

Назаретян А.П. АГРЕССИВНАЯ ТОЛПА, МАССОВАЯ ПАНИКА, СЛУХИ.

Лекции по социальной и политической психологии.

СПб.: «Питер», 2004.

Лекции представляют собой ясное, полное и методологически отрефлексированное изложение предмета на стыке социальной, политической психологии и политологии, открывают перед читателями многостороннюю картину современного уровня знаний о механизмах стихийного массового поведения, манипуляции толпой, закономерностях, приемах распространения и ликвидации слухов. Текст написан ярким живым языком, снабжен нетривиальными иллюстрациями из личного практического опыта и несет в себе отчетливый воспитательный заряд: систематически и убедительно доказывается, что «грязные технологии», «черный пиар» не составляют сущности современных политико-психологических технологий, а всего лишь болезнь роста российской (как и всякой иной) демократии. Для студентов, изучающих социальную и политическую психологию, журналистов, специалистов в области публичных отношений, сотрудников консалтинговых, охранных фирм и МЧС, офицеров Российской армии, МВД, ФСБ, активистов политических партий, а также для широкого круга читателей.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОТ АВТОРА

Лекция 1. СТИХИЙНОЕ МАССОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ: ПОНЯТИЕ, СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН И ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ

Вопросы к лекции 1

Дополнительная литература

Лекция 2. ТОЛПА И ЗАКОНОМЕРНОСТИ ЕЕ ПОВЕДЕНИЯ

Понятие толпы. Механизмы поведения толпы

Циркулярная реакция и коммуникация

Виды толпы

Основное свойство толпы

Приемы управления и манипуляции

Вопросы к лекции 2

Дополнительная литература

Лекция 3. МАССОВАЯ ПАНИКА: ФАКТОРЫ И МЕХАНИЗМЫ

Индивидуальная и массовая паника

Факторы возникновения массовой паники

Механизмы развития паники

Предотвращение и ликвидация массовой паники

Вопросы к лекции 3

Дополнительная литература

Лекция 4–5. СЛУХИ КАК СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ И КАК ОРУДИЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ БОРЬБЫ

Феномен слухов и его изучение

Классификация слухов

Искажения в процессе циркуляции слухов

Фундаментальные и сопутствующие факторы возникновения слуха

Слухоустойчивая среда: профилактика и оперативное устранение слухов

Вопросы к лекции 4–5

Дополнительная литература

Лекция 6. РЕКЛАМНЫЕ КАМПАНИИ, «ГРЯЗНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ» И «ЧЕРНЫЙ ПИАР»

Вопросы к лекции 6

Рекомендуемая литература

ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ СЛОВАРЬ

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1. Учебная программа спецкурса «психология стихийного массового поведения»

Приложение 2. Политическая психология: предмет, концептуальные основания, задачи

ОТ АВТОРА

Механизмы стихийного поведения масс послужили исходным предметом исследований, положивших начало социальной и политической психологии. Тем не менее, в нашей стране этот предмет был со временем оттеснен на периферию указанных дисциплин, став почти экзотическим.

Автор настоящего пособия преподает социальную и политическую психологию с начала 70-х годов. Работал как преподаватель, практический психолог и консультант (советник) в СССР, в странах СНГ, Латинской Америки, Европы и Ближнего Востока. Многолетний опыт применения политико-психологических технологий был изложен в спецкурсе «Психология стихийного массового поведения», конспект которого в 1997 году впервые вышел отдельным изданием в Российской академии государственной службы (РАГС) при Президенте РФ и был перепечатан журналами «Прикладная психология» и «Мир психологии».

В последние годы курс изучался слушателями РАГС, студентами психологического и социологического факультетов МГУ, отделения политологии МГЛУ и ряда других учебных заведений. В 2001 году текст лекций был опубликован издательством *Per Se*, получил широкий отклик в печати и на телевидении, а различные его фрагменты перепечатаны (иногда с искажениями) в нескольких научных и популярных журналах.

Пособие представляет собой развернутое изложение курса «Психология стихийного массового поведения». Оно сохраняет форму популярных лекций, написано простым стилем, доступным не только специалистам, аспирантам и студентам, но и широкому кругу читателей. Большую часть текста составляет иллюстративный материал, почерпнутый автором из собственного практического и аналитического опыта, психологической, исторической и мемуарной литературы, а также из художественных произведений. Каждая тема снабжена вопросами и списком дополнительной литературы. Пособие содержит терминологический словарь и программу курса. В конце представлен список литературы, куда включены среди прочих труднодоступные российскому читателю книги и статьи, многие из которых давно стали классическими. Те читатели, которые соберутся ознакомиться с пособием из любопытства, могут оставить их без внимания. Но знание этих трудов, обобщающих громадный практический и теоретический опыт, полезно всякому, кто профессионально работает в области политической психологии.

К книге также приложена статья, в которой излагается вводная лекция общего курса политической психологии.

Считаю своим приятным долгом поблагодарить за помощь при подготовке текста и иллюстраций С.И. Алексухина, С.М. Богуславскую, Г.Г. Водолазова, А.И. Гонюкову, В.Ю. Вяткина, Т.Б. Калинин, Е.А. Климова, Ю.Е. Климова, В.А. Литвиненко, К.А. Назаретян, И.И. Осадчеву, В.Э. Пахальяна, Н.И. Полякову, М.В. Соколову, Л.П. Тархову.

ЛЕКЦИЯ 1. СТИХИЙНОЕ МАССОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ: ПОНЯТИЕ, СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН И ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ

Вопросы к лекции 1

Дополнительная литература

Стихийное массовое поведение (англ. — *collective behavior*) — несколько расплывчатый термин социальной и политической психологии, которым обозначают различные формы поведения толпы, циркуляцию слухов, иногда также моду, коллективные мании, общественные движения и прочие «массовидные явления».

Чтобы приблизительно очертить предметное поле, охватываемое этим понятием, выделим следующие признаки:

- ◆ *вовлеченность большого количества людей;*
- ◆ *одновременность;*
- ◆ *иррациональность* (ослабление сознательного контроля);
- ◆ *слабую структурированность*, т.е. размытость позиционно-ролевой структуры, характерной для нормативных форм группового поведения.

Систематическое изучение таких феноменов во второй половине XIX века. В странах Западной Европы независимо друг от друга сложились две научные школы: немецкая *психология народов* (М. Лазарус, Г. Штейнталь, В. Вундт) и франко-итальянская *психология масс* (Г. Лебон, Г. Тард, В. Парето, Ш. Сигеле).

Советские историки науки обычно указывали на то, что каждая из этих школ выполняла «социальный заказ», продиктованный положением политической элиты соответствующих стран. Например, быстро усиливающаяся германская буржуазия подросла на «пир империалистических хищников» (В.И. Ленин) к тому моменту, когда все блюда были уже распределены: мощная Германия не владела колониями в отличие от слабеющих Франции, Испании или Португалии. Надвигалась эпоха борьбы за передел мира, и немецкие лингвисты и этнографы приступили к скрупулезному исследованию языков, культуры и мифологии первобытных народов, стремясь таким образом выявить их психологические особенности, национальный дух и «коллективное бессознательное». Само собой разумелось и между делом дополнительно доказывались превосходство европейского (в ряде случаев конкретно нордического) духа и необходимость разумного управления «доисторическими» или просто «отсталыми» народами.

Французскую политическую элиту к тому времени гораздо больше волновало нарастающее в стране революционное движение; по выражению современного ученого С. Московичи, «революции и контрреволюции следовали одна за другой, и террору и разрушениям, казалось, не будет конца». Поэтому интерес ученых концентрировался на свойствах толпы, механизмах коллективной агрессии и т.д. Задачи состояли в том, чтобы, во-первых, доказать антисоциальную, антигуманную и деструктивную сущность человеческой массы как таковой (в их

текстах понятия «масса» и «толпа» еще синонимичны); во-вторых, обеспечить инструментарий для действенных манипуляций.

Такое (историко-материалистическое) объяснение содержания научных интересов справедливо лишь отчасти и, в общем, односторонне. Нам же здесь важно не то, какой политической конъюнктуре отвечали первые исследования стихийного массового поведения, а то, что они обогатили наше знание о неосознаваемых мотивах и механизмах человеческих действий и заложили начало научных дисциплин, названных впоследствии социальной и политической психологией. Хотя, надо признать, дальнейшее развитие этих дисциплин вышло далеко за рамки первоначального предмета, и в контексте современной науки психология стихийного массового поведения занимает периферийное, а бы даже сказал, экзотическое положение.

В России конца XIX – начала XX века оригинальные исследования массовидных явлений проводили М.Г. Михайловский (*субъективная социология*), затем В.М. Бехтерев (*коллективная рефлексология*), А.Л. Чижевский (*гелиопсихология*). В частности, Чижевский впервые изучал влияние солнечной активности и ее колебаний на динамику массовых политических настроений. В 20-е годы были также получены интересные данные, касающиеся массового восприятия газетных сообщений (П.П. Блонский) и циркуляции слухов (Я.М. Шариф). В начале 30-х годов А.Р. Лурия выявил национально-культурные особенности восприятия и мышления, причем, в отличие от немецких авторов, не с этноцентрических, а с эволюционных позиций.

Результаты работы Лурии удалось опубликовать лишь спустя 40 лет, но и тогда еще они во многом сохранили новизну. В 30-е же годы большая часть исследований в области социальной и политической психологии были сочтены неактуальными для социалистического общества и идеологически вредными. Особенно это касалось всего спонтанного, стихийного и слабо осознаваемого. Сами понятия «социология», «социальная психология» и тем более «политическая психология» были объявлены буржуазными извращениями. Если их предмет и сохранял какой-то интерес для властей, то только в плане исследования сплоченных трудовых коллективов, жестко иерархизированных и руководствующихся указаниями КПСС.

Насколько мне известно, с конца 20-х по начало 70-х годов лишь несколько работ по интересующей нас тематике были опубликованы в СССР, причем в основном на грузинском языке, поскольку психологи Грузии, широко используя понятие установки Д.Н. Узнадзе, зарезервировали себе право рассуждать о неосознаваемых факторах человеческого поведения. В частности, в 1943 году на грузинском, а в 1967 году на русском вышла большая и яркая статья А.С. Прангшвили о массовой панике. Я бы добавил к этому переводную книгу американского ученого П. Лайнбарджера о психологической войне (1962 год).

Между тем в Западной Европе и в США 20–60-е годы ознаменованы всплеском интереса ученых, политиков и военных к проблематике политической психологии вообще и к стихийному массовому поведению в особенности. За прошедшие десятилетия наука ушла далеко вперед, и в конце 60-х годов, когда советские психологи, пробиваясь не без потерь через заслон партийных философов и чиновников, смогли вновь добиться права на исследование этой проблематики, они уже чувствовали себя робкими учениками.

Впрочем, внутренняя робость камуфлировалась и отчасти психологически компенсировалась агрессивной риторикой развенчания «буржуазной лженауки», снисходительным признанием ее «рационального зерна» и требованиями водрузить ее на «истинно материалистическую основу». Многие ученые вполне сознательно использовали эту фразеологию как механизм «дуракоустойчивости» (*foolproof*) – защиты от наивных, а чаще прикидывающихся наивными редакторов, цензоров и партийных функционеров. Нынешним студентам и аспирантам приходится долго объяснять, что таковы были правила игры, взаимопритертый аппарат «ролевого поведения» во всем советском обществе, и академическая литература – только вершина огромного айсберга. И меня радует, что все это им теперь так трудно понять...

Но имелись в Москве такие учреждения – в рамках КГБ, МВД, ЦК КПСС и Министерства обороны, – в которых для изучения массовидных явлений требовалось чуть меньше идеологического обрамления, поскольку эта работа предназначалась для конкретных инструментальных задач. Так, при Международном отделе ЦК КПСС существовал тогда еще сильно законспирированный Институт общественных наук (ИОН)^[1] для теоретической и практической подготовки зарубежных революционных кадров.

В рамках этого института профессору Ю.А. Шерковину, психологу с большим опытом работы в области спецпропаганды (так в военной терминологии называется пропаганда на войска и население противника), удалось организовать исследовательскую и преподавательскую группу, которая в 1971 году преобразовалась в первую на территории СССР кафедру общественной психологии. В числе ее отцов-основателей были также Г.П. Предвечный, Г.Я. Туровер, В. Л. Артемов, В.Б. Ольшанский, В.И. Фирсов и другие.

Характерен даже языковой трюк: выражение «социальная психология» оставалось еще одиозным для партийных функционеров, а «общественную психологию» удалось обнаружить в каком-то тексте Ленина. Один маститый профессор, прежде изо всех сил ругавший социальную психологию как буржуазную лженауку, стал теперь широко вещательно доказывать, что в этом *принципиальном* терминологическом различии весь фокус: «общественная психология» – это уже наука настоящая, марксистская, и отличие ее от «социальной психологии» аналогично отличию советской милиции от капиталистической полиции...

Но главное событие состоялось. Сведения о том, что в такой авторитетной инстанции, как Международный отдел ЦК КПСС, дисциплина легализована, быстро распространились по стране и стали импульсом для лавинообразного формирования соответствующих отделов в НИИ и кафедр с похожими названиями в вузах и

^[1] Не путать с Академией общественных наук при Идеологическом отделе ЦК.

партийных школах. Часто из-за отсутствия подготовленных специалистов в «социальные психологи» стали срочно перекалфицироваться историки КПСС и уходящие на пенсию инструкторы обкомов^{2[2]}.

Почти неизбежные, особенно в нашей стране, издержки новой моды уже не могли омрачить успеха началось возрождение советской (российской) социальной и политической психологии.

Специфика Института общественных наук определила тематику работы кафедры. Слушатели, сталкиваясь в своих странах с изощренными приемами манипуляции массовым поведением и политическими настроениями, нуждались в знании этих приемов и владении ими. Руководству института и кафедры удалось раздобыть через свои каналы разработки, выполненные для американских спецслужб, собрать зарубежную литературу по социальной и политической психологии и, главное, накопить, сконцентрировать и обобщить разнообразный практический опыт.

В итоге был подготовлен цельный курс, в котором изучались механизмы и закономерности поведения людей в толпе, заражения и распространения слухов, а также эффективные приемы управления соответствующими процессами и ведения политических кампаний. Курс психологии стихийного массового поведения преподавался на протяжении без малого 20 лет, пользовался неизменной популярностью у слушателей, последовательно корректировался и обогащался новым материалом. Его практические рекомендации эффективно применялись специалистами и слушателями кафедры на обширном географическом и политическом пространстве, от Европы и Африки до Латинской Америки.

В 90-е годы курс психологии стихийного массового поведения изучался (отдельно или в рамках общего курса политической психологии) на психологическом и социологическом факультетах МГУ им. М.В. Ломоносова, в Российской академии государственной службы при Президенте РФ, в Московском государственном лингвистическом университете и ряде других учебных заведений. Его содержание продолжало обогащаться анализом политических событий и результатами практической работы в России и других странах СНГ. Лекционные занятия дополняются семинарами и деловыми играми, участники которых анализируют предметные ситуации и самостоятельно находят продуктивные решения.

В известном смысле соавторами этого курса следует считать не только моего учителя, Юрия Александровича Шерковина, но также моих слушателей в ИОН и ряде зарубежных школ, друзей, сопровождавших и опекавших меня в трудных, подчас небезопасных, но увлекательных командировках. Некоторые из них считались формально моими «учениками», но почти все они были старше и опытнее меня и становились по сути дела тактичными наставниками. Часть из рассказанных далее захватывающих эпизодов наблюдались и переживались мною при их непосредственном участии, другие эпизоды рассказаны с их слов и несут на себе отпечаток их эмоциональных впечатлений и их личностей. Конечно, не со всеми моими нынешними оценками событий они бы согласились, и здесь уже вся ответственность лежит только на мне...

Существенный вклад в содержание курса внесли и мои российские студенты и коллеги. Совместное участие и обсуждение практических ситуаций способствовало накоплению нового опыта и его концептуальной систематизации.

Несколько слов о названии курса, которое также несет на себе отпечаток атмосферы той эпохи, когда он начал разрабатываться. Теперь это выглядит забавно, но в 70-х годах чуть ли не первое, с чем пришлось столкнуться, — проблема перевода. К тому времени американцы полностью перехватили лидерство в этой области у немцев, французов и россиян и обозначили ее общеупотребительным термином «коллективное поведение». Но использование его по-русски, равно как и на других языках, в рамках «марксистской психологии» было немислимо.

Дело в том, что понятие «коллектив» (и его производные: «коллективизм», «коллективистское самоопределение» и т.д.) было идеологически ангажированным, чтобы не сказать — священным. Под коллективом понималась максимально сплоченная группа, объединенная общностью благородной и *социально прогрессивной* (это было неперемнным условием!) цели и сознательностью устремлений. Соответственно коллективизмом называли особое качество личности в социалистическом обществе, противоположное конформизму и нонконформизму, характерным для общества капиталистического.

Надо добавить, что советские граждане, приученные с детства к подобным идеологическим штампам, чаще всего либо не замечали их, либо относились с заслуженной иронией. Иначе обстояло дело с иностранными революционерами. Как правило, это были люди сильные, по-своему опытные, много пережившие и преданные идее. Лекции о коллективе и коллективизме они слушали с горящими глазами, такие категории воплощали образ светлого будущего, ради которого они боролись, переносили испытания и в котором находили опорные жизненные смыслы.

Трогательная любовь к советским людям — сознательным коллективистам — принимала подчас курьезные формы. Столкнувшись с каким-нибудь безобразием (от которых, впрочем, слушателей ИОН в Союзе всячески оберегали), взрослый человек мог, например, вполне серьезно задать такой вопрос: «Тот, кто украл в гардеробе Кремлевского Дворца Съездов пальто у нашего товарища, — наверное, не коллективист?»

А один случай запомнился мне на всю жизнь. В начале 80-х годов мы находились с группой слушателей и переводчиков в областном украинском городе, под бдительной опекой обкома партии (эта

^{2[2]} В 1979 году меня попросили выступить с лекцией на курсах повышения квалификации Академии общественных наук перед преподавателями социальной психологии областных партшкол. Я с удивлением обнаружил аудиторию из пятидесяти человек почти исключительно преклонного возраста со значками ветеранов войны и труда. На лекции они переспрашивали фамилии крупнейших зарубежных ученых (*З. Фрейда* и *К. Левина*), а после рассказали, как работали прежде инструкторами райкомов КПСС, а уйдя на пенсию, получили партийное задание «овладеть» новой дисциплиной.

форма работы называлась «практикой по изучению советской действительности»). И вот два местных юнца, нарочь лишенные опыта и интуиции и вооруженные чуть ли не кухонными ножами, вздумали ограбить иностранца, зашедшего в ресторанный туалет.

Более неудачный объект они не могли найти. Это был суровый никарагуанский партизан, не имевший при себе никакой валюты, зато профессионально владевший приемами ближнего боя и убивавший противника ударом кулака. Добавлю, что перед этим он прослушал в ИОН курс «марксистской социальной психологии».

Поняв, что в туалете происходит что-то неладное (оттуда, задев меня плечом, стремглав выскочил перепуганный парень), я бросился к месту события, боясь даже вообразить, что там увижу; за мной бежали другие слушатели, инструкторы обкома и «товарищи в штатском». Вместо ожидавшейся «горы трупов» мы увидели замечательную картину. Кряжистый никарагуанец держал подмышкой голову одного из незадачливых грабителей – длинноногого мальчишки, склонившегося в три погибели – и, ласково (!) постукивая его кулаком по скуле, приговаривал по-испански: «Товарищ – не коллективист, а советскому юноше следует быть коллективистом...» Когда мальчика, который дрожал от страха и от полного непонимания происходящего, вынули из нежных, но цепких объятий, никарагуанец попросил выяснить, понял ли советский товарищ свою ошибку и станет ли он в дальнейшем коллективистом. Сдерживаясь из последних сил, чтобы истерически не расхохотаться, я перевел вопрос. Парень по-прежнему ничего не понимал, но уже был готов на все и клятвенно пообещал «стать коллективистом». После чего, кажется, был отпущен восвояси, поскольку всем участникам и свидетелям этого события было невыгодно фиксировать его документально.

Я привел этот абсурдный эпизод, чтобы пояснить, почему термин «коллективное поведение» для действий, скажем, агрессивной, стяжательной или панической толпы был в наших условиях совершенно неприемлем. В одном из учебных пособий тех лет даже использовался термин «внеколлективное поведение», но такой антиперевод выглядел совсем уж нелепо, с чем согласились и сами авторы. В конце концов, после долгих обсуждений был принят термин «стихийное массовое поведение» (*spontaneous mass behavior*), который далее и использовался, иногда с изменением последовательности слов.

Предваряя предметное изучение темы, выскажу одно общеметодологическое соображение.

В обыденном представлении хаос, беспорядок – это и отсутствие закономерностей, и неуправляемость. Между тем сегодня ученые на разнообразном материале показали, что все не столь однозначно. Хаос и порядок относительны, хаос всегда по-своему детерминирован, и чем хаотичнее система, тем более простым закономерностям она подчиняется. И тем легче ею управлять – разумеется, коль скоро задачи управления достаточно элементарны.

Иллюзия неуправляемости возникает тогда, когда мы с простой системой пытаемся обращаться как со сложной и наши воздействия оказываются бесполезными. Завзятому горожанину трудно понять, как деревенский пастух контролирует стадо в сотни голов. Государственный деятель почувствует себя неуютно, если ему доверить детсадовскую группу, с которой привычно справляется опытная воспитательница. Академик, умело руководящий научным коллективом, окажется беспомощным в компании бомжей, а если он не врач-психиатр, то любой санитар даст ему сто очков вперед в умении работать с соответствующим «контингентом» больных. Повторю: простой и глупой системой управлять легче (этому меньше надо учиться), чем сложной и умной, для этого требуются более простые приемы, которыми, однако, тоже нужно владеть.

