

Лекция 2. Слухи как социально-психологическое явление и как орудие политической борьбы в СМИ

1. Феномен слухов и его изучение

В предыдущих лекциях слухи неоднократно упоминались в связи с образованием и поведением толпы. Но все мы прекрасно понимаем, что значение этого социального и политического феномена выходит далеко за рамки уличных скоплений и беспорядков. Что такое слух, интуитивно кажется ясным, хотя в действительности это понятие вызывает немало путаницы. Энциклопедические и толковые (неспециализированные) словари связывают его^[3] с недостоверностью, ложностью или непроверенностью информации.

Приведу два характерных примера.

Несколько лет назад было опубликовано социологическое исследование, завершившееся сенсационным выводом: **«Чем выше уровень образования и выше материальный достаток, тем больше предрасположенность к слухам».** Оказывается, автор, понимая под слухами «непроверенную информацию», задавал респондентам прямой вопрос о том, как часто они (респонденты) с ними (слухами) сталкиваются. Пенсионеры утверждали, что редко, а бизнесмены и ученые — что очень даже часто. Приняв уровень критичности по отношению к информации за вовлечённость в процесс передачи слухов, социолог (А. Т. Хлопьев) построил на этих самоотчётах своё открытие, которое сам же назвал «социальным парадоксом».

Путаница в беседах с неопытными журналистами. Так, один американский политик на вопрос, правда ли, что он собирается развестись с супругой, ясно ответил: **«Этот слух распространяют мои недоброжелатели».** После победы на выборах он развёлся-таки с женой. На обвинение же в том, что имело место предвыборное надувательство, его пресс-секретарь резонно заявил, что никакой лжи не было. Кандидат просто ушёл от бестактного вопроса, указав на то, что информация о его будущем разводе нигде официально не объявлена, а значит, это ещё был слух, притом недоброжелательный; **вопроса же о том, насколько слух достоверен, журналист не задавал...**

Бесспорно, слухи могут содержать недостоверную информацию, равно как и официальные сообщения. Но мне неизвестны серьезные исследования, доказывающие, что слухи недостоверны чаще. В первые дни Великой отечественной войны почтовые отделения по всей стране без разговоров принимали посылки в города, уже оккупированные немцами, чтобы опровергать «вредные слухи». А после Чернобыльской катастрофы украинские партийные власти из кожи вон лезли, чтобы разоблачить слухи об опасной радиации.

К этому вопросу мы ещё не раз вернемся. Пока же запомним, что, вопреки расхожему словопотреблению, степень достоверности не имеет никакого отношения к тому, квалифицируем ли мы некоторую информацию как слух. Важно то, что она (информация) передается по сетям межличностного общения.

Но, конечно, не всякий межличностный контакт, даже самый конфиденциальный, включает передачу слухов. Если вы сообщаете «на ушко подружке» о своем отношении или оценке общего знакомого (нравится — не нравится), или излагаете научную (философскую, религиозную и т.д.) концепцию, всё это не слухи. Циркуляция слуха происходит тогда, когда вы сопровождаете оценки, мнения, отношения, планы и доктрины неизвестными собеседнику сведениями о предмете — факты из биографии того самого знакомого, нечто прочитанное в журнале и т.д.

Таким образом, для исходной дефиниции необходимы и достаточны два критерия: наличие предметной информации и канал, по которому она сообщается. Слух — это передача предметных сведений по каналам межличностного общения.

Следовательно, когда тележурналист, корреспондент газеты или митинговый оратор излагают сведения, подлинные или ложные, со ссылкой на «слухи», это суть сообщения массовой и публичной коммуникации. Когда же я рассказываю соседу о том, что вчера такой-то комментатор по такому-то каналу сообщил то-то — это факт межличностного общения. Аналогично различаются адресованное письмо по обычной или электронной почте от листовки или сайта в «Интернет». При межличностном общении начинает действовать целый ряд специфических механизмов.

Надо ли доказывать, что феномен слухов не только известен с древних времен (до возникновения городов-государств выделять слухи в самостоятельную категорию информационных сообщений, наверное, бессмысленно), но и издавна использовался в целях идеологической и политической борьбы, особенно в войнах.

