
Литература

1. Концепция национальной безопасности Республики Беларусь // Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — 2013. — Режим доступа: <http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=P31000575&p2={NRPA}>
2. Единое экономическое пространство ЕврАзЭС // Евразийское экономическое сообщество [Электронный ресурс]. — 2013. — Режим доступа: <http://www.evrazes.com/customunion/eepr>
3. Пашковский, К.Н. Внешнеэкономическая деятельность и платежный баланс / К.Н. Пашковский, И.В. Пашкевич, Л.С. Жабко // Экон. бюл. — 2013. — № 2. — С. 63–69.
4. Dahrendorf, R. Reflections on the Revolution in Europe / R. Dahrendorf. — London: Chatto&Windus, 1990.
5. Сечко, Н.Н. Интеграционные процессы Беларуси и России: мнение белорусского населения / Н.Н. Сечко // Гуманит.-экон. вестн. — 2013. — № 2. — С. 71–78.

Статья поступила в редакцию 26.12.2013 г.

А.С. Царев

кандидат социологических наук, доцент

Академия управления при Президенте Республики Беларусь (Минск)

СЛУХИ И ОСОБЕННОСТИ ИХ РАСПРОСТРАНЕНИЯ: РОЛЬ СМИ И ИНТЕРНЕТА

В статье анализируется роль СМИ и Интернета в распространении слухов, причины возникновения слухов и специфика трансляции неподтвержденной информации между индивидами, а также рассматриваются особенности влияния данного феномена на процесс коммуникации.

The article analyzes the role of the media and the Internet in the dissemination of rumors, causes of the rumors and the specifics of broadcast unconfirmed information between individuals, and also the features of the influence of this phenomenon on the communication process are discussed.

Слухи — это новости, которым не нашлось места в официальных средствах массовой информации. Неудовлетворенное требование новостей, диссонанс между информацией, которая необходима для понимания ситуации в условиях существенного изменения окружающего мира, и тем, что сообщается в СМИ, создают основу для появления и распространения слухов.

Средства массовой информации активно влияют на распространение слухов. С одной стороны, информационный вакуум способствует появлению слухов, выстраивающих картину тех или иных событий. С другой стороны, СМИ, публикуя недостаточно проверенные сведения, сами могут быть непосредственным источником слухов.

Например, в настоящее время слухи часто используются в качестве «пробного шара»: запуская соответствующий слух в средствах массовой информации, политики стремятся выяснить, кто и как будет реагировать на его содержание. Зная эту реакцию, можно соответствующим образом планировать политические действия [1].

В настоящий момент СМИ и Интернет являются единственными (за некоторыми исключениями) источниками распространения слухов, но далеко не всегда эти слухи генерируются в самой медийной среде. Если, конечно, мы не будем относить к категории масс-медиа политтехнологов, продюсеров, «черных» и «белых» пиарщиков, а также «джиарщиков».

Статус слухов настолько высок, что они всегда влияли на структуру печатных изданий, составляя целые колонки в жанрах «короткой информации» [2]. Подобные рубрики — повседневная действительность современных отечественных СМИ, имеющая свои исторические корни. Например, в 1842–1846 гг. в Петербурге выходил журнал П.А. Машкова «Сплетни», выдержавший шесть выпусков, а в 1855 г. молодой Н.А. Добролюбов выпускал рукописный антиправительственный сборник «Слухи». При советской власти открытие таких изданий было невозможным, а одноименные жанровые блоки в периодической печати выглядели очевидным исключением из правила: среди них — раздел «Вести и слухи» в журнале «Вестник сельского хозяйства», издававшемся в 1918 г., и рубрика «По слухам и авторитетно» в норильской «Заполярной правде» 70-х гг. прошлого века [3, с. 57].

Популярные теперь различные слуховые рубрики в некоторых печатных изданиях имеют постоянную аудиторию и пользуются успехом.

Мы решили проанализировать белорусские газеты на наличие подобных рубрик. Были исследованы 56 печатных изданий (см. таблицу), что составило 8,3 % общего количества (677) зарегистрированных (по состоянию на 1 декабря 2011 г.) в Государственном реестре средств массовой информации [4].

