



# **Слухи и сплетни в массовых коммуникациях**

## Понятие слухов

**Слухи** — это специфический вид межличностной коммуникации в условиях дефицита информации о значимом объекте, в процессе которой сюжет, отражающий в некоторой мере реальные или вымышленные события, становится достоянием обширной диффузной группы.

**Слух** — это самотранслирующаяся неофициальная информация с неопределенной степенью достоверности, сообщаемая либо в процессе непосредственного межличностного общения, либо опосредованно передаваемая субъектом знакомым участникам коммуникации.

# УСЛОВИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ СЛУХОВ

## **Условия возникновения:**

- интерес массовой аудитории к определенной проблеме, ее высокая актуальность, связь с жизненными потребностями;
- фрустрация этого интереса.

## **Слухи отражают:**

- общественное мнение и настроение;
- общие социальные стереотипы и установки большой группы;
- информационную ситуацию в регионе.

## Признаки слухов

1. Коллективное авторство и анонимность.

***Кто-то кому-то что-то сказал***, тот передал другому в той степени, насколько понял сам, и добавил кое-что от себя, и так пошло по цепочке. Особенно это касается слухов относительно событий и происшествий, которые являются проблемными или эмоционально затрагивают людей.

## Признаки слухов

### *2. Неопределенность достоверности информации.*

Абсолютно недостоверных слухов не бывает. Поговорка «в каждой сказке есть доля правды» верна и относительно слухов. **Абсолютно правдивых слухов тоже не бывает** хотя бы потому, что в устном пересказе каждый из участников может добавить кое-что свое или интерпретировать ситуацию по-своему, а ведь у каждого своя правда. К тому же, разным людям один и тот же человек может рассказывать разные версии одного и того же слуха.

## Признаки слухов

### *3. Устность.*

Слух передается от одного человека другому, при этом учитываются интересы и потребности слушателя, потому что слух должен вызывать доверие выглядеть правдоподобным именно для того человека (или группы людей), которому он рассказывается.

# Признаки слухов

## 4. Актуальность.

Информация, если она злободневная и интересная, не может быть забыта и похоронена просто так, на следующий же день. Такая информация будет передаваться из уст в уста и обрастать все новыми и новыми подробностями. Если событие не важно и не обладает неопределенностью, то слухов по его поводу и не будет. Данное понимание в определенной мере нашло отражение в законе Олпорта, по которому слух представляет собой **функцию от важности события, умноженной на его двусмысленность**:  $R = i \cdot a$ ,

где  $R$  — *rumor* (слух);  $i$  — *importance* (важность) вопроса для заинтересованных лиц;  $a$  — *ambiguity* (двусмысленность) сведений, касающихся обсуждаемой темы (неоднозначность).

## Признаки слухов

### *5. Яркость.*

Информация, содержащаяся в слухе, должна вызывать у людей определенную эмоциональную реакцию (например, удивление, ощущение прикосновения к тайне, страх), затрагивать эмоции многих людей.



## Признаки слухов

*6. Направленность слуха на удовлетворение какой-либо потребности людей.*

Например, на потребность быть признанным и осведомленным в какой-либо области для поднятия авторитета (для рассказчика) и потребность в сопереживании, сочувствии, обладании личностными и моральными качествами (для слушателя).

## Привлекательность слухов

**Слух** по сути своей очень «интимен», он изначально предполагает доверительное к себе отношение. По своим коммуникационным характеристикам он очень напоминает детские сказки. Для человека такая информация, полученная из уст «компетентного» источника, является изначально, если не абсолютно реальной, то, по крайней мере, заслуживающей доверия, по крайней мере, хотя бы потому, что распространитель слуха никоим образом не получает при этом какой либо видимой материальной или моральной выгоды (в отличие от сплетни).

Другим источником привлекательности слухов является человеческое желание к превосходству. Таким образом, человек, обладающий *запретной информацией*, некоторым образом возвышается над аудиторией, ощущая значимость своей персоны.

