

СЛУХИ КАК СОЦИОКОММУНИКАТИВНЫЙ ФЕНОМЕН: МЕТОДИКА ИЗУЧЕНИЯ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

В статье рассматривается апробированный инструментарий для изучения социокоммуникативного феномена слухов. Представлены вопросы, которые дали хороший результат при пилотажном исследовании. Даются рекомендации по изменению неудачно апробированных вопросов.

Ключевые слова: слухи, инструментарий.

На сегодняшний день не имеет смысла отрицать существование слухов в обществе. Независимо от подходов к их определению, это – объективно существующий феномен, обладающий следующими характеристиками: недостоверность, эмоциональность, отсутствие единого источника. Как отмечает А.П. Назаретян [3, С. 64-65], во-первых, слухи являются валидным источником информации об общественном мнении. Во-вторых, слухи есть катализатор социально-политических настроений и событий, что способствует прогнозированию общественных процессов. В-третьих, циркулирующие слухи формируют настроения, мнения, а значит и поведение людей.

В информационном обществе исследователи отмечают снижение слухоустойчивости современных коммуникационных систем; вместе с тем повышается скорость распространения слухов и увеличивается эффективность их влияния на общество [см. об этом 1, С. 79].

Слухи – многогранный феномен, вследствие чего нельзя говорить о существовании универсальных алгоритмов противодействия слухам, методов их профилактики [2, С. 256]. Каждое из сообщений, содержащих недостоверную, неподтвержденную информацию, имеет неповторимую специфику, которая определяется тематикой слуха, каналом, по которому он передается, целевой аудиторией и рядом других факторов. Поэтому сегодня проблемой является отсутствие эффективных средств противодействия слухам. Чтобы разработать методы борьбы со слухами, необходимо получить как можно более полное представление об их генезисе в информационном обществе. Все это обуславливает актуальность изучения слухов как социокоммуникативного феномена.

Сегодня большая часть слухов распространяется в Интернете, а именно – в социальных сетях: они позволяют людям передавать сообщения сразу многим друзьям [4, С. 1]. Социальные сети характеризует легкость распространения информации, доверие людей тому, что они получают от своих друзей, и короткий путь от отправителя к получателю, без учета территориальных границ [6]. При отсутствии официальных, установленных источников, люди могут использовать социальные сети для обмена важной информацией, быстро координировать действия [5]. В таких ситуациях слухи могут быть лучше доступной официальной информации.

Вероятно, поэтому слухи об угрозе терактов осенью-зимой 2015 года получили широкое распространение в Интернете – они активно рассылались в социальных сетях и мессенджерах (Viber, WhatsApp и пр.). Причем на фоне внешнеполитических событий того времени сообщения выглядели весьма достоверно. Поэтому многие россияне стали распространять новости о задержании террористов-смертников в крупных городах и планируемых ими террористических актах.

В статье рассмотрен количественный опросник для изучения слухов, апробированный в ходе пилотажного исследования, объектом которого выступили жители Перми в возрасте от 14 лет. В качестве предмета были выделены их мнения, оценки и поведение в случае столкновения с рассматриваемым слухом о терактах. Целью исследования была апробация инструментария, оценка того, насколько он позволяет охарактеризовать аудиторию, столкнувшуюся с конкретным слухом, по ряду признаков. Также в задачи исследования

входило выяснить, какое впечатление вызвал этот слух, как повлиял на мнение, оценки и поведение людей.

Была сформирована выборочная совокупность в размере 108 жителей Перми при помощи целевого отбора в виде отбора доступных случаев. В выборку попало 29% мужчин и 71% женщин. Большую часть выборки (70%) составляют лица в возрасте от 18 до 24 лет, лица в возрасте от 30 до 44 лет и старше 60 лет составляют 20% (по 10% в каждой возрастной группе). Примерно равные доли (3% – 5%) приходится на лица в возрасте до 18 лет, от 25 до 29 и от 45 до 60 лет. По уровню образования: 5% респондентов имеют начальное образование, 22% – среднее общее и среднее специальное, 52% – незаконченное высшее, высшее и послевузовское. 21% респондентов состоят в браке (в т.ч. незарегистрированном), 19% имеют детей. Таким образом, в выборку попали респонденты различного пола, возраста, образования и семейного статуса.

