

Таким образом, в целом следует сказать, что факторный анализ предоставил возможность увидеть следующие факторы, относящиеся к нашей теме:

1. высокая степень ориентации на обращения в турфирмы (в том числе ориентация на обращение в турфирмы как организаторов благоприятного путешествия),
2. средняя степень ориентации на обращение в турфирмы,
3. низкая степень ориентации на обращение в турфирмы,
4. отсутствие ориентации на обращение в турфирмы.

Для демонстрации второй части анализа обратимся в рамках данной статьи к одному примеру – исследование взаимосвязи наличия опыта длительного путешествия (более 2-х дней) и отношение к туристическим фирмам.

Среди тех, кто совершал такие длительные поездки, в своих установках выражают следующие параметры ориентаций: «турфирма создаст благоприятные условия для поездки», «турфирма предоставляет новые места для знакомства в туристических группах», «турфирма – это красивые картинки».

При чем среди тех, кто не совершал столь длительные путешествия, представлены более противоречивые утверждения: с одной стороны, «появилось желание путешествовать – обратились в турфирму», «турфирма – нет проблем с визой», «турфирма – престижно», с другой стороны, «турфирма – увеличение стоимости поездки», «путешествовать дикарем – интересно и захватывающе».

В целом следует отметить, что по приведенным результатам заметно, что вне зависимости от того был ли опыт совершения длительных поездок, ориентация на пользование услугами туристических фирм представлена у обеих групп. Но яркой чертой различия выступает тот факт, что у тех, кто не совершал таких поездок, также есть стремление совершить поездки и дикарем. То есть подчеркивается общее желание путешествовать и мнение о турфирмах складывается противоречивое. Возможно, данное противоречие носит объективный характер, так как туристический продукт, с одной стороны, создает позитивный опыт – хорошая организация тура, нет очередей в музеях (в отличие от индивидуального посещения), возможность общаться с единомышленниками в рамках туристической группы. С другой стороны – это неизбежный негативный опыт, так как большинство опрошенных осознают, что стоимость тура в турфирмах не равна себестоимости поездки. Соответственно, создаются условия для ограничения туристической активности (при пользовании услугами турфирм).

В заключении хотелось бы подчеркнуть, что изучение установок позволяет формировать сегменты рынка, так как создаются факторы с разной степенью ориентации на пользование данной услугой, причем набор утверждений в факторах позволяет анализировать границы сегментов потребителей, что необходимо для разработки дифференцированной политики работы с каждым из выделенных сегментов потребителей.

Корин А.В., г. Краснодар

СОЦИАЛЬНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СЛУХОВ (НА ПРИМЕРЕ СЛУХОВ ОБ АВАРИИ НА ВОЛГОДОНСКОЙ АЭС)

В научной литературе нечасто можно встретить информацию о слухах. Ситуация осложняется еще и тем, что некоторые публикации носят ненаучный характер и предназначены скорее для подогревания интереса к данной теме у широких слоев на-

селения. Между тем, давно замечено, что обыватели всегда питали нездоровый интерес к слухам. Данный феномен базируется на психологии восприятия информации. То, что передается полупешотом, с определенным налетом секретности или сверхважности, всегда вызывает повышенное внимание у людей.

В межличностной коммуникации слухи, как, правило, представляют социально-значимую информацию, которая из-за отсутствия полноты сведений домысливается, интерпретируется и дополняется реципиентом, обрастая все новыми подробностями и деталями, ничего общего с действительностью не имеющими [1].

Имеют место и искусственно созданные слухи, когда эффективность рекламы, пропаганды и PR-мероприятий падает с каждым годом, а заинтересованные компании и частные лица стремятся освоить новые формы и способы воздействия на людей. Слухи, как альтернативная, неофициальная форма коммуникации переживают «второе рождение».

Причиной возникновения слухов служит некая информационная неясность по поводу какого-либо злободневного или волнующего людей события. Если люди вовремя не получают из официальных источников полную и достоверную информацию о волнующем их вопросе, то они пытаются найти ответы на них из других каналов распространения информации.

