення надзвичайної ситуації такий інтерес буде обумовлений наявністю прямої загрози для життя людей чи в опосередкованому чеканні реалізації цієї загрози.

Другий чинник – *дефіцит надійної інформації*. Для чутки потрібний не просто інтерес, а загалом невдоволений інтерес.

Варто зазначити, що серед дослідників [6; 8] прийнято виділяти й супутні чинники поширення чуток, зокрема: компенсація емоційної недостатності – той, хто повідомляє інформацію, отримує задоволення від реакції слухача (слухач також отримує задоволення від сприймання нового, раніше не чутого, невідомого, такого, яке, на його думку, є надзвичайно важливим); утвердження особистості – за допомогою тієї чи іншої чутки особа намагається завоювати авторитет у групі, сформуванню певну установку, позитивне ставлення щодо себе; справжнє бажання попередити інших про певну небезпеку, а також неусвідомлене прагнення зменшити власне особистісне напруження, розділити свій страх, своє хвилювання, особливо це стосується панічних чуток; особистісне озлоблення, ворожі почуття щодо інших.

Водночас Я. Кальба [3] виокремлює також й інші чинники виникнення і поширення чуток, а саме: *чинник особистого статусу* (повідомляючи цікаві відомості,

людина привертає до себе увагу, підвищує або підтверджує значущість власної персони в очах тих, хто її оточує, а отже, і у власних очах) та *чинник емоційного балансу* (виявляється, що циркулююча чутка здатна тимчасово оптимізувати емоційний баланс в групі, тобто знижувати або підвищувати емоційну напругу до оптимального рівня. Якщо група тривалий час живе в напруженому очікуванні, люди випробовують непереборне бажання обговорювати між собою можливі небезпеки. Парадоксальним чином навіть поширення негативних чуток здатне на якийсь час знизити емоційну напругу – спрацьовує ефект афіліації (відчуття приналежності до спільноти). Проте це найчастіше призводить до дисфункціональних наслідків: циркулююча чутка нагнітає страхи і тим самим тільки підсилює панічні настрої).

Автор підручника з соціальної психології Л. Орбан-Лембрик [2, с.192] підкреслює, що психологічний вплив чуток містить три взаємопов'язані етапи: операційний (вплив суб'єкта), процесуальний (прийняття чи неприйняття впливу об'єктом), результат (реакції у відповідь).

В умовах надзвичайної ситуації чутки є найбільш розповсюдженим типом інформації чи дезінформації. Вони надають значення ситуації, яку люди не розуміють, і допомагають їм підготуватися до дії. Яскравим підтвердженням цієї думки служить те, як населення різних країн сприймає чи нехтує пандемію коронавірусу COVID-19, дотримується чи ігнорує карантинні вимоги, проходить вакцинацію чи категорично від неї відмовляється та ін. Цілковито логічно, що для визначення

оптимальної моделі поведінки в умовах пандемії населення хоче отримати правдиву інформацію про коронавірус, карантин та інші заходи боротьби з цією пандемією. Проте в Інтернеті є безліч недостовірної інформації про коронавірус, симптоми хвороби, шляхи її запобігання, процедуру лікування та про характеристики вакцин [10-11].

Методи та методика дослідження. Для вивчення об'єктивних чинників пандемії коронавірусу, що можуть впливати на виникнення та поширення чуток серед населення, за допомогою контент-аналізу, було сформовано їх розширений перелік та проведено експертне ранжування. У ролі експертів виступили психологи-практики, а також викладачі кафедри психології та педагогіки Хмельницького національного університету.

Результати. З'ясувалося, що експерти на перше місце поставили такий чинник як «пряма загроза від коронавірусу для життя та здоров'я», далі в порядку зниження їх значущості було названо «масштаб розповсюдження пандемії коронавірусу» та «відсутність ефективної вакцини». Вибіркове опитування населення Хмельницької, Вінницької, Одеської та Харківської областей підтвердило отримані результати. Як бачимо, ці об'єктивні чинники можуть прямо чи опосередковано здійснювати негативний вплив на психоемоційні та поведінкові реакції населення.

Для з'ясування соціально-психологічних обставин, які сприяють появі чуток внаслідок розповсюдження епідемії коронавірусу, експертам було запропоновано дати відповідь на

запитання авторської анкети «Детермінанти чуток в умовах пандемія коронавірусу COVID-19». З'ясувалося, що 100% експертів вважають, що поширенню чуток, пов'язаних з коронавірусом, найбільше сприяють:

– «приховування інформації про коронавірус COVID-19 та фальсифікація даних під час пандемії» (замовчування чи надання недостовірної інформації; наявність сумнівних статистичних даних щодо розповсюдження хвороби, походження та якості вакцини тощо);

– «поширення веб-сайтами фейкової інформації, яка прямо чи опосередковано пов'язана з пандемією»;

– «тривожні повідомлення ЗМІ» (інформація про наслідки пандемії коронавірусу COVID-19 позбавлена об'єктивності; акцентуація повідомлень на негативний підтекст);

– «поведінка сімейних лікарів та імітація лікування COVID-19».

