

КРИВЫЕ ТОЛКИ РОССИИ

ХЛОПЬЕВ Александр Тарасович—руководитель Аналитического центра, заместитель директора Института социально-политическк исследований РАН, академик Международной академии информатизации и Академии социальных наук. В нашем журнале опубликовал две статьи (1993 № 1 (в соавторстве), 1991 № 12

Социологи, политологи, психологи продолжают фиксировать неудовлетворенную потребность людей в надежной, достоверной информации. Формирующийся же в индивидуальном и общественном сознании информационный и аксиологический вакуум активно заполняется недостоверной массовой информацией, возникающей как на уровне межличностного общения, так и сознательно продуцируемой государственно-политическими структурами, средствами массовой коммуникации, финансово-экономическими и деловыми кругами. Особое место среди подобного рода информации занимают слухи, кривотолки. Как специфический вид межличностной коммуникации они давно стали неотъемлемой частью бытия россиян. В условиях дисфункции СМИ быть в курсе циркулирующих слухов для россиян стало такой же необходимостью, как следить за сводками погоды в период межсезонья.

Возьмем на выбор, например, газеты за сентябрь 1994 г. и прочитаем, «Слухи о том, что российский премьер Черномырдин весьма шатко сидит на своем правительственном кресле, начали свое хождение уже около месяца» (*Московский комсомолец 1994. 7 сент.*); «Еще с месяц назад стали просачиваться слухи о том, что Миронова уже наконец снимают с должности...» (*Россия. 1994. №34. 7—13 сент.*), «...Слухи о выдвижении единой кандидатуры от оппозиции на грядущих президентских выборах...» (*Сегодня. 1994. 20 сент.*); «Прошедшая неделя ознаменовала собой вторую волну слухов о здоровье российского президента. (Первая прошла по некоторым российским газетам сразу после недавнего визита Б. Ельцина в Германию...)» (*Комсомольску правда. 1994. 16 сент.*)\ «...Распространение слухов о неизбежности вынесения вотума недоверия правительству...» (*Известия, 1994. 21 сент.*); «...В прессу просачивались слухи о том, что "президент не просто предастся слабостям, но, находясь в их власти, ведет себя по отношению к лицам из ближайшего окружения непозволительным образом"» (*Мегаполис-Континент. 1994. № 38 15—21 сент.*); «Информационные агентства полны слухов о грядущих кадровых переменах» (*Московский комсомолец, 1994. 27 сент.*) и т.д. и т.п.

Кривые толки России — отражение радикальных трансформаций в ее общественном укладе, показатель кардинальных количественных и качественных изменений в ее информационном пространстве. Слухи — форма оценок и прогнозов, для которых характерно наибольшее соответствие ожиданиям людей, порождаемых как их жизненными успехами, так и страхом перед будущим. В условиях фундаментальных изменений объема, структуры, формы подачи, сущностного содержания информационных сообщений, их неполноты, односторонности, неоперативности слухи реализуют функцию самоинформирования общества. Они есть вербальная реакция массового, группового или индивидуального сознания на событие, не получившее своевременной исчерпывающей официальной интерпретации,

С социологической точки зрения слухи представляют собой социальное явление, в основе которого лежит деятельность преследующего свои цели отдельного человека, группы людей, социальных общностей, институтов государственного и общественного управления. Эта деятельность выступает, с одной стороны, своеобразной формой

участия граждан, корпоративных групп, политических объединений, властных структур в политической жизни страны. С другой стороны, она суть разновидности информационной деятельности, включающей, как известно, следующие структурные элементы: создание, перевод, размножение, передачу, потребление, использование, хранение и разрушение информации [1].

В данной статье рассматривается круг проблем, связанных с одним из важных элементов указанной «технологической цепочки» проистекания неподтвержденной информации и обществе — распространение слухов как с помощью технических средств, так и в процессе межличностного общения. Предметом анализа являются степень распространенности слухов среди различных групп населения («поле слухов»), динамические изменения в частоте соприкосновения людей с неподтвержденной информацией, содержание кривотолков, каналы распространения слухов, причины их возникновения в суждениях респондентов.

Итоги всесоюзного прессового опроса 1991 г. и российского исследования 1992 г., проведенных Аналитическим центром ИСПИ РАН, были уже представлены читателям журнала «Социологические исследования» [2]. После августа 1992 г. исследователи обращались к данной проблеме в марте 1993 г., феврале и мае 1994 г. В статье приводятся данные о наиболее существенных изменениях, тенденциях и определенных закономерностях, характеризующих с тех пор процесс развития феномена слухов¹.