Перечень газет

1	7 дней	29	Гастроном
2	Автобизнес-Weekly	30	Голас Радзімы
3	Автогазета	31	Гомельская Правда
4	Автодайджест	32	Звезда
5	Антикризисное Управление	33	Знамя Юности
6	Аргументы и факты в Белоруссии	34	Из рук в руки
7	БелГазета	35	Компьютерные вести
8	Белорусская деловая газета	36	Компьютерная газета
9	Бизнес-Курьер	37	Комсомольская правда в Белоруссии
10	Белорусская лесная газета	38	Минский Курьер
11	Белорусская нива	39	Мобила
12	Белорусы и рынок	40	На страже
13	Беларускі Універсітэт	41	Народная газета
14	Беларускі час	42	Народная Воля
15	Белорусская лесная газета	43	Настаўніцкая газета
16	Беларус	44	Наша Ніва
17	Бобруйский курьер	45	Недвижимость Белоруссии
18	Брестский курьер	46	Обозреватель
19	Belarus Today	47	Отдых
20	Ва-банк	48	Персональный компьютер
21	Ваше Здоровье	49	Прессбол
22	Вечерний Брест	50	Рэспубліка
23	Вечерний Гродно	51	Свободные новости плюс
24	Вечерний Минск	52	Советская Белоруссия
25	Витрина вакансий	53	Современный офис
26	Витьбичи	54	Спортивная панорама
27	Во Славу Родины	55	Экономическая газета
28	Все о футболе	56	Экспресс Новости

В исследовании был использован контент-анализ (от англ.: *contents* — содержание) — стандартная методика исследования в области общественных наук, имеющая своим предметом анализ содержания текстовых массивов и продуктов коммуникативной корреспонденции.

Формирование выборочной совокупности — каждый 10-й номер издания.

Контент-анализ показал, что 23,2 % анализируемых газет в свое содержание включают рубрики, имеющие непосредственное отношение к теме слухов («Молва справедлива», «Об этом говорят», «Проверяем слухи», «Городская молва», «Но об этом говорят», «Проверка слуха», «Городские фантазии» и др.). 32,1 % исследуемых изданий имеют рубрики, посвященные слухам, но их название «завуалировано» («Пошта дзеда Міхеда», «Вечерний звон», «Свецкая хроніка» и др.). Таким образом, как мы видим, 55,3 % этих печатных изданий большое внимание уделяют неподтвержденной информации, источник которой неизвестен, но при этом достаточно интересной, чтобы быть активно распространяемой.

Однако печатному слову люди сейчас верят намного меньше, чем раньше, поскольку в жизни человека появился Интернет. Интернет, в силу своей неформальности, ненормативности и примитивизма текстов, имеет больше перспектив в распространении слухов, поскольку срабатывает «ловушка лести», которая и снижает барьер критики, пропускает в сознание как достоверную информацию заведомую ложь.

Со второй половины XX в. в цивилизованном мире основным, определяющим фактором социально-экономического развития общества становится переход от «экономики вещей» к «экономике знаний», происходит существенный рост значимости и роли информации в решении практически всех задач мирового сообщества. Это является убедительным доказательством того, что научно-техническая революция постепенно превращается в интеллектуально-информационную, информация становится не только предметом общения, но и прибыльным товаром, безусловным и эффективным современным средством организации и управления общественным производством, наукой, культурой, образованием и социально-экономическим развитием общества в целом.

Таким образом, в 50–70-е гг. XX в. стало очевидно, что человечество вступает на новую ступень развития, путь к которой проложило бурное развитие техники (в первую очередь — компьютеров) и ИТР в целом.

Все эти обстоятельства спроецировали свои особенности на развитие слухов как социального феномена. На развитие слухов как коммуникативного явления оказало влияние на становление самого информационного общества.

Информационное общество — теоретическая концепция постиндустриального общества; историческая фаза возможного эволюционного развития цивилизации, в которой информация и знания умножаются в едином информационном пространстве. Главными продуктами производства информационного общества становятся информация и знания [5, с. 21]. Отличительными чертами информационного общества являются:

- 1) увеличение роли информации, знаний и информационных технологий в жизни общества;
- 2) возрастание числа людей, занятых информационными технологиями, коммуникациями и производством информационных продуктов и услуг, рост их доли в валовом внутреннем продукте;
- 3) нарастающая информатизация общества с использованием телефонии, радио, телевидения, сети Интернет, а также традиционных и электронных СМИ;
- 4) создание глобального информационного пространства, обеспечивающего: а) эффективное информационное взаимодействие людей, б) их доступ к мировым информационным ресурсам и в) удовлетворение их потребностей в информационных продуктах и услугах;

5) развитие электронной демократии, информационной экономики, электронного государства, электронного правительства, цифровых рынков, электронных социальных и хозяйствующих сетей [5, с. 22].