Серед інших соціально-психологічних обставин, які сприяють поширенню чуток про COVID-19 серед населення експерти назвали «наявність психічного зараження, наслідування, потреб захистити себе» (86,4%), а також «бездіяльність, одноманітність, нудьгу людей під час карантину» (52,3%).

Звертає на себе увагу те, що усі учасники опитування визначили найпотужнішим чинником, який здатен впливати на виникнення та поширення чуток, пов'язаних з коронавірусом є робота ЗМІ, завдяки яким населення не тільки отримує інформацію про пандемію, а й формує певне уявлення про неї та оптимальну модель поведінки в таких умовах. Водночас, як свідчить практика, ЗМІ, прагнучи задовольнити попит

аудиторії можуть розповсюджувати будь-яку інформацію про пандемію. Це, у свою чергу, здатне спричинити посилення надмірно високої соціальної напруженості та підвищувати рівень тривожності населення. Звідси з'являється небезпека появи недостовірної інформації, якою є чутки [4; 6].

Для дослідження впливу ЗМІ на виникнення чуток в умовах пандемії коронавірусу ми проаналізували назви та зміст доступних нам вітчизняних публікацій на цю тему за 2019-2021 роки. Назви усіх публікацій ми розмістили в алфавітному порядку і склали анкету «Вплив ЗМІ на виникнення та поширення чуток в умовах пандемії коронавірусу», яку використовували для опитування населення й експертів щодо сприйняття назви публікації та можливого характеру її впливу на психічні стани людей. З'ясувалося, що у багатьох ЗМІ було опубліковано статті з назвами, які сприяють появі чуток про коронавірус. Зокрема, 100% учасників опитування до цього переліку віднесли такі назви публікацій як: «Смерть в часи пандемії: чому в українській лікарні можна померти через відсутність світла»; «Параліч і втрата чутливості: COVID-19 викликає рідкісне неврологічне захворювання»; «У Канаді вважають, що вакцина від Johnson & Johnson небезпечна для людей, які молодші 30 років»; «Зафиксирована первая в мире смерть от повторного заражения коронавирусом».

Крім того, досить великий відсоток опитаних (від 87,4 до 67,6%) вказали ще на деякі назви текстів, що можуть сприяти появі чуток та панічних настроїв, зокрема, це: «Туберкульоз в умовах пандемії

COVID-19»; «Науковці з'ясували як часто виникають тромбози після вакцинації проти COVID-19 препаратом від AstraZeneca»; «Новий коронавірус COVID-19 – глобальна угроза человечеству»; «ВООЗ попереджає про прискорення пандемії COVID-19»; «Цитокіновий шторм – одна з можливих причин смерті при коронавірусній хворобі»; «Смерть двух украинцев после прививки от коронавируса: Степанов объяснил причину».

Із перерахованих вище назв публікацій видно, що їх автори, прагнучи привернути увагу читача до тексту, назвали статті так, що вони не тільки відображають основну думку про результати розповсюдження коронавірусу, а й прямо натякають на катастрофічний контекст пандемії та негативні наслідки вакцинації.

Водночас варто зазначити, що у більшості назв статей спостерігається конструктивна рефлексія ЗМІ. На думку 100% учасників опитування серед переліку назв публікацій є ті, які сприяють нівелюванню чуток про коронавірус та дають читачам чітке уявлення про оптимальні моделі поведінки в умовах пандемії: «Здається, у мене коронавірус. Що робити?», «Коронавірус: усе, що потрібно знати», «Що варто знати про COVID-19», «Що таке коронавірусна інфекція і як запобігти інфікуванню», «Все про коронавірус: симптоми, хто у зоні ризику і де лікуватися у Львові», «Що робити, якщо у вас симптоми COVID-19: алгоритм поведінки для пацієнта», «5 речей про коронавірус, які потрібно знати батькам – МОН та МОЗ дають роз'яснення».

Обговорення результатів. Загалом результати вивчення роботи ЗМІ дозволяють дійти висновку, що

вітчизняні медіа ресурси активно розповсюджують інформацію про COVID-19, яка у більшості випадків сприяє запобіганню чуткам про пандемію коронавірусу.