Сказанное имеет прямое отношение к нашему предмету. В толпе «человек опускается на несколько ступеней по лестнице цивилизации» (Г. Лебон) и становится доступен для элементарных манипулятивных воздействий. Поведение толпы или циркулирующий слух кажутся процессами, лишенными закономерностей и нерегулируемыми постольку, поскольку большинство из нас привыкли иметь дело с организованными группами, где уместны рациональные доводы, согласование мнений или хотя бы формальный приказ. В стихийном массовом поведении реализуются более примитивные механизмы и закономерности. Кто знает о них и обладает необходимыми навыками, способен лучше прогнозировать и управлять событиями. Цели, которые он при этом преследует, достаточно часто оказываются деструктивными. Но, как всякое оружие, политические технологии амбивалентны, и владение приемами регуляции стихийных процессов конструктивно необходимо сегодня во многих профессиях.

Между тем среди неспециалистов преобладает мнение, что, например, «толпа не поддается контролю», и подобные самооправдания звучат из уст чиновников вслед за каждыми массовыми беспорядками. Далее столь же непременно начинаются разговоры о чьей-то «провокации». А выводы комментаторов сводятся к необходимости ужесточить запреты и наказания, увеличить число омонцов с автоматами и т.д. И почему-то никто не высказывает недоумения по поводу того, что мифические «провокаторы» сумели управлять действиями толпы, а организаторы массового мероприятия и городские власти – не сумели.

Летом 2002 года, после того как болельщики бесчинствовали на Манежной площади (футбольная сборная России проиграла тогда сборной Японии), ко мне обратились журналисты нескольких изданий с просьбой об интервью. С тремя из них я беседовал, но интервью не появились в печати. Редакторы настаивали на версии о провокации, а я объяснял, что признаков намеренной провокации не вижу, что вообще плоские манихейские гипотезы, столь милые сердцам журналистов и политологов (будто причиной зла всегда служат происки темных сил), следует рассматривать в последнюю очередь. Наконец, что вместо

поиска врагов полезно проанализировать ошибки при организации мероприятия и впредь думать не о том, как нагнать побольше автоматчиков, а о том, как правильно готовиться к массовым акциям с участием компетентных специалистов.

Печатать это не стали, поскольку без намека на провокации материал не возбуждает, да и с властями ссориться опасно...

Складывается парадоксальная ситуация. В 70–80-х годах московские психологи обучали работе с толпой революционеров и левых политиков всего мира – от Чили до Португалии. А спустя десяток лет в самой Москве только и слышно, что толпа неуправляема и непредсказуема.

Знание о приемах прямого и косвенного манипулирования важно, конечно, не только в экстремальных ситуациях, но и во всей общественной жизни. В комплексе задач политической психологии: *объяснительная, прогностическая, проективная, инструментальная и воспитательная* – я всегда придаю последней основное значение. Чем лучше мы знаем о механизмах своего поведения, в том числе иррациональных, и о приемах манипулирования, тем труднее нами манипулировать. И чем больше людей знакомы с азами политической психологии, тем устойчивее общество...

ВОПРОСЫ К ЛЕКЦИИ 1

1. Что называют в психологии стихийным массовым поведением (*collective behavior*)? Чем оно отличается от организованных форм социального поведения? Почему русский вариант названия существенно отличается от английского?
2. Назовите первые научные школы, в которых исследовались феномены стихийного массового поведения, и их основных представителей, а также российских (и советских) ученых, работавших в этой области.
3. Какую роль сыграли исследования стихийного массового поведения в становлении социальной и политической психологии?
4. Почему бесструктурными процессами управлять легче, чем организованными?
5. Когда и почему в СССР исследования стихийного массового поведения были надолго прекращены? Когда и почему они возобновились?

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Андреева Г.М. Социальная психология. М., 2002.
2. Бехтерев В.М. Коллективная рефлексология // Бехтерев В. М. Избранные работы по общественной психологии. М., 1994.
3. Вельдер Р. К вопросу о феномене подсознательной агрессивности // Общественные науки и современность. 1993. № 3–4.
4. Вундт В. Задачи и методы психологии народов // Социальная психология: Хрестоматия. М., 1999.
5. Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология. М., 1996.
6. Лайнбарджер П. Психологическая война. М., 1962.
7. Лебон Г. Психология народов и масс. СПб., 1995.
8. Лурия А. Р. Об историческом развитии познавательных процессов. М., 1974.
9. Московичи С. Век толп. М., 1996.
10. Назаретян А.П. Политическая психология: предмет, концептуальные основания, задачи // Общественные науки и современность. 1998. № 1.
11. Прангишвили А.В. Социальная психология паники в свете понятия установки // Прангишвили А.В. Исследования по психологии установки. Тбилиси, 1967.
12. Чижевский А.Л. Физические факторы исторического процесса. Калуга, 1924. (Перепечатка 1991).
13. Шестопал Е.Б. Политическая психология: Учебник. М., 2002.
14. Davis J. Toward a theory of revolution. In: Studies in social movements. A social psychological perspective. N. Y., 1969.
15. Smelzer N.H. Theory of collective behavior. N. Y., 1962.
16. Toch M. Collective behavior: crowds and social movements. In: Handbook of social psychology. Vol. 4. London, 1968–69.
17. Turner R.N., Killian L.M. Collective behavior. New Jersey, 1972.

ЛЕКЦИЯ 2.

ТОЛПА И ЗАКОНОМЕРНОСТИ ЕЕ ПОВЕДЕНИЯ

[Понятие толпы. Механизмы поведения толпы](#)

[Циркулярная реакция и коммуникация](#)

[Виды толпы](#)

[Основное свойство толпы](#)

[Приемы управления и манипуляции](#)

[Вопросы к лекции 2](#)

[Дополнительная литература](#)

Чудище обло, озорно, огромно, стозевно
и лайй.

ПОНЯТИЕ ТОЛПЫ. МЕХАНИЗМЫ ПОВЕДЕНИЯ ТОЛПЫ

В обыденном языке «толпой» называют большое количество людей, находящихся одновременно в одном месте. Хотя даже интуитивно мы не назовем этим словом марширующее армейское подразделение или бойцов, организованно штурмующих (равно как и обороняющих) укрепленный пункт, публику, собравшуюся в консерватории на симфонический концерт, бригады, работающие на крупной стройке, сотрудников учреждения на плановом профсоюзном собрании и т.д. и т.п.

Терминологически не совсем верно называть толпой и прохожих на людной городской улице. Но вот на улице произошло что-то необычное. Неожиданно появились скоморохи, или артисты выступают с представлением. Или, как бывало в добрые советские времена, на уличный прилавок «выбросили» дефицитный товар. Или человек выпал из окна и разбился. Или пошел сильный ливень. Или – не приведи господь – началась бандитская разборка со стрельбой, произошел мощный взрыв... Если ситуация развивается по какому-то из подобных сценариев, завлекательных, драматических и даже катастрофических, может возникнуть особый социально-психологический феномен, который, при всем многообразии его форм, имеет общие черты, отличающие толпу от организованных форм социального поведения.

Исходя из этих предварительных соображений примем ориентировочное исходное определение:

Толпа – скопление людей, не объединенных общностью целей и единой организационно-ролевой структурой, но связанных между собой общим центром внимания и эмоциональным состоянием.

При этом *общей* считается такая цель, достижение которой каждым из участников взаимодействия положительно зависит от достижения ее другими участниками; наличие такой цели создает предпосылку для сотрудничества. Если цель каждого достигается вне зависимости от достижения или недостижения ее остальными, то взаимодействие отсутствует или оно минимально (при появлении второстепенной общности целей: например, веселее провести время в ожидании). Наконец, если зависимость достижения одной и той же цели субъектами отрицательна, складывается предпосылка для конфликта.

В толпе цели людей всегда одинаковые, но обычно не бывают сознательно общими, а при их пересечении возникает острейшее отрицательное взаимодействие. Например, при массовой панике каждый страстно желает спастись, в стяжательной толпе каждый стремится что-то добыть, и все друг для друга являются помехой.

Поэтому, используя социологические категории *социального агрегата* (неструктурированного множества индивидов) и *социальной группы* (единого субъекта деятельности), толпу следует отнести к первой категории. Но, разумеется, различие между ними не дискретно. При некоторых условиях люди, отличающиеся от остальных определенными чертами (этнос, сословие и т.д.) способны осознать единство интересов и объединиться в историческую или политическую общность; наоборот, слаженно действующий социальный субъект может раствориться в большем социуме.

В нашем случае толпа иногда (в редких случаях) способна структурироваться и приобрести групповое качество, а организованная группа (чаще) – деградировать в толпу. Иногда ситуативная общность сочетает в себе настолько разнородные свойства, что не может быть однозначно отнесена к той или иной категории и занимает на шкале «группа – агрегат» промежуточное положение. Например, очень хорошо организованная массовая демонстрация (вспомним советские праздничные шествия по Красной площади) несет в себе в равной мере признаки группы и толпы. Перерождения группы в толпу и обратно также относятся к сфере нашего интереса (рис. 1).

Соотношением *системных* и *гегарных* качеств (от греч. *gregus* – стадо) во многом определяется и решение старого спора между социальными психологами о том, группа или индивид склонны к более экстремальным решениям. Пока в группе преобладают нормативные отношения, она сглаживает экстремистские настроения своих членов и принимает более взвешенные решения; когда же начинают преобладать свойства толпы, мышление радикализируется.

По свидетельству С. Московичи, еще древнегреческий политик Солон утверждал, что каждый афинянин – хитрая лисица, а народное собрание в Пниксе – стадо баранов. Это подтвердили и римляне: *Senatores omnes boni viri, senatus romanus mala bestia* (все сенаторы мужи достойные, а римский сенат – злобный зверь). Г. Лебон указывал на

то, что парламенты часто превращаются в толпу, и мы до сих пор наблюдаем подобное по телевизору. Русская поговорка: «Мужик умен, да мир дурак» — передает ту же мысль о потере личностью в массе здравого смысла.



РИС. 1. Москва, 1990 год. Массовая манифестация противников КПСС миновала Крымский мост. Манифестанты сочетают качества организованной *группы* и *толпы*. Фото корреспондента АПН В.Ю. Вяткина

ЦИРКУЛЯРНАЯ РЕАКЦИЯ И КОММУНИКАЦИЯ

Метаморфоза обуславливается специфическими эффектами, которые суть **механизмы образования толпы**. Выявлены два основных механизма: *слухи* и *эмоциональное кружение* (синоним — *циркулярная реакция*). О слухах речь далее пойдет отдельно (Лекция 4–5), поэтому здесь рассмотрим механизм эмоционального кружения.

Представьте себе полный зал, где рассказан очень смешной анекдот и все громко смеются. Вы только что вошли и не слышали шутку, однако общее настроение захватывает, и вы от души смеетесь вместе со всеми. Это самый простой и безобидный пример взаимного заражения, который и называют циркулярной реакцией (рис. 2).

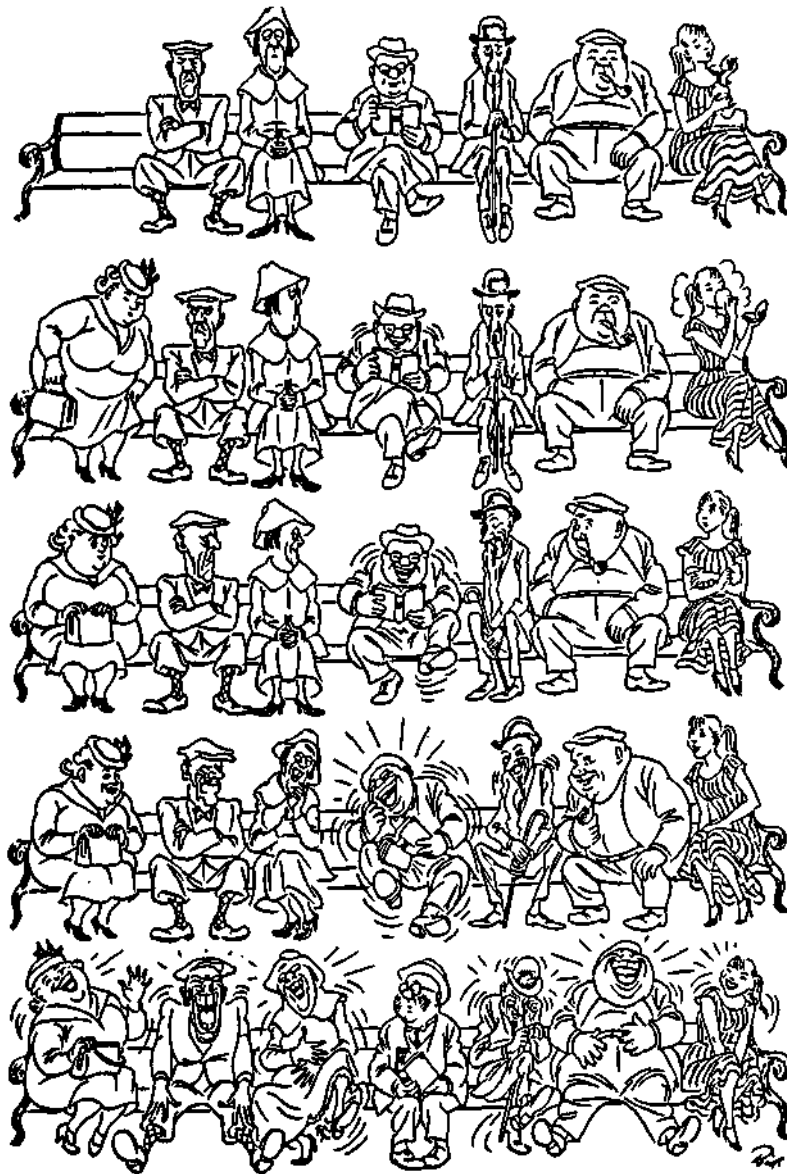


Рис. 2. Рисунок датского карикатуриста Херлуфа Бидструпа «Распространение заразы». Юмористическое изображение циркулярной реакции

Впрочем, даже заразительное веселье не всегда бывает совершенно безобидным. У театральных актеров бытует жаргонное выражение: «повело». Оно означает такую неприятную ситуацию, когда в самый драматический момент спектакля кому-то из участвующих в сцене «попала в глаз смешинка». Актер «прыскает от смеха», это совершенно неуместное состояние передается партнерам – и сценическое действие разрушается...

Есть и страшные примеры. В XIV веке Европу охватила «черная смерть» – эпидемия чумы, унесшая более 20 миллионов жизней. Основным способом лечения оставались, как водится, истовая молитва, покаяние, целование креста и скрупулезное отправление всех церковных обрядов. В разгар этого бедствия наступил праздник Святого Вита, который всегда сопровождался массовыми пирами и танцами. Особенно бурно празднество отмечали в Италии. Изможденные и отчаявшиеся люди, напившись вина, принимались ритмически плясать, доводили себя до истерического состояния и, уже не в силах остановиться, падали замертво. Зловещее и заразительное веселье передавалось от одного городского района к другому, от деревни к деревне, оставляя за собой бездыханные человеческие тела.

Этот кошмарный эпизод, зафиксированный летописцами, получил отражение в художественной литературе (наиболее известна россиянам пушкинская пьеса «Пир во время чумы»), а также в современной психологической и медицинской терминологии, где «пляска Святого Вита» означает известный клинический симптом...

В фильме по роману А.С. Серафимовича «Железный поток» хорошо исполнен похожий эпизод, правда, в незавершенном виде. Красные партизаны с обозом мирного населения – стариками, женщинами и детьми – скитаются по пустыне, спасаясь от белых. Оголодавшие и сильно изможденные люди останавливаются на привал. Кто-то заводит граммофон и ставит пластинку, на которой два артиста, почти

ничего не говоря, громко и заразительно хохочут. Сидящие и лежащие вокруг начинают улыбаться, затем смеяться, веселье передается дальше... В этот момент появляется умный суровый комиссар и ударом сапога разбивает пластинку вместе с граммофоном. Зрителям понятно, что если бы он этого своевременно не сделал, то ситуация вышла бы из-под контроля: истерически хохочущие люди, не будучи уже способны остановиться, окончательно выбились бы из сил...

Итак, **циркулярная реакция** — это взаимное заражение, т.е. передача эмоционального состояния на психофизиологическом уровне контакта между организмами. Разумеется, циркулировать может не только веселье, но и, например, скука (если кто-то начинает зевать, такое же желание испытывают окружающие), а также изначально более зловещие эмоции: страх, ярость и т.д.

Для лучшего понимания того, что такое циркулярная реакция, целесообразно сравнить ее с **коммуникацией** — контактом между людьми на семантическом уровне. При коммуникации имеет место та или иная степень взаимного понимания, интерпретации текста, участники процесса приходят или не приходят к согласию, но в любом случае каждый остается самостоятельной личностью. Человеческая индивидуальность формируется в коммуникационных связях и во многом зависит от многообразия смысловых каналов, в которые человек включен.

Наоборот, эмоциональное кружение стирает индивидуальные различия. Ситуативно снижается роль личностного опыта, индивидуальной и ролевой идентификации, здравого смысла. Индивид чувствует и поведенчески реагирует, «как все». Происходит *эволюционная регрессия*: актуализуются низшие, филогенетически более примитивные пласты психики (рис. 3)^{3[1]}.



Рис. 3. Человек в толпе ощущает себя анонимным (безличным) и безликим, свободным от груза социальных ролей и ответственности; ослабевают способность видеть себя со стороны. Фото корреспондента РИА — «Новости» В.Ю. Вяткина

Регрессия способна подчас достигать невероятных глубин. Например, в книге французских историков «Революционный невроз» приведены документальные свидетельства случая, когда толпа озверевших бунтовщиков, растерзав тело ненавистного царедворца, *съела* (или сожрала?) его куски. Это ли не «чудище лая»...

^{3[1]} Обсуждая примеры эволюционной регрессии у животных, выдающийся зоопсихолог К. Лоренц рассказал об эксперименте, который очень богат социологическими аллюзиями. Экспериментатор удалил передний мозг у рыбы, принадлежащей к виду речных голянов. Возвращенная в стаю особь почти ничем не отличалась от остальных, но перестала реагировать на поведение сородичей. Она двигалась, повинаясь только внутренним импульсам, — «и, представьте себе, *вся стая плыла следом*. Искалеченное животное как раз из-за своего дефекта стало несомненным лидером».

«Сознательная личность исчезает, — писал по этому поводу Г. Лебон, — причем чувства всех отдельных единиц, образующих целое, именуемое толпой, принимает одно и то же направление». Поэтому «в толпе может происходить только накопление глупости, а не ума». То же наблюдение можно встретить в трудах других исследователей. Например, у З. Фрейда читаем: «Похоже, достаточно оказаться вместе большой массе, огромному множеству людей для того, чтобы все моральные достижения составляющих их индивидов тотчас рассеялись, а на их месте остались лишь самые примитивные, самые древние, самые грубые психологические установки».

У человека, охваченного эмоциональным кружением, повышается восприимчивость к импульсам, источник которых находится внутри толпы и резонирует с доминирующим состоянием, и одновременно снижается восприимчивость к импульсам извне. Соответственно усиливаются барьеры против всякого рационального довода. Поэтому в такой момент попытка воздействовать на массу логическими аргументами может оказаться несвоевременной и просто опасной. Здесь необходимы другие приемы, адекватные ситуации, и если вы ими не владеете, то лучше держаться от толпы подальше.

Добавлю, что циркулярная реакция, как всякий социальный и психологический феномен, не является однозначно негативным фактором. Она сопровождает любое массовое мероприятие и групповое действие: совместный просмотр спектакля и даже фильма, дружеское застолье, боевую атаку (с криками «Ура!», воинственным визгом и прочими атрибутами), митинг, деловое или партийное собрание и т.д. и т.п. В жизнедеятельности первобытных племен процессы взаимного заражения перед сражением или охотой выполняли важнейшую роль. До тех пор пока эмоциональное кружение остается в рамках определенной, оптимальной для каждого конкретного случая меры, оно служит сплочению и мобилизации и способствует усилению интегральной эффективности группы (психологи называют это *фасцинацией*). Но, превысив оптимальную меру, этот фактор оборачивается противоположными эффектами. Группа вырождается в толпу, которая становится все менее управляемой при помощи нормативных механизмов и вместе с тем все легче подверженной иррациональным манипуляциям.

Вот как описывает очевидец (В.М. Зензинов) душевное состояние петроградцев в дни, непосредственно предшествовавшие массовым беспорядкам февраля 1917 года.

«Все возбуждены, взволнованы, но не напуганы. Чувствую у себя и у прохожих, что мы все переживаем одно и то же — и это нас соединяет. Это состояние я чувствовал в течение нескольких дней и не могу определить его иначе, как ощущение какого-то общего братства. Как будто пали обычные перегородки, отделяющие людей — положением, состоянием, культурой, люди объединились и готовы помочь друг другу — в большом и малом; быть может, то было ощущение общего риска, которое соединяло всех. Случайные встречные разговаривали друг с другом, как давнишние приятели — дружески, доброжелательно, готовые прийти друг другу на помощь, если это даже связано с риском для жизни, о чем, вероятно, в ту пору никто не давал себе отчета. Это ощущение **братства** было очень острым и вполне определенным... То было воистину ощущение общего народного праздника».

Заметим, что двумя с половиной годами ранее, в августе 1914 года, едва ли не те же люди испытывали похожее состояние фасцинации. Но тогда массу объединял монархический восторг, а поводом для него послужило начало Первой мировой войны. Фотокадры донесли до нас счастливо возбужденные лица стихийных манифестантов на улицах Петрограда, Берлина, Вены и Парижа, приветствовавших объявление войны правительствами своих стран...