Поле слухов

Последнее исследование указывает на **тенденцию дальнейшего расширения ареала носителей недостоверной информации**. Если в 1992 г. только 8,8% опрошенных россиян не сталкивались со слухами, а 24,2% затруднились дать определенный ответ, то спустя два года эти цифры уменьшились до 6,3% и 21,2% соответственно. Иными словами, доля участников опросов, с той или иной степенью регулярности сталкивающихся в повседневной жизни со слухами, возросла с 63,4% до 72,5%. Примечательно, что удельный вес тех, кто указывает на ежедневное соприкосновение с этим видом информации сохраняет устойчивое число — 34,7% в 1992 г. и 34,3% в 1994 г. (табл. 1).

Итак, слухи овладевают массовым сознанием, рекрутируя в ряды носителей и трансляторов недостоверной информации все большее число россиян. Дополнительный анализ позволяет зафиксировать следующие трендовые изменения. Прежде всего женщинам почти удалось преодолеть отставание по этому показателю от мужчин (60,3% и 67,4% в 1992 г. и 71,4% и 73,6% в 1994 г. соответственно). Устранены различия между городом (73,0%) и деревней (71,1%). Время в известной мере нивелировало возрастные особенности отношения респондентов к слухам: разброс данных между группами здесь составляет 7% (было 28%).

Исследование подтвердило также ранее выявленные закономерности. По-прежнему лидерами по включенности в атмосферу слухов остаются предприниматели (85,0%), а в аутсайдерах — крестьяне (69,9%), интеллигенции, не занятая на производстве (67,9%) и пенсионеры (63,9%). Доминирующими факторами включенности респондентов в атмосферу непроверенной информации являются образование и уровень доходов: **чем выше уровень образованности и выше материальный достаток, тем больше предрасположенность к слухам**.

¹ Последний российский опрос проведен Аналитическим центром ИСПИ РАН в мае 1994 г. В исследовании использована квотно-пропорциональная всероссийская выборка. Объем выборочной совокупности составил 1 375 респондентов, представляющих генеральную совокупность по основным социально-демографическим признакам. В основу территориального размещения выборки легло экономико-географическое районирование страны при соблюдении пропорций численности взрослого населения в регионах и пропорций между городским и сельским населением. Опрос осуществлен в Москве, Воронежской, Курской, Новосибирской, Саратовской и Свердловской областях, Краснодарском, Красноярском и Приморском краях, республиках Карелия, Татарстан и Удмуртия. Автор статьи является руководителем исследования.

Интенсивность слухов

Внутренняя динамика характерна и для показателя **распространенности слухов во времени** (табл. 2). Судя по ответам респондентов, за последний год для 23,3% частота их столкновения с недостоверной информацией сохранилась (два года назад— 18,3%)— меньшая часть (10,7%) полагает, что с данным явлением им приходится сталкиваться «Значительно» или «относительно» реже (было 7,6%). Наконец, самую представительную* группу (27,5%) из оставшихся на данный вопрос составляют те, которые «несколько» или «значительно» чаще соприкасаются сегодня со слухами, чем год назад (было 34,4%).

Снижение частоты столкновения с недостоверной информацией отмечается главным образом среди лиц с высшим и незаконченным высшим образованием, служащих (12,8%), студентов (15,2%), интеллигенции, не занятой на производстве (17,4%), предпринимателей (20,0%), молодежи до 29 лет (16,0%), с достаточно высоким уровнем доходов (20,3%), относящих себя к «среднему классу» (14,8%).

На сохранение интенсивности контактов со слухами указали в первую очередь предприниматели (30,0%) и студенты (30,4%), люди в возрасте 40—49 лет (28,6%), максимально удовлетворенные своим нынешним материальным положением (27,3%), идентифицирующие себя со «средним классом» (25,2%).

Наиболее «продвинутыми» за последний год в атмосферу слухов оказались горожане (29,2%), домохозяйки, безработные, военнослужащие и др. (42,9%), инженерно-технические работники (39,5%) и рабочие (29,7%), лица в возрасте 50—59 лет (31,7%), со среднеспециальным и незаконченным высшим образованием (32—40%), относящие себя к «низшему классу» (31,2%).

За два минувших года произошло ряд изменений в рассматриваемых параметрах циркулирования недостоверной информации. Жизнь внесла коррективы в отношения к слухам различных социально-демографических групп. Сегодня уже не столько молодежь, сколько люди старшего возраста стали более чувствительные к недостоверной информации. Отличительные особенности характеризуют в большей мере людей городских профессий, с недостаточным уровнем доходов.

Таблица 1

Регулярность соприкосновения со слухами (в % от числа опрошенных)		
Варианты	Август 1992 г. (N 1 280)	Май 1994 г. (N 1 375)
Практически ежедневно	34,7	34,3
1—2 раза в неделю	13,0	19,1
1—2 раза в месяц	15,7	19,1
ИТОГО	63,4	72,5
Не сталкиваются со слухами	8,9	6,3
Затруднились ответить	24,1	21,2

Таблица 2

Интенсивность нарастания слухов (в % от числа опрошенных)		
Варианты	Август 1992 г. (N 1 280)	Май 1994 г. (N 1 375)
Значительно реже, чем год назад	3,0	3,2
Относительно реже	4,6	7,5
Так же, как и тогда	18,3	23,3
Несколько чаще	18,6	15,4
Значительно чаще	15,8	12,1
Затруднились ответить	27,5	31,0

Основные потоки слухов

Процесс реформирования России наложил отпечаток на среду и каналы распространения недостоверной информации (табл. 3).