При переходе к информационному обществу возникает новая индустрия переработки информации на базе компьютерных и телекоммуникационных информационных технологий, особенности которых также оказали влияние на процесс зарождения и распространения слухов.

Для информационных технологий наших дней характерны 5 этапов:

- 1) работа пользователя в режиме манипулирования данными (не нужно «помнить и знать», а достаточно выбрать из «предлагаемого меню»);
- 2) безбумажный процесс обработки документов (на бумаге фиксируется только окончательный вариант документа);
- 3) диалоговый режим решения задач с широкими возможностями для пользователей;
- 4) возможность коллективного использования документов на основе группы компьютеров, объединенных средствами коммуникаций;
- 5) возможность адаптивной перестройки формы и способа представления информации в процессе решения задач.

Вместе с тем развитие информационных технологий и интенсификация процессов производства информации несут в себе ряд отрицательных социальных последствий:

- 1) растущее воздействие на общество средств массовой информации;
- 2) информационные технологии могут разрушить частную жизнь людей и организаций;
- 3) проблема отбора качественной и достоверной информации;
- 4) многим людям будет трудно адаптироваться к среде информационного общества;
- 5) опасность разрыва между «информационной элитой» (людьми, занимающимися разработкой информационных технологий) и потребителями.

В период перехода к информационному обществу кроме решения описанных выше проблем необходимо подготовить человека к быстрому восприятию и обработке больших объемов информации, отделению достоверной информации от ложной. Кроме того, новые условия работы порождают зависимость информированности одного человека от информации, приобретенной другими людьми. Поэтому уже недостаточно уметь самостоятельно осваивать и накапливать информацию, а надо научиться такой технологии работы с информацией, когда подготавливаются и принимаются решения на основе коллективного знания. Это говорит о том, что человек должен иметь определенный уровень культуры обращения с информацией, т.е. не только обладать знаниями в области информационной культуры, но и постоянно их совершенствовать.

Информационная культура — совокупность информационного мировоззрения и системы знаний и умений, обеспечивающих целенаправленную самостоятельную деятельность по оптимальному удовлетворению индивидуальных информационных потребностей с использованием как традиционных, так и новых информационных технологий [6, с. 395].

Информационная культура в узком смысле — это уровень достигнутого в развитии информационного общения людей, а также характеристика информационной сферы жизнедеятельности людей, в которой мы можем отметить степень достигнутого, количество и качество созданного, тенденции развития, степень прогнозирования будущего [7, с. 23–24].

В информационном обществе развивается все более обостряющееся противоречие между: человечеством — объединенным производителем потока информации — и отдельным индивидом — потребителем этой информации, но который, в свою очередь, обладает ограниченными физиологическими и социальными возможностями по ее восприятию и освоению. Ин-

формация как благо превращается в зло, если поток информации выходит из-под контроля и индивид уже не может ее контролировать. Данным негативным обстоятельствам сегодня способствует и Интернет, который используется в качестве источника слухов — в информационном обществе они трансформируются, обретают новые, ранее неизвестные особенности.

С изобретением Интернета слухи стали распространяться со скоростью света. Основные его достоинства — это отсутствие у рядового пользователя возможности проконтролировать источник слухов и определенные возможности контроля за его трансформацией путем участия в обсуждении темы на соответствующих сайтах. Тот факт, что Интернет еще недоступен большинству, никак не мешает пользоваться им для внедрения первичного сообщения (пользователь Интернета расскажет интересную информацию тем, кто «не проникся» информационными технологиями).

