

Лекция 7. Слухи как социально-психологическое явление и как орудие политической борьбы

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 одеяние 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 исключают возможность того, чтобы слух оставался полностью достоверным.

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 фабуле 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 «слухостойчивости» 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 слухостойчивости — 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.