

УДК 316.77(075.8)
ББК 76.0я73
Б82

Борисова Е.Г.
Б82 Основы руморологии. Теория и практика управления слухами [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Е.Г. Борисова, С.А. Василенко. — 3-е изд., стер. — М. : ФЛИНТА, 2019. — 131 с.

ISBN 978-5-9765-1913-8

Пособие содержит учебный материал, необходимый для понимания природы слухов, способов их распространения и средств, которые могут использоваться для управления слухами в интересах бизнеса, политики и менеджмента персонала.

Для магистрантов, обучающихся по специальности «Реклама и связи с общественностью» — направление подготовки 031600, преподавателей, а также маркетологов, рекламистов, политтехнологов и управленцев.

УДК 316.77(075.8)
ББК 76.0я73

ISBN 978-5-9765-1913-8

© Борисова Е.Г.,
Василенко С.А., 2014
© Издательство «ФЛИНТА», 2014

ОГЛАВЛЕНИЕ

К читателям	5
Предисловие	6
Глава 1. Слухи в системе коммуникации	8
1.1. Коммуникация и передача информации в современном мире	8
1.2. Типы и модели коммуникации	10
Глава 2. Самотранслируемая информация и ее место в коммуникации	16
2.1. Что такое самотрансляция	16
2.2. Другие виды самотранслируемой информации	17
2.3. Слухи как вид коммуникации	20
2.4. Слухи в Интернете	23
2.5. Как это было (использование слухов в политической и экономической жизни России и зарубежных стран)	26
Глава 3. Типология распространения слухов	35
3.1. Сферы функционирования слуха	35
3.2. Характеристики слуха, влияющие на его распространение	42
3.3. Быстрота и размах распространения слуха	46
Глава 4. Социальные и психологические основания распространения слухов	50
4.1. Социально-психологические особенности личности, определяющие феномен самотрансляции информации	50
4.2. Реакция общества на распространение слухов	52
4.3. Психологические свойства людей, склонных доверять слухам	55
4.4. Психологические свойства людей, склонных распространять слухи	59

4.5. Какие свойства информации соответствуют психологическим потребностям распространителей слухов	61
Глава 5. Способы управления слухами	70
5.1. Этапы распространения слуха в сообществе	70
5.2. Вмешательство в распространение слуха	75
5.3. Зачем нужно вмешиваться в самотрансляцию информации?	76
5.4. Запуск слуха	78
5.5. Гашение слуха	82
5.6. Коррекция слуха	86
5.7. Профилактика слухов	88
5.8. Способы оценки эффективности распространения слуха	91
Глава 6. Управление слухами в коммерческой деятельности	93
6.1. Сарафанный маркетинг	93
6.2. Управление слухами в шоу-бизнесе	98
Глава 7. Управление слухами в коллективе	101
7.1. Слухи, сплетни, разговоры	101
7.2. Выявление и оценка слуха	102
7.3. Слух надо обезвредить	103
7.4. Оценка «послеоперационной» ситуации	105
Глава 8. Управление слухами в общественной и политической деятельности	107
8.1. Слухи как оружие	107
8.2. Подрыв устоев	113
8.3. Электоральные слухи	117
Заключение	124
Литература	125
Глоссарий	127