В книге крупного американского специалиста по психологической войне П. Лайнбарджера приводится неожиданный факт из истории России. В русских летописях и даже в современном русском языке сохранились свидетельства необычайной многочисленности монголо-татарских войск («тьма тьмушая»), хотя, согласно данным исторической демографии, они никак не могли быть столь многочисленны. По всей видимости, монгольские полководцы мастерски вели спецпропаганду, распространяя деморализующие противника слухи-пугала, разжигая по ночам гораздо больше костров, чем было практически необходимо и т.д.

Но систематическое изучение феномена слухов началось только после Первой мировой войны в США и в Германии. В Америке скоро появились коммерческие фирмы, специализировавшиеся на распространении слухов, где можно было заказать нужный сюжет в нужной аудитории, оплатив «услугу» по прейскуранту. Это делалось, например, в целях рекламы товара, или подавления конкурента, или борьбы с профсоюзом. Так, среди рабочих конкурирующего предприятия распространялся такой слух, который мог спровоцировать их на забастовку. Или, наоборот, хозяин, узнав о готовящейся забастовке на его собственном предприятии, заказывал распространение среди жён рабочих слуха такого содержания, которое подрывало доверие к профсоюзным лидерам и т.д. В Германии, где скоро пришли к власти нацисты, исследовательские работы в этой области были засекречены и приобрели гораздо более злобную направленность. Немецкие войска, а также их союзники активно и подчас весьма эффективно использовали полученные знания и рекомендации на фронтах Второй мировой войны (о чём я далее расскажу).

После войны секретные германские документы и специалисты перебазировались в Штаты (советское руководство подобные «благотупости» не заинтересовали). Упомянутая выше коммерческая деятельность была упразднена и законодательно запрещена, и работа со слухами сделалась прерогативой государства. Уже в 60-е годы, по оценке американских экспертов, пропаганда при помощи слухов, особенно во внешнеполитической деятельности, по своему значению была сопоставима с пропагандой через СМИ. Механизмы распространения слухов профессионально изучали в ЦРУ, в Пентагоне и в спецподразделениях американской армии. В посольствах работали специалисты, внимательно отслеживающие тематику, содержание и динамику слухов, циркулирующих в стране пребывания...

Почему же на изучение этого феномена тратится столько сил и средств? Важность такой работы обусловлена тремя обстоятельствами.

Во-первых, слухи — валидный источник информации об общественном мнении, политических настроениях, отношении к руководству, к государственному строю, к средствам массовой информации и т.д. Особенно возрастает роль этого источника тогда, когда иные методы сбора информации затруднены. Но даже при самой либеральной и благоприятной обстановке анализ циркулирующих в обществе слухов существенно дополняет картину, складывающуюся на основании более традиционных и, как правило, более опосредованных методов. Ибо люди не всегда склонны и готовы откровенно делиться своими мнениями и не всегда отчетливо осознают своё настроение и отношение к политическим событиям.

Во-вторых, слухи часто служат катализатором социально-политических настроений и событий. Поэтому их учет помогает прогнозировать процессы в обществе и обогащает опережающую модель ситуации.

Наконец, в-третьих, циркулирующие слухи являются активным фактором формирования настроений, мнений, а соответственно, поведения людей и вызываемых им политических событий. Таким образом, оперирование слухами — это дополнительный инструмент политического влияния.

Приведенные положения будут наполняться конкретными иллюстрациями по мере того, как мы ознакомимся с разновидностями слухов.

2. Классификация слухов

При изучении слухов используются различные основания классификации: длительность жизни, величина и структура аудитории (её ещё называют «вселенной» или «ареалом» слуха) и т.д. Мы выделим наиболее интересные параметры — экспрессивный и информационный.

По экспрессивному параметру различают три типа, и здесь семантика терминов достаточно прозрачна: слух-желание, слух-пугало и агрессивный слух .

1. Сюжеты первого типа отражают надежды, ожидания и, в целом, благодушное настроение аудитории. Неопытному руководителю или политику часто кажется, что это «хорошее», т. е.