В результате функционирования глобальной сети нивелируются пространственно-временные границы. Аудитория сети Интернет расширилась до планетарных масштабов. В настоящее время резко возросла скорость трансляции информации, однако одновременно произошло и ухудшение ее качества. Проблема в том, что в Интернете коммуникация часто выглядит неперсонализированной, обезличенной, соответственно, у части пользователей появляется соблазн передачи сообщений, носящих недостаточно достоверный, а иногда и откровенно ложный, провокационный характер.

Например, в ноябре 2004 г. после остановки одного из блоков Балаковской АЭС в Саратовской области по всему Поволжью началась паника. Толчком к ее распространению, помимо общего страха перед радиацией, стала информация, размещенная на одном из интернет-сайтов об аварии на станции. Позже ее автор признался, что текст он полностью выдумал, а приведенные иллюстрации взял из учебника по гражданской обороне [8, с. 45].

С развитием коммуникаций, их доступностью для широких слоев общества непосредственное общение («лицом к лицу») во многих случаях замещается контактами другого рода. Общение с помощью Интернета изменяет стиль, образ жизни индивидов, позволяет людям играть новые социальные роли, которые невозможно было бы представить еще 20 лет назад.

Вместе с тем интенсификация процессов опосредованного межличностного общения служит благодатной почвой для быстрого распространения непроверенной информации, особенно в тревожных, опасных ситуациях. Люди, утрачивая контакт «лицом к лицу», теряют и барьеры контроля над передачей сомнительной, непроверенной информации.

Не стоит забывать и еще один факт: для индивидов, которые видят смысл жизни в интенсивном общении, просто необходимо находить новые темы для бесед — часто сенсационные, будоражающие новости. Они становятся похожими на представителей «желтой прессы», близкими им по духу. Этот сегмент общества часто выступает генератором различного рода слухов.

В ряде случаев у индивидов возникает аддикция — зависимость от средств коммуникации (например, Интернет). Сложно представить, как обычный человек, не обладающий высоким уровнем интеллекта, широким кругозором, экспертными знаниями в различных областях социальной действительности, может часами «загружать» свое окружение различными сообщениями. При этом вопрос качества данных сообщений, их достоверности, соответствия реальности остается открытым. Коммуникативные аддикты в современном обществе часто становятся источниками и генераторами слухов [9].

В нашем социальном мире слухи можно встретить везде. Стоит только зайти на самые популярные интернет-сайты — увидим, что слухов бесчисленное множество, чаще всего они присутствуют в публикациях о сокровенных подробностях жизни знаменитостей. Однако в

Интернете часто можно встретить еще один распространенный (более опасный) вид слухов — слухи, «подрывающие» репутацию юридических лиц.

Такие слухи уничтожают репутацию компаний и негативно сказываются на их бизнесе. В современном бизнесе многие топ-менеджеры вынуждены внимательнее прислушиваться к кулуарным разговорам сотрудников, а некоторые даже пытаются разработать стратегии борьбы с распространителями слухов.

В последние годы в Интернете в большом количестве стали появляться сайты, на которых работники компаний жалуются на своих работодателей и активно обсуждают последние корпоративные новости. Сайты получили специальное название — *gripe sites* (в примерном переводе — «сайты ворчунов»). Самые популярные из них — *Vault.com* и чат *Yahoo!Finance*. Компании считают, что оба сайта публикуют множество не только конфиденциальной, но и заведомо ложной информации. Для подобного интернет-вредительства даже придумали специальный термин — *cybersmears* («интернет-клевета»).

Молниеносное распространение искаженной и недостоверной информации наносит серьезный ущерб компаниям и немало тревожит корпоративный мир. Компании все чаще обращаются за помощью к специалистам по формированию корпоративной культуры и рекрутинговым агентствам. Они заказывают исследования и пытаются выработать стратегию по борьбе с распространителями слухов. Недавно серьезное исследование на эту тему провела британская рекрутинговая фирма *Office Angels*. Она опросила 1500 работников британских компаний и выяснила, что 90 % респондентов считают себя таковыми. Они обожают обсуждать, кто кому симпатичен, кому собираются повысить зарплату, а кого повысят в должности. Причем 75 % респондентов заявили, что за один день передают одну и ту же новость сразу 2–3 людям. В оправдание они говорили, что просто не могут удержаться от того, чтобы не рассказать те или иные истории коллегам.