И последнее. Вероятность возникновения циркулярной реакции возрастает в периоды социальной напряженности. Логично было бы полагать, что напряженность, в свою очередь, возникает тогда, когда обстановка объективно становится очень плохой. Однако исследования историков и психологов показывают, что это не всегда так и даже чаще всего не так.

Еще великий французский ученый XIX века А. де Токвиль указал на то, что революционному кризису обычно предшествует длительный период повышения экономических и политических показателей (объем политических свобод, доступ к информации, перспектива вертикальной мобильности и т.д.). Например, уровень жизни французских крестьян и ремесленников перед началом Великой французской революции был самым высоким в Европе; к началу антиколониальной революции в Северной Америке это были самые богатые и хорошо управляемые колонии мира и т.д.

Параллельно росту возможностей растут потребности и ожидания людей. В какой-то момент рост объективных показателей сменяется их относительным снижением (очень часто — вследствие неудачной войны, затянутой правительствами, которые также поддались общей эйфории). На фоне ожиданий, продолжающих по инерции расти, это оборачивается массовой фрустрацией, а та, в свою очередь, агрессивными и (или) паническими настроениями.

Обобщив многообразные сведения, касающиеся предистории революционных ситуаций, американский психолог Дж. Девис вывел интегральный график, который обладает серьезным прогностическим потенциалом. Мы много работали с графиком Девиса, верифицировали его на материале далеких друг от друга стран и регионов, включая Россию различных эпох. Общий вывод довольно парадоксален, но подкреплен большим фактическим материалом. Пока люди живут стабильно плохо (с точки зрения внешнего наблюдателя), они не испытывают болезненной неудовлетворенности, и вероятность внутренних взрывов минимальна. Опасность появляется там, где есть растущие ожидания. Выявлен даже особый социально-психологический синдром Предкризисного человека (*Homo prae-crisimos*), который требует особого внимания со стороны ответственных политических лидеров.

Тот, кого эти вопросы интересуют подробнее, может обратиться к статье Девиса (*Davis J.*) или к моей книге «Цивилизационные кризисы в контексте Универсальной истории» (см. список литературы), а также к приложению 2.

Здесь же вернемся к обстановке, когда возможности превентивной политической стабилизации уже упущены и социальная напряженность налицо. Многие люди переживают сходные эмоциональные состояния при высокой степени неопределенности и думают об одном и том же, охотно группируются, обсуждают волнующую тему, лихорадочно ищут информацию, распространяют слухи – и это чревато взаимной эмоциональной индукцией, переходящей в стихийные формы массового поведения. Опытные политические партии и руководители организуют в такой период дежурство небольших групп агентов, по два-три человека. Разумеется, у них нет никаких опознавательных знаков (наоборот, они должны максимально походить на случайных прохожих, «людей из толпы»), зато есть определенный опыт, знания, интуиция, решительность и, желателен, некоторый минимум актерских способностей, чтобы в нужный момент эффективно вмешаться в ход событий и предотвратить их неблагоприятное развитие.

Как же могут действовать такие агенты? Это мы рассмотрим после того, как ознакомимся с классификацией, а также с основным свойством толпы.

ВИДЫ ТОЛПЫ

Большое количество наблюдений и специальных исследований позволили выделить четыре основных вида толпы с соответствующими подвидами.

Окказиональная толпа (англ. *occasion* – «случайность») – скопление людей, собравшихся поглазеть на неожиданное происшествие (рис. 4). Это самая обыденная из ситуаций стихийного массового поведения, которую доводилось в жизни наблюдать любому взрослому человеку, будь он горожанином или жителем села. Тем не менее, приведу пару иллюстраций. Мои латиноамериканские слушатели любили рассказывать по этому поводу забавный старый анекдот. «В американском городе сидит на скамейке мексиканец с удочкой, хотя поблизости нет никакого водоема, и сосредоточенно “ловит рыбу” на асфальте. Вокруг собираются зеваки, указывают на него пальцами и веселятся. Наконец один из янки спрашивает:

– Эй, чикано (презрительное наименование мексиканцев в США), много рыбы наловил?

– Ни одной, – серьезно отвечает мексиканец, – да мне и не надо. Я не рыбу ловлю, а выигрываю пари.

– ???

– Мы с земляками поспорили, где больше дураков, в Мексике или в Штатах. Провели эксперимент дома, а теперь проводим здесь. Вон на той скамейке сидят ребята и вас пересчитывают...»

А один из маленьких шедевров выдающегося американского юмориста О' Генри так и называется – «Комедия любопытства». Персонажи новеллы – юноша и девушка, представители бесчисленного племени уличных зевак, более всего на свете обожающих созерцать чье-то несчастье. «Эти фанатики любопытства, словно мухи, целым роем слетаются на место всякого необычайного происшествия и, затаив дыхание, проталкиваются как можно ближе», – отмечает писатель.

Познакомившись в одной из таких толп и понравившись друг другу, молодые люди решили пожениться. В час свадьбы около церкви скопилась очередная толпа любопытных, но героев торжества на месте не было. Потом выяснилось, что и у жениха, и у невесты в самый неподходящий момент сработали условные рефлексy: узрев толпу, каждый из них привычно бросился в гущу, расталкивая окружающих, чтобы пробиться в первые ряды. В итоге свадебные наряды и прически были изрядно попорчены, под глазом у невесты появился синяк – короче, мероприятие пришлось отменить.



Рис. 4. Картина Василия Сурикова «Боярыня Морозова». Вокруг саней собралась *оказиональная* толпа

По данным кросс-культурных исследований, склонность к образованию окказиональных толп зависит не только от текущей социально-политической ситуации, но и от целого ряда исторических факторов, среди которых – степень укорененности урбанистической культуры. Я был ребенком, когда после Московского фестиваля молодежи и студентов (1957 год) начал приподниматься «железный занавес»; на улицах нестоличных советских городов появились первые «живые» иностранцы, каковых старшие не видели со времен войны, а дети знали об их существовании только из книжек. Иностранца тогда можно было легко отличить от наших соотечественников по одежде, но особой популярностью пользовались негры.

Мне отчетливо запомнились сценки из жизни тех лет. Идет по улице темнокожий парень, а за ним – толпа взрослых и детей. Все очень доброжелательно настроены, кто-то предлагает ему в подарок значок, кто-то просит на память иностранную монетку, кто-то желает вместе сфотографироваться. Объект внимания все более раздражается и постепенно начинает звереть (а вы представьте себя на его месте!), что-то говорит на непонятном языке, но по всему видно, что он сильно раздражен. Окружающие недоумевают, чем же не угодили зарубежному другу, потом слышатся разочарованные комментарии типа: «Какие же они все гордые (злые, заносчивые)...»

Нечто подобное можно встретить и в художественной литературе тех лет. Случившаяся с человеком неприятность привлекает прохожих, которые ничуть не стесняются собраться вокруг и громко выражать сочувственное любопытство.

Как всегда, наши достоинства суть продолжение наших недостатков, и наоборот. С развитием урбанистической культуры изменяются ценности и нормы поведения, люди становятся зацикленными на индивидуальных проблемах, менее отзывчивыми и вместе с тем менее навязчивыми. В 60-е годы дефилирование по улицам Лондона полностью обнаженных девиц не вызывало особого ажиотажа, а в Анкаре появление нескольких иностранок в мини-юбках стало событием чуть ли не политического значения (о чем я далее расскажу).

Конвенциональная толпа (англ. *convention* – «условность») собирается по поводу заранее объявленного события: петушиные или собачьи бои, боксерский или футбольный матч, митинг, концерт рок-группы и т.д. и т. п. Здесь уже преобладает направленный интерес, и люди до поры (пока толпа сохраняет качество конвенциональности) готовы следовать определенным условностям (конвенциям).

Сразу отмечу, что не следует путать конвенциональную толпу с *публикой*, собравшейся в драматическом, оперном театре, в консерватории и т.п. Терминологическое различие вызвано, конечно, не тем, что психологи любят классическую музыку больше, чем рок, – оно важно по существу и в функциональном отношении.

На концерт, скажем, симфонического оркестра и рока люди приходят с разными установками, различны сценарии вероятного развития событий, и организаторы по-разному к ним готовятся.

Конечно, если во время симфонического концерта в здании начнется сильный пожар или взорвется заложенная бомба, может возникнуть массовая паника. Иная форма паники – не мятущаяся толпа, а массовый паралич воли – может произойти в театре, захваченном во время спектакля вооруженными террористами. Но такая вероятность обычно невелика, и свести ее к нулю – задача пожарной и охранной служб. (Тем не менее, на судьбу заложников и в этом случае может повлиять присутствие в зале хотя бы двух-трех человек, знакомых с механизмами поведения толпы и сохранивших самообладание. После трагических событий октября 2002 года на спектакле «Норд-Ост» мы со студентами специально обсуждали возможные действия в ситуации, когда сотни граждан внезапно оказались заложниками большой группы террористов, вооруженных до зубов и заминировавших здание. Читателю лекций предлагается самостоятельно подумать об этом по завершении чтения.)

В отличие от организаторов «солидных» мероприятий, организаторы рок-концерта обязаны учитывать, что заведомо имеют дело с толпой, которая формируется как конвенциональная, но в силу общего свойства толпы как таковой (см. далее) непременно примет другие формы. Они должны уметь это прогнозировать и владеть адекватными приемами воздействия, чтобы ситуация не вышла из-под контроля (рис. 5, 6).



Рис. 5. Митинг на Красной площади Москвы. *Конвенциональная* толпа: люди собрались в определенном месте в заранее объявленное время. Фото корреспондента АПН В.Ю. Вяткина



Рис. 6. Митинг на Манежной площади Москвы. *Конвенциональная* толпа превращается в *экспрессивную*. Фото корреспондента АПН В.Ю. Вяткина

Экспрессивная толпа (от англ. *expression* – выражение), ритмически выражающая ту или иную эмоцию: радость, энтузиазм, возмущение и т.д. Как видим, спектр эмоциональных доминант здесь очень широк, а главная отличительная черта – ритмичность выражения.

Легко догадаться, что речь идет о людях, скандирующих лозунг на митинге или манифестации, громко поддерживающих любимую команду или клеймящих судью на стадионе, танцующих на карнавале и т.д. В ряде случаев процесс ритмического выражения эмоций может принять особенно интенсивную форму, и тогда возникает особый феномен массового экстаза (рис. 7, 8).



Рис. 7. Болельщики на трибунах стадиона во время футбольного матча. *Экспрессивная толпа.*
Фото корреспондента РИА – «Новости» В.Ю. Вяткина



Рис. 8. *Экспрессивная толпа* болельщиков по окончании матча. Страсти продолжают накаляться.
Фото корреспондента РИА – «Новости» В.Ю. Вяткина

Экстатическая толпа (от англ. *ecstasy* – экстаз) – экстремальная форма экспрессивной толпы. В экстазе люди самозабвенно истязают себя цепями на религиозном шиитском празднике «шахсей-вахсей», доводят себя до невменяемости под нарастающий ритм неистового моления в секте трясун или в танце на бразильском карнавале, рвут на себе одежду в ритме рока... Смертоносная пляска Святого Витта в Италии XIV века (см. выше) – из того же ряда.

Действующая (active) толпа – политически наиболее значимый и опасный вид стихийного поведения. В ее рамках, в свою очередь, можно выделить несколько подвидов.

Агрессивная (aggressive) толпа, эмоциональная доминанта которой (ярость, злоба), равно как направленность действий, прозрачно выражены в названии (рис. 9, 10).



Рис. 9. *Экспрессивная толпа, превращающаяся в агрессивную.* Фото корреспондента РИА – «Новости» В.Ю. Вяткина



Рис. 10. Июнь 2002 года: беспорядки на Манежной площади Москвы по окончании телерепортажа о матче сборных команд России и Японии на чемпионате мира по футболу. (Российская сборная проиграла.) *Агрессивная толпа. Отчетливо различимо активное ядро, переходящее в «сочувствующую» периферию.* Фото агентства А. П.

Паническая (panic; saving) толпа объята ужасом, стремлением каждого избежать реальной или воображаемой опасности. Далее мы убедимся, что паническое поведение не только не является обычно спасительным, но и очень часто становится более опасным фактором, чем то, что ее спровоцировало (рис. 11).



Рис. 11. Картина Карла Брюллова «Последний день Помпеи». *Массовая паника*

Стяжательная (greedy) толпа — люди, вступившие в неорганизованный конфликт за обладание некоторой ценностью. Этот термин, в отличие от предыдущих, требует пояснений. Доминирующей эмоцией здесь обычно становится жадность, жажда обладания, к которой иногда примешивается страх. Стяжательную толпу подчас образуют брокеры, когда на бирже пронесся слух о том, что какие-то акции быстро растут в цене. В советских городах, особенно провинциальных, возникали такие толпы («Дают!»), когда на прилавок «выбрасывали» дефицитный товар. В парламентах наблюдается нечто подобное, когда депутаты с боем прорываются к трибуне, дабы высказать очередную высокоумную банальность.

Однако слово «стяжательная» (жадная) не всегда следует понимать буквально. Это может быть толпа голодных людей, которым доставили продовольствие, но не организовали четкое распределение. Или жителей отдаленного района, которые утром спешат на работу при недостаточном обеспечении автобусного маршрута машинами. Или потенциальных пассажиров отъезжающей электрички, в которой явно не хватит мест, и т.д. (рис. 12).



Рис. 12. Югославия, 1989 год. Быстро растущие цены на продовольствие превратили очередь за дешевыми сортами хлеба в *стяжательную толпу*: покупатели буквально сражаются за доступ к прилавку.

Фото корреспондента ТАМЮГ С. Живуловича

Повстанческая (rebellious) толпа по ряду признаков сходна с агрессивной (преобладает чувство злости), но отличается от нее социально справедливым характером возмущения. Это также требует пояснений, поскольку понятие «социальная справедливость» выглядит здесь произвольным и не укладывающимся в операциональную схему. В действительности, однако, дифференциация повстанческой и агрессивной толпы столь же функционально полезна, как дифференциация конвенциональной толпы и публики (рис. 13).



Рис. 13. Картина Эжена Делакруа «Свобода на баррикадах» – хрестоматийное изображение *повстанческой толпы*

Дело в том, что толпа справедливо возмущенных людей даже внешне выглядит иначе, чем «классическая» агрессивная толпа. А главное, она обладает несколько иными качествами. При наличии активного сознательного звена в нее может быть внесено организационное начало, и тогда повстанческая толпа превращается в сплоченную группу (в противном случае она может выродиться в более примитивную форму толпы). Хрестоматийным примером часто служит восстание на броненосце «Потемкин» в 1905 году, но можно обратиться и к более свежим примерам. Кому приходилось наблюдать стихийный протест, забастовки, митинги в рабочих коллективах (в частности, забастовки шахтеров в России 1998 года), мог заметить, что они чаще всего не выливаются в массовые драки, погромы и прочие разрушительные действия. Профсоюзные комитеты выделяют ответственных лидеров, которым удается внести сознательную организацию в действия массы...

ОСНОВНОЕ СВОЙСТВО ТОЛПЫ

Особое внимание обратим на то, что приведенная классификация весьма условна. В практическом плане наиболее важное свойство толпы – *превращаемость*: коль скоро толпа образовалась, она способна сравнительно легко превращаться из одного вида (подвида) в другой.

Превращения могут происходить спонтанно, т.е. без чьего-либо сознательного намерения, но могут быть спровоцированы умышленно. На использовании свойства превращаемости и строятся по большей части приемы манипуляции толпой с теми или иными целями.

Самый элементарный пример спонтанных превращений вспомнит всякий, кто бывал на футбольном матче. С началом игры конвенциональная толпа превращается в экспрессивную, и важнейшая задача организаторов – принять все необходимые меры, чтобы по ходу дела или по окончании матча предотвратить ее превращение в агрессивную, в стяжательную (когда тысячи возбужденных болельщиков одновременно устремляются к единственному выходу) или в паническую (спровоцированную дракой, пожаром, стрельбой и т.д.).

В 1982 году в «Лужниках» популярная московская команда встречалась с зарубежным клубом. Результат был очень важен, но игра протекала вяло. Зрители теряли интерес и, главное, надежду на то, что решающий гол их любимцами будет забит. Уже за 15–20 минут до конца люди начали покидать трибуны, некоторые успели выйти за ворота, другие находились на пути к выходу. И вдруг, на последней минуте матча, долгожданный гол был-таки забит, вызвав бурную реакцию болельщиков. Успевшие покинуть стадион бросились обратно, чтобы принять участие в общем ликовании, и столкнулись в узком проходе с теми, кто под давлением задних рядов по инерции продолжал двигаться к выходу. Это обернулось трагедией: десятки людей были задавлены насмерть...

В 1974 году на другом, на сей раз крытом, стадионе превращения происходили по несколько иному, но столь же трагическому сценарию. Шел товарищеский матч по хоккею между сборными молодежными командами СССР и Канады, причем один сектор на трибуне был полностью предоставлен канадским туристам. Советские и канадские болельщики реагировали дружелюбно, обменивались между собой веселыми и громкими, но односложными (проблема языка) комментариями.

Когда встреча уже приближалась к концу, из канадского сектора к советским секторам полетели красивые упаковки жвачки. Надо сказать, что жвачка, в то время считавшаяся атрибутом «буржуазного образа жизни», в нашей стране не производилась и не продавалась. Хотя москвичи уже хорошо знали о существовании этой «развращающей» продукции, кое-кому удавалось привезти по несколько брикетов из зарубежной командировки, выпросить у иностранца или подпольно купить у фарцовщика, а для детей это был самый желанный и труднодоступный подарок.

Канадцы наверняка знали о высокой ценности дешевой жвачки для советских обывателей. Были их действия жестом дружелюбия или намеренной провокацией, осталось неясным (да, похоже, никто и не пытался это выяснить). Но последовавшие события оказались позорными и страшными.

Наши болельщики, забыв о хоккее, устроили кучу-малу в отчаянной борьбе за каждый долетевший до них брикет. Тут же над головами канадцев засверкали фотовспышки (снимки русских дикарей «за железным занавесом», отчаянно сражающихся за упаковки жвачки, обошли потом западные газеты). Администраторы стадиона, в ужасе от происходящего, не нашли ничего лучшего, как полностью отключить освещение в зале. Испуг от внезапной кромешной тьмы стал импульсом для превращения стяжательной толпы в паническую. В возникшей давке погибли люди, многие получили увечья...

Такой сценарий превращений толпы (конвенциональная – экспрессивная – стяжательная – паническая) вообще очень типичен. Вспомним два хрестоматийных примера из российской истории.

18 мая 1896 года, в день коронации Николая II, на Ходынском поле (в районе нынешнего Ленинградского проспекта Москвы) собралось более 500 000 человек, что значительно превысило вместимость площади. Устроители же народного гуляния не удосужились принять подходящих мер по предотвращению давки.

Люди были празднично настроены; их побудили прийти к назначенному месту не только желание приобщиться к знаменательному событию и участвовать в общем веселье, но и надежда на получение царских подарков. И всего-то раздавали по пакету пряников и по кружке с вензелем. Но толпа есть толпа, в ней все чувства обострены и «сладкое слово “халява”» тоже звучит с особенной притягательностью. Чей-то крик: «Подарков всем не хватит!» – стал сигналом к превращению толпы из конвенциональной в стяжательную.

Вскоре усилившаяся давка заставила почувствовать неладное. Кто-то попытался остановить опасный процесс, задев «Спаси, Господи, люди твоя». Песня была подхвачена, но, вероятно, ее ритм оказался не вполне адекватен ситуации (см. далее). Во всяком случае, коллективное пение лишь на время замедлило давление, продолжавшее по инерции усиливаться. Обезумевшие от страха люди топтали попадавших под ноги, теряли сознание и гибли в тесноте.

Только по официальным данным, в панике погибли 1389 человек и 1300 получили увечья. Современники называли и гораздо большие цифры...

В марте 1953 года, в день похорон И.В. Сталина, пряников не раздавали. На сей раз мотивом смертоносной давки послужило страстное стремление лицезреть скончавшегося кумира. Однако схема развития событий оказалась аналогичной, и мы, вероятно, никогда уже не узнаем, сколько тысяч москвичей погибли в той давке...

Еще один характерный сценарий иллюстрирует эпизод, описанный американскими психологами. В 20-х годах XX века в парке небольшого города было обнаружено тело четырнадцатилетней белой девочки, перед смертью зверски изнасилованной. Слух о страшной находке быстро распространился по городу, и в парке стала собираться толпа. Первоначальное любопытство переходило в возмущение, а строившиеся догадки переросли в новый слух: «Преступники – негры!» Стихийно возникшая манифестация двинулась к зданию мэрии под аккомпанемент расистских лозунгов и требований к городским властям. По дороге встретились два молодых негра, и манифестанты стали грубо их оскорблять. Один из парней посмел огрызнуться – и экспрессивная толпа быстро превратилась в агрессивную: произошел суд Линча. На следующий день выяснилось, что девочку убили белые преступники, бежавшие из тюрьмы. Наверное, кому-то из участников самосуда стало стыдно, но это уже другая история...

А на рисунке датского карикатуриста Х. Бидструпа с юмором показано, как экстагическая толпа фанаток с прекращением ритмического музыкального сопровождения превращается в стяжательную (рис. 14).



Рис. 14. *Экстатическая толпа превращается в стяжательную*

Я привел несколько из бесчисленного множества примеров того, как превращения толпы происходят спонтанно, без чьего-либо предварительного умысла. Но здесь стоит повторить: на свойстве превращаемости построены приемы управления и манипуляции поведением толпы.

ПРИЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ И МАНИПУЛЯЦИИ

Переходя к этому пункту, полезно еще раз напомнить, о каком предмете идет речь и чем отличается собственно толпа от группы. Потому что, применив неадекватные объекту и ситуации приемы, мы рискуем серьезными неприятностями, а подчас человеческими жизнями.