За результатами нашого опитування населення досить великий відсоток набрав ще один чинник, що здатен породжувати чутки і підвищувати рівень тривоги людей. Цим чинником виявилася «поведінка сімейних лікарів та імітація лікування COVID-19». Більшість опитаних висловлювали скарги на: відсутність зв'язку з сімейним лікарем; ігнорування скарг на здоров'я; прийом хворих підміняється «лікування по телефону» або смс-порадами сидіти вдома і не турбувати лікаря – все це викликає сумнів у професійній компетенції сімейного лікаря, посилює тривогу та недовіру населення, змушує самостійно шукати ефективні ліки та займатися самолікуванням себе і своїх близьких.

Це тривожний сигнал, що повертає увагу до професійної компетентності сімейних лікарів та дієвості наявної системи надання медичної допомоги населенню, особливо в умовах пандемії.

Висновки. Таким чином, враховуючи все вищезазначене можемо зробити висновок про те, що чутки про коронавірус є специфічною формою недостовірної інформації або частково достовірної інформації про COVID-19, що може викликати чи посилити паніку серед населення та ускладнювати процес боротьби з пандемією. Основними причинами виникнення та поширення чуток, пов'язаних з коронавірусом COVID-19, є дефіцит об'єктивної інформації або надлишок викривленої інформації, що стає основним джерелом сильної

психологічної (стресогенної) дії на людей. При цьому, основними чинниками поширення чуток серед населення найчастіше є приховування чи фальсифікація інформації про коронавірус COVID-19 та фальсифікація даних під час пандемії; поширення веб-сайтами фейкової інформації, яка прямо чи опосередковано пов'язана з пандемією; тривожні повідомлення ЗМІ; поведінка сімейних лікарів та імітація лікування COVID-19.

З огляду на це, особлива увага має бути приділена своєчасному поширенню відповідальними структурами МОЗ України екстреної інформації, що зорієнтована на донесення до людей об'єктивних даних про ситуацію, пов'язану з коронавірусом COVID-19, в режимі реального часу, що значною мірою запобігає виникненню чуток та паніки. Також важливо розробити систему протидії дезінформації та нівелювання фейків. Представлене дослідження не вичерпує всіх аспектів проблеми.

Перспективами подальших досліджень є вивчення психологічних механізмів протидії інфодемії COVID-19 та розробка практичних рекомендацій щодо психологічної просвіти населення з питань розпізнання та протидії дезінформації про пандемію коронавірусу.

Література

1. Москаленко В. В. Психологія соціального впливу : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 448 с.
2. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія : підручник : [у 2 кн.]. Кн. 2: Соціальна психологія груп. Прикладна соціальна психологія. Київ : Либідь, 2006. 560 с.

3. Психологія мас : навч. посіб. / автор-упорядник Я. Є. Кальба. Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2012. 208 с.
4. Потапчук Н. Д. Чутки в умовах надзвичайної ситуації: теоретичні та прикладні аспекти : монографія. Хмельницький : Вид-во НАДПСУ, 2018. 388 с.
5. Кризова психологія : навч. посібн. 2-е вид. / за заг. ред. О. В. Тімченка. Харків : НУЦЗУ, КП «Міська друкарня», 2013. 380 с.
6. Потапчук Н. Д., Потапчук Є. М. Надзвичайна ситуація як чинник виникнення чуток серед населення. *Психологія і суспільство* : укр. теоретико-методолог. соціогуманітарний часопис. Тернопіль, 2015. С. 12–18.
7. Психологічна енциклопедія / автор-упор. О. М. Степанов. Київ : Академвидав, 2006. 424 с.
8. Соціальна психологія : навч.-метод. посіб. / Н. М. Ануфрієва, Т. М. Зелінська, Н. О. Єрмакова. Київ : Каравела, 2009. 216 с.
9. Левин К. Теория поля в социальных науках. Санкт-Петербург, 2000. 389 с.
10. Фейки і теорії про пандемію загрожують життю і розколюють суспільство ... / УКРІНФОРМ : Мультимедійна платформа іномовлення України. URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3027729-fejki-i-teorii-pro-pandemiu-zagrozuut-zittu-i-rozkoluut-suspilstvo-urad-nimeccini.html>. (Звернення 06.05.2021).
11. Пандемія та фейки ... / MediaSapiens. URL : <https://ms.detector-media/trendi/post/26752/2021-03-02-pandemiya-ta-fejky-detektor-media-vstanovyv-naupopulyarnishi-temy-dlya-manipulyatsiy-v-ukrainskomu-telegrami>. (Звернення 02.03.2021).