Помимо вопросов о социально-демографических характеристиках анкета содержала вопрос об использовании респондентом Интернета. 91% респондентов являются активными пользователями Интернета, еще 2% используют его для конкретной цели, 7% не используют Интернет вообще.

Основную часть анкеты можно разделить на два блока: первый нацелен на получение информации относительно слухов в целом, тогда как второй касается слухов о терактах в крупных городах России осенью-зимой 2015 г.

В первом блоке наименее удачным являлся вопрос, предполагающий прямое ранжирование источников слухов по частоте их использования. В ходе пилотажа было установлено, что респонденты или оставляют без рангов ряд источников, которые не используют, или, вопреки инструкции, ставят разным источникам одинаковые ранги. Поэтому стоит изменить вопрос так, чтобы дать респондентам возможность множественного выбора, исключив возможность оценки, что понизит уровень измерения. Или предложить респондентам выполнить прямое оценивание каждого из источников по N-балльной шкале.

Вопрос о том, что респондент понимает под слухами, был закрытым – предлагалось пять вариантов ответа, составленных на основе предложенных в литературе определений. Но вопрос не показал достаточного разброса респондентов по шкале – более половины респондентов выбрали вариант: «Слухи – это неофициальная, непроверенная, неподтвержденная информация». Так, стоит сделать этот вопрос открытым, дать возможность респондентам самим сформулировать определение. Вопрос про действия респондентов, сталкивающихся со слухом, показал неудачную операционализацию данного признака: почти половина респондентов отметили вариант ответа «Все зависит от содержания слуха», еще треть – вариант «Пытаюсь выяснить, насколько информация достоверная». Остальные варианты выбрали не больше 15% респондентов. Предлагается изменить данный вопрос: предложить респондентам примеры слухов по одной из классификаций и спросить, как они стали бы действовать в каждом из случаев. Также можно сформулировать суждения, например: «Слухи о социально-политической жизни вызывают у него недовольство», «Он игнорирует слухи, запугивающие население» и пр., и попросить респондента оценить, насколько описываемый человек похож или не похож на него, после чего провести факторный и кластерный анализ.

Остальные вопросы из блока показали свою работоспособность в рамках анкеты (см. табл. 1).

Табл. 1. Блок вопросов о слухах в целом

Вопрос	Варианты ответа
<i>Как часто Вы сталкиваетесь со слухами?</i>	1) Практически ежедневно; 2) 1-2 раза в неделю; 3) 1-2 раза в месяц; 4) Реже, чем раз в месяц; 5) Не сталкиваюсь со слухами;
<i>Как Вы считаете, с какой целью</i>	1) Для дезинформации, для «очернения»;

<i>люди распространяют слухи?</i> (Вопрос с выбором нескольких вариантов)	<ul style="list-style-type: none"> 2) Для извлечения собственной выгоды; 3) Для повышения авторитета; 4) Чтобы найти тему для разговора; 5) Чтобы подготовить окружающих к грядущим переменам; 6) От нечего делать;
<i>Как информация, содержащаяся в слухах, влияет на принятие Вами важных решений?</i>	<ul style="list-style-type: none"> 1) Полностью игнорирую, не беру в расчет при принятии решений; 2) Учитываю ее, но не рассматриваю как основной фактор при принятии решения; 3) «Дыма без огня» не бывает, поэтому во многом опираюсь на подобную информацию;
<i>Как Вы относитесь к слухам?</i>	<ul style="list-style-type: none"> 1) Позитивно отношусь к слухам, интересуюсь ими; 2) Нормально отношусь, общество не может без них существовать; 3) Никак не отношусь; 4) Негативно, но иногда они полезны; 5) Крайне негативно, с ними надо бороться

Во второй блок включены 5 вопросов, они относятся непосредственно к слухам о терактах в крупных городах России осенью-зимой 2015 г. (табл. 2). Первый вопрос представлял собой фильтр, позволяя отделить среди респондентов тех, кто сообщения о терактах не получал (таких оказалось 31%).