Судя по сохранившимся свидетельствам, Бастилию в Париже (1789 год) штурмовала типичная толпа, последовательно превращавшаяся из конвенциональной (частично окказиональной) в экспрессивную, а затем в агрессивную (возможно, повстанческую). Там в принципе можно было бы удержать события под контролем, применив специальные технологические приемы.

Но, вероятно, ни один из обсуждаемых далее приемов не дал бы желаемого эффекта в октябре 1917 года в Петрограде, поскольку штурм Зимнего дворца осуществлялся не толпой, а организованными отрядами красных боевиков. Они действовали планомерно и продуманно: группами по два-три человека проникали в здание, сдавались растерявшимся юнкерам и, постепенно накапливая численное превосходство, овладевали положением; поддерживался регулярный контакт между бойцами, находящимися внутри и вне дворца. Похоже, лишь затем, опьяненные успехом, они стали проявлять признаки стяжательной толпы. Но это обычная история: недаром с давних пор воинам, взявшим с бою город, командиры давали три дня «на расслабление».

Сказанное относится, конечно, и к не столь исторически масштабным событиям. Скажем, футбольные хулиганы на Манежной площади летом 2002 года представляли собой толпу, которая претерпевала

последовательные превращения и, в конце концов, из-за некомпетентной организации массового мероприятия, начала бить, крушить и громить. А вот скинхедов, устроивших годом ранее погром на рынке, напрасно называли толпой – это была группа боевиков с заранее разработанным планом действий, командованием и внутренней дисциплиной. Соответственно в том и в другом случаях требовались совершенно различные меры и приемы воздействия.

В той мере, в какой мы ограничили предметное поле, возможно обсуждать способы управления. Различают приемы воздействия на толпу извне и изнутри. Чтобы в них разобраться, полезно обратить внимание на еще один специфический феномен, который называют *географией толпы*.

Ранее отмечалось, что толпа как таковая не обладает позиционно-ролевой структурой и что в процессе эмоционального кружения она гомогенизируется. Вместе с тем в толпе часто образуется свой параметр пространственной и эмоциональной неоднородности, связанный с неравномерной интенсивностью циркулярной реакции. География толпы (особенно отчетливо фиксируемая при фотосъемке сверху) определяется различием между более плотным *ядром* и разреженной *периферией*. В ядре аккумулируется эффект эмоционального кружения, и оказавшийся там сильнее испытывает его влияние (рис. 15).



Рис. 15. 1990 год, митинг на Манежной площади. *География толпы*: сверху ясно различимы плотные скопления (*ядра*) и разреженная *периферия*.

Фото корреспондента РИА – «Новости» В.Ю. Вяткина

Например, типичная картина массовых погромов такова. Непосредственными насильниками и убийцами оказывается сравнительно небольшая часть индивидов, составлявших толпу. Другие их активно поддерживают (поощрительными выкриками, улюлюканьем и т.д.), еще больше людей поддерживают пассивно, а на самой периферии – досужие зеваки; там уже обнаруживаются, скорее, свойства окказиональной толпы (см. рис. 10). Но вся эта масса придает ядру силу мотивации, дополненную ощущением анонимности и безнаказанности...

Поэтому психологическое воздействие на толпу *извне* мы обычно рекомендуем нацеливать на периферию, внимание которой легче переключается. Для воздействия же *изнутри* агентам чаще рекомендуется проникнуть в ядро, где гипертрофированна внушаемость и реактивность.

Чтобы конкретные примеры были понятнее, сразу сделаю существенную оговорку. Стихийное массовое поведение часто сопряжено с серьезными неприятностями, и в ряде случаев приходится выбирать «меньшее из зол». Какое же именно из зол считать меньшим – это, конечно, зависит от системы ценностей, политических целей и моральных качеств той группы, которая осуществляет воздействие.

Само собой разумеется, что цели могут быть деструктивными, а последующая оценка действий в решающей мере определяется идеологическими установками. Сколько лет нам доказывали, что погромы усадеб, разрушение церквей, убийство попов, а затем и кулаков-мироедов, грабеж имущества (В.И. Ленин: «Грабь награбленное») – все это суть пробуждение революционного правосознания угнетенных классов. А с другой стороны, кто знает, сколько бы еще продержалось крепостное право в России, если бы в 50-х годах XIX века по стране не загуляли крестьянские бунты с «красными петухами» (поджогами дворянских домов) и прочими безобразиями...

Далее мы, конечно, не сможем полностью отказаться от оценочных суждений, но главным образом внимание будет сконцентрировано на технологиях. Начну с приемов управления толпой изнутри.

Так, два-три агента, проникнув в ядро агрессивной (или готовой превратиться в агрессивную) толпы, имитируют испуг и распускают слухи: «Они идут! У них оружие!» Иногда эти действия дополняются выстрелами или похожими на них звуками, которые производят за углом невидимые единомышленники агентов. Под влиянием таких стимулов вместо массовой агрессии возникает массовая паника, что в конкретных случаях все-таки «менее плохо».

Еще один вариант: внимание агрессивной толпы переносится на нейтральный объект. В таком случае либо жертвой насилия становится не тот, на кого ярость была первоначально направлена (один из самых подлых приемов

политики вообще и манипуляции толпой в частности; хотя иногда жертвой может стать сам провокатор насилия), либо толпа из агрессивной превращается в стяжательную, что с точки зрения социальных последствий опять-таки «менее плохо».

В романе А.Н. Толстого «Хождение по мукам» есть такой эпизод. Командир боевого отряда по фамилии Сорокин вызвал яростное возмущение бойцов своими сомнительными действиями. Оказавшись перед агрессивно настроенной толпой подчиненных и будучи не в силах бежать или защищаться, он мгновенно сориентировался в ситуации, выбрал в толпе самое злобное лицо, указал на него пальцем и громко закричал: «Вот враг!» – и толпа набросилась на другую жертву. Сам Сорокин из объекта агрессии превратился в лидера агрессивной толпы...

В 70-е годы в странах «Третьего мира» несколько раз использовался такой ход. Агрессивная толпа, возбужденная деятелями правого (фашистского, националистического или клерикального) толка, направлялась громить левые организации и избивать их членов, продавшихся русскому большевизму (мировому сионизму и т.д.). Когда на пути следования толпы попадался роскошный супермаркет или богатый особняк, проникшие в ядро агенты левой партии с криками: «Вон он! Там они!» – бросались туда. За ними следовали остальные, и, оказавшись перед незащищенными богатствами, люди принимались за грабеж. Разумеется, потерпевшие хозяева не вызывали жалости у левых, поскольку это были «буржуи-эксплуататоры», к тому же часто сочувствовавшие погромщикам, а то и участвовавшие в возбуждении массы для реализации своих политических задач. Но и отвергнув такую мотивировку, мы должны признать, что разграбленные магазины и особняки – все же «меньшее зло» по сравнению с избитыми и убитыми людьми...

А вот яркий пример из нашей недавней истории. 21 августа 1991 года стало окончательно ясно, что бездарно организованный путч ГКЧП провалился, и с ним кончилось 74-летнее господство КПСС. После трех дней напряженного ожидания и переживаний наступила безоговорочная победа стихийно вышедших на улицы граждан над внешне грозной, но духовно уже опустошенной властью.

Но эйфория успеха, усиливаясь по механизму циркулярной реакции, придавала массе все более выраженные свойства толпы. Толпа же, наполняясь новыми элементами и пьянея от неожиданного могущества, вождела новых зримых побед; кое-где уже начала ощущаться жажда крови. На площади Дзержинского (нынешняя Лубянка) сосредоточились тысячи людей, среди которых усиливались призывы к штурму мрачного и ненавистного здания КГБ. Если бы такие призывы воплотились в действие, следовало ожидать очень тяжелых последствий и человеческих жертв.

В решающий момент удалось переориентировать внимание толпы с охраняемого здания на теперь уже беззащитный памятник Ф.Э. Дзержинскому, возвышавшийся в центре площади и многие годы казавшийся ее абсолютно незыблемым символом. При этом были использованы не только неприязнь людей к персонажу, но также давний слух о том, что памятник отлит из чистого золота, выкрашенного сверху густой черной краской. (Якобы таким образом И.В. Сталин спрятал золотой запас страны, «чтобы никто не догадался»; памятник был расположен и надзираем так, что подойти к нему и «постучать» было прежде немыслимо.)

Послали за техникой, необходимой для того, чтобы снять тяжелый памятник, и толпа, в предвкушении грандиозного события, забыла об уже созревавшем намерении штурма. Сорванный с пьедестала памятник оказался не только не золотым, но и вообще не литым, а полым внутри. (Позже он несколько месяцев лежал без присмотра около Центрального дома художника, и маленькие дети ползали по его нутру, и рассеянные мамы с сердитыми комментариями вытаскивали их оттуда, чумазых и довольных...) Но толпа получила незабываемое зрелище. И то, что доминирующее эмоциональное состояние удалось своевременно переключить с ярости на любопытство, спасло не одну человеческую жизнь (рис. 16)...



Рис. 16. 21 августа 1991 года, Москва, площадь Ф.Э. Дзержинского (нынешняя Лубянка). Оперативно объявленные и организованные меры по удалению ненавистного памятника отвлекли толпу от намерения штурмовать здание КГБ. Потенциально *агрессивная* (или *повстанческая*) толпа превращена в *оказиональную*. Опасность для жизни людей устранена.
Фото корреспондента АПН А.В. Полякова

Известно немало случаев, когда более или менее стихийно возникшая толпа служит только прикрытием для преднамеренных действий провокаторов. Так происходило, например, в азербайджанском городе Сумгаите в марте 1988 года. Массовая демонстрация протеста против возможной передачи Нагорного Карабаха в административный состав соседней республики (Армении) была подготовлена и устроена не без участия городских властей, но втайне от самого высшего руководства. Председатель городского Совета, молодой человек, на голову которого потом посыпалось много шишек, принял, в общем, верное решение, возглавив демонстрацию и пытаясь удержать поведение толпы под «цивилизованным» контролем. Однако организаторы преследовали совсем иные цели и заранее подготовились к их осуществлению.

Группы погромщиков (многие из них были одурманены наркотиками) стали отделяться от толпы и врываться в квартиры, где жили армянские семьи, сверяясь с предварительно составленными списками, насиловать и убивать людей под одобрительные возгласы наблюдателей. Парень, которому удалось пережить трехдневную вакханалию геноцида и затем воевать в Нагорном Карабахе, сказал мне поразительную фразу (привожу ее близко к тексту): «Есть кое-что страшнее войны и кое-что ценнее жизни. Страшнее войны – резня. Ценнее жизни – человеческое достоинство». Этот потомственный работяга-жестяжник с вечерним средним образованием никогда не развлекался придумыванием афоризмов. Да и не придумаешь такое в тиши кабинета...

Более разнообразны приемы воздействия на толпу извне. Самый известный из них – опять-таки переключение внимания на другой объект. Повторю, что при этом рекомендуется ориентация прежде всего на периферию. Небольшая автомобильная авария, популярная в данном обществе динамичная игра в исполнении умелых игроков, раздача или дешевая продажа дефицитных товаров и т.д. могут отвлечь значительную часть массы. Тем самым агрессивная, конвенциональная или экспрессивная толпа превращается в одну или несколько *оказиональных* (или *стяжательных*) толп, лишая ядро эмоциональной подпитки.

Приведу очень яркий эпизод, о котором мне рассказали непосредственные участники события, изучавшие впоследствии психологию в Институте общественных наук. Этот случай отчетливо демонстрирует специфику толпы как таковой в отличие от организованной группы.

Запрещенная Коммунистическая партия Турции находилась на полулегальном положении, вызывая сильную неприязнь не только у государственных властей, но также у разного рода националистов, фашистов и религиозных фанатиков. В 1969 году, при очередном всплеске антикоммунистической истерии, толпа фанатиков под барабанный бой и с криками «Аллах акбар!» бросилась на штурм здания, в котором располагался партийный комитет. Завязался бой с применением камней и «молотовских коктейлей» (бутылок с зажигательной смесью). Но силы были неравны, и защитникам здания грозила физическая расправа.

В разгар боя на улице неожиданно появились четыре американские девушки в мини-юбках. Эта новая мода уже распространилась в Англии и в США, но в Анкаре такого еще не видывали. Мои слушатели очень образно демонстрировали, как сначала головы, а потом и туловища штурмующих стали поворачиваться в

сторону волнующего зрелища – и большая часть толпы удалилась вслед за блондинками. На площади осталось несколько десятков человек (ядро), которых удалось быстро рассеять.

Помню, мы так увлеклись обсуждением деталей этого эпизода, что я не сообразил спросить, как дальше развивались события и какова была судьба смелых девушек. Но едва ли им что-либо серьезно угрожало. Полиция, проявлявшая хладнокровие, пока дело касалось жизни политических противников, наверное, повела себя на сей раз бдительнее: ссориться с американцами властям было невыгодно.

Вообще-то эту историю было бы уместнее привести раньше, когда речь шла о спонтанных превращениях толпы – ведь «выход на сцену» мини-юбок совершенно случайно оказался столь своевременным, его никто заранее не планировал. Но я рассказываю о ней здесь, поскольку она очень наглядно демонстрирует потенциальную возможность управления толпой через периферию.

...В 1974 году группа португальских военных совершила переворот, избавив страну от многолетнего правого режима А. Салазара – М. Каэтану. Открылся широкий простор для деятельности левых партий, особенно весьма жесткой и непримиримой партии коммунистов, которые прежде работали в глубоком подполье. Массовые настроения радикализировались, рабочие коллективы бурлили, речи о «социалистической революции» и «диктатуре пролетариата» стали наполняться предметным содержанием. Все это вызвало, с одной стороны, безграничные надежды, а с другой стороны, серьезное беспокойство в стране и за рубежом (напомню, Португалия – член НАТО). Требовались срочные меры поддержки властей, и, среди прочего, проводились интенсивные курсы «повышения квалификации» правоохранительных органов.

И вот картинка с одного бурного митинга бастующих лиссабонских рабочих. Энергичные ораторы «заводят» толпу, которая скандирует самые решительные лозунги, и дальнейший ход событий трудно предсказуем. Митингующие окружены полицейской цепью, но надо по возможности избежать силовых эксцессов. От полицейской цепи отделяется одинокий офицер, держа в руках транзисторный приемник, по которому передают прямой репортаж о матче между популярными футбольными командами «Порту» и «Лисбоа». Через минуту сотни людей, чьи лица только что выражали святой гнев и готовность к самым решительным действиям, окружают офицера с вопросами: «Какой счет? Кто выигрывает?» Еще пара таких очагов – и ораторы тщетно пытаются вернуть внимание собравшихся к своим страстным призывам.

Кстати, здесь использовался отработанный прием противодействия митингам и демонстрациям, пусть даже санкционированным, но не желательным для властей. Поодаль располагаются автомобили с динамиками, по которым передается футбольный репортаж, выступление популярных артистов или что-то еще в том же роде.

Это одна из причин, почему организаторам массового мероприятия консультанты рекомендуют предусмотреть, чтобы оно по времени не совпало с каким-либо другим интересным для народа событием. Рекомендуется также заранее позаботиться о непосредственных нуждах людей в зависимости от погоды: прохладительных напитках, укрытиях от дождя, жары и т.д. В противном случае поведение толпы может стать непредсказуемым, и, скажем, паника с трагическими последствиями возникнет из-за такой мелочи, как внезапно хлынувший ливень.

Кроме того, политические противники, воспользовавшись пустующей «экологической нишей», станут ее по-своему заполнять, отвлекая внимание собравшихся, а в худшем случае, например, вместо прохладительных напитков распространять горячительные и т.д. При разработке сценария важно также внимательно ознакомиться с прогнозом погоды и, если возможно, проконсультироваться с синоптиками.

Образцово в этом отношении был подготовлен митинг в поддержку хозяев телевизионного канала НТВ 31 марта 2001 года.

В сотрудничестве с синоптиками организаторы назначили митинг на самое первое солнечное воскресенье года и на самой людной Пушкинской площади Москвы. На сцену были приглашены популярные актеры и телезвезды. В соседних с Москвой городах и областях была проведена агитация среди студентов и старшеклассников, которым оплачивали поездку в столицу (о том, как это происходило, мне рассказывали школьники в Калуге).

Все это предварялось и сопровождалось сублиминальными методами воздействия на психику. О том, что это такое, мы поговорим в последней лекции. Здесь только напомню, что в левом нижнем углу экрана, независимо от содержания передачи, день и ночь присутствовал логотип: «Поддержим НТВ сегодня», – а перед каждым рекламным блоком на долю секунды высвечивалась надпись: «Благодарим зрителей за поддержку».

В результате тысячи людей специально пришли на митинг, отреагировав на умело проведенную кампанию. Еще большее число гулявших по Тверской улице в распогодившееся воскресенье подошли

поглядеть на известных актеров и шоуменов. Потом одна из телеведущих восторженно рассказывала с экрана: «Пятнадцать тысяч человек, бросив свои дела, пришли на площадь защитить свободу слова в России». А лично меня больше интересует, почему при всех этих PR-овских «заморочках» число собравшихся не оказалось еще большим...

На Пушкинской все было организовано безупречно. А вот за то, что серьезной трагедии не произошло полутора годами ранее, в день 850-летия Москвы, остается благодарить разве что Господа Бога нашего, Всемогущего и Всеблагого. Я имею в виду грандиозное шоу французского музыканта на Смотровой площадке у высотного здания МГУ.

Всю предыдущую неделю велась энергичная агитация; в газетах, по радио и телевидению расписывались уникальные прелести зрелища. Казалось, единственную задачу организаторы видят в том, чтобы нагнать на площадь побольше народу. И они добились своего. Любопытных собралось больше, чем площадь могла вместить, началась давка. При этом информация, транспортные средства, меры протекции конвенциональной толпы и сценарий вывода из нее людей были явно недостаточны. Зрители, простоявшие несколько часов на ногах, затем вынуждены были идти пешком несколько километров.

Те из моих студентов, которые, вопреки предупреждениям, все же пошли на концерт, рассказывали, что над площадью и позже на запруженных улицах «столбом стояли» мат, чертыханья и проклятья. Отрицательные эмоции безусловно перекрыли положительные. Но обозленные люди не догадывались, что счастливо избежали худшей участи. Если бы было показано что-то действительно из ряда вон выходящее, имелась высокая вероятность превращения конвенциональной толпы в стяжательную (многие так ничего и не смогли увидеть), агрессивную или паническую – и последствия были бы гораздо плачевнее...

В 1990 году, на исходе уже обанкротившейся антиалкогольной кампании, в Челябинске разразился «винный бунт»: мужчины, отчаявшиеся раздобыть спиртное, бесчинствовали на улицах, громя магазины. Три дня подряд толпа собиралась в послеобеденные часы и буйствовала до утра. Человеческих жертв, к счастью, еще не было, но, прилетев в город по свежим следам, я застал разбитые витрины и опрокинутые прилавки. И любительский фильм, снятый с крыши дома местным смельчаком, на котором отчетливо просматривались угрожающие контуры ситуации.

Надо сказать, что советская милиция находилась тогда в отчаянном положении. Перестройка разрушила все привычные стереотипы тоталитарного общества, даже у профессиональных юристов смешались представления о том, какие меры пресечения в каких случаях законны, а какие нет; пресса же, впервые на памяти живущих поколений обретя нежданную свободу, принялась наперегонки критиковать все и вся.

Несколькими годами ранее с «хулиганами» быстро бы разобрались хорошо знакомыми методами, а теперь приходилось оглядываться на предсказуемо негативную реакцию журналистов и на непредсказуемую реакцию служебного и партийного начальства. Растерянность, овладевшая умами милиционеров, чекистов и военных, то и дело приводила к параличу власти и разгулу антисоциальных действий.

Челябинские органы правопорядка остро нуждались в оперативном нестандартном решении, и оно было найдено в сотрудничестве с московскими психологами (переговоры велись по телефону). Рекомендация состояла в том, чтобы раздобыть и начать демонстрировать по местному телевидению какой-нибудь захватывающий зарубежный триллер, предваряя и сопровождая его показ интенсивной рекламой.

Сегодняшние студенты с трудом улавливают изюминку такого решения. Для этого надо помнить аскетическое советское телевидение, где самым эротическим зрелищем было фигурное катание, а самым динамичным – футбольный матч внутреннего чемпионата. Но у немногих тогдашних «богачей» уже появились в домах видеомагнитофоны, и сложился подпольный рынок кассет. Милиция, конечно, наперечет знала воротил запрещенного бизнеса, и операция была проведена с необходимой быстротой. На четвертый день после начала опасных событий в городе было широко разрекламировано начало показа необычайного для советских телезрителей многосерийного эротического боевика – и толпа на улице больше не появлялась.

Правоведы могут указать, какие законы и международные соглашения (авторское право, интеллектуальная собственность) были при этом нарушены. Но, думаю, все согласятся: важнее то, что удалось избежать дальнейшего нагнетания процесса, новых разрушений и возможных человеческих жертв...

Еще один комплекс приемов влияния на действующую толпу связан с использованием ритма. Удалось установить, что действующая толпа в отличие от экспрессивной аритмична, и поэтому громкий ритмический звук способствует соответствующему превращению.

В конце 70-х годов советская газета под иронической рубрикой «Их нравы» сообщила о том, что в Южно-Африканской республике изобретен «музыкальный танк». У слушателей из ЮАР я выяснил, что это, действительно, танк, преобразованный специально для борьбы с уличными беспорядками. Вместо пушки у него на вооружении брандспойты, «стреляющие» мощной струей холодной воды, а вместо пулемета –

сильные динамики, «стреляющие» во все стороны громкой ритмической музыкой. Под воздействием звуков люди невольно начинают двигаться в такт, и толпа из агрессивной превращается в экстатическую. Энергия ярости уходит в танец, и это помогает избежать худшего.