По-видимому, на каналах циркулирующих слухов прежде всего сказались плоды экономической реформы. За два года в стране исчезли очереди за товарами и продуктами повседневного спроса: с одной стороны, расширилась их доступность, а с другой — сократилась покупательная способность у подавляющей части населения. В итоге очередь как среда неформального общения, канал коммуникации утратила ведущую позицию, заняв скромное место в ряду других видов межличностных контактов, редуцирующих слухи.

Сохранили свою роль в качестве питательной среды распространения недостоверной информации место работы, улица и транспорт, квартира и телефон. Несколько повысился «рейтинг» канала общения с соседями. Наконец, заметно выдвинулись на первый план средства массовой информации.

Как же сказались *эти* изменения на россиянах — непосредственных носителях и трансляторах слухов? Судя по ответам респондентов, женщины чаще чем мужчины получают недостоверную информацию в очередях (20,4%), от соседей (20,6%), на улице, в транспорте (26,0%), по телефону (3,5%). Мужчины, напротив, чаще черпают слухи на работе (34,1%), во время встреч с приятелями (14,3%). Что касается разговоров в семье, восприятия газет, радио и телевидения, то тут между ними царит полное согласие. За два года представительницы слабого пола «подтянулись» к сильной половине в части средств массовой информации. В остальных показателях каждая сторона сохранила свои основные позиции.

Место поселения респондентов играет важную роль в формировании каналов циркуляции слухов. Преобладающим источником для селян является трудовой коллектив (32,2%), далее — соседи (31,2% против 10,9% среди горожан!), а затем уже средства массовой информации (25,6%); у них более значимое место имеет семья. В свою очередь, горожане пользуются слухами главным образом в прессе и радиотелевизионных сообщениях (34,7%), на улице и в транспорте (28,5% против 12,5% у селян), в очередях (16,5%) и по телефону (3,8%).

Существенным фактором выступает социальное положение респондентов. Так, рабочие основными каналами слухов называют средства массовой информации (34,8%), завод (31,5%), улицу и транспорт (28,6%); крестьяне — работу (39,7%), соседей (34,2%), прессу (28,1%); ИТР — работу (44,4%), газеты, радио и телевидение (42,7%), улицу и транспорт (27,4%). Аналогично распределение у служащих, интеллигенции, не занятой на производстве, предпринимателей. Студенты указывают на

Таблица 3

Каналы и среда распространения слухов (в % от числа опрошенных)		
Варианты	Август 1992 г. (N 1 280)	Май 1994 г. (N 1 375)
В разговорах с товарищами по работе	29,6	30,3
Общаясь с соседями	14,6	16,7
Встречаясь с приятелями	9,6	11,3
Беседуя с друзьями по телефону	2,4	2,8
На улице, в транспорте	27,5	23,9
В очередях	31,1	14,7
В семье	5,1	8,1
В газетах, теле- и радиопередачах	23,3	32,1
Другое	—	0,4

Сумма ответов превышает 100% в связи с тем, что участники опросов имели возможность отметить до 3-х позиций.

Таблица 4

**Система ранговых показателей источников получения
недостоверной информации среди различных социальных групп
в слух населения**

Каналы передачи недостоверной информации	Ранг источников: 1992/1994 гг.									
	в целом	служа- щие	пенсио- неры	крестья- не	студенты	рабочие	ИТР	ИНП	другие	предпри- ниматели
Очереди в магазинах	1/5	1—2/4	1/2	2/6	2/5	3/4	3/4	3/4	3/5	4—5/8
Беседы на работе	2/2	1—2/1	5/7	1/1	5/3	1/1	1/1	2/1	4/3	1/1
Контакты на улице, в транспорте	3/3	3/3	3/4	4/7	1/2	2/3	4/3	4/3	2/2	3/3
Материалы СМИ	4/1	4/2	4/3	5—6/3	3—4/1	4/2	2/2	1/2	1/1	2/2
Соседи	5/4	5/5	2/1	3/2	6/8	5/6	5/7—8	5/5	5/6	4—5/7
Привятели	6/6	6/6	6/6	5—6/5	3—4/4	6/5	6/5—6	6/7	6/4	—/4
Семья	7/7	7/7	7/5	7/4	7/6	7/7	7/5—6	7/6	7/7	—/5
Телефон	8/8	—/8	8/8	8/—	—/7	8/8	8/7—8	8/8	8/8	—/6

СМИ (32,6%), улицу и транспорт (23,9%), учебные аудитории (21,7%); пенсионеры — на соседней (41,4%), очереди (27,0%), СМИ (23,4%). Изменение за два года по социальному признаку см. в табл. 4.

