

2. Ганский, В.А. Роль туризма в экономическом развитии Республики Беларусь / В.А. Ганский // Труды молодых специалистов Полоцк. гос. ун-та. – Вып. 25. Экономические науки. – 2008. – С. 130-133.

3. Орешко, Т. Д. Компьютерная обработка текстов и издательские системы / Т. Д. Орешко. – Мн.: Бел. гос. ун-т культуры и искусств, 2008. – 88 с.

4. Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://president.gov.by/ru/tourism\\_ru/](http://president.gov.by/ru/tourism_ru/). Дата доступа: 29.02.2020.

5. Федарчук, И. И. Разработка тематического сайта «Клецк туристический» [Электронный ресурс] / И. И. Федарчук // Национальная культура глазами молодых : сб. материалов XLIV итоговой науч. конференции студентов, магистрантов, аспирантов (21 марта 2019 г.) / Белорус. гос. ун-т культуры и искусств. – Минск, 2019.

6. Центр поддержки Wix [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://support.wix.com/ru/>. – Дата доступа: 02.03.2020.

Федина С. Л., БГУКИ, студент 301а группы  
очной формы обучения  
Научный руководитель – Смоликова Т. М.,  
кандидат культурологии, доцент

## **СЛУХИ КАК ОСНОВНОЙ МЕТОД МАНИПУЛИРОВАНИЯ В СМИ**

Создание и распространение слухов в коммуникационном поле является эффективным инструментом манипулирования сознанием индивида или общества в целом. Слухи как технология манипулирования сознанием появляется с целью устранения дефицита недостающей информации, они способны как снизить напряжение, так и повысить беспокойство в обществе.

Средства массовой информации (далее – СМИ) как канал коммуникации направлен для передачи открытой публичной информации с помощью специальных технических средств.

Сегодня в Республике Беларусь активно развиваются печатные и электронные СМИ разных форм собственности и различной тематики. Также, в медийном пространстве страны широко представлены иностранные СМИ. По состоянию на 1 февраля 2020 года в Республике Беларусь издаются 772 газеты и 851 журнал, распространяется более 4 тысяч зарубежных СМИ (Россия, Украина, Казахстан, США, Великобритания, Германия, Италия, Франция, Нидерланды, Польша, Литва, Латвия). Действует 9 информационных агентств, 7 из них – частные. В стране осуществляют вещание 167 радиостанций и 98 телепрограмм (из них частных – 27 радиостанций и 54 телепрограммы) [5].

Правовую основу деятельности СМИ в Республике Беларусь регулируют Конституция [6] и Закон о СМИ [7].

Конституцией РБ гарантируется свобода мнений, убеждений и их свободное выражение, запрещается монополизация СМИ и цензура.

Закон «О СМИ» закрепляет основные принципы деятельности СМИ в Республике Беларусь: достоверность информации, равенство, уважение прав и свобод человека, многообразие мнений, защиту нравственности, соблюдение профессиональной этики. Закон является основой для введения элементов саморегулирования в медийной сфере Беларуси – с этой целью был создан Общественный кондиционный совет в сфере массовой информации, включающий представителей СМИ, журналистских организаций, экспертного сообщества [7].

Слово «манипулирование» в первоначальном значении трактовалось как «управлять со знанием дела», «оказывать помощь». В ходе процесса манипулирования человек выступает объектом, над которым выполняется ряд действия, направленных на то, чтобы воспользоваться им в своих целях с помощью махинаций, отвлекающих уловок и приемов [4, с. 15]. Специфика

манипуляций СМИ заключается в вовлечении масс в процесс манипулирования. Аудитория СМИ способствует распространению информации, непроизвольно воспринимая ее за истину.

Ежедневно современный человек получает огромный объем новой информации. Неразрывная информационная связь с окружающей реальностью – одно из важнейших условий жизнедеятельности человека в обществе. Большое давление на индивида оказывает не только ежедневные коммуникации, но и их количество, а также качество поступающей информации. Не секрет, что любую информацию можно исказить (скрутить) или придать ей двусмысленность.

Фальсификация информации варьирует от откровенной лжи до частичных изменений, таких как подмен фактов или смещение по значимости понятия. Утаивание информации в наиболее широком виде проявляется в умалчивании – сокрытии определенных тем. Гораздо чаще используется метод частичного освещения или избирательной подачи материала. Для слухов важно подать информацию по популярным коммуникационным каналам наиболее выгодным способом.

Часто отмечается сосуществование официальной и неофициальной информации, когда слухи оспаривают официальные источники. Слухи в этом случае можно позиционировать как «оппозицию», так как они возникают из-за неубедительности официальных каналов. Такие сообщения «оппозиции», как правило, могут восприниматься как правдивая и достоверная информация, так как они опередили официальные источники. Если же информация официальных источников отличается от информации «оппозиции», то в этом случае у общества назревает недоверие к общему информационному полю, что требует в последствии дополнительных подробных коммуникативных мер по разъяснению данной информации.