благоприятное и безопасное явление. Между тем циркуляция слухов-желаний очень часто чревата разрушительными последствиями. Именно такой приём был с особой тщательностью отработан специалистами Вермахта и весьма успешно применялся в военных и политических операциях XX века.

В период «странной войны» (1939 — 1940 годы, когда немецкие и англо-французские войска месяцами прозябали в окопах, не предпринимая никаких действий) немецкие лазутчики активно распространяли среди солдат противника сведения такого рода: «До нового года в Германии произойдет революция»; «скоро начнутся переговоры с немцами»... Зимой 1942 года, когда японские бомбардировщики стали достигать Калифорнии, среди её жителей распространялся слух: «Японцам не хватает бензина даже на 6 месяцев»... Цель состояла в том, чтобы вызвать разочарование по поводу несбывшихся надежд, связанные с ней фрустрацию и деморализацию.

Образцом эффективного применения слухов-желаний стала подготовка к захвату Варшавы в сентябре 1939 года. С началом военных действий в польской столице нарушилась регулярность выхода газет и радиопередач. Напряженный интерес и дефицит информации создали идеальную почву для слухов, и противнику оставалось только придать им нужную направленность. «Наши (польские) войска давят на всех фронтах, уже приближаются к Кёнигсбергу; немцы не готовы к войне, им не хватает боеприпасов, вместо авиационных бомб они используют стальные рельсы», — с энтузиазмом рассказывали друг другу горожане. Для подпитки этих слухов бомбардировщики, действительно, в ряде случаев сбрасывали фрагменты рельс: стальной предмет громко, как бомба, свистит при падении, пугает, но не взрывается...

Охваченные эйфорией варшавяне не заботились о том, чтобы организовать помощь фронту или оборону города. Наконец, на таком фоне появление фашистских войск произвело шок и деморализовало возможное сопротивление...

Чтобы не складывалось впечатление, будто слухи всегда запускаются умышленно и с далеко идущей целью, приведу ещё один пример, на сей раз из российской истории, когда слух-желание сыграл существенную роль катализатора событий.

К середине XIX века Россия динамично развивалась экономически и политически. Крестьяне во многих губерниях богатели, отношение к ним со стороны дворян-землевладельцев уже мало напоминало начало столетия. Как обычно происходит во всех обществах, вместе с уровнем и качеством жизни росли ожидания и потребности. Среди крестьян стали упорно распространяться слухи о скором освобождении от крепостной зависимости. С началом Крымской войны заговорили, что вольная обещана всем её участникам (отчего многие добровольно просились на фронт), назывались и другие возможности.

Но война была фактически проиграна Россией, а крепостное право сохранялось. Растущие ожидания, оставшись неудовлетворенными, вызвали фрустрацию, а с ней и агрессию по отношению к власти имущим. Начались массовые протесты, побег и бунты, запылали барские усадьбы. Созрела революционная ситуация, которая и была разрешена «сверху» — царской грамотой об отмене крепостного права.

Из последнего примера видно, как циркулирующий слух способен «подстраивать» социальную ситуацию под свою фабулу.

2. Слухи-пугала возникают в периоды социального напряжения (стихийное бедствие, война, государственный переворот и т.д.) и варьируют от просто пессимистических до откровенно панических. Самая банальная фабула — грядущий рост цен или исчезновение некоторых продуктов.

Такого рода сведения периодически появляются в сетях неформального общения в странах с дефицитной экономикой и дефицитной информационной системой (людям, выросшим в СССР, это хорошо знакомо из личного опыта). Здесь, опять-таки, отчетливо проявляются катализационная и инструментальная роль слухов: принимая их за чистую монету, люди лихорадочно приобретают ненужные им продукты или в неразумных количествах, а в результате действительно искажается конъюнктура слабого рынка, товары исчезают или растут в цене.

Упомянувшиеся ранее сведения о невероятной многочисленности монголо-татарских войск — характерный результат использования слуха-пугала в военных целях. Похожими эпизодами изобилует история войн на всех континентах.