Африканское изобретение возникло, конечно, не на пустом месте. Психологи давно изучают удивительное влияние ритма на толпу, и исходным материалом для этого послужила упомянутая выше история с пляской Святого Витта. Считается, что после того, как толпа «поймалась на ритм», ее можно удерживать в экстатическом состоянии сколь угодно долго: пока музыка продолжается, люди, попавшие под ее влияние, не способны по собственной воле избавиться от наваждения (отсюда, вероятно, народные сказки про волшебную гармонию и волшебную флейту). Но при уличных беспорядках доводить людей до полного изнеможения, как правило, нежелательно – у кого-то не выдержит сердце и т.д. – и чаще всего задача состоит в том, чтобы выиграть время.

Уже с 60-х годов американские посольства во многих странах «третьего мира» имели «на вооружении» мощные динамики и музыкальные записи в стиле рок. Это средство используется в тех случаях, когда проходящая около посольства антиамериканская демонстрация превращается в агрессивную толпу. Соответствующую «художественно-музыкальную» подготовку в преддверье массовых уличных демонстраций проводит и охрана роскошных фирм, супермаркетов и салонов. Встречать приближающуюся толпу рекомендуется заранее заготовленными транспарантами с лозунгами, которые резонируют с ее настроением (Свои! Не трогать!) и приятной успокаивающей музыкой. Но при этом иметь наготове записи в ритме рока, которые пускаются в ход в том случае, если провокаторы все же сумеют натравить толпу на «толстосумов»...

Здесь, правда, следует добавить, что противодействие различным видам толпы требует различных ритмов. Как мы видели, превращению агрессивной толпы в экспрессивную (экстатическую) способствует быстрый ритм типа рока, твиста или шейка. На паническую толпу следует воздействовать ритмом иного типа, о чем пойдет речь далее.

В заключение же этой лекции расскажу еще об одном способе противодействия массовой агрессии. Как ранее говорилось, в толпе человек теряет ощущение индивидуальности, чувствует себя безличным и потому свободным от ответственности, накладываемой ролевыми регуляторами. Вдохновляющее чувство вседозволенности и безнаказанности составляет важное условие массовидных действий. Это условие нарушается приемами *деанонимизации*.

Некоторые американские авторы предлагали даже такой прием: в толпе снуют хмурые личности с фотоаппаратами или блокнотами, откровенно фиксирующие самых активных индивидов. На раннем этапе формирования толпы этот прием, вероятно, может кого-то отрезвить и предотвратить экстремистские действия. Тем не менее, я никогда его не рекомендовал, поскольку считаю чересчур опасным для здоровья и жизни агентов.

Но сегодня деанонимизация достигается более безопасными средствами. На крышах окружающих зданий размещаются хорошо заметные камеры и (или) выслаются мобильные группы телерепортеров. Демонстративные действия последних (с проверенными путями ухода от опасности) способствуют возвращению идентичности индивидам в толпе и снижению коллективного эффекта.

В последующих лекциях мы будем возвращаться к обсуждавшимся здесь вопросам и рассмотрим множество дополнительных примеров поведения и превращений толпы.

ВОПРОСЫ К ЛЕКЦИИ 2

1. 1. Что такое «толпа»?
2. 2. Охарактеризуйте основные механизмы формирования толпы. Чем отличается эмоциональное кружение от коммуникации?
3. 3. Перечислите, охарактеризуйте и иллюстрируйте самостоятельными примерами разновидности толпы. В чем состоит ее основное свойство?
4. 4. На чем основано управление поведением толпы и какие вам известны приемы управления?

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. 1. *Вельдер Р.* К вопросу о феномене подсознательной агрессивности // *Общественные науки и современность.* 1993 № 3–4.
2. 2. *Гуггенбуль А.* Зловещее очарование насилия. Профилактика детской агрессивности и жестокости и борьба с ними. СПб., 2000.
3. 3. *Лебон Г.* Психология народов и масс. СПб., 1995.
4. 4. *Лоренц К.* Агрессия (так называемое «зло»). М., 1994.
5. 5. *Миртов Ю.Н.* Беспорядки на стадионе: попытки научного подхода к проблеме // *Теория и практика физической культуры.* 1988. № 2.

6. 6. *Московичи С.* Век толп. М., 1996.
7. 7. *Назаретян А.П.* Агрессия, мораль и кризисы в развитии мировой культуры. М., 1996.
8. 8. *Назаретян А.П.* Цивилизационные кризисы в контексте Универсальной истории. (Синергетика, психология и футурология). М., 2001.
9. 9. *Назаретян А.П.* Психология предкризисного социального развития // Психологический журнал. 2000. Т. 21. № 1.
10. 10. *О' Генри.* Комедия любопытства // О' Генри. Избранные произведения. М., 1991.
11. 11. Революционный невроз / Сост. А.К. Боковиков. М., 1998.
12. 12. *Фрейд З.* «Я» и «Оно». Тбилиси, 1991.
13. 13. *Davis J.* Toward a theory of revolution. In: Studies in social movements. A social psychological perspective. N. Y., 1969.
14. 14. *Smelzer N.H.* Theory of collective behavior. N. Y., 1962.
15. 15. *Toch M.* Collective behavior: crowds and social movements. In: Handbook of social psychology. Vol.4. London, 1968–69.
16. 16. *Turner R.N., Killian L.M.* Collective behavior. New Jersey, 1972.

[в оглавление << >> на следующую страницу](#)

ЛЕКЦИЯ 3.

МАССОВАЯ ПАНИКА: ФАКТОРЫ И МЕХАНИЗМЫ

[Индивидуальная и массовая паника](#)

[Факторы возникновения массовой паники](#)

[Механизмы развития паники](#)

[Предотвращение и ликвидация массовой паники](#)

[Вопросы к лекции 3](#)

[Дополнительная литература](#)

Паника так же стара, как история.

А.С. Прангишвили

В критический момент люди,
не оказавшиеся на высоте положения,
превращают опасность в катастрофу.
Опасность заключается в них самих.

Д. Ллойд-Джордж

Praemonitus praemunitus.
(Предупрежденный – вооружен).

Латинская поговорка

ИНДИВИДУАЛЬНАЯ И МАССОВАЯ ПАНИКА

Согласно приведенной выше классификации, паническая толпа — это подвид действующей толпы (наряду с другими подвидами: агрессивной, стяжательной и повстанческой). Опыт показывает, что это самая опасная из всех разновидностей толпы. По количеству непосредственных человеческих жертв массовая паника обычно далеко превосходит, например, агрессивную толпу, но и по отдаленным последствиям ей не уступает.

Из-за чрезвычайной социальной опасности и значимости массовая паника часто выделяется «в особое производство», и ее изучению уделено наибольшее внимание.

Слово «паника» происходит от имени Пана, греческого бога пастухов. Пастухи часто становились свидетелями того, как вследствие самой незначительной причины, особенно ночью, стада овец или коз, полностью выйдя из-под контроля, бросались в воду, в огонь, или животные одно за другим прыгали в пропасть.

Вот как описал подобные явления знаменитый биолог А. Брем: «Каждый подозрительный шорох заставляет насторожиться все стадо. Молния, гром, ураган, плохая погода лишают его возможности нормального поведения; обезумевшее стадо разбегается по степи, овцы падают в воду, в огонь или же совершенно неподвижно застывают на одном месте. В это время их заносит снегом, заливают дождем, они замерзают, гибнут от голода, но не делают никаких попыток укрыться или найти пищу. Так бессмысленно погибают не одно и не два, а тысячи животных».

Пастухи объясняли это демоническое явление гневом Пана, во всех изображениях которого, даже в живописи Нового времени (*М.А. Врубель* и др.), присутствуют черты, вызывающие страх.

В последующем «полномочия» Пана значительно расширились: он сделался богом войны, которому поклонялась вся Греция. Логическая связь между мирной работой пастуха и военным делом кажется странной, если не вспомнить об особенностях тогдашних сражений по сравнению с войнами Нового времени.

Позднейшее развитие техники обеспечило возможность организованного отступления, когда между отступающими подразделениями и неприятелем сохраняется дистанция и отход с поля боя (с переходом на запасные позиции и т.д.) не обязательно является беспорядочным. В древности же, как указывают военные историки, воины сражались «на расстоянии копья и кинжала». Обычно это завершалось тем, что одна из сторон, не выдержав натиска, бросалась в ужасе бежать, преследуемая и добиваемая торжествующим противником.

По свидетельству Геродота, признание Пана богом войны и придание ему, так сказать, «общенационального» статуса связаны с победой греков в Марафонской битве, когда их врагов персов охватила безумная паника. Известный гонец Фидопос, посланный в Спарту, рассказал, что по дороге ему повстречался сам Пан и поручил спросить афинян, почему они недостаточно ему (Пану) поклоняются, хотя он так милостив к ним и готов помогать в будущем. После успешного окончания войны афиняне воздвигли жертвенник Пану у подножия Акрополя и ежегодно совершали жертвоприношения, сопровождаемые факельными шествиями...

Итак, этимологически термин «паника» предполагает массовый характер явления. Однако в современных языках этот корень улавливается слабо, и, во всяком случае, в психологии принято различать массовую и индивидуальную панику.

Кроме того, массовая паника не обязательно выливается в форму собственно панической толпы. Она может выразиться чувством обреченности и парализацией воли, когда масса людей становится не способна к решительным действиям в критической ситуации, отказывается от поиска самостоятельных решений.

Преобладающее настроение в обществе способно также, не принимая экстремальных форм, обернуться резким ухудшением психического и соматического самочувствия, экономическим спадом, резким снижением средней продолжительности жизни, рождаемости и, как следствие, — депопуляционными процессами.

Так, социолог и врач И.А. Гундаров, сопоставив разнородные статистические данные, очень убедительно показал, что соответствующие явления в России начала 90-х годов вызваны не экономическими, как принято считать, а духовными факторами. Обобщив далее сведения также и по другим странам, он сформулировал «закон духовной детерминации здоровья», помогающий значительно лучше понять многие однобоко трактуемые феномены социальной жизни.

Вероятно, социальные страхи сопровождали всю человеческую историю. Немецкие психологи (*А. Гюттенбуль* и др.) даже относят их наряду с социальной агрессией к числу **антропологических констант**: предметы и источники страха исторически изменяются, но их удельный вес в эмоциональной палитре общественных настроений остается более или менее неизменным.

Мне эта концепция представляется небезосновательной, хотя она требует дальнейших верификационных процедур, уточнений и обсуждений. В частности, в ее рамках получает дополнительное звучание **закон поляризации**, сформулированный П.А. Сорокиным в разгар Второй мировой войны. При периодическом обострении массовых страхов они уравниваются усилением противоположного полюса: социально востребованными становятся оптимистические настроения и ожидания (к этому закону мы вернемся в следующей лекции).

Например, Европа позднего Средневековья, переживавшая длительный экологический кризис, была наводнена реальными катастрофами и иррациональными страхами: люди панически боялись скорого конца света, инородцев, иноверцев, красивых молодых женщин (считавшихся ведьмами) и уродливых старух и т.д. Психологической компенсацией таких настроений стали идеи гуманизма и прогресса, которые именно тогда начали распространяться по Европе, и, наряду с церковной Реформацией, кардинально преобразовали мышление европейцев, подготовив предпосылки для спасительной индустриальной революции.

Панические состояния очень часто бывают вызваны *невротическими* страхами, т.е. такими, которые неадекватны объективной опасности и являются скорее признаками внутреннего неблагополучия. Это обстоятельство настолько характерно, что некоторые авторы так и определяют панику: «ужас, вызванный *кажущейся* опасностью».

Подобные определения, наверное, несколько преувеличены – паника может быть вызвана и вполне реальной угрозой, – но мы далее убедимся, что решающим фактором паники действительно почти всегда становится психическое состояние субъекта (личности, общества, группы или толпы).

С одной стороны, паника может возникнуть безо всякой внешней опасности и в подавляющем большинстве случаев оказывается несоразмерна ей. С другой стороны, никакая внешняя опасность сама по себе недостаточна для возникновения паники. «Даже тогда, когда паника вызывалась беспредельно большой опасностью, – писал А.С. Прангишвили, – психологическая природа переживания ужаса принципиально такова, как и в момент возникновения ее из-за незначительной причины (однако в последнем случае эти особенности даны более выражено), поскольку в конце концов всякая реальная и большая опасность может быть пережита и без паники. Так что сильный ужас, связанный с паникой, и в случае реальной опасности может считаться вторичным явлением».

В самом общем виде можно определить это явление следующим образом:

Паника – это состояние ужаса, сопровождающееся резким ослаблением волевого самоконтроля.

Следствием оказывается либо ступор, либо то, что Э. Кречмер называл «вихрем движения», «гипобулической реакцией», т.е. дезорганизацией планомерных действий. Поведение во внутренне конфликтной ситуации становится *антиволевым*: эволюционно примитивные потребности, прямо или косвенно связанные с физическим самосохранением, подавляют потребности, связанные с личностной самооценкой.

Приведенное определение охватывает все формы коллективной и индивидуальной паники, и многое из сказанного далее также применимо к индивидуальным состояниям наряду с коллективными. Но предмет нашего курса – массовое поведение, поэтому начну с того, что в некоторых, хотя и очень редких случаях паническая толпа складывалась из простой суммы индивидуально перепуганных людей.

Так произошло, например, 30 октября 1938 года в Калифорнии при передаче радиоспектакля по роману Г. Уэллса «Война миров», где, по сюжету, страшные марсиане-кровопийцы, прилетев на Землю, начинают истреблять человечество. Главные события, правда, были перенесены из Англии в Америку. Передача была оформлена таким образом, что у слушателя создавалось впечатление прямого репортажа. Мастерски было спланировано и нагнетание тревоги, упоминалось о том, что панику переживает правительство США, и т.д. В итоге многие приняли спектакль за чистую монету, побросали дома и имущество и выбежали на улицы, образовав многотысячную паническую толпу. Такого «успеха» авторы спектакля не ожидали...

Описанный случай произошел накануне Второй мировой войны, когда общая атмосфера ожидания трагедии распространилась даже до Америки. Это замечание вплотную подводит к следующему пункту нашего обсуждения.

ФАКТОРЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ МАССОВОЙ ПАНИКИ

Удалось выявить четыре комплекса факторов (иначе их называют также условиями, или предпосылками) превращения более или менее организованной группы в паническую толпу.

1. 1. *Социальные факторы* – напряженность в обществе, вызванная происшедшими или ожидаемыми природными, экономическими, политическими бедствиями. Это могут быть землетрясение, наводнение, эпидемия, реальный или мнимый недостаток продовольствия, резкое изменение валютного курса, государственный переворот, начало или неудачный ход войны и т.д. Иногда напряженность обусловлена памятью о трагедии и (или) предчувствием надвигающейся трагедии, приближение которой ощущается по предварительным признакам.

Я не случайно обратил внимание на то, что калифорнийская паника случилась в преддверии мировой войны. Отчасти похожими событиями изобилвала в тот период и жизнь в Западной Европе. Уже после войны в качестве довольно жестокого эксперимента радиоспектакль повторили в Эквадоре и Чили. Там тоже возникли панические толпы, но гораздо меньшего масштаба. Причем в Эквадоре, когда перепугавшиеся люди узнали, что все было «шуткой», паническая толпа превратилась в агрессивную и разгромила радиостанцию.

Мемуары современников переломных исторических событий полны рассказами о панике, возникающей как будто «из ничего» в периоды общей социальной напряженности. Так, французские историки О. Кабанис и Л. Насс в книге «Революционный невроз» приводят множество характерных свидетельств, относящихся к периоду «Великого страха», который объял города и деревни страны в годы Великой французской революции. «Достаточно было какой-нибудь девушке, возвращавшейся вечером с поля, встретить пару незнакомых лиц, чтобы весь приход бросался искать спасения в ближайшем лесу, покидая дома и имущество на произвол судьбы. В ином случае поводом для всеобщего бегства бывал подчас простой столб пыли, поднятый проезжим дилижансом».

Социальное напряжение как предпосылка паники иногда умело используется аферистами. Один индийский политик рассказал мне почти забавный эпизод из своей карьеры. В городке, где он жил и работал, периодически случались наводнения из-за того, что разлившаяся река прорывала искусственную дамбу; это, конечно, каждый раз влекло за собой серьезные неприятности для горожан и порождало нервное состояние. Вскоре после очередного бедствия по городку разнесся слух, будто дамбу опять прорвало. Началась паника: люди, оставив дома, бросились в сторону возвышенной окраины, куда вода обычно не достигала и где как раз находился дом моего будущего собеседника. Узнав о причине страха, он сумел успокоить народ, рассказав, что часом ранее вернулся из той самой точки, где, по слухам, произошел прорыв.

Избавившись от недавнего страха, тысячи людей остановились, многие зашли к хозяину в гости, заполнив дом, двор и пространство вокруг. Завязалась бесконечная индийская беседа о Боге, о душе и ни о чем, а закон восточного гостеприимства не позволял выказать неудовольствие таким вторжением. Наконец, хозяина осенило. «А вы хоть заперли двери, покинув дома? – спросил он. – Нет? А вы представляете, что теперь делают в городе те, кто распустил этот ложный слух?»

Новый слух о том, что в оставленных без присмотра домах орудуют воры, за минуту облетел собравшихся – и вновь возникшая паническая толпа ринулась в обратную сторону.

Мой собеседник не предполагал, что его догадка и рожденный ею слух достоверны. Группу хитроумных воров удалось поймать с поличным, а политик приобрел среди сограждан репутацию очень умного человека. Что весьма пригодились на ближайших выборах...

2. *Физиологические факторы:* усталость, голод, длительная бессонница, алкогольное и наркотическое опьянение снижают уровень индивидуального самоконтроля, что при массовом скоплении людей чревато особенно опасными последствиями.

Так, типичными ошибками при организации митингов, манифестаций и массовых зрелищ становятся затягивание процесса, а также безразличное отношение организаторов к фактам продажи и употребления участниками спиртных напитков. В условиях социального напряжения, жары или холода и т.д. это повышает вероятность паники, равно как и прочих нежелательных превращений толпы.

3. *Общепсихологические факторы* – неожиданность, удивление, испуг, вызванные недостатком информации о возможных опасностях и способах противодействия.

В разгар партизанской войны в Никарагуа (середина 70-х годов) правительственные войска впервые начали применять трассирующие пули. Это было настолько неожиданно и необычно, что в нескольких столкновениях закаленные отряды партизан обращались в паническое бегство. Только после того, как бойцам растолковали механизм действия этого оружия, его достоинства и недостатки, первоначальный психический шок сошел на нет.

Известны случаи, когда паника среди манифестантов возникала из-за того, что многие неверно представляли себе политическую обстановку и статус мероприятия. Например, люди думали, что оно санкционировано властями, и появление полицейских с дубинками оказывалось шокирующей неожиданностью. Или, наоборот, некоторые участники не знали, что акция согласована, и неадекватно реагировали на полицейских. Были эпизоды (далее я об этом расскажу), когда непредвиденные действия малочисленной, но хорошо организованной группы политических врагов вносили смятение и панику в многотысячную демонстрацию.

4. *Социально-психологические и идеологические факторы:* отсутствие ясной и высокозначимой общей цели, эффективных, пользующихся общим доверием лидеров и соответственно низкий уровень групповой сплоченности.

Исследователи массовой паники единодушно подчеркивают преимущественное значение именно этого фактора по сравнению с предыдущими. Любопытной иллюстрацией к сказанному может служить лабораторный эксперимент, в котором использован модифицированный метод гомеостата, хорошо известный социальным психологам.

В большую прозрачную бутылку были на веревках опущены одинаковые конусообразные предметы; другой конец каждой из веревок держали в руках испытуемые. По размеру каждый конус легко проходил через горлышко, но два одновременно пройти не могли. У дна бутылки находилось еще одно отверстие, через которое поступала вода, и уровень ее, естественно, повышался.

Задача испытуемых – вынуть из бутылки сухие конусы, за что они получали по 20 долларов. Но тот, чей конус намочит, был обязан сам уплатить 10 долларов. Таким образом, «опасность» измерялась 30 долларами (получить 20 или уплатить 10). Испытуемые имели возможность заранее договориться о согласованных действиях.

Когда в лабораторию приглашалась сплоченная группа с устоявшейся структурой, взаимным доверием и эффективным руководством, все легко справлялись с задачей. В случайно же собранных

группах (если не находилось умелого лидера) и во внутренне конфликтных коллективах возникали трудности.

Те, кому предстояло действовать последними, нервничали, дергались и непроизвольно мешали первым (психологи называют это идеомоторным рефлексом). Их нервозность передавалась остальным, все суетились, обвиняли друг друга, и вместе с уровнем воды в бутылки рос страх (потерять 30 долларов!). Признаки наступающей паники фиксировались визуально – по возбужденному поведению, возгласам, выражению лиц – и по объективным показателям: у испытуемых повышалось кровяное давление, снижался кожно-гальванический рефлекс...

Этот эксперимент, авторам которого не откажешь в чувстве юмора, демонстрирует, что для возникновения панической дезорганизации в слабо интегрированной группе довольно даже смехотворной опасности. Далее мы еще не раз убедимся, что опасность может быть и вовсе мифической или во всяком случае несопоставимой с той, которая создается самим паническим поведением.

Вместе с тем история войн, революций, опасных научных экспедиций и т.д. дает множество наглядных свидетельств того, как сплоченный коллектив единомышленников способен даже при смертельной опасности и крайнем истощении сил сохранять единство действий, не проявляя симптомов паники. А.С. Прангишвили приводил другой пример. «Специальными исследованиями показано, – писал он, – что среди членов пожарной, медицинской команд и других организаций, которым поручается оказание помощи пострадавшим от землетрясения, никогда не имеет место паника».