Табл.2. Блок вопросов о слухах о терактах

Вопрос	Варианты ответа
<i>Укажите, из какого источника Вы получили это сообщение?</i> (Вопрос с выбором нескольких вариантов)	<ul style="list-style-type: none"> 1) От знакомых через СМС, Viber, соц. сети; 2) От знакомых при непосредственном общении; 3) Увидел в Интернете, по телевизору; 4) Узнал от малознакомых людей, в общественном месте; 5) Другое;
<i>Что Вы сделали, после того, как получили такое сообщение?</i> (Вопрос с выбором нескольких вариантов)	<ul style="list-style-type: none"> 1) Стал проверять информацию на достоверность; 2) Поспешил поделиться с окружением; 3) Не поверил, но соблюдал осторожность и/или рассказал близким; 4) Ничего не сделал;
<i>Какое чувство Вы испытали, получив это сообщение?</i>	<ul style="list-style-type: none"> 1) Страх; 2) Тревогу; 3) Сомнения; 4) Удивление; 5) Недовольство; 6) Другое;
<i>Считаете ли Вы, что сообщения об угрозе теракта можно отнести к слухам?</i>	<ul style="list-style-type: none"> 1) Да, это были слухи, т.к. они не нашли подтверждения; 2) Думаю, в них есть доля правды; 3) По моему мнению, эти сообщения все еще могут найти подтверждение в реальности (т.е. угроза теракта сохраняется);

Этот блок показал свою работоспособность: даже в вопросе о чувствах, вызванных слухом, оказалось немного тех, кто затруднился ответить (5%). Все вопросы показали неплохой разброс респондентов по шкале. Можно лишь порекомендовать в вопросе про источник разграничить каналы и группы людей, т.е. посвятить один вопрос людям, от которых респондент получил сообщение, а второй – тому, как именно он получил это сообщение (в социальной сети, непосредственно и пр.).

Таким образом, данный инструментарий нуждается в безусловной доработке. Если учесть замечания и рекомендации, данные автором, его вполне можно адаптировать для изучения как феномена слухов в целом, так и каких-то конкретных сообщений. Полученные данные позволяют сделать выводы о связях, например, характеристик респондента и тем, как он действует, получая слух, какие чувства испытывает. С помощью логистической регрессии возможно рассчитать вероятность получения конкретных сообщений (в данном случае – о терактах) разными категориями респондентов. Так, опросник выполняет и предсказательную функцию. При этом анкета достаточно короткая и не требует от респондентов больших усилий, что позволяет опрашивать различные группы населения.

Список литературы

1. Куликов Е.В. Перегрузка коммуникационных систем и функционирование слухов в информационном обществе / Е.В. Куликов // Вестник Краснодарского университета МВД России. - 2010. - №3. - С. 78 - 80.
2. Куликов Е.М. Слухи как элемент сетевой коммуникации в Интернет-пространстве современной России: дис. ... канд. социол. наук: 22.00.04 / Куликов Евгений Михайлович. - Краснодар, 2014. - 378 с.
3. Назретян А.П. Психология стихийного массового поведения. Лекции. / А.П. Назретян. - М. 2001. - 112 с.
4. Friggeri A.; Adamic Lada A.; Eckles D.; Cheng J. Rumor Cascades [Электронный ресурс] / Facebook. - Режим доступа: <https://research.facebook.com/publications/rumor-cascades/>, свободный. (Дата обращения 22.09.2016 г.)
5. Starbird, K., and Palen, L. 2012. (How) will the revolution be retweeted?: Information diffusion and the 2011 Egyptian uprising [Электронный ресурс] / ACM Digital Library – Режим доступа: https://cmci.colorado.edu/~palen/StarbirdPalen_RevolutionRetweeted.pdf, свободный. (Дата обращения 22.09.2016 г.)
6. Ugander, J.; Karrer, B.; Backstrom, L.; and Marlow, C. The anatomy of the Facebook social graph. Technical report [Электронный ресурс] / Cornell University Library – Режим доступа: <http://arxiv.org/abs/1111.4503>, свободный. (Дата обращения 22.09.2016 г.)

D.A. Bulgakova

RUMORS AS SOCIOCOMMUNICATIVE PHENOMENON: THE STUDY METHODS IN THE INFORMATION SOCIETY

The article discusses approved tools for studying the sociocommunicative phenomenon of rumors. It presents the questionnaire that have given good results in pilot study. There are also recommendations for changing unsuccessfully tested questions.

Key words: rumors, questionnaire.