Когда же в государствах с невысокой грамотностью населения приступали к кампании по массовой вакцинации детей, быстро возникал слух о том, что на самом деле детей стерилизуют, дабы прекратить рост рождаемости (Мексика, 1974 год; Индия, 1975 год). В 1972 — 1973 годах по Сантьяго

и другим городам Чили ходили вежливые молодые люди, стучались в дома представителей среднего класса, представлялись социологами и, якобы, от имени правительства распространяли анкеты. В анкетах содержались вопросы: «1. Сколько спален в Вашем доме? 2. Сколькими из них Вы готовы поделиться с неимущими соотечественниками?..» — и далее в том же духе. Это сопровождалось намеками в оппозиционной прессе, будто правительство Альенде планирует масштабную операцию по «подселению» и «уплотнению жилья» по примеру большевиков в России. Распространение такого слуха-пугала (представители среднего класса, имевшие, как правило, собственные дома, составляли значительный процент населения) служило «артподготовкой» к военному перевороту...

3. агрессивных слухов. Так, сюжет большого одеяла вызывал не только страх перед новой властью, но и возмущение и злобу по отношению к её представителям, презревшим законы предков: священность семейного очага, право единоличной собственности мужчины на свою жену. Возбуждённые слухами о стерилизации родители не только препятствовали посещению детьми школ, но и в ряде случаев нападали на врачей и учителей. Перспектива вселения в собственный дом «неимущих соотечественников» вызывала у кого-то испуг, а у кого-то гнев в отношении социалистов.

Агрессивные слухи возникают там, где имеются напряжённые отношения между социальными группами, причем даже явно стихийные или вызванные собственной неразумной деятельностью бедствия часто усиливают ненависть к какой-то группе или личности. Актуализация манихейского мышления (зло имеет своей причиной дьявольский замысел, и главное — найти и покарать виновного) особенно характерна для религиозных культур.

Один историк, специалист по Средневековью, дал удивительное объяснение того, почему в России красивые женщины встречаются значительно чаще, чем в Западной Европе. Оказывается, в XV — XVI веках у католиков и особенно у протестантов было принято обвинять сексуально привлекательных девушек во всех стихийных и социальных бедствиях — наступлении массового голода, эпидемии, наводнения и т. д., — которые случались тогда систематически. Толпы, науськиваемые клерикалами, топили несчастных красавиц в реках и волокли их к кострам, искореняя дьявольское семя соблазна и греха. Такие действия были снабжены и своего рода учебным пособием: в 1487 году издан знаменитый «Молот ведьм». (

Задача квалификации слуха по экспрессивному параметру не так элементарна, как может показаться на первый взгляд, а квалификационная ошибка часто влечет за собой ошибку инструментальную. Здесь важно иметь в виду два момента.

Во-первых, в сложной разнородной вселенной (а политически значимый слух обычно циркулирует именно в такой аудитории) *один и тот же сюжет может иметь совершенно различные эмоциональные характеристики*. **Во-вторых**, решающим критерием для экспрессивной оценки слуха является *не сам по себе сюжет, а реакция аудитории*. Без учета этих обстоятельств вероятность ложных экспертных оценок и контрпродуктивных рекомендаций очень велика.

По информационному параметру различаются четыре типа слухов. Иногда им дают сложные названия («слух достоверный с элементами неправдоподобия» и т.д.), но я предпочитаю пользоваться простыми математическими знаками «+» и «-». Соотношение плюсов и минусов и демонстрирует информационную характеристику слуха.

При этом важно помнить то, о чём выше неоднократно говорилось: **циркулирующий слух способен «подстраивать» события под свой сюжет!** Следовательно, информационный параметр так же недискретен, как и экспрессивный. Слух с первоначально низкой достоверностью, упав на благодатную почву и захватывая умы, побуждает людей к действиям, и, таким образом, по мере распространения слуха достоверность фабулы повышается.

Считается, что в достаточно обширной, политически значимой аудитории слух не бывает полностью достоверным (++++)). Это связано с тем, что в процессе распространения сюжет претерпевает трансформации, более или менее искажающие исходную версию, причем трансформации в целом достаточно характерны и закономерны.