Очевидно, особенности восприятия слухов тесно связаны с возрастом и образованием респондентов. Характерно, что все возрастные группы до 50-летнего рубежа на первое место среди каналов распространения недостоверной информации ставят работу или учебу, затем печать, радио и телевидение, а затем улицу и транспорт. Здесь различия наступают в дальнейшей иерархии; среди двадцатилетних — это встречи с приятелями (19,5%), тридцатилетних — очереди (12,9%), сорокалетних — соседи и очередь (по 12,8%).

Иная картина среди тех, кто отметил полувековой юбилей; для пятидесятилетних опрашиваемых доминирующий канал недостоверной информации — СМИ (40,4%), далее улица и транспорт (26,8%) и затем работа (25,1%); для лиц старше 60 лет — это соседи (36,0%), пресса (25,5%) и, конечно, очереди (23,5%).

Среди групп респондентов, различающихся по уровню образования, практически нет отличий по внутренней иерархии ведущих каналов циркуляции слухов — СМИ, работа, улица и транспорт. Специфика обладателей высшего образования — в предпочтении работы как главного источника недостоверной информации (37,5%); среднего специального — СМИ (41,3%), неполного среднего и среднего образования — в равной мере работы и СМИ (27,8% и 27,3%).

Таким образом, именно **уровень образования респондентов определяющим образом формирует главенствующие каналы распространения недостоверной информации**, среды обитания слухов — СМИ, место работы или учебы, улица и транспорт.

В связи с этим представляет интерес «социальный портрет» наиболее типичного представителя каждого канала восприятия и распространения слухов. Итак, **средства массовой информации**: мужчина и женщина в равной степени, инженерно-технический работник, среднее специальное образование, 50 с лишним лет, со средним достатком, идентифицирующий себя с «низшим классом»; скорее горожанин, нежели селянин.

Беседы на работе: мужчина с высшим образованием, предприниматель и ИТР, и крестьянин, сорокалетний, достаточно обеспеченный, считающий себя представителем «среднего класса»; чаще встречается среди жителей сельской местности.

Контакты на улице и в транспорте: горожанка, с незаконченным высшим или средним специальным образованием, рабочая или служащая, старше 50 лет, с низкими доходами, представительница «нижнего класса».

Общение с соседями: женщина, жительница села с неполным средним и средним образованием, пенсионерка и крестьянка, старше 60 лет, средней обеспеченности, затрудняющаяся, как правило, соотнести себя с каким-либо «классом».

Разговоры в очередях: горожанка, пенсионерка, старше 60 лет, с минимальными доходами, рассматривающая себя представительницей «нижнего класса»; уровень образования здесь не имеет значения.

Встречи с приятелями: горожанин, с невысоким уровнем образования, молодой предприниматель, достаточно обеспеченный, но, в основном, испытывающий затруднения с нахождением своего места в «классовой» структуре.

Общение в семье: мужчина и женщина в одинаковой степени, жители города, со средним и высшим образованием, предприниматели и крестьяне, преклонного возраста, хорошо обеспеченные, считающие себя представителями «среднего класса».

Телефон: горожанка 30—39 лет, предприниматель, образование выше среднего, достаточно обеспеченная, представитель «среднего класса».

Суть кривотолков

Как показывает сравнительный анализ, основное **содержание слухов** за последние два года претерпело также изменения (табл. 5).

Относительная стабилизация положения дел в экономике, при общем векторе дальнейшего нарастания кризиса, рост политизации общества, обвальная криминализация в центре и провинции — вот главные слагаемые процесса, определившего переструктурирование циркулирующей недостоверной информации по её важнейшему признаку — содержанию.

Разговоры о президенте, главе правительства, его заместителях, министрах, лидерах партий и движений, известных депутатах, а также об узниках «Матросской тишины» — активных участниках событий августа 1991 г. и сентября—октября 1993 г. активно велись не только в курилках, электричках, очередях и т.п., но и проникли в газеты, радиоэфир, на телеэкран. По данным последнего опроса, 2/5 мужчин отмечают превалирование **слухов о политике**. Ровно столько же отмечено лиц с высшим образованием. Чуть выше этот показатель распространенности слухов о политической элите среди служащих и пенсионеров, балансирующих на грани среднего достатка, относящих себя к «среднему классу». При этом отмечается закономерность: с годами растет включенность респондентов в поле слухов — от 27,2% в возрасте 20—29 лет до 47,5% среди лиц старше 60 лет.

Контент-анализ кривотолков в области политики позволяет выявить их объект и предмет. Объектами слухов обычно выступают высшие представители исполнительной власти и лидеры оппозиции. Предметная сторона слухов — «спортивный режим» президента, каменно-почечные болезни премьера и министра обороны, кадровые перестановки, взаимоотношения внутри окружения главы государства и главы правительства, между руководителями партий и политических движений, гадание о претендентах на пост президента страны при проведении очередных выборов, догадки о политических намерениях бывших руководителей СССР, о предании интересов Отечества группой бывших и действующих политиков и другие.