*Ye. Potapchuk¹, Doctor of Psychological Sciences, Professor, Head of Department
N. Potapchuk², Doctor of Psychological Sciences, Senior Researcher of Department
¹Khmelnyskyi National University, Khmelnytskyi*

²National Academy of the State Border Guard Service of Ukraine named after Bohdan Khmelnytskyi

PSYCHOLOGICAL ANALYSIS OF THE CAUSES AND FACTORS OF HEARINGS AMONG THE POPULATION IN CORONAVIRUS PANDEMIC CONDITIONS

The article raises the question of the causes and factors of rumors among the population in the context of the coronavirus pandemic. It was studied the content of "hearings" notion being a specific form of unreliable information or partially reliable information about COVID-19, which can cause or intensify panic among the population and complicate the process of combating a pandemic, has been investigated. In the article a psychological analysis of scientific research on hearings classification is carried out. It was revealed that according to the expressive criterion, there are three types of hearings: hearing-desire, hearing-scarecrow, aggressive hearing. According to the information criterion, hearings have four kinds: absolutely false hearings; unbelievable with elements of plausibility; plausible hearings; credible hearings with elements of plausibility. The nature of the inaccurate information about the COVID-19 coronavirus pandemic has been identified. There were established the reasons for the spread of hearings about the coronavirus among the population, as well as the factors of their occurrence (concealment or falsification of information about the coronavirus COVID-19

and falsification of data during a pandemic; spread of fake-information directly or indirectly related to the pandemic, by websites; alarming mass-media reports; behavior of family doctors and imitation of COVID-19 treatment). With the help of the authors' questionnaire "Determinants of hearings in the COVID-19 coronavirus pandemic conditions", socio-psychological circumstances have been established that contribute to the emergence of rumors caused by the spread of the coronavirus epidemic. The influence of the media on the occurrence of rumors in the context of the coronavirus pandemic has been investigated. It has been found that domestic media resources, with some exceptions, actively disseminate information about COVID-19, which in most cases helps to prevent rumors/hearings of the coronavirus pandemic.

Keywords: reasons; factors, hearings/rumors, population, pandemic; coronavirus.

References

1. Moskalenko V. V. *Psykholohiia sotsialnoho vplyvu : navch. posib.* Kyiv : Tsentr uchbovoi literatury, 2007. 448 s.
2. Orban-Lembryk L. E. *Sotsialna psykholohiia : pidruchnyk : [u 2 kn.]. Kn. 2: Sotsialna psykholohiia hrup. Prykladna sotsialna psykholohiia.* Kyiv : Lybid, 2006. 560 s.
3. *Psykholohiia mas : navch. posib. / avtor-uporiadnyk Ya. Ye. Kalba.* Ternopil : Navchalna knyha – Bohdan, 2012. 208 s.
4. Potapchuk N. D. *Chutky v umovakh nadzvychainoi sytuatsii: teoretychni ta prykladni aspekty : monohrafiia.* Khmelnytskyi : Vyd-vo NADPSU, 2018. 388 s.
5. Kryzova psykholohiia : navch. posibn. 2-e vyd. / za zah. red. O. V. Timchenka. Kharkiv : NUTsZU, KP «Miska drukarnia», 2013. 380 s.
6. Potapchuk N. D., Potapchuk Ye. M. *Nadzvychaina sytuatsiia yak chynnyk vynyknennia chutok sered naselennia. Psykholohiia i suspilstvo : ukr. teoretyko-metodoloh. sotsiohumanitarnyi chasopys.* Ternopil, 2015. S. 12–18.
7. *Psykholohichna entsyklopediia / avtor-upor. O. M. Stepanov.* Kyiv : Akademvydav, 2006. 424 s.
8. *Sotsialna psykholohiia : navch.-metod. posib. / N. M. Anufriieva, T. M. Zelinska, N. O. Yermakova.* Kyiv : Karavela, 2009. 216 s.
9. Levyn K. *Teoryia polia v sotsyalnykh naukakh.* Sankt-Peterburh, 2000. 389 s.
10. *Feiky i teorii pro pandemiu zahrozhuiut zhyttiu i rozkoliuiut suspilstvo ... / UKRINFORM : Multymediina platforma inomovlennia Ukrainy.* URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3027729-fejki-i-teorii-pro-pandemiu-zagrozuut-zittu-i-rozkoluut-suspilstvo-urad-nimeccini.html>. (Zvernennia 06.05.2021).
11. *Pandemiia ta feiky ... / MediaSapiens.* URL : <https://ms.detector-media/trendi/post/26752/2021-03-02-pandemiya-ta-fejky-detektor-media-vstanovyv-naypopulyarnishi-temy-dlya-manipulyatsiy-v-ukrainskomu-telegrami>. (Zvernennia 02.03.2021).

Надійшла до редколегії: 10.05.2021.

Прийнята до друку: 25.05.2021