3. Искажения в процессе циркуляции слухов

Многолетними полевыми наблюдениями, исследованиями и экспериментами выявлены **три характерные тенденции преобразования фабулы в процессе распространения слуха.**

Первая — сглаживание — состоит в том, что несущественные в глазах данной аудитории детали исчезают; сюжет становится короче и функциональнее.

Соответственно, **сохранившиеся детали выдвигаются на передний план, высвечиваются более выпукло, увеличиваются их масштаб и социальная значимость. Сюжет может обрастать новыми деталями, первоначально отсутствовавшими, которые способствуют его «функционализации».** Эту вторую тенденцию называют **заострением**.

В самых элементарных примерах цвета и марки столкнувшихся автомобилей могут исчезнуть (сглаживание), зато на месте одного раненного пассажира образуется «гора трупов» (заострение); внешность и одяние драчунов забудутся, но драка с двумя участниками «виртуально» вырастет в массовую потасовку и т.д. **Эти грубые примеры нуждаются, однако, в решающем уточнении, поскольку именно в деталях, как всегда, кроется дьявол.**

Какие именно детали исходного события будут подвергнуты сглаживанию, а какие, наоборот, заострятся, определяется стереотипами и установками аудитории. Например, в некоторых африканских культурах с сильно развитой цветовой символикой как раз цвет столкнувшихся автомобилей часто становится самой важной деталью и подвергается заострению, а не сглаживанию: цвет морской волны превращается в синий, бордо в красный и т. д.; от этого зависит символический смысл происшествия. **Впрочем, и в Советском Союзе, где черный цвет автомобиля обычно означал его официальный статус, авария черной «Волги», а тем более «Чайки», иногда возвышалась молвой до государственного события.**

Третья тенденция — приспособление : под стереотипы и установки подстраивается отдельная деталь сюжета, без выраженных признаков сглаживания или заострения, но таким образом, что это решительно изменяет психологическое содержание информации.

Итак изменения фабулы в русле какой-либо одной, двух или всех трёх указанных тенденций практически исключает возможность того, чтобы слух оставался полностью достоверным.

4. Фундаментальные и сопутствующие факторы возникновения слуха

Не секрет, что иногда (далеко не всегда) слухи намеренно распространяются специально нанятыми провокаторами. Но ни один «слухач» не в состоянии подсадить какой угодно слух в какой угодно аудитории и ситуации. Для этого ему нужно найти подходящую «нишу», в которой какой-либо слух и без того возник бы с высокой вероятностью, и задача состоит в том, чтобы придать фабule желательное содержание и направленность.

Изучая, отчего возникают слухи, почему один слух живет в сетях неформального общения долго и спокойно, другой быстро охватывает обширную аудиторию, побуждая людей к действиям, третий бытует в узком кругу, не выходя за его пределы, а четвертый умирает, едва успев родиться, психологи выделили два **фундаментальных фактора.**

Первым фактором является интерес к теме : слух способен возникнуть там и тогда, где и когда к его предмету имеется интерес, а масштаб и маршрут его распространения обусловлены конфигурацией заинтересованной аудитории.

Второй фактор — дефицит надежной информации . Для слуха нужен не просто интерес, но интерес неудовлетворенный. Те, кому наличная информация представляется достаточной, — почва для слуха неплодотворная.

Зависимость между вероятностью возникновения слуха (точнее, вероятной интенсивностью его распространения) и указанными факторами можно выразить простой схемой:

$$C = I * D$$

где C — слух, I — интерес, D — дефицит; знак умножения демонстрирует, что при нулевом значении одного из сомножителей произведение также равно нулю^[4].

Разработке мер, направленных на повышение «слухоустойчивости» информационной среды (см. далее). Она основана на системно-экологической модели, суть которой в том, что информационные процессы в обществе представляют собой относительно замкнутую систему, в чем-то подобную биоценозу и подчиняющуюся общесистемным закономерностям.

Поэтому и самое надежное средство слухоустойчивости — информационная среда с заполненными экологическими нишами.