Скачок недостоверной информации **о событиях местного масштаба** во многом связан с переносом центра тяжести реформ со столицы на периферию, ростом преступности, недостаточной оперативностью в информировании населения со стороны местного руководства, журналистов. Об этом говорят и результаты исследования: 43,5% жителей седа, 50,7% крестьян указали на слухи о «ЧП районного масштаба» как самым главным виде недостоверной информации. Примечательно, что в целом здесь высок удельный вес прежде всего молодежи (39,0%), людей с достаточно высоким уровнем доходов (40,0%), затрудняющихся соотнести себя с «классовой» структурой (40,3%).

Таблица 5

Содержание циркулирующих слухов * (в % от числа опрошенных)		
Варианты	Август 1992 г. (N 1 280)	Май 1994 г. (N 1 375)
О политике и политиках	31,3	36,7
Об экономике	43,4	31,2
О национальных отношениях	15,6	11,0
О людях и событиях в мире искусства	6,5	9,6
О неразгаданных и таинственных явлениях	18,3	12,7
О местных происшествиях	18,2	33,9
Другое	0,8	1,0

* Сумма ответов превышает 100% в связи с тем, что участники опросов имели возможность отметить до 3-х позиций.

Таблица 6

**Содержание слухов в социальном восприятии респондентов
(в % к числу опрошенных в группе)
(1992/1994 гг.)**

Социальное положение	Экономика	Политика	Таинственные явления	Местные происшествия	Национальные отношения	Мир искусства	Другие слухи
Предприниматель	63,3	33,3	13,3	20,0	3,3	3,3	-
ИНП	46,7	35,0	13,3	38,3	10,0	16,7	-
	57,6	40,7	25,4	11,9	20,3	13,6	-
ИТР	30,3	36,7	11,9	26,6	7,3	20,2	-
	53,3	30,7	18,1	15,1	18,6	4,0	0,5
Рабочий	35,5	33,1	8,1	29,8	17,7	7,3	1,6
	43,3	28,9	18,4	20,0	16,0	7,1	0,7
Служащий	30,6	35,0	14,2	31,7	10,9	7,1	0,9
	37,7	32,0	17,7	17,7	14,3	5,1	—
Крестьянин	30,0	43,6	15,7	30,0	7,9	9,1	0,7
	32,2	30,7	20,5	17,3	18,1	5,5	1,6
	37,0	37,0	13,7	50,9	10,3	3,4	4,1

Таблица 7

**Массовое сознание о субъективных причинах
зарождения слухов* (в % от числа опрошенных)**

Варианты	Август 1992 г. (N 1 280)	Март 1993 г. (N 1 434)	Февраль 1994 г. (N 1 405)	Май 1994 г. (N 1 375)
Искажение информации журналистами	22,6	18,4	24,4	24,7
Замалчивание событий в СМИ	30,1	25,9	33,7	26,3
Нискренность политиков	23,7	30,8	31,9	21,7
Слухи распускаются преднамеренно	27,0	24,9	25,9	26,3
Они подбрасываются из-за рубежа	3,1	2,2	5,6	2,6
Другое	2,1	1,2	0,6	1,2
Затруднились ответить	17,0	22,0	19,9	23,1

* Сумма ответов превышает 100% в связи с тем, что участники опросов имели возможность отметить до 3-х позиций.

Падение жизненного уровня основной массы населения, инфляция, угроза безработицы, задержка с выплатой заработной платы, упорное молчание правительства по денежным обязательствам перед населением и многое другое позволили практически сохранить в стране достаточно обширную группу лиц, живущую надеждами и страхом в ходе экономических преобразований. В атмосферу **финансово-хозяйственных слухов** включены все социальные группы, но наиболее сильно это наблюдается среди военно-служащих и домохозяек, инженерно-технических работников, крестьян и особенно в группе опрошенных предпринимателей (46,7% — доминирующий вид слухов в данной группе).

Судя по результатам исследований, интерес к **неразгаданным и таинственным явлениям** постепенно отступает на задний план. Двух лет оказалось достаточно, чтобы в полтора раза уменьшилось число лиц, для которых привлекательными являются неподтвержденные сообщения о «летающих тарелках», полтергейсте, колдунах,

знахарях и т.п. К подобным известиям питают страсть чаще женщины, жители села, рабочие, крестьяне, служащие, особенно студенты (видимо, в силу пытливости ума), в целом лица со средним специальным и незаконченным высшим образованием. Любопытно, что интерес к содержанию подобного рода слухов увеличивается с возрастом до 40—50 лет, а затем идет на убыль.