На основании вышесказанного, информационное воздействие на аудиторию с помощью слухов имеет равноценное значение наряду с прессой, радио и телевидением.

Особенность слухов заключается в том, что они быстро распространяются по неофициальным источникам информации. Такая информация может быть важной и значимой для определенной социальной группы, если она попадает в круг приоритетных тем и интересов данной группы.

Следует отметить, что слухи являются мощным способом манипулирования сознанием масс. Слухи передаются через межличностные контакты (индивиды/группы), в которых процент доверия, а значит и процент принятия информации, будет больше.

Характерной чертой слухов является спонтанность и преднамеренность. В первом случае информация поступает сама по себе, без преднамеренного распространения манипуляторами любого интереса. Во-вторых, слухи иницируются и служат способом достижения определенных целей от заинтересованных сторон.

Слухи затрагивают все стороны человеческой жизни и, как правило, распространяются от центра возникновения к периферии. Классификация слухов также происходит на пространственной и выразительной основе.

С точки зрения пространства их можно разделить на местные, региональные, национальные и международные. В связи с развитием глобальной сети Интернет слухи приобретают континентальный характер. Ярким примером может служить появившаяся в конце 2019 – начале 2020 года пандемия «коронавирусной инфекции COVID-19» в г. Ухань провинции Хубэй Центрального Китая. Новость облетела все мировые СМИ и приобрела невероятное количество дезинформации и невероятных слухов.

Тексты данных слухов преподносятся в доверительной манере, с обращением к близкому человеку или знакомому, с обязательным призывом к действию. По эмоциональной реакции людей слухи делятся на «слух-желание», «слух-страх» и «агрессивный слух».

«Слух-желание» выполняет двойную функцию. Данная информация отвечает потребностям людей и поэтому поддерживает уровень их

социального существования. Слухи такого рода успокаивают, способствуют развитию позитивных эмоций, препятствуют развитию паники и чрезмерной агрессивности.

«Слух-страх» призван вызвать негативные, пугающие эмоциональные состояния, отражающие некоторые актуальные, но нежелательные ожидания аудитории, в которой они возникают и распространяются.

«Агрессивный слух» – слух, который специально направлен на стимулирование агрессивного эмоционального состояния и поведенческого «отклика», жестких агрессивных действий.

В слухах преуменьшение, тайна и непредсказуемость имеют особое значение. Особенностью слухов является анонимность его источника, что создает впечатление достоверности и конфиденциальности получаемой информации. Влияние слухов сопровождается цепную реакцию – восприятие информации человеком требует ее дальнейшего вещания.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что слухи являются эффективным и популярным методом манипулирования общественным сознанием. Они быстро распространяются через личные контакты, социальные группы и СМИ. Причины распространения слухов могут быть различны. Но, как правило, если официальный источник не владеет точной информацией о конкретном событии, то появляется возможность предположить или «додумать» выгодный сюжет для распространения слухов через разные источники информации, не исключая и самые эффективные – СМИ.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Кара-Мурза, С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – М. : Знамя, 2008. – 152 с.
2. Мустафаева, Ш. Ф. Слухи как средство информационно-психологических войн // Молодой ученый. – 2015. – № 5. – С. 569–573.

3. Рюмшина, Л. И. Манипуляция в рекламе: учеб. пособие / Л. И. Рюмшина. – М. ; Ростов н/Д. : Март, 2004. – 75 с.

4. Кихтан, В. В. Исследование процессов манипулирования массовым сознанием в современных средствах массовой информации [Электронный ресурс] / В. В. Кихтан. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-protssessov-manipulirovaniya-massovym-soznaniem-v-sovremennyh-sredstvah-massovoy-informatsii>. – Дата доступа: 03.03.2020.

5. Средства массовой информации в Беларуси [Электронный ресурс] // Официальный сайт Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.belarus.by/ru/about-belarus/mass-media-in-belarus>. – Дата доступа: 10.03.2020.

6. Конституция Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://pravo.by/pravovaya-informatsiya/normativnye-dokumenty/konstitutsiya-respubliki-belarus/>. – Дата доступа: 10.03.2020.

Харланович П. В., БГУКИ, студент 220с группы  
очной формы обучения  
Научный руководитель – Бодунова И. И.,  
кандидат культурологии, доцент

### **ВКЛАД Ш. ДИДЛО В РАЗВИТИЕ РУССКОЙ ШКОЛЫ КЛАССИЧЕСКОГО ТАНЦА**

Сфера академического классического танца включает в себя разные школы: французскую, итальянскую, русскую, датскую, кубинскую и др. В XIX веке общепризнанными считалось две: французская и итальянская. Любая национальная школа представляет собой сумму деталей, которые позволяют зрителю уловить различные манеры исполнения у балетных артистов, воспитанных на принципах своей школы.