Объясняя такую стрессоустойчивость, нельзя, конечно, сбрасывать со счета индивидуальные качества спасателей, исследователей или бойцов: тип нервной, эндокринной систем и т.д. Но из литературы, из личного опыта, из опыта моих друзей и многолетних психологических наблюдений мне известно, что люди, стойко переносящие самые жестокие опасности, в отдельности, оказавшись в другой подчас значительно менее травматической ситуации, но без актуализованной установки на мобилизацию и практическое действие, теряют самообладание.

Мы позже вернемся к этому вопросу, но для начала приведу примеры из далекого прошлого. Историки не раз высказывали недоумение по поводу того, что в Варфоломеевскую ночь суровые гугеноты, основа самых боеспособных частей французской армии, позволили парижским бездельникам резать себя, как баранов, не попытавшись организовать, сопротивляться и в большинстве случаев – даже бежать. Психологическая атмосфера резни парализовала их волю, сформировала настроение обреченности и установку жертвы.

Авторы книги «Революционный невроз» рассказывают о странном безволии, проявленном французскими революционерами, прежде смелыми и решительными, – жирондистами, дантонистами, Робеспьером – в ситуациях, когда они вдруг сами становились объектами революционного террора. «Когда перечитываешь страницы истории революции, то кажется, что этими людьми, созданными для борьбы, овладевал внезапно какой-то упадок сил, и как раз в те моменты, когда им нужно было бы удесятериться: с такой удивительной покорностью они бессильно давали вести себя на бойню».

Разве не то же самое происходило со многими большевиками, героями революции и Гражданской войны, в атмосфере общего страха и массовых репрессий, сопровождаемых «всенародным осуждением»?

В такой момент даже сильный человек способен испытать психический ступор, подобно мощному бизону, настигнутому львицей. Это и имел в виду тот, упомянутый в прошлой лекции сумгаитский парень, утверждая, что резня несравненно страшнее войны...

Структура и динамика человеческих потребностей таковы, что люди могут, потеряв волю и достоинство, впасть в животное состояние. И те же люди при появлении высокозначимых целей способны в буквальном смысле стоять насмерть, ложиться под танки и бросаться в огонь. При этом внешняя оценка их поступков в экстремальной ситуации – как героических, преступных или просто глупых – сильно зависит от того, насколько собственные ценности наблюдателя согласуются с ценностными координатами наблюдаемого поступка.

МЕХАНИЗМЫ РАЗВИТИЯ ПАНИКИ

Наблюдения и описания многочисленных эпизодов коллективной паники позволили вычленил некий «усредненный» сценарий.

Шокирующий стимул, очень сильный или повторяющийся, вызывает испуг сначала у одного или нескольких человек. В толпе минимальный порог возбудимости обычно имеют женщины или дети, а в боевой ситуации – молодые и неопытные, не закаленные в сражениях солдаты. Их испуг проявляется криками – односложными фразами («Пожар!» «Танки!») или междометиями – выражением лиц и суетливыми телодвижениями.

Эти люди становятся источником, от которого страх передается остальным. Происходит взаимная индукция и нагнетание эмоционального напряжения через механизм циркулярной реакции. Далее, если не приняты своевременные

меры, масса окончательно деградирует, люди теряют самоконтроль и начинается паническое бегство, которое кажется спасительным, хотя в действительности только усугубляет опасность.

Присутствие в толпе женщин и детей (о приоритетном спасении которых при массовой панике уже никто не думает) плохо еще и потому, что звук высокой частоты — женские или детские крики — в стрессовой ситуации оказывает разрушительное влияние на психику. По той же причине, кстати, для противодействия панике, коллективной или индивидуальной, лучше служит низкий мужской голос, чем высокий женский. Напротив, провокации панического настроения среди неприятеля, вероятно, больше способствует визг атакующей калмыцкой конницы, чем мужественное «Ура!».

Приведу еще ряд дополнительных замечаний, которые вносят коррективы в «усредненный» сценарий.

В очень редких случаях, когда шокирующий стимул необыкновенно силен, массовая паника может возникнуть сразу, без промежуточных стадий. То есть толпа опять-таки, подобно калифорнийскому эпизоду, как бы становится простой суммой напуганных индивидов, но здесь уже срабатывает совсем другой механизм. В этих, редчайших случаях, вопреки определению Прангишвили, паника перестает быть «вторичным» явлением и становится непосредственной, почти механической реакцией на стимул. Судя по описаниям, именно так произошло в Хиросиме среди тех, кто находился неподалеку от места ядерного взрыва, но не были сразу накрыты его волной.

Гораздо типичнее и практически важнее обратная ситуация. Когда люди ожидают какого-то страшного события, средства избежания которого неизвестны, стимулом паники может стать словесное обозначение ожидаемого события. Или какой-либо другой знак, дорисованный воображением до ожидаемого источника страха.

В Первой мировой войне немцы начали применять на западном фронте газы — страшное оружие, против которого оказался бесполезен опыт бывалых солдат и предсмертные мучения от которого превзошли все виденное ранее. Это вызвало чрезвычайную напряженность в англо-французских войсках. Описан ряд фронтовых эпизодов, когда газы не применяли, но кому-то что-то казалось, и испуганный крик: «Газы!» — обращал в бегство целые батальоны.

П.Н. Симанский рассказывает о панике, возникшей из-за того, что один испуганный солдат закричал: «Обозы!», и о том, как истощенная в боях бригада турок подверглась страшной панике, приняв за греческую кавалерию лошадей собственной же артиллерии, возвращавшихся с водопоя.

Один немецкий генерал признался в своих мемуарах, что сам вместе с войсковыми частями и населением, пережил панику, вызванную видом **пленных** русских солдат и распространившуюся глубоко в тыл (это произошло после ожесточенных сражений у Мюленского озера во время Первой мировой войны). А на похоронах жертв бомбежки во французском городе Бреше сильная паника охватила участников процессии, принявших пролетающую птицу за вражеский самолет.

В.М. Бехтерев, ссылаясь на конкретные ситуации, отмечал, что «в театрах или других многолюдных собраниях достаточно кому-нибудь произнести слово “пожар”, чтобы возникла целая эпидемия страха и паники, которая молниеносно охватит все собрание и вызовет тяжелые последствия».

Столь же трагическими, сколь наглядными иллюстрациями ко многим приведенным выше положениям изобилует начало Великой Отечественной войны. Лейтмотивом предвоенной пропаганды служил тезис о том, что Красная Армия будет вести войну только на чужой территории, так как капиталистические государства не посмеют на нас напасть: буржуазные правительства понимают, что их солдаты, дети рабочих и крестьян, повернут оружие против своих классовых врагов. На этом фоне мощное наступление фашистских войск в первые недели произвело настоящий шок.

Весьма эффективными были действия танковой армии немецкого генерала Х. Гудериана. Тактика «гудериановского мешка» состояла в том, что траншеи противника брались в кольцо с последующим полным уничтожением живой силы, и такая перспектива психологически подавляла обороняющихся бойцов. Немцы умело пользовались этим обстоятельством. Были эпизоды, когда они, сняв с мотоциклов глушители, имитировали звук приближающихся танков, что становилось стимулом паники. Это и послужило поводом для создания на фронте так называемых заградотрядов из войск НКВД, которые стреляли с тыла по отступающим без приказа.

(Так мне рассказывали отец и его однополчане. Я умышленно не проверял, насколько их рассказ соответствует официальной историографии: то, как запомнили события их участники, само по себе важно и для психолога, и для историка...)

И последнее замечание, чрезвычайно важное в практическом плане.

Сразу после шокирующего стимула обычно наступает так называемый *психологический момент*. Люди оказываются как бы во взвешенном состоянии («оторопь») и готовы следовать первой реакции. Иногда она оказывается парадоксальной. Например, по фрейдовскому механизму противоположной реакции, человек может от испуга броситься навстречу опасности, и за ним следуют остальные.

Это очень ярко описано в романе А.С. Серафимовича. Казачья конница с саблями наголо неожиданно пошла в ночную атаку на беззащитный обоз, в котором — только женщины, дети, старики и раненые; всех их ждала неминуемая гибель. Люди застыли в оцепенении.

Вдруг «великое молчание, полное глухого топота, пронзил крик матери. Она схватила ребенка, единственное оставшееся дитя, и, зажав его у груди, кинулась навстречу нарастающей в топоте лавине.

– Сме-ерть!.. сме-ерть!.. сме-ерть идет!

Как зараза, это полетело, охватывая десятки тысяч людей:

– Сме-ерть!.. сме-ерть!..

Все, сколько их тут ни было, схватив, что попало под руку, – кто палку, кто охапку сена, кто дугу, кто кафтан, хворостину, раненые – свои костыли, все в иступлении ужаса, мотая этим в воздухе, бросились навстречу своей смерти».

Казаки, не поняв в темноте, что происходит, сами перепугались и бросились наутек.

Такие случаи, конечно, редки и «не делают погоды» в общем массиве ситуаций коллективного страха. Тем не менее, я не случайно подчеркнул особую практическую важность последнего замечания. Дело в том, что психологический момент – самый подходящий момент для перелома ситуации человеком или небольшой, но организованной группой лиц, готовых взять на себя руководство. К этому мы далее вернемся...

ПРЕДОТВРАЩЕНИЕ И ЛИКВИДАЦИЯ МАССОВОЙ ПАНИКИ

Меры по предупреждению массовой паники связаны с учетом ее предпосылок (факторов).

Если речь идет о сформировавшейся группе, нацеленной на работу в стрессовых ситуациях (политической партии или боевом подразделении, научной экспедиции или отряде спасателей и т.д.), то, прежде всего, следует уделять внимание идейной и организационной подготовке к возможным опасностям, обеспечению эффективного руководства и воспитанию лидеров, пользующихся высоким доверием. Повторю, что при отсутствии социально-психологических предпосылок паники, коллектив способен достойно встретить самые суровые испытания.

Но не всегда такая подготовка в принципе возможна, например, при массовых уличных мероприятиях, где участвует множество более или менее случайных людей. В таких ситуациях уже особое значение приобретает учет физиологических и общепсихологических факторов.

Ранее указывалось на типичные ошибки, состоящие в затягивании мероприятий и безразличии к физическому состоянию участников (усталость, алкогольное опьянение и др.). При высокой социальной напряженности, некомфортных климатических условиях или неоднозначном прогнозе синоптиков надо подумать о динамизме митинга или демонстрации, чтобы свести к минимуму утомление людей и связанные с ним неожиданности. Службе охраны рекомендуется препятствовать проникновению в ряды демонстрантов нетрезвых людей и алкогольных напитков, предвидя возможность иррациональных реакций, особенно при вероятных провокациях.

Как отмечалось, желательно избегать совпадения по времени с другими зрелищными событиями в городе (футбольный матч, карнавал и т.д.). В противном случае возможно, с одной стороны, переключение внимания, «перетягивание» значительной части толпы и превращение ее в окказиональную или экспрессивную (но не тогда, когда это запланировано организаторами). С другой стороны, вероятное столкновение толп (например, политическая демонстрация столкнется с возбужденными болельщиками, вышедшими со стадиона) чревато труднопредсказуемыми последствиями.

Важно также предотвратить чрезмерную концентрацию людей, особенно по окончании массового мероприятия, поскольку и это может грозить большими неприятностями. Например, после футбольного матча рекомендуется устроить другие, менее значительные развлечения – состязание бегунов или юных борцов, розыгрыш лотереи, показ мультфильма на электронном табло и т.д., – чтобы задержать часть болельщиков на трибунах.

В 60-е годы рассказывали, как на тбилисском стадионе было объявлено, что тот из зрителей, у кого при себе окажется фотография тещи, будет премирован новеньким автомобилем «Жигули». Говорят, любвеобильного счастливчика так и не нашлось, но заинтригованные зрители не спешили покинуть трибуны. Не знаю, насколько достоверен этот рассказ, однако согласимся, что задумано остроумно. Чрезвычайно важен учет общепсихологического фактора паники: прежде всего, своевременное информирование людей о возможных опасностях и имеющихся способах противодействия. Последнее касается предупреждения как коллективной, так и индивидуальной паники.

О зависимости между эмоцией и информацией философами, психологами и биологами написаны тома, и эта проблема заслуживает особого разговора. Мы коснемся лишь отдельных ее аспектов постольку, поскольку они относятся к теме лекции. Сразу подчеркну, что все сказанное далее имеет отчетливые нейрофизиологические объяснения, но, не будучи специалистом в нейрофизиологии, я ограничусь феноменологической и психологической сторонами дела.

Еще от Экклезиаста люди усвоили, что во многом знании много печали, и кто умножает знание, тот умножает скорбь. Такое же неприятие рационального мышления прошло красной нитью через труды многих религиозных философов. В трактате одного средневекового мыслителя есть такая байка. Философ подходит к группе смеющихся женщин и заявляет: «Если бы вы знали столько, сколько знаю я, ваш плач был бы громче вашего смеха».

Вероятно, этот самодовольный пессимист просто не заметил, что знание всегда преломляется через призму ценностей и психологических установок. Порывшись в памяти, любой из нас обнаружит среди своих знакомых и хмурых дураков, и жизнерадостных мудрецов. Психологам и врачам особенно хорошо известно, сколь многое зависит от коммуникативной задачи и способа подачи информации.

Эмоциональное состояние и поведение человека при опасности в огромной степени определяется субъективным образом ситуации и, главное, представлением о своей роли в ней. Паника может возникнуть тогда, когда ситуация для меня необычна и неожиданна, мне неизвестны способы преодоления опасности, отсутствует план действий, и я вижу себя пассивным **объектом** событий. Но при наличии знания (сколь бы иллюзорно оно ни было) и программы действий (пусть и неадекватной) человек чувствует себя активным **субъектом** – и психологическая ситуация решительно меняется. Образуется другая доминанта, внимание переключается со страха и боли на предметную задачу, в итоге же страх уходит совсем, а болевой порог значительно повышается.

Еще в студенческие годы я познакомился с молодым латиноамериканским революционером, известным героем, перенесшим пытки в тюремных застенках и успевшим проявить у себя на родине чудеса храбрости. В Москве парень простудился, и я отвел его к врачу, а врач прописал горчичники. Узнав о назначении, этот герой-революционер покрылся испариной, весь сжался от страха и наотрез отказался от процедуры, считая ее невыносимо болезненной. Реакция была просто поразительной для двадцатичетырехлетнего мужчины. «А правда, что тебе ломали кисти рук, отбили почки?» – пытались мы его урезонить. – «Да, били меня крепко». – «А как же?..» Но парень был простоватый, к рефлексии не склонный, и, кажется, даже не понял причину нашего недоумения. Поставить ему горчичники медсестра так и не смогла.

Позже, когда я уже профессионально занимался психологией и готовил для подпольщиков специальный учебный курс сопротивления пыткам (во избежание политических недоразумений курс был назван туманно – «Психология воли»), мне пришлось проанализировать большой массив подобных случаев. И убедиться, что мое тогдашнее изумление было только следствием неопытности.

Я стал замечать, как ветеран, имеющий боевые раны, скрывает волнение, отправляясь в зубоветеринарный кабинет.

Как опытные офицеры воздушно-десантных войск вдруг начинают нервничать, оказавшись на парашютной вышке в парке культуры и отдыха. Медсестры с усмешкой рассказывали мне, что всегда держат наготове пузырек с нашатырным спиртом, если предстоит взять кровь из вены у дюжего военного служаки – по их словам, такие хлопаются в обморок гораздо чаще, чем нежные дамочки.

Вспомнил я и свой собственный опыт, особенно спортивный, беседовал с профессиональными спортсменами и спортивными психологами. Волнение боксера перед выходом на ринг против сильного противника сродни волнению теннисиста в аналогичной ситуации. Тот факт, что на ринге я почти наверняка получу чувствительные удары, которые на корте не грозят, не отражается в эмоциональной палитре – внимание сосредоточено совсем на другом. И действительно, боль от полученных ушибов ощущается позже – в раздевалке, под душем, но не в процессе боя.

А на тренировках в фехтовальном зале мы «для закалки» выходили на дорожку без кирасы или нагрудника: на голове стальная маска, на правой руке специальная перчатка, прикрывающая локоть, а туловище почти не защищено. Удары клинком сабли очень болезненны, на теле оставались ушибы, кровоподтеки и долго не заживавшие красные полосы. Но я готов ручаться, что никто, взяв в руку эспадрон, не испытывал страха перед неминуемой болью – того страха, какой мы испытывали при виде бормашинки, шприца или хирургического скальпеля.

Все это примеры из одного ряда. Парашютист перед опасным прыжком, боксер на ринге, опытный солдат в бою и даже революционер в пыточной камере – это все **субъекты деятельности**, решающие предметные задачи с соответствующей направленностью внимания и эмоциональным наполнением (в крайнем случае, ненависть к палачам). Тот же парашютист на вышке (где наличие противовеса и прочих страховок дает полную гарантию физической безопасности), боксер, солдат или революционер в ожидании неприятной медицинской процедуры могут стать совсем другими существами. Они чувствуют себя беспомощными **объектами чужой деятельности**, и это гнетущее ощущение бессубъектности – самодостаточная предпосылка страха и боли.

Я упомянул о боли и еще раз подчеркну, что, вопреки расхожему предрассудку, будто физическая боль есть «чистая» физиология, в действительности это все тот же субъективный образ. Он является элементом совокупного образа мира, и потому болевые ощущения очень существенно зависят от актуализированной картины ситуации.

Во время Второй мировой войны американские врачи заметили, что двое из трех солдат и офицеров, получивших тяжелые телесные ранения и находящихся в полном сознании в госпитале, не жалуются на сильную боль и отказываются от обезболивающих лекарств, избегая привыкания. Гражданские лица с похожими повреждениями вследствие аварии или хирургического вмешательства испытывают гораздо более сильные мучения. Специалист по так называемой психосоматической медицине Д. Бэйкал (*D. Bykal*),

в книге которого подробно изложены эти факты, заключил их довольно парадоксальным на первый взгляд комментарием: военнослужащие «не интерпретируют» ощущения, испытываемые от боевой раны как болевые.

А старый советский солдат рассказал мне, как после очередного боя с удивлением заметил, что порванный сапог весь мокрый, хотя никаких луж вокруг не было. Сняв сапог, он обнаружил, что вся нога в крови. Оказывается, в пылу сражения человек не заметил (!), что его икроножная мышца навывлет пробита осколком.

И последний пример, из довольно неожиданной области, иллюстрирующий зависимость между болью, страхом и информационным образом.

Среди моих слушателей в Институте общественных наук преобладали мужчины, но изредка встречались и женщины. Обсуждая вместе со всеми приемы сопротивления пыткам, они обратили мое внимание на такой факт. К концу 70-х годов в Европе и Америке стала входить в моду «естественность», и среди интеллигентных дам сделалось хорошим тоном отказываться от обезболивающих препаратов при родах: настоящая женщина должна рожать «сама». Широко распространились предродовые психологические консультации, тренинги и пособия для рожениц.

Из пособий я с удивлением узнал, что страшные родовые боли – это особенность женщин, принадлежащих к западной культуре, в которой роды традиционно принято считать мучительным процессом. Женщины других культур (например, китайки) якобы испытывают не боль, а лишь что-то вроде «тягучего чувства». Европейские же дамы настолько зациклены на страхе перед неминуемой болью, что только так «интерпретируют» (опять это странное слово!) любое физическое ощущение.

Человеку, который «никогда не рожал», неловко об этом судить, и я надеюсь на снисходительность читательниц, ибо, как говорится, за что купил, за то и продаю. Но главное здесь – не культурологические экскурсы, а суть тренинговых процедур. Состоят же они в том, чтобы превратить роды в **действие**, когда роженица начинает чувствовать себя не пассивным физиологическим телом, а субъектом деятельности. К ситуации должен быть применен вопрос: «Что делаешь?» – и ответ: «Рожаю!» Когда удастся сменить психологическую установку, с ней изменяются все ощущения и их эмоциональная валентность. И роды превращаются из драматической неизбежности в трудный, но радостный процесс...

Конечно, все сказанное относится и к массовым страхам, и, в частности, к предотвращению массовой паники. Часто организаторы избегают предупреждать о возможных опасностях, ссылаясь на то, что часть участников демонстрации (митинга и т.д.) покинет ее ряды. Но, во-первых, здесь многое зависит от формы подачи информации – с акцентом на угрозах или на способах противодействия. Во-вторых, вопрос в том, стоит ли в погоне за массовостью повышать вероятность последующей паники, подвергая риску психическое состояние, здоровье, а иногда и жизни людей.

Как правило, реальная опасность обратно пропорциональна осведомленности, а точнее, оперативной готовности к ней. Мне на всю жизнь запомнился такой факт.

В 1970 году, когда в Чили проходила очень острая и драматичная избирательная кампания, правые боевики придумали эффективный способ разгрома левых демонстраций. Представьте, многотысячная колонна сторонников Сальвадора Альенде шествует во главе с популярными политическими лидерами. Когда голова колонны минует очередной перекресток, из-за угла выскакивает группа парней, вооруженных дубинками и кастетами, численностью около сорока человек. Они отсекают руководителей («голову») от остальной массы и энергично врзаются в толпу, нанося удары.

Охрана демонстрации не успевает сориентироваться и своевременно вступить в бой, задние ряды не видят и не понимают, что произошло, но им передается испуг первых рядов – и через пять минут тысячи людей, опрокидывая друг друга, бегут врассыпную. (Обходится без жертв благодаря тому, что, слава богу, улица широка и из нее много выходов.)

Но не век коту масленица. После двух или трех провалов левые нашли контригру, и она оказалась на удивление простой. С приближением колонны к каждому перекрестку по бокам выстраивались, сцепившись локтями, ребята из охраны. Или параллельно демонстрантам, сопровождая передние ряды, двигались два длинных грузовика. Можно было придумать и другие приемы, главное обстоятельство состояло в том, что демонстранты были теперь вооружены **знанием** о возможной опасности и психологически готовы ей противостоять.