Распространение слухов в обществе может иметь как позитивные, так и негативные социальные последствия, все зависит от вида слуха, сфер его распространения.

К позитивным последствиям функционирования слухов можно отнести явления моды, процессы стимулирования продаж товаров и услуг, предотвращение насилия, деструктивного поведения, управление эмоционально-чувственным состоянием населения и так далее. К негативным же последствиям, проявляющимся более зримо, стоит отнести панику, массовый психоз, отклоняющееся, антисоциальное поведение, террористические угрозы, информационные войны и так далее.

Быстрота распространения непроверенной, неточной, а иногда и заведомо ложной информации при пассивности ее восприятия, открывает возможность для ее искажения, и, следовательно, позволяет манипулировать общественным сознанием, что может иметь катастрофические последствия.

В качестве примера приведем выходные дни 19-20 мая 2007 года, когда слухи об аварии на Волгодонской АЭС преподнесли неприятный подарок в виде ужасной нехватки йода для миллионов жителей не только Дона, но и Краснодарского края, Ставрополья, Дагестана, Чечни, Волгоградской области. Во всех этих регионах телефоны служб экстренного реагирования разрывались от звонков местных жителей. "Радиоактивное облако" из слухов накрыло Юг России в считанные часы, заставив людей скупать в аптеках йод, в магазинах красное вино и в страхе запирались в квартирах.

Так, за 20 мая в краснодарских аптеках продано рекордное количество йода. По предварительным подсчетам, практически в каждой аптеке города за один день скуплен месячный запас антисептика.

"Население города, вооружившись знаниями о том, что надо делать в случаях радиоактивного заражения, ринулось скупать йод и йодсодержащие жидкости, — пояснил ЮГА.ру в одной из крупных аптечных сетей Краснодара. — Обычно в день число проданных пузырьков антисептика не превышает 10 шт., в воскресенье это количество доходило до 300.[2]

Главное управление МЧС по Краснодарскому краю 20 мая приняло порядка 300 тысяч тревожных звонков от жителей региона с вопросами о якобы имевших место взрывах на атомных энергостанциях в Волгодонске и в Запорожье.

"Слухи о взрывах на АЭС негативно отразились на работе краевого управления МЧС. Звонки забили всю остальную информацию. Мы не могли принимать сообщения о ЧС, о пожарах. Всего на Единый телефон спасения поступило около 300 тысяч звонков. То есть позвонил практически каждый десятый житель Кубани", — сказал журналистам начальник управления МЧС по Краснодарскому краю Петр Ефремов. В среднем в день на Единый телефон спасения поступает не более 4 тысяч звонков.[3]

Слухи об аварии на Волгодонской АЭС вызвали панику среди населения Чеченской республики, сообщил РИА Новости сотрудник департамента образования города Грозный. По его словам, напуганные слухами о распространении радиации, многие родители не отпустили в понедельник детей в школу. Во многих школах Грозного была отмечена низкая посещаемость.

В Курске 21 мая во многих школах также были отменены занятия, а родителей предупреждали о грозящей опасности, советовали пить йодсодержащие препараты.

Как сообщил интернет-портал Юга.ру, слухи о взрыве на Волгодонской АЭС могли быть вызваны возгоранием в бытовках на стройплощадке у станции. Произошло это 18 мая, и за 20 минут пожар был ликвидирован. По другой версии, в Волгодонске загорелась крыша и стена корпуса «Атоммаша», предприятия, не относящегося к АЭС. По иронии судьбы, накануне энергоблок Волгодонской «атомки» был выведен в плановый ремонт. [3]

Некоторые жители края до конца были уверены, что от них скрывают правду. В Интернете появились сообщения, авторы которых говорили о том, что взрыв все же был, утверждая, что в самом Волгодонске царил паника, а власть умышленно замалчивает информацию об аварии, проводя при этом параллели с аварией на Чернобыльской АЭС.

