

Как правильно распускать слухи?

Если вам, дорогие читатели, кажется, что слухи – понятие чисто житейское, что слухами не занимается никакая наука, посмею убедить вас в обратном. Слухами как явлением занимается социология.

Изучение этого явления стоит в одном ряду с исследованием паники, толпы, массовых движений. Там, где народ, люди, социум, общество, толпа, массы – там и без слухов не обойтись. Что же нужно знать для грамотного, умелого распускания (распространения) слуха?

1. Бытует мнение, что слух – обязательно ложь, не правдивая, не точная информация – дезинформация. Это не так. Информация может быть абсолютно любой: правдивой, ложной, точной и не точной, полной и неполной. Например, незадолго до дефолта 17 августа 1998 года ходили слухи об этом самом дефолте. Правительство же с телеэкранов заверяло нас, россиян, в обратном и всячески успокаивало. В итоге, выиграла те, кто поверил слухам и попытался обезопасить себя, свои денежные средства, а проиграл тот, кто успокоился, смотря телевизор.

2. Для удачного распускания слухов нужна соответствующая почва. Иными словами, информацию, называемую слухом, люди должны подсознательно ждать, хотеть, желать.

3. Для удачного распространения слуха нужна соответствующая аудитория – готовая, способная понять и принять слух. Например, если в доме престарелых попытаться распусть слух о том, что Бритни Спирс опять беременна – эффект будет нулевой. Или если в России поползёт слух о том, что в Аргентине назревает революция, ... да тут и слуха никакого не получится.

4. Распространитель слуха всегда должен оставаться инкогнито (неизвестным), иначе это уже не слух. Сравните: «Иванов из Тарановки сказал, что бензина завтра в продаже не будет!» и «Ой, Маша, я сегодня слышала, что завтра бензина в продаже не будет!» «А кто тебе это сказал?» «Ну... не знаю, Петрович сообщил, он тоже от кого-то услышал!»

Как правильно распускать слухи

Автор: admin

02.11.2011 16:28 - Обновлено 30.10.2014 02:40

5. Чем выше скорость распространения слуха, тем лучше. Он (слух) должен достичь ушей аудитории в подходящий момент, хотя иногда нужно его попридержать до поры до времени.

6. Слух, как и любая другая информация, должен быть понятен аудитории, то есть его нужно преподносить на языке, на котором аудитория говорит. Слово «язык» я употребляю не в смысле «родной или иностранный», а в значении «подходящий к ситуации, полу, возрасту, социальному статусу». Допустим, если экономист-аналитик на языке цифр и грубых фактов распушит среди жителей деревни слух о запрете продажи в их деревне молока или о болезни их скота, то население может ничего не понять, и слух умрёт, не успев родиться.

И так, умелое распускание слуха вызывает в массах большой резонанс, и здесь важно, чтобы колебание умов, чувств и настроений не привело к панике.

Автор - **Маргарита Мельникова**

[Источник](#)