Мы рассмотрим этот вопрос подробнее после того, как ознакомимся **с сопутствующими факторами распространения слухов. Их также выявлено два.**

Первый — фактор личностного статуса. Сообщая интересные сведения, человек привлекает к себе внимание, демонстрирует близость к предмету общего интереса (политику, актеру и т.д.), к референтной группе или к органам, принимающим решение, поддерживает свой статус неформального лидера мнения; короче, повышает или подтверждает значимость собственной персоны в глазах окружающих, а тем самым и в собственных глазах.

Второй — фактор эмоционального баланса. Выяснилось, что циркулирующий слух способен временно оптимизировать эмоциональный баланс в группе, т. е. понижать или повышать эмоциональное напряжение до оптимального уровня. Если группа продолжительное время живет в напряжённом ожидании, люди испытывают непреодолимое желание обсуждать «между собой возможные опасности». **Парадоксальным образом, даже распространение слухов-пугал способно на время снизить эмоциональное напряжение — срабатывает эффект афiliationи, ощущение принадлежности к общине.** (Как писал средневековый сирийский философ Абуль Фарадж, в несчастье утешением дурака служит то, что несчастье произошло и с другими). **В конечном счете, однако, это чаще всего приводит к дисфункциональным последствиям: циркулирующий слух нагнетает страхи и усиливает панические настроения.**

По наблюдению гештальтпсихологов, те фронтовики, чьё подразделение долго пребывало во втором эшелоне, так и не дождавшись выхода на передовую (незавершенная ментальная структура), сохраняют более страшные воспоминания о войне, чем их соратники, прошедшие самое пекло, получившие боевые ранения и т.д. А самые страшные воспоминания о блокаде — у тех, кто долго прожил в напряжённом ожидании голода, но настоящего голода так и не испытал...

Благоприятную почву для слухов образует и противоположное эмоциональное состояние — скука.

5. Слухоустойчивая среда: профилактика и оперативное устранение слухов

Отношение к феномену слухов как таковому существенно зависит от типа политической власти. **Тоталитарный режим нетерпим ко всякому генератору неопределенности в экономической, политической или идеологической сфере.** В системе такого типа, которая названа командно-административной, слухи — такое же безусловно негативное явление, как, например, частная собственность или предпринимательская инициатива, и задача состоит в том, чтобы освободить общество от этих вредных «пережитков». **В демократической системе информации слухи считаются нормальным явлением общественной жизни.** Здесь допускается оптимальное соотношение определенности и неопределенности, которое делает систему более аморфной, но вместе с тем внутренне разнообразной, а потому гибкой и адаптивной. **Соответственно, в демократическом обществе никогда не ставится задача ликвидации слухов вообще как социального феномена. Практические задачи ограничиваются выстраиванием слухоустойчивой среды в рамках отдельных, относительно замкнутых групп (воинское подразделение, экспедиция, политическая партия, предприятие, фирма и т.д.), при проведении избирательных и прочих кампаний, а также противодействием конкретному циркулирующему слуху. При этом различают профилактические (предупреждающие) и оперативные меры.**

Циркулирующий слух создаёт *психическую инерцию* (или *апперцепцию*), т. е. сложившуюся установку на восприятие новой информации: последующие сведения преломляются через призму предыдущих.

Но что же можно реально противопоставить циркулирующему слуху? К сожалению или к счастью, работа со слухами — процесс творческий, здесь не удастся найти простых и однозначных инструкций на все случаи жизни. Для принятия эффективных мер надо адекватно оценить информационную обстановку, и прежде всего такой её параметр, **как доверие к источнику.** Когда и если есть уверенность в том, что данный источник информации (политический, административный, профсоюзный лидер, журналист, газета, радио — или телеканал и т.д.) в данной аудитории пользуется высоким доверием, целесообразна «лобовая» атака. Борьба со слухом не тождественна его прямому или косвенному опровержению. Бывают ситуации, когда лучший способ уничтожить слух — **подтвердить** его, тем самым отсечь от сюжета неизбежные наложения (в силу тенденций, о которых ранее говорилось) и взять ситуацию под контроль. В противном случае, упрямо стремясь слух опровергнуть, мы рискуем нанести обществу ещё больший ущерб.