Только что упомянутая сцепка локтями – одна из хорошо известных мер противодействия паническим настроениям. С одной стороны, ощущение физической близости товарищей повышает психологическую устойчивость. С другой стороны, такая позиция мешает противнику

(провокаторам или полиции) расчленив ряды, после чего растерянность, ощущение беспомощности и паника станут почти неизбежными.

Еще один многократно апробированный прием – коллективное пение хорошо всем известной ритмической песни. В прошлой лекции говорилось о том, что действующая толпа аритмична, и поэтому ритмический звук стимулирует превращение ее в экспрессивную или в данном случае препятствует превращению экспрессивной толпы в действующую (паническую). Но если для блокирования массовой агрессии применяются быстрые ритмы, то фактором противодействия панике служит более медленный размеренный ритм марша или гимна.

Такой ритм может сыграть позитивную роль и после того, как паника уже началась. Во всех случаях, конечно, желательно наличие соответствующей музыки и динамиков, но и при отсутствии таковых не следует отчаиваться.

Вот хрестоматийный случай из предвоенной жизни Европы. В 1938 году на трибунах парижского национального велодрома по окончании соревнования возник небольшой пожар. Сотрудникам удалось быстро локализовать огонь, но уже десять тысяч зрителей слишком энергично двинулись к единственному выходу. Ситуация грозила стать смертельно опасной. По счастливой случайности в толпе оказались двое психологов, которые смогли вовремя сориентироваться и принялись громко скандировать: «Ne-pousse-pas!» (Не-пус-па – Не-тол-кай). Ритм подхватили окружающие, он волной прошел по толпе. Через несколько минут тысячи людей дружно скандировали эту фразу; толпа превратилась в экспрессивную, страх и суета сменились общим задором, и все благополучно покинули трибуны...

В преддверии и на ранней стадии развития паники может быть очень продуктивно использован юмор. Мне известны яркие случаи в разных странах, когда своевременная шутка снимала паническое напряжение, а выступление популярного юмориста решающим образом изменяло настрой массы. Часто это бывает связано с игрой слов и прочими языковыми двусмысленностями, которые трудно пересказывать на другом языке. Поэтому приведу только один пример из недавней российской истории.

20 августа 1991 года в самый напряженный момент у Белого Дома, когда ожидали штурма чуть ли не с участием танков, перед собравшимися «живьем» предстал популярнейший сатирик Геннадий Хазанов. Имитируя голос М.С. Горбачева, еще находившегося в Форосе, он медленно произнес: «Политику нельзя делать грязными трясующимися руками...» Это был парафраз известного мотива, который часто звучал в выступлениях президента СССР (про грязные руки в политике) – он был дополнен упоминанием о трясущихся руках самозванного председателя ГКЧП, показанного по телевидению днем ранее.

Речь Хазанова – «Горбачева» была встречена общим смехом облегчения и бурными аплодисментами. Некоторые из участников события считают тот момент психологически переломным в эпопее неудавшегося переворота...

Обсуждая способы ликвидации возникшей паники, полезно вспомнить о том, что ранее говорилось про *психологический момент*. Известны приемы возвращения этого момента, который, повторю, является наиболее подходящим для начала эффективного руководства.

Например, используется привычное стимулирование. Люди привыкли неподвижно застыть при исполнении национального гимна, и этот условный рефлекс может актуализоваться при громком звуке первых же тактов.

Другой прием – применение более сильного шокового воздействия. Например, выстрел в закрытом помещении способен произвести новую «оторопь», люди на секунду застывают – и становятся доступны для организационных мер. По сути, это аналогично пощечине или какому-либо иному шоковому импульсу, каковым опытный врач снимает истерическое состояние пациента.

Во время боя, в шуме канонады, выстрел едва ли произведет желаемый эффект. Его может заменить внезапная стрельба в упор по своим убегающим солдатам, но я даже не хочу комментировать такую рекомендацию. Из литературы, правда, известны удивительные случаи прекращения паники на поле боя неожиданным приказом.

Командир дивизии увидел, что один из его полков в ужасе побежал от несуществующего противника. Встав на пути убегающих, он громко крикнул: «Стойте! Снимайте сапоги!» Окрик и вправду возымел

действие. Солдаты принялись снимать сапоги, их внимание было переключено с мифической опасности на конкретное действие, после чего удалось привести полк в боеспособное состояние.

Если эта история достоверна (а по-моему, она из числа тех, которые, как говорится, нарочно не придумаешь), то, вероятно, роль шокирующего стимула в нем сыграла смысловая неожиданность действий комдива.

Еще более остроумное решение принял наполеоновский маршал М. Ней. Когда его войска в панике побежали с поля боя, он послал адъютантов передать приказ, что солдаты должны пробежать без остановки ровно 10 километров. По получении такого приказа войска пробежали еще примерно 3 километра, затем остановились, пришли в себя и восстановили боеспособное состояние.

Последний случай чрезвычайно поучителен, психологически интересен и заслуживает специального анализа. Здесь ограничимся коротким комментарием. Антиволевым действиям солдат было неожиданно возвращено субъективное качество произвольной планомерности, и это оказалось фактором отрезвления. Такой прием хорошо применим и во «внештатных» ситуациях мирной жизни.

Разумеется, все эти приемы предполагают наличие людей, не поддавшихся общему состоянию и готовых взять руководство на себя, а если таковых нет, то не о чем и говорить. Поэтому при правильной организации массовых мероприятий кроме службы охраны работает специально подготовленная команда (по-русски, кажется, даже нет специального термина, в Латинской Америке же ее называют *el equipo antipánico* — «противопаниковая команда»). Она находится поодаль от массы, не принимая участия в общих действиях, чтобы избежать эмоционального кружения, и вооружена не дубинками, кастетами и прочими орудиями уличного боя, а музыкальными записями, динамиками и мегафонами. И главное — знаниями, опытом и интуицией, которая есть дочь информации...

...Отставной офицер одной из латиноамериканских спецслужб (а в последующем член революционной партии) изложил мне три полусушительных правила индивидуальной безопасности в толпе, которым его самого обучали инструкторы. Хотя правила предназначены для профессионалов, знакомство с ними может быть полезно всем.

Первое. **Не лезь в толпу бесплатно** (т.е. когда не находишься на работе и не выполняешь задание; в общем случае: держись от толпы подальше).

Второе. **Проникая в толпу, думай, как будешь из нее выбираться** (т.е., не зная броду, не лезь в воду. Еще я вспоминаю анекдот из той поры, когда в автобусах писали: «Не высовываться», а в Одессе водитель обращался к нарушителям: «Высовывай, высовывай, посмотрим, что назад всунешь»...)

Третье. **Оказавшись в толпе случайно, представь, что находишься на работе** (т.е. сосредоточься, не теряй голову, не поддавайся эмоциональному кружению и вспомни о том, чему обучен).

И еще одно, заключительное замечание. В народе говорят: против лома нет приема. На самом деле приемы, конечно, есть и против лома, только не всем они доступны. Коллектив бойцов способен героически выстоять при смертельной опасности, но порог сопротивляемости уличной массы невысок. Все ранее сказанное рассчитано на то, чтобы оптимизировать управляемость ситуации и минимизировать риски. Но далее вопросы технологии уступают место вопросам политического разума и морали: следует ли взывать к помощи массы, если опасность очень велика.

Для таких случаев разработаны приемы «летучей демонстрации». Это уже не масса и тем более не толпа, а организованная и сравнительно немногочисленная (несравнимая с массовой манифестацией) группа единомышленников с четкой ролевой структурой. Она движется по определенному маршруту и в точках особой опасности, по заранее условленному сигналу рассеивается, чтобы вновь сойтись в следующей точке сбора. Такие действия могут быть достаточно эффективны, но они, конечно, не принадлежат сфере стихийного поведения...

ВОПРОСЫ К ЛЕКЦИИ 3

1. индивидуальная паника? 1. Что такое «паника», и каково происхождение этого слова? Как соотносятся массовая и индивидуальная паника?
2. (соответственно, какие — снижают) вероятность возникновения паники? 2. Расскажите о предпосылках массовой паники: какие субъективные условия повышают (соответственно, какие — снижают) вероятность возникновения паники?
3. момент)? 3. Каковы механизмы возникновения массовой паники? Что такое «психологический момент»?
4. возможности, иллюстрируйте сказанное самостоятельными примерами. 4. Какие средства предупреждения и ликвидации массовой паники вы можете указать? По возможности, иллюстрируйте сказанное самостоятельными примерами.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. 1. Бехтерев В.М. Роль внушения в общественной жизни // Бехтерев В.М. Гипноз. Внушение. Телепатия. М., 1994.

2. Гуггенбуль А. Зловещее очарование насилия. Профилактика детской агрессивности и жестокости и борьба с ними. СПб., 2000.
3. Гундаров И.А. Духовное неблагополучие и демографическая катастрофа // Общественные науки и современность. 2001. № 5.
4. Прангишвили А.В. Социальная психология паники в свете понятия установки // Прангишвили А.В. Исследования по психологии установки. Тбилиси, 1967.
5. Революционный невроз / Составитель Боковилов А.К. М., 1998.
6. Серафимович А.С. Железный поток // Библиотека мировой литературы для детей. Т. 26. М., 1979.
7. Симанский П.Н. Паника в войнах. М.; Л., 1929.
8. Сорокин П.А. Долгий путь. Автобиографический роман. Сыктывкар, 1991.
9. Щербатых Ю.В. Психология страха. Популярная энциклопедия. М., 2001.
10. Baker R. Understanding panic attacks and overcoming fear. Oxford, 1995.
11. Bykal D.G. Psychology and medicine. Psychological dimensions of health and illness. N. Y., 1979.

ЛЕКЦИЯ 4–5.

СЛУХИ КАК СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ И КАК ОРУДИЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ БОРЬБЫ

[Феномен слухов и его изучение](#)

[Классификация слухов](#)

[Искажения в процессе циркуляции слухов](#)

[Фундаментальные и сопутствующие факторы возникновению слуха](#)

[Слухоустойчивая среда: профилактика и оперативное устранение слухов](#)

[Вопросы к лекции 4–5](#)

[Дополнительная литература](#)

– Ой, что дется! Вчерась траншею рыли –
Откопали две коньячные струи!
– Говорят, шпионы воду отравили
самогоном,
Ну а хлеб теперь – из рыбной чешуи!

В.С. Высоцкий

Молва – свирель. На ней играет страх,
Догадка, недоверчивость и зависть.

В. Шекспир

Haud semper errat fama
(Молва не всегда ошибается).

Латинская пословица

Нет дыма без огня.

Русская пословица

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^{4[1]} с недостоверностью, ложностью или непроверенностью информации.

Приблизительно так оно и трактуется в обыденном сознании. Впрочем, иногда нечто подобное можно встретить и в специальной литературе.

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 вовлеченность в процесс передачи слухов, социолог (А.Т. Хлопьев) построил на этих самоотчетах свое открытие, которое сам же назвал «социальным парадоксом».

А опытные демагоги умело используют возникающую путаницу 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 развелся-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 ушел от бестактного вопроса, указав на то, что информация о его будущем разводе нигде официально не объявлена, а значит, это еще 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 недели Великой Отечественной войны почтовые отделения по всей стране без разговоров принимали посылки в города, уже оккупированные немцами, чтобы опровергать «вредные слухи». После Чернобыльской катастрофы украинские партийные власти из кожи вон лезли, чтобы разоблачить слухи об опасной радиации. А в августе 1998 года те россияне, которые поверили слухам о грядущей девальвации рубля, оказались в лучшем положении, чем их соседи, внимавшие ежедневным клятвенным заверениям президента (Б.Н. Ельцина) и главы правительства (С.В. Кириенко), что это абсолютно исключено.

К данному вопросу мы еще не раз вернемся. Пока же запомним, что, вопреки расхожему словоупотреблению, 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, все это не слухи. Циркуляция слуха происходит тогда, когда вы сопровождаете оценки, мнения, отношения, планы и доктрины неизвестными собеседнику *сведениями о предмете* – фактами из биографии того самого знакомого, кем-либо прочитанными в журнале, и т.д. Или когда несдержанная подружка разглашает доверенное ей по секрету (и обычно сильно раздутое) признание в том, что вам некто нравится. Наверное, читатель легко догадается (или вспомнит) о том, какое содержание способен приобрести сей простой сюжет через пару дней.

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 из телепередачи, из газетной статьи или из речи на митинге узнал нечто интересное – это уже факт межличностного общения. Аналогично различаются адресованное письмо по обычной или электронной почте от листовки или сайта в Интернете. При межличностном общении начинает действовать целый ряд специфических механизмов, которые мы далее рассмотрим, и которые ярко проявляются при распространении слухов.

Надо ли доказывать, что феномен слухов не только известен с древних времен (вероятно, с тех пор как появились первые города-государства, письменность и официальные документы, слухи выделились в самостоятельную категорию информационных сообщений), но и издавна использовался в целях идеологической и политической борьбы, особенно в войнах.

^{4[1]} Не станем злоупотреблять богатством русского языка и специально различать слухи, сплетни, молву, кривотолки и т.д. Терминологическим для нас останется слово *слух*, а близкие по значению слова будут использоваться лишь в меру стилистического удобства.

Древние рукописи сообщают нам о том, что перед наступлением римских легионов среди потенциальных противников запускались слухи о невиданной храбрости римлян, их неустранимости и неустрашимости.

А 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» – от названия боевой единицы «тма» – 10 000 воинов), 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 только после Первой мировой войны в США и 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 жен рабочих слуха о том, как профсоюзные лидеры наживаются на забастовках, и т.д.

В Германии, где скоро пришли к власти нацисты, исследовательские работы в этой области были засекречены и приобрели гораздо более зловещую направленность. Немецкие войска, а также их союзники активно и подчас весьма эффективно использовали полученные знания и рекомендации на фронтах Второй мировой войны (о чем 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 систематическая 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, Пентагоне и спецподразделениях американской армии. В посольствах работали специалисты, которые внимательно отслеживали 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, государственному строю, 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 прямолинейных методов. Ибо люди не всегда склонны и готовы откровенно делиться своими мнениями и не всегда отчетливо осознают свое настроение и отношение к политическим событиям.

Кроме того, при анкетировании, опросах и т.д. иногда проявляется так называемый **феномен Ла Пьера** – расхождение вербальных и поведенческих установок.

Так, в декабре 1993 года для социологов оказался неприятным сюрпризом триумфальный успех ЛДПР на выборах в Государственную Думу. Еще бы: партия В.В. Жириновского получила более 23% голосов россиян вместо предсказанных 5%! Дело в том, что многие из симпатизировавших этому политику, который пользовался весьма неоднозначной репутацией, полагали «неприличным» признавать это вслух. В итоге же опросы и анкеты давали сильно искаженную картину, а косвенными методами получался более высокий результат (хотя надо признать, что реальный результат превзошел самые смелые предположения).

Поэтому, когда есть возможность, для получения объемной картины параллельно с традиционными социологическими исследованиями на территории выстраивается многоступенчатая Сеть, посредством которой регулярно отслеживаются слухи, «кухонные» разговоры и комментарии, а через них – динамика общественных мнений и настроений. (Техника построения Сети – предмет особого разговора; здесь только отметим, что информация собирается безлично, т.е. безотносительно к конкретным информантам.)

Такой дополнительный мониторинг особенно полезен в преддверии и в процессе избирательной кампании. Опыт показывает, что полученные данные часто согласуются с данными грамотно проведенных анкетных опросов, а при наличии противоречий информация Сети, фокус-групп и прочих сравнительно менее формализованных процедур заслуживает большего доверия, нежели результаты социологических исследований по традиционным методикам. Наконец, Сеть может использоваться и для активного влияния на общественные настроения, о чем будет сказано далее.

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.

КЛАССИФИКАЦИЯ СЛУХОВ

При изучении слухов используются различные основания классификации: длительность жизни слуха, величина и структура аудитории (ее еще называют «вселенной» или «ареалом» слуха) и т.д.

Один сюжет, отвечающий острым актуальным потребностям и настроениям, побуждает массу людей к немедленным действиям, тем самым влияет на ход политических и исторических событий – и остается разве что в писаниях мемуаристов (или вообще уходит в небытие). Другой, затрагивая интересы ограниченной социальной группы, не выходит за ее пределы. Третий, касающийся массовых, но периферийных интересов, надолго сохраняется в народной памяти, превращается в легенду или предание, в элемент национального эпоса. Иногда он может неожиданно заиграть в новых условиях, как это произошло, например, со слухом о «золотом» памятнике Дзержинскому (см. лекцию 2).

Изустно передаваемыми сведениями преимущественно пользовались и средневековые летописцы, в чьих текстах подчас отчетливо заметны следы характерных искажений сюжета (см. далее). Наконец, отдельные слухи, превратившись в предания и мифы, приобрели поистине всемирно-историческое значение.

Так, изучая историю легенды о непорочном зачатии, я с удивлением обнаружил, что слухи о девственницах, рождающих пророков, циркулировали по Ближнему Востоку на протяжении столетий. Еще ученики Заратуштры, обескураженные смертью Учителя прежде наступления ожидавшегося Страшного Суда, пустили в ход версию о том, что Второе Пришествие наступит ровно через три тысячи лет в лице Сына Заратуштры, рожденного невинной Девой. Это произошло как минимум за шестьсот лет до рождения Христа.

Встречаются долгосрочные слухи почти архетипического характера, поразительным образом повторяющиеся в далеких друг от друга странах и культурах. Чаще всего такие слухи-архетипы связаны с покойниками и кладбищами. Например, в небольших городках Закавказья, Поволжья и Латинской Америки я слышал такую историю. Парень в длинном пальто (или демобилизованный солдат в шинели) поспорил с приятелями, что осмелится ночью сходить в одиночку на кладбище и, чтобы ни у кого не оставалось сомнений, прибьет гвоздь к свежей могиле. От волнения бедняга не заметил, как гвоздь пробил полу пальто, а вставая, почувствовал, что покойник его «не отпускает» – и умер от разрыва сердца. Каждый рассказчик уверял, что этот правдоподобный случай произошел именно в его городе...

Некоторые архетипические образы обладают удивительной способностью мимикрировать под самые современные сюжеты. За последние лет двадцать где только мне не рассказывали с гордостью: «Над нашим городом (регионом, страной) – озоновая дыра. У нас самая высокая заболеваемость раком, инфарктом и т.д.» Подобную байку мне доводилось слышать даже от людей настолько малограмотных, что им, казалось бы, и слов таких, как «озон» или «инфаркт» знать неоткуда. Но и они все это слушают, запоминают и с удовольствием распространяют. Вероятно, в повсеместной популярности столь пренебрежительного на первый взгляд сюжета проявляется исконная человеческая потребность пребывать в центре мироздания, в точке, хоть чем-то выделенной в пространстве и времени.

Для политической психологии наиболее важны два классификационных параметра – **экспрессивный и информационный**.

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

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 часто чревата разрушительными последствиями. Именно такой прием 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 ее жителей распространялся слух: «Японцам не хватит бензина даже на 6 месяцев»... Цель состояла в том, чтобы вызвать разочарование по поводу несбывшихся надежд, связанные с ним 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 немецким лазутчикам оставалось только придать им нужную направленность. «Наши (польские) войска давят на всех фронтах, уже приближаются к Кенигсбергу; 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, конечно, 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...

В послевоенной истории самый впечатляющий пример эффективного использования слухов-желаний связан с чилийским переворотом осенью 1973 года.

Можно без преувеличения утверждать, что это был один из переломных эпизодов не только чилийской и латиноамериканской, но и мировой истории XX века. Несмотря на ощутимые признаки истощения (конфликт между СССР и Китаем, Пражская весна 1968 года и т.д.), социалистическая и коммунистическая идеология по инерции оставалась на подъеме и захватывала все новые геополитические пространства. В подбрюшье США болезненной занозой торчала революционная Куба. Антиамериканские и «антиимпериалистические» настроения объединяли миллионы людей в разных странах и поддерживали неослабевающую симпатию к наиболее решительным противникам США – коммунистам. Чили же стала самой первой (и последней) в истории страной, где откровенно марксистское правительство с программой кардинального перераспределения собственности пришло к власти ненасильственным путем, через механизм демократических выборов.

Президент Сальвадор Альенде не скрывал того, что является другом и последователем ненавистного американцам Фиделя Кастро и намеревается осуществить у себя на родине социалистическую революцию. Взоры политиков и обывателей во всех частях света, особенно в Южной и Северной Америке, были прикованы к чилийским событиям, и от того, как они станут развиваться, во многом зависел дальнейший ход глобальных политических процессов.

О возможности военного переворота начали говорить еще до победы Альенде на выборах 1970 года. Но левые считали его маловероятным, ссылаясь на приверженность чилийской армии «чести мундира», и потому не уделяли особого внимания политической работе среди военных. Было, впрочем, и более основательное соображение.

В Чили и в соседних странах имелись организованные группы сторонников Альенде и Кастро, почитателей погибшего революционного героя Эрнесто Че Гевары и продолжавших еще кое-где сражаться партизан. Эти люди готовились начать вооруженную борьбу против «продажных американских марионеток» и пользовались симпатией населения. Сам президент всячески стремился избежать гражданской войны и ради этого шел на все новые компромиссы (потом нашлись деятели, заявлявшие, что Альенде погубила «трусость»). Но, по убеждению многих иностранных наблюдателей и самих чилийцев, попытка военного путча, паче чаяния она будет предпринята, высечет искру, от которой запылает чуть ли не вся Латинская Америка (ее так и называли тогда: El continente llamas – Пылающий континент).

Эту угрозу прекрасно понимали вдохновители и организаторы переворота. Перед ними стояла двоякая задача: силой свергнуть законное правительство и вместе с тем предотвратить взрыв гражданской войны в Чили и в соседних странах. Для решения первой половины задачи был исподволь смещен высший и средний состав вооруженных сил. Для решения же второй половины задачи были использованы хитроумные психологические приемы, сопровождавшие начало военных действий.