Опрос показал, что сотрудники рассказывают друг другу чужие секреты, потому что хотят показать всем, что они — часть коллектива и хорошо знают, что происходит в компании. Но отдельные личности честно признались, что используют слухи для манипулирования окружающими. В их руках знание чужих тайн превращается в мощный рычаг власти.

Сегодня многие специалисты уверены, что полностью истребить слухи в коллективе невозможно. Просто надо научиться ими управлять [10, с. 36]. Для этого существуют разработанные и апробированные современными специалистами (например, бизнес-тренерами в области HR) технологии.

Таким образом, основу для появления и циркуляции слухов в первую очередь создает диссонанс между информацией, которая необходима для понимания ситуации в условиях существенного изменения окружающего мира, и тем, что сообщается в средствах массовой информации.

В практике социальных взаимоотношений слухи как альтернатива СМИ до сих пор имеют высокий кредит доверия общественного адресата, а иногда становятся авторитетным источником сведений определенного рода. Доверие к слухам порой настолько безоговорочно, что никакие прочие источники информации конкуренции с ними не выдерживают.

Однако и роль СМИ в создании и производстве слухов характеризуется как первостепенная: и как фактора, обеспечивающего условия возникновения слухов как таковых (искажение, умалчивание информации), и как средства жизнеобеспечения слухов (канал распространения).

Литература

1. Какую роль играет массовая коммуникация в политическом процессе? Россия в зеркале политологии // Библиотека «Полка букиниста» [Электронный ресурс]. — 2013. — Режим доступа: http://society.polbu.ru/russia_politmiror/ch91_ii.html/
2. *Осетрова, Е.В.* Слухи в современной социокультурной среде: историографический обзор // Е.В. Осетрова // Антропологический форум [Электронный ресурс]. — 2011. — Режим доступа: <http://anthropologie.kunstkamera.ru/files/pdf/015online/osetrova.pdf>
3. *Осетрова, Е.В.* Слухи в печатных СМИ: содержательное использование / Е.В. Осетрова // Современная филология: актуальные проблемы, теория и практика: сб. ст. Междунар. науч. конф., Красноярск, 21–23 сент. 2005 г. / Красноярск. гос. ун-т. — Красноярск, 2005. — С. 57–59.
4. Сведения Министерства информации Республики Беларусь о средствах массовой информации, информационных агентствах, зарегистрированных в Государственном реестре средств массовой информации по состоянию на 1 декабря 2011 г. // М-во информации Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. — 2011. — Режим доступа: <http://www.mininform.gov.by/smi>
5. *Tsarou, A.* The social functions of rumors / A. Tsarou // Nauka i studia. — 2012. — № 3(48). — P. 17–23.
6. *Лотман, Ю.М.* Семиосфера / Ю.М. Лотман. — СПб.: Искусство-СПб, 2000.
7. *Куликов, Е.М.* Перегрузка информационных систем и функционирование слухов в информационном обществе / Е.М. Куликов // Вестн. Краснодар. ун-та МВД России. — 2010. — № 3. — С. 23–24.
8. *Евгеньева, Т.В.* Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им. Спецкурс по политической психологии / Т.В. Евгеньева. — СПб.: Питер, 2007.
9. *Куликов, Е.М.* Слухи в современном обществе: особенности влияния прогресса коммуникативных технологий на повседневное общение людей / Е.М. Куликов // Общество: философия, история, культура [Электронный ресурс]. — 2011. — Режим доступа: <http://domhors.ru/issue/fik/1-2011-1-2/kulikov.pdf>
10. *Хованская, М.* Превратности кулуарной жизни / М. Хованская // Кадровый менеджмент. — 2005. — № 7. — С. 34–38.

Статья поступила в редакцию 10.01.2014 г.

Д.Н. Черкасов
кандидат исторических наук, доцент
БГЭУ (Минск)

СТАНОВЛЕНИЕ АНГЛО-БУРГУНДСКОГО СОЮЗА В 1419–1420 ГГ.

В статье рассматриваются предпосылки, причины и процесс становления англо-бургундского союза на последнем этапе Столетней войны 1337–1453 гг. Результатом этого стала длительная оккупация Англией значительной части Франции, попытка создания двуединой англо-французской монархии, начало политики Филиппа Доброго по формированию независимого от Франции Бургундского государства.