«Претерпелость» (Е. Евтушенко) людей ко всему на свете и прежде всего к нынешнему состоянию межнациональных отношений очевидна. Если в 1991 г. слухи **об угрозах межнациональной вражды**, притеснениях со стороны руководства «титульной нации» некоренного населения и т.п. занимали вторую строку, то уже через год они «опустились» на пятое место и сейчас подтверждают свои позиции, потеряв при этом известную часть носителей такого рода недостоверной информации. Данные последнего опроса позволяют очертить основные параметры данной группы: в равной мере мужчины и женщины, жители города и села, преимущественно лица с незаконченным высшим образованием, ИТР и военнослужащие, как правило, люди 30—39 лет с широким разбросом по доходам.

События в мире искусств, несмотря на появление в ряде газет специальных рубрик, где смакуются пикантные подробности из жизни «звезд», в большинстве своем по-прежнему оставляют людей равнодушными. Сегодня это мало интересует рабочих, крестьян, ИТР, служащих, пенсионеров. Желание заглянуть за кулисы характерно для определенной части студенчества (26,1%), интеллигенции, не занятой на производстве, (20,2%) и домохозяек (18,2%). Это та часть участников опроса, которая преимущественно представляет женщин, жителей города, лиц с высшим образованием, до 30 лет, не имеющих проблем с расходами.

Изменения содержания слухов в зависимости от их восприятия респондентами легко просматриваются в табл. 6.

Подобная «избирательность» респондентов четко прослеживается под влиянием их материального положения, служебного статуса, политических воззрений.

Причины слухов

Изучение механизма зарождения и циркуляции слухов показало, что опрошенные в качестве первоосновы этого явления видят замалчивание событий в средствах массовой информации, преднамеренность в распространении слухов, сознательное искажение информации непосредственно журналистами, неискренность политиков. Ранговый показатель субъективных причин возникновения народной молвы колеблется в зависимости от конкретной экономической и социально-политической ситуации в стране (табл. 7).

Из нее видно, что в ситуации обвального падения жизненного уровня населения, потери большинством людей смыслообразующих точек опоры в ходе «шоковой терапии» в 1992 г., россияне ожидали получения разъяснений на волнующие вопросы: как долго будет продолжаться процесс резкого ухудшения их материального положения и что они в итоге получают от столь стремительных и радикальных преобразований? Отсутствие ответов формировало представления о замалчивании «правды» в редакциях телерадиовещания и газет, они тесно переплетались с уверенностью о намеренном роспуске слухов. Период весеннего противостояния высшей исполнительной, законодательной и судебной власти в 1993 г. дал толчок волне слухов, корень которых значительная часть респондентов на момент опроса усматривала в неискренности политиков. Так и в 1994 г. любое общественно значимое событие в стране порождало новые и новые слухи ответственность за распространение которых возлагалась в массовом сознании в первую очередь на печать, радио и телевидение.

Подобная оценка совпадает с позицией официальных структур. «Использование слухов, домыслов, сообщений, основанных на непроверенных фактах и ведущих к

разжиганию трагических межнациональных конфликтов, откровенная безнравственность, огульность и бездоказательное шельмование институтов государственности России, и в целом — злоупотребление свободой слова, стало, к сожалению, приметой некоторых изданий, теле- и радиoproграмм», констатируется в одном из Заявлений Судебной палаты по информационным спорам при Президенте Российской Федерации [3].

Исследование зафиксировало достаточно устойчивые показатели отношения респондентов к анализируемой проблеме. Четыре замера этого показателя дали разброс ответов по каждой позиции в пределах 2—8%. Обращает на себя внимание еще одна деталь: предположение о том, что **слухи подбрасываются нам из-за рубежа** категорически отвергается абсолютным большинством участников опросов. Как свидетельствуют результаты последнего опроса, иной точки зрения придерживаются респонденты, проживающие в основном на селе, пенсионеры старше 60 лет, сохраняющие в памяти «образ врага».

Каждый четвертый опрошенный житель города, представитель «деловых людей», интеллигенции, не занятой на производстве, каждый третий инженерно-технический работник и военнослужащий усматривает в первую очередь **неискренность политиков**. Как правило, это люди, относящие себя к «среднему классу», с высокой долей тех, кто имеет сегодня высокое материальное положение. Среди этой группы опрошенных наблюдается закономерность: **с ростом уровня образования повышается недоверие к действиям и словам политиков** (от 16,7% в когорте лиц с неполным средним и средним образованием до 30,2% среди лиц с высшим образованием).

Отсутствие веры журналистам свойственно всем, но особенно распространено в кругу студентов, пенсионеров, рабочих, ИТР (каждый четвертый), а также среди предпринимателей (38,3%). Наибольший возрастной сдвиг здесь в сторону горожан, лиц старше 50 лет, представителей «среднего класса». Пол, образование и уровень доходов в данном случае практически не играют роли.