В связи с этим, стоит отметить существование нескольких действенных способов противодействия слухам:

1. Опровержение слухов авторитетными людьми (эффективность опровержения здесь целиком зависит от степени доверия к опровергаемому, от него требуются компетентность, динамизм, способность вызывать доверие). Отказ от опровержения слухов часто является грубейшей ошибкой. Молчание может быть воспринято как знак согласия.
2. Достаточное информирование аудитории, открытость каналов информации для той или иной темы, интересующей людей. Очевидно, что чем больше «закрытых» тем, тем выше интерес людей к такого рода информации.
3. Возможна организация горячей линии, телефонного или Интернет-канала.
4. Дискредитация предполагаемого автора слухов, причем в качестве автора могут рассматриваться как отдельные люди, так и политические партии, общественные организации, частные компании и так далее. Все это позволяет переориентировать векторы массового сознания на восприятие конкретного слуха как специально, злонамеренно созданного клеветнического сообщения;
5. Запуск противоположных или отвлекающих слухов. В ситуации, когда официальные опровержения и деятельность СМК не приносят сколь угодно эффективных результатов, уместно воспользоваться более эффективным способом — борьбой со слухами посредством самих же слухов. И, если у аудитории наблюдается такого рода «тяга» к коммуникации при

помощи слухов, можно создать искусственные слухи, которые могли бы переклочить внимание на себя с уже существующих.

6. Организация контроля и мониторинга слухов. Необходимо производить описание социально-демографических и социально-психологических характеристик распространителей слухов, понять степень их воздействия на массовое сознание, выявить места и способы распространения, указать конкретное содержание слуха. По итогам прикладных социологических исследований необходимо вынесение рекомендаций для принятия соответствующих управленческих решений. [1]

К сожалению, все эти способы были либо не использованы официальными лицами, либо же использованы с заметным опозданием.

На самом деле, официальные источники не слишком торопились выступить с опровержением возникших слухов: опровержения стали давать лишь вечером 20 мая, тогда как звонки в ГУ МЧС по Краснодарскому Краю стали поступать уже 19 мая. [3] Подобная задержка и повлекла за собой столь печальные последствия.

Слухи о взрывах на Волгодонской АЭС могли быть выгодны кому угодно: эксперты прорабатывали множество версий – от сговора сотовых операторов или фармацевтов, до грамотной провокации «зеленых».

Какая бы версия ни оказалась настоящей, из того, что произошло в те майские выходные 2007 года, ясно одно - подобные провокации могут навлечь большую беду в случае настоящего ЧП. Ведь поверив лживой информации раз-другой, люди перестают верить и правде, а это очень опасно.

ПРИМЕЧАНИЯ:

1. Куликов Е.М. Слухи в современном обществе: социологический анализ. – Кр-р., 2007.
2. <http://www.vedomosti.ru>
3. <http://www.yuga.ru>

Куликов Е.М., Сушко П.Е., г. Краснодар

ОСОБЕННОСТИ ПРИКЛАДНОГО СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СЛУХОВ

Слухи – коммуникативный и социокультурный феномен современного общества. Их активная циркуляция объясняется как сбоями в функционировании систем коммуникации (неудовлетворенные информационные потребности, «закрытые темы»), так и социально-психологическими особенностями индивидов (мнительность, тревожность, креативность, склонность к фантазии и т.д.) [2].

С точки зрения В.В. Латынова, слухи представляют собой недостаточно проверенные сведения неизвестного происхождения, передаваемые в процессе межличностного общения [4]. Слухи привлекают внимание аудитории своим подчеркнутым неофициальным характером, своей кажущейся неангажированностью. Именно поэтому люди часто воспринимают слухи как доверительный источник информации.

Прикладной анализ слуховой коммуникации (как количественный, так и качественный) сталкивается с рядом сложностей. Рассмотрим их подробнее.

1. Феномен социально приемлемых ответов. Особенно ярко проявляется в опросных методах исследования, где контакт с респондентом осуществляется интервьюер. Как известно, сложившиеся в обществе морально-нравственные нормы и мировоззренческие стереотипы отождествляют распространителей слухов с недалекими, неумными и «непродвигнутыми»