# Классификация слухов

1. **По экспрессивности** (эмоциональному состоянию, выражающемуся в содержании слухов, и соответствующему типу эмоциональных реакций):
  - **Слух-желание.** Слухи, содержащие достаточно сильное эмоциональное желание, отражающие некоторые актуальные потребности и ожидания аудитории, в которой они возникают и распространяются.
  - **Слух-пугало.** Это слухи, несущие и вызывающие выраженные эмоционально негативные, пугающие настроения, отражающие некоторые актуальные, но нежелательные ожидания группы, в которой они возникают и распространяются

# Классификация слухов

- **Агрессивный слух.** Такие слухи не просто вызывают выраженные эмоционально негативные настроения и состояния, а конкретно направлены на стимулирование агрессивного эмоционального состояния и вполне определенного поведенческого «ответа». Основной функцией подобного рода слухов является не просто запугивание, а именно провокация агрессивного поведения;
- **Нелепый слух.** Эти слухи могут принадлежать к любому из вышеперечисленных видов, однако основной их чертой является очевидная нелепость описываемого.

**2. По характеру описываемого.** По степени достоверности сюжета — от абсолютно ложных до относительно близких к действительности.

# Функции слухов

функция адаптации к  
изменяющимся  
социальным условиям

компенсации  
недостающей инфор-  
мации, активизации к  
поиску новой  
информации

снятие некоторой части  
неопределенности

помощь в ориентации в  
сложившейся ситуации и,  
при этом, регуляция  
поведения

предварительное  
моделирование  
поведения

помогают добиться  
высокой степени  
информированности в  
группе —  
стабилизируется  
поведение в экстре-  
мальных ситуациях

помогают снизить  
социальную значимость  
тех или иных явлений

помогают активизировать  
объяснительную работу

# Трансформация слухов

- сглаживание малосущественных деталей;
- усиление веса эмоционально значимых моментов

Таким образом, происходит *адаптация* слуха к особенностям восприятия и условиям жизни той группы, в которой они распространяются. А, следовательно, если проследить трансформацию слуха, то можно зафиксировать появление нового стереотипа у заданной массы населения.

# Противодействие и регуляция слухов

Слухи затухают, когда **исчезают причины их возникновения**. При этом следует не упоминать публично об их существовании, не отрицать содержание слуха (в противном случае произойдет лишь усиление доверия к слуху), а **вытеснять его иной информацией на ту же тему**.

Способствовать вытеснению **слухов будут:**

- статус выступающего;
- массовость (популярность) информации;
- полнота фактов.

Противодействовать вытеснению **слухов будут:**

- уровень доверия к источнику;
- эмоциональная насыщенность слуха — при эмоциональной холодности официального источника;
- противопоставление информации содержанию слуха.

# Моделирование слухов

- непосредственное изобретение слуха — **слух надо придумать**. Необходимо, однако, учитывать, что от правдоподобности слуха, или, скорее, от соответствия его внутренним ожиданиям группы напрямую зависит скорость его распространения;
- для распространения слухов нанимается **команда профессиональных лекторов или агитаторов** (например, в условиях предвыборной гонки), которые, общаясь с представителями группы, распространяют якобы достоверную информацию.



# Сплетни

**Сплетня** — это ложная или истинная, проверенная или не поддающаяся проверке, но всегда неполная, пристрастная, хотя и правдоподобная информация о вещах и обстоятельствах, которые могут рассматриваться как личные, но имеют широкий социальный резонанс, потому что касаются закрытых сторон жизни замкнутых, элитных социальных групп.

# Сплетни

## *Отличие слухов и сплетен:*

- слухи обычно касаются всех, сплетни — лишь избранную часть населения, интересующую многих;
- как и слухи, сплетни удовлетворяют некоторую потребность в информации, однако это не потребность в жизненно важной информации, а в некоторой дополнительной информации о жизни популярных персон. Вследствие чего информация сплетен более детализирована и конкретна, однако сплетни всегда значительно менее эмоциональны;
- сплетни, как правило, носят более локальный и «интимный» характер, имеют оттенок непристойности и касаются как бы запретных, сокрытых в силу их «неприличности» тем.

# Функции сплетен

информационно-  
познавательная

аффилиативно-  
интеграционная: функция  
формирования «мы-  
сознания», сознания  
некоторой «своей» общности  
с теми, с кем мы обсуждаем  
сплетни;

развлекательно-игровая

проекционно-  
компенсаторная

функция социального  
контроля над элитой

тактическая функция в  
социальной борьбе

**СПАСИБО ЗА  
ВНИМАНИЕ.**