Злой умысел в распространении недостоверной информации со стороны **неизвестного инициатора** видится главным образом интеллигенцией, не занятой на производстве (каждый третий респондент). Не исключают этой возможности предприниматели (28,3%), ИТР (28,2%), рабочие и служащие (по 27,9%). Студентам это кажется маловероятным (10,9%). Носители подобных представлений — люди в возрасте от 30 до 50, а также преклонных лет, преимущественно с высшим образованием (каждый третий), представители «низшего класса», с минимальной обеспеченностью к существованию.

И наконец, о тех, кто в качестве важнейшего условия зарождения слухов видит в **позиции средств массовой информации стремление замолчать, скрыть то или иное событие**. Здесь, как и в случае с недоверием к политикам, ведущим фактором является уровень образования респондентов: **с повышением образовательного ценза возрастает недоверие к СМИ** (с 21,0% в группе с неполным средним и средним образованием до 35,1% в группе с высшим образованием). Наибольшее хождение подобные суждения имеют в городской среде, в кругу рабочих (27,9%), ИТР (31,5%), предпринимателей (33,3%) и служащих (40,0%). Они характерны для лиц 40—49 лет, среднего материального достатка, но причисляющих в значительной мере себя к «низшему классу».

СМИ как инструмент формирования «политики слухов»

В ходе последнего российского опроса его участникам было предложено идентифицировать свои чувства по дихотомической шкале (табл. 8).

Как видим, в иерархии позитивных установок респондентов ведущие места занимают интерес и надежда. Среди негативных ощущений ключевую роль играют тревога и усталость.

**Чувства, испытываемые респондентами
при просмотре информационных телевизионных передач
(«Новости», «Вести», «Сегодня» и другие) (в % к числу опрошенных)**

Варианты	Май 1994 г. (N 1 375)	Варианты	Май 1994 г. (N 1 375)
Уверенность	9,3	Неуверенности	57,2
Надежда	24,3	Разочарование	45,2
Спокойствие	7,1	Тревога	59,6
Доверие	13,8	Обман	50,8
Гордость	7,0	Унижение	50,5
Интерес	44,7	Безразличие	28,3
Бодрость	6,2	Усталость	57,9
Защищенность	3,4	Беззащитность	58,1
Бесстрашие	9,2	Страх	48,9

Интерес к сообщениям с экрана телевизора, из динамика радиоприемника, со страниц газет испытывает почти каждый второй опрошенный. Примечательно, что у мужчин он выше (49,6%), нежели у женщин (40,3%). Высокая степень любознательности характеризует лиц в возрасте 30—39 лет (51,1%), предпринимателей (60,6%) и студентов (63,3%), представителей «среднего класса» (59,3%). **Интерес к новостям прямо пропорционален уровню образования и обратно пропорционален доходам респондентов.** Эти зависимости зеркально отражаются в группе опрошенных, среди которых средства массовой информации, по их оценкам, пробуждают безразличие.

Вслушиваясь, вглядываясь, вчитываясь в сообщения средств массовой информации, каждый четвертый опрошенный испытывает чувство **надежды**. Оно в наибольшей степени присуще женщинам (29,8%), молодежи (28,9%), лицам со средним специальным и высшим образованием (по 27,6%), крестьянам (32,9%), служащим (31,5%), интеллигенции, не занятой на производстве (30,3%) и предпринимателям (35,0%), наконец, респондентам, идентифицирующим себя со «средним классом» (34,0%). Как показывает исследование, существует прямая зависимость удельного веса опрошенных в возрастных группах и в группах, ранжирующих себя по покупательной способности: **чем старше возраст и чем ниже доходы, тем с меньшей надеждой люди ждут новостей** и тем с большим **разочарованием** они воспринимают сообщения телевизионных и радиопередач, центральной и местной печати.

Доверие к СМИ в наше время роднит лишь каждого восьмого. Почти в два раза этот показатель выше в группе интеллигенции, не занятой на производстве (22,9%), крестьян (23,3%) и предпринимателей (25,0%). Доверчивость— чувство, чаще характеризующее мужчин (16,0%), людей до 40 лет (18,8%), лиц с уровнем образования выше среднего, с высокими доходами, относящих себя к «среднему классу» (22,8%).

Другое дело — **«обман»**. В наибольшей степени это чувство владеет служащими (61,3%), пенсионерами (59,9%) и рабочими (53,2%). Оно в значительной мере распространено среди сельских жителей (54,7%), лиц, относящих себя к «низшему классу» (63,7%), со средним и средним специальным образованием. **Существует прямая зависимость между возрастными особенностями и материальным положением опрошенных и унижительным чувством обмана.** Так, если среди двадцатилетних двое из пяти респондентов указали на эту позицию в анкете, то среди шестидесятилетних таковых трое из пяти. Далее, среди лиц, ни в чем сегодня себе не отказывающих, подобных ответов 18,2%, а среди тех, кто живет в долг — 61,8%.

В качестве примера можно привести реакцию россиян на появление в средствах массовой информации сообщений о документе под названием «Версия № 1» (табл. 9).

Как известно, 19 марта 1994 г. «Общая газета» опубликовала материал под заго-

**Восприятие опрошенными «Версия № 1» — анонимной аналитической записки
о подготовке государственного переворота в России,
переданной рядом СМИ в марте 1994 г. (в % к числу опрошенных)**

Варианты	Май 1994 г. (N 1 375)
Ничего не слышал	35,9
Полностью не поверил	19,3
Что-то есть на самом деле	19,4
Реальный факт	4,7
Меня это не трогает	19,9

ловком «Версия № 1» о якобы готовящемся государственном перевороте. Телевидение, радио, другие печатные издания охотно включились в обсуждение анонимной «аналитической записки», и которой были «раскрыты» намерения ряда (поименованы) высших должностных лиц предпринять попытку устранения Б. Ельцина от власти.

Разразился политический скандал, круги от которого пошли далеко за пределы московского Садового кольца. Напомним, что Комитет РФ по печати расценил действия «Общей газеты» как осознанный шаг, направленный на дестабилизацию общества, на подрыв конституционной власти, однако, Генеральная прокуратура сочла данную публикацию стремлением редакции «предотвратить расползание среди населения слухов и текстов провокационного характера о якобы готовящемся заговоре» [4].

Равнодушными оставили сенсационные сообщения каждого пятого участника российского опроса. По данным исследования, нет существенных различий в этой позиции среди мужчин и женщин, жителей города и села. Другой расклад получается при сравнении суждений опрошенных в зависимости от уровня их образования, возраста и социального положения.

Полнейшее безразличие к информации, чреватой чрезвычайными последствиями для страны и ее граждан, продемонстрировали прежде всего люди с неполным средним и средним образованием (22,9%), до 29 лет (22,6%), инженерно-технические работники (21,0%), рабочие (22,8%) и крестьяне (29,5%).

«Клюнули» на сообщения ряда изданий, редакций теле- и радиовещания, увидев в них зерно правды, в первую очередь лица с высшим образованием (29,1%), предприниматели (28,3%), люди в возрасте 40—49 лет (25,8%). Полностью восприняли информацию как «реальный факт» немногие, главным образом, лица в возрасте 30—39 лет (7,0%), с незаконченным высшим образованием (14,0%), предприниматели (6,7%), люди, не обремененные заботой о деньгах (9,1%).

Подобным примерам «нести числа» в сфере не только экономики, финансов, политики, но и в области международных отношений, права и т.п. Манипулирование массовым сознанием посредством целенаправленного использования недостоверной информации позволяет сегодня говорить о «политике слухов» властных и теневых структур как одном из важных элементов реализации групповых интересов в экономике, политике и духовной жизни России. «Политика слухов» включает не только передачу заведомо неверной информации. Ей присущи следующие методы действий: намеренное сужение спектра информации, сознательное утаивание части сведений, «флюсовая» конструкция информационных сообщений, пропагандистская трактовка важных данных.

В арсенале «политики слухов» синтезируются все формы и каналы распространения недостоверной информации. Это и официальная интерпретация событий, и полуофициальные сообщения со ссылкой на какой-либо внешний источник, и, безусловно, неофициальная информация, поступившая, как принято говорить, от «заслуживающих доверия» лиц.

Использование подобных методов — наиболее распространенный способ достижения поставленных целей в политике. Он дает возможность скрыть от граждан субъект инспирирования слухов, механизм их зарождения и распространения. Однако та незатейливая простота, с которой в средствах массовой информации замалчивается жизненно важная информация, очевидна, как показывают исследования, для каждого трех из десяти участников опроса.

«Политика слухов» основывается на эксплуатации таких человеческих качеств, как доверие, вера людей в честь и порядочность лиц, представляющих государство и его институты власти, политические движения, партии, средства массовой информации и т.п. Преднамеренный обман, подающийся в одежде правды, как правило, строится на естественном стремлении каждого человека надеяться на лучшее будущее, на то, что грядущие неурядицы обойдут его стороной.

Сегодня конституционные права россиян в области информационной политики требуют, по мнению председателя Комитета Государственной Думы по информационной политике и связи М. Полторанина, «защиты от преднамеренной дезинформации, от информационного рэкета и бандитизма» [5].

ЛИТЕРАТУРА

1. Массовая информация в советском промышленном городе: Опыт комплексного социологического исследования / Под общ. ред. Грушина Б.А., Опилова Л.А. М.: Политиздат, 1980. С 20.
2. Андриянов В.И., Левашов В.К., Хлопов А.Т., «Слухи» как социальный феномен // Социс. 1993. № 1.
3. Российская газ. 1994. 13 апр.
4. Российская газ. 1994, 27 июля.
5. Российские вести. 1994. 18 авг.