Утром 11 сентября на улицах Сантьяго появились танки, и путчисты взяли под контроль основные центры массовой коммуникации. Одновременно по городу стал быстро распространяться слух: армейская бригада под командованием Пратса с севера движется к столице, «обрастая, как снежный ком,

добровольцами». Поясню, что бригада – это пятая часть сухопутных сил страны, а Карлос Пратс – кадровый генерал, известный своими левыми взглядами, которого чилийцы хорошо знали в лицо...

Левые с особой радостью внимали такой информации. Готовые к сопротивлению боевики приняли решение затаиться и начать вооруженное восстание против путчистов одновременно с подходом верной социалистическому правительству бригады Пратса...

Когда начались эти события, в Москве уже был поздний вечер, и я с группой латиноамериканцев пришел в телетайпную комнату ИОН. Всю ночь мы внимательно читали срочные сообщения зарубежных агентств, сопоставляя их с сообщениями ТАСС, советских радио и телевидения. Сведения о бригаде Пратса повторялись всеми и постоянно. Но была одна маленькая неувязка, которую я смог осознать лишь сутки спустя. В текстах иностранных агентств говорилось про слух, тогда как в тассовках никакого упоминания о слухе не было. Это различие в «уровнях рефлексии» оказалось роковым.

Чилийцы различных политических убеждений настроили свои радиоприемники на московскую волну: для одних это был единственный заслуживающий доверия источник информации, другим было в любом случае очень важно знать, как отреагирует СССР. И московское радио не заставило себя ждать. С небывалой для советских СМИ оперативностью в ту же ночь в редакции международного вещания была создана новая программа «Escucha, Chile!» (Слушай, Чили!), и немедленно в эфир полетело эмоциональное сообщение в духе: держитесь, чилийские братья, с вами все прогрессивное человечество, а с севера уже приближается на помощь бригада Карлоса Пратса!

Именно этого и ждали заокеанские режиссеры, чей следующий шаг был заранее тщательно продуман и подготовлен. Генерала Пратса, находившегося в столице под домашним арестом, срочно доставили на центральную телестудию и «проинтервьюировали» в прямом эфире. Первый вопрос звучал примерно так: «Только что Московское радио сообщило, что боевая бригада под вашим командованием движется с севера к Сантьяго. Как бы вы могли прокомментировать эту информацию?..»

Мне пришлось беседовать с десятками чилийских беженцев – коммунистов и социалистов – буквально через неделю после описанных событий и много позже. Все рассказывали про телеинтервью, относя его к числу самых мрачных и шокирующих событий того дня, но никто не помнил, что же ответил Пратс и какие еще задавались вопросы. Само его появление на экране и вступительный вопрос ведущего были настолько информативны и эмоционально значимы, что сделались одним из решающих факторов деморализации потенциальных бойцов. Люди признавались, что боевой энтузиазм, установка на борьбу и соответствующее направление мысли мгновенно сменились на противоположные: как бежать из страны!..

Переворот не зря назвали кровавым. Сотни трупов были подобраны на улицах Сантьяго, еще тысячи людей – расстреляны и замучены в тюрьмах. И все же гражданской войны с непредсказуемыми последствиями и масштабами жертв удалось избежать, а поражение чилийской революции дало импульс волне массовых разочарований в коммунистических идеях далеко за пределами Чили. Спустя четверть века неблагодарные хозяева едва не заставили одряхлевшего главаря путчистов, одиозного генерала Аугусто Пиночета, окончить дни за решеткой. Не сомневаюсь, что юридических поводов для этого более чем достаточно. А вот моральная сторона дела остается для меня проблематичной. Судя по всему, не будь переворота вообще или будь он осуществлен не столь умело и психологически тонко, события развивались бы еще более трагически. Но это уже самостоятельный вопрос...

Чтобы не складывалось впечатление, будто слухи всегда запускаются умышленно и с далеко идущей целью, приведу еще один пример, на сей раз из российской истории, когда слух-желание сыграл существенную роль катализатора событий. В одной из предыдущих лекций этот пример в несколько иной связи уже упоминался.

К середине XIX века Россия динамично развивалась экономически и политически. Крестьяне во многих губерниях богатели, отношение к ним со стороны крепостников 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 гарантирована всем ее 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. Более непосредственно такая зависимость реализуется в процессе циркуляции слухов второго типа из обозначенной выше классификации.

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). Они могут возникать спонтанно или подсаживаться с провокационной целью, особенно при обострении политической или экономической конкуренции, с приходом к власти нежелательного (противнику) правительства и т.д. 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.

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

А вот еще несколько характерных примеров. В детстве мне рассказывали старики на Кавказе, что в период коллективизации распространялся такой слух: новые власти принесут большое одеяло, под которым придется спать всем жителям аула вместе с женами. Представьте мое удивление, когда, через полвека и более, аналогичный сюжет был зафиксирован в странах Ближнего Востока (Египет, Южный Йемен), в Афганистане и ряде других мусульманских регионов с началом мероприятий по кооперативизации сельского хозяйства.

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 дальней подготовкой к военному перевороту...

В последних эпизодах уже просматриваются оттенки третьего типа – агрессивных слухов. Так, сюжет большого одеяла вызывал не только страх перед новой властью, но и возмущение и злобу по отношению к ее представителям, презревшим законы предков: священность семейного очага, право единоличной собственности мужчины на свою жену. Возбужденные 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.

Иногда агрессивный оттенок выпячивается более отчетливо: «Продукты исчезают потому, что сандинистское правительство отправляет их на Кубу и в Россию» (Никарагуа, 1980 год).

Агрессивные слухи возникают там, где имеются напряженные отношения между социальными группами, причем даже явно стихийные или вызванные собственной неразумной деятельностью бедствия часто усиливают ненависть к какой-либо группе или личности. Актуализация манихейского мышления (зло имеет своей причиной дьявольский замысел, и главное – найти и покарать виновного) особенно характерна для религиозных культур (рис. 17, 18).



Рис. 17. На рисунке российского карикатуриста Андрея Абрамова сатирически представлен момент распространения агрессивного слуха

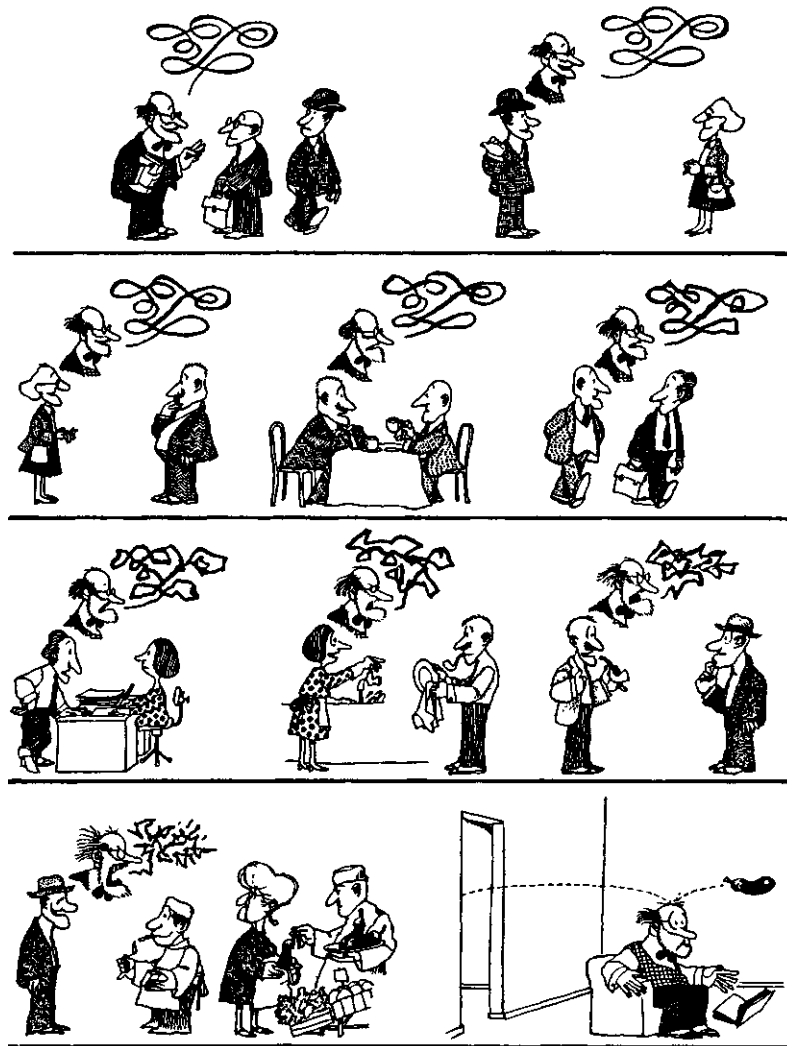


Рис. 18. Рисунок испанского карикатуриста, работающего под псевдонимом Кино: процесс заострения слуха

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». (Я не ручаюсь за наличие жестких причинных зависимостей, но оба факта перепроверял. Действительно, такие случаи в позднем Средневековье носили массовый характер. И действительно, сегодня процент красивых женщин в славянских странах заметно выше, чем в Западной Европе, США и Канаде.)

В роли антихристов, за терпимость к которым следовала Божья кара, выступали также инородцы и иноверцы, особенно евреи, затем ученые, особенно врачи, и т.д. Несчастья, как правило, сопровождалась расправами. По указанию церковников агрессивные толпы выплескивали накопившееся напряжение, а это давало временное психологическое облегчение и надежду...

Факты появления агрессивных слухов при стихийных и антропогенных бедствиях многократно фиксировались и в Новое, и в Новейшее время, причем этому не мешало даже распространение «материалистических» воззрений.

При необычайно суровой зиме 1978–1979 годов Москва была наводнена не только слухами-пугалами (в машинах замерзает антифриз, в домах лопаются батареи, ожидается понижение температуры за -50°C , но бюро прогнозов запретили об этом сообщать...), но и разговорами о том, что небывалый мороз – следствие применения американцами нового «климатического оружия». После Чернобыльской аварии (1986 год) впервые в СССР был зафиксирован слух о «жидомасонском заговоре». После страшного землетрясения в Армении (1988 год) много говорили о «геологическом оружии».

В те же дни тяжелейшей трагедии, унесшей десятки тысяч жизней, люди видели бродящую по городам и деревням республики Деву Марию. Появление в момент бедствия, когда актуализуются

архаические пласты психики, слухов-желаний с возвышенными мотивами – также парадоксальное, но характерное обстоятельство. Вероятно, в нем проявляется тот самый **закон поляризации**, о котором сказано в предыдущей лекции: одни реагируют на социальную катастрофу самоубийствами, умственными расстройствами, ожесточением и нравственными патологиями, другие – напряжением творческих сил и «альтруистическим перевоплощением»...

Следующий исторический эпизод особенно ярко демонстрирует поразительное суггестивное влияние циркулирующего слуха.

В разгар венгерского восстания 1956 года толпа, влекомая ненавистью к правящей партии, штурмовала здание ее Городского комитета. В Будапеште давно говорили о том, что из этого здания есть выход в подzemелье, где томятся политические узники. Но никаких тайных ходов в захваченном доме найти не удалось, а сотрудники горкома даже под страхом смерти клялись, что ничего об этом не знают. Не смог помочь и архитектор здания, доставленный на место события.

Тогда привезли буровые машины. Целую ночь толпа не расходилась, с волнением наблюдая, как в различных точках просверливается пространство вокруг здания. При этом сотни людей **слышали** из-под земли стоны и мольбы о помощи, предупреждая буровиков об осторожности. Но ни подземной тюрьмы, ни заключенных так и не нашли...

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.

В 1982–1983 годах, когда Генеральным секретарем ЦК КПСС был старый чекист Ю.В. Андропов, в Москве и других городах Советского Союза очень много рассказывали о том, как на улицах, в магазинах и прочих общественных местах специальные уполномоченные товарищи вылавливают людей, не находящихся днем на рабочем месте, и строго их наказывают. Казалось бы, типичный слух-пугало. Между тем подобные истории почти всегда рассказывались с улыбкой и сопровождались веселыми комментариями, причем не только среди рабочих, но и в среде ученых, сотрудников НИИ и прочих граждан, для которых такая ситуация была вроде бы совсем уж дискомфортна. По-видимому, всем настолько надоел нудный беспорядок затянувшейся брежневской эпохи (в народе его называли бардаком), что любые изменения воспринимались с радостью. Один известный писатель характеризовал общественные настроения тех лет приблизительно так: «Все хотят, чтобы что-то произошло, но боятся, как бы чего не вышло». В этом контексте слух, свидетельствующий об ужесточении трудовой дисциплины, больше обнадеживал, чем пугал...

В 1999 году, с самого начала кампании по выборам президента Украины, социологи и журналисты единодушно отмечали, что большинство потенциальных избирателей не верят в возможность честных выборов (одна из местных газет даже опубликовала данные, согласно которым верят всего 4%).

По стране гуляли слухи о том, что уже готовы заполненные бюллетени и задействованы все прочие механизмы для фальсификации результатов. За полгода до выборов (!) я сам слышал в Днепрпетровске такой, например, рассказ: «К соседке на работу пришли парни с бритыми затылками, принесли бюллетени и потребовали от каждого сотрудника их заполнить и подписать списки, а всех, кто откажется, обещали уволить...» Такие подозрения в современной западной стране наверняка вызвали бы бурю возмущения, а слухи следовало бы квалифицировать как агрессивные. Но украинцы, даже совсем не симпатизировавшие действующему Президенту (и кандидату на новый срок), обсуждали эти сообщения спокойно, что называется, без истерики и чаще всего с видимым облегчением. Привычная предрешенность результата «сверху» освобождала от необходимости принимать трудное решение, волноваться и сопереживать, и в целом это были, как ни странно, слухи-желания.

Избирательному штабу президента было рекомендовано не тратить усилия на разоблачение таких домыслов, потому что они, по существу, работали на него. Конкуренты же не сообразили, насколько слух для них вреден, и не только не стремились ему противодействовать, но и охотно использовали каждый повод, чтобы подлить масла в огонь...

Похожие по содержанию слухи и аналогичную реакцию на них я наблюдал и в российских провинциях. Характерны высказывания при проведении фокус-групп: «Раньше мы жили без выборов, и жили лучше; зачем только нам навязывают эти выборы, назначили бы приличного человека...» Вероятно, на постсоветском пространстве люди устали от непривычной необходимости что-то выбирать и испытывают облегчение от мысли, что кто-то освободит от этой необходимости. Приходится с сожалением признать:

пока не только экономические, но и политические свободы не превратились у нас в самодовлеющую ценность...

Второй, информационный параметр, как указывалось, отражает степень достоверности фабулы. В том, что слух совсем не обязательно несет ложную информацию, мы далее дополнительно убедимся на живых примерах. А для начала – старый армейский анекдот.

В полку разнесся слух о том, что подразделение скоро переведут в другое место. Узнав об этом, возмущенный полковник приказал выявить провокатора, придумавшего такую чушь. Привели солдата Ваню, который подтвердил, что именно он первый узнал о планах высокого командования и сообщил об этом товарищам. Но он совершенно убежден, что сведения верны, потому что узнал об этом на базаре от зеленщицы тети Маши, а она очень умная и всегда все знает.

Ивана отправили на гауптвахту, но через час была получена телефонограмма: «Готовить полк к передислокации». Тогда командир вызвал Ваню с гауптвахты и приказал немедленно бежать на базар, найти тетю Машу и точно узнать, куда именно передислоцируется полк...

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 (рис. 19).



Рис. 19. Классификационная таблица

При этом важно помнить то, о чем 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.

В итоге классификационная таблица принимает следующий вид (к ней могут добавляться в качестве новых измерений другие параметры, которые мы здесь подробно не рассматривали).

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.

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.

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

В самых элементарных примерах цвета и марки столкнувшихся автомобилей могут исчезнуть (сглаживание), зато на месте одного раненого 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 чиновничий статус, авария черной «Волги», а тем более «Чайки», иногда возвышалась молвой до государственного события.

Внешность и одежда участников конфликта, как говорилось, могут остаться за порогом внимания и запоминания. Но, если такие детали демонстрируют принадлежность к различным расовым, этническим, религиозным или сословным группам, а отношения между этими группами в данный период напряжены, то цвета кожи, глаз, волос, качество костюмов, марки автомобилей и прочее заслонит все остальное. Каким бы поводом ни был вызван конфликт, он будет интерпретирован массовым сознанием как национальный, конфессиональный или классовый, а это уже может дать импульс соответствующим продолжениям; фабула циркулирующего слуха воплотится в действия людей.

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.

Данный феномен удалось изящно смоделировать в экспериментальной лаборатории. Для участия в эксперименте приглашались группы испытуемых – белых граждан южных штатов США. Первому из вошедших в комнату предъявлялся фотокадр, на котором дерутся два молодых человека – белый и черный, причем у белого в руке раскрытая бритва.

Кадр экспонировался на экране в течение трех секунд и больше не появлялся. Испытуемый, видевший фотографию, пересказывал ее содержание следующему, после чего выходил из комнаты, второй пересказывал услышанное третьему и т.д.

В процессе трансляции оставались неизменными драка, количество участников, цвет их кожи и бритва. Не происходило ни сглаживания, ни заострения: драка не превращалась в беседу, не устранялось расовое различие, не возникало массового побоища, и даже ни разу вместо бритвы не появился, например, пистолет. Зато стабильно (эксперимент проводился неоднократно) срабатывал один и тот же эффект – бритва перескакивала из руки белого в руку черного противника, согласуя тем самым информацию со стереотипом агрессивного негра. Эффект, регулярно повторявшийся у взрослых, не имел места в экспериментах с детьми...

Как может выглядеть совокупный эффект трех названных тенденций, забавно иллюстрирует запись слухов, ходивших в 1920 году по Саратовской губернии – они стали реакцией на упавший метеорит.

«И упал этот камень с неба, неподалеку от Царицына, и в землю ушел на полверсты. Длинною этот камень восемь верст, шириною – шесть. Что людей пожег, скота, строений разных – не счесть. Камень черный-пречерный и сам-то он горит, дым от него столб столбом. А в дыму том все слова какие-то огненные складываются... А камень-то весь из драгоценных камней, они-то и горят, переливаются. Что богатства там – на век хватит... Сказывают, что теперь два года продIALOG брать не будут – бриллиантов из камня хватит».

Изменения фабулы в русле какой-либо одной, двух или всех трех указанных тенденций практически исключают возможность того, чтобы слух оставался полностью достоверным. Это обстоятельство и отражено на классификационной таблице отсутствием знаков «++++».

ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ И СОПУТСТВУЮЩИЕ ФАКТОРЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ СЛУХА

Неискушенному наблюдателю слухи кажутся явлением беспричинным либо обусловленным исключительно чьими-то злыми намерениями. Этой иллюзией подчас определяются и меры противодействия: поиски провокаторов, репрессии против разговорчивых граждан и т.д.

Не секрет, что *иногда* (далеко не всегда) слухи намеренно запускаются 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 или сформировать 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.

Вопрос на засыпку. Какой слух легче распространить среди москвичей: о том, что в Саудовской Аравии поднялась цена на верблюдов или о том, что упала Останкинская башня? Здесь уже обнаруживается парадокс: первому сообщению поверят, но едва ли станут его пересказывать; второму, вероятно, не поверят, но *при определенных условиях* оно может передаваться дальше и превратиться в циркулирующий слух.

Всех, кто хочет ближе ознакомиться с этим механизмом, я для начала отсылаю к художественной литературе. Например, процесс образования и заострения сюжета гротескно представлен в новелле А.Т.

Аверченко «Сплетня». В восьмой главе «Мертвых душ» весьма реалистично и в лицах описано, как слухи, один другого нелепее, начали возникать и распространяться по городу, чуть только выяснилось, что главный герой занимается какими-то непонятными махинациями. Дошло до того, что Чичиков – это на самом деле плененный Наполеон, которого англичане инкогнито заслали в Россию. И тут же горожане стали обнаруживать внешнее сходство между ним и свергнутым французским императором, «особенно в профиль»...

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. Их совокупность еще называют *conditio sine qua non* – абсолютно необходимым условием для возникновения слуха.

Первым фактором является *интерес к теме*: слух способен возникнуть там и тогда, где и когда к его предмету имеется интерес, а масштаб и траектория его распространения обусловлены конфигурацией заинтересованной аудитории. Грубо говоря, среди людей, не интересующихся спортом, не распространится слух о женитьбе популярного футболиста, а жителей Москвы не взволнуют сведения о цене на верблюдов.

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:

$$C = I \times D, \quad (1)$$

где C – слух, I – интерес, D – дефицит; знак умножения демонстрирует, что при нулевом значении одного из сомножителей произведение также равно нулю^{5[2]}.

Подчеркнем, что под надежностью информации понимается не объективная характеристика (то, что в классификационной таблице представлено вертикальной осью), а субъективное отношение аудитории. Так, ложное сообщение из вызывающего доверие источника устраняет дефицит, тогда как достоверная информация из источника, которому данная аудитория доверять не склонна, дефицит сохраняет. Разумеется, информационный дефицит может быть обусловлен и совсем тривиальным обстоятельством – отсутствием, недостаточностью или противоречивостью официальных сообщений.

Условно говоря, дефицит надежной информации обратно пропорционален количеству непротиворечивых официальных сообщений (на данный момент времени) – к.с. (в.) – и доверием к источнику – д.и.:

$$D = \frac{1}{\text{к.с. (в.)} \times \text{д.и.}} \quad (2)$$

Из (1) и (2) выводим:

$$C = \frac{I}{\text{к.с. (в.)} \times \text{д.и.}} \quad (3)$$

Иначе говоря, вероятность (или интенсивность) слуха прямо пропорциональна силе общественного интереса к предмету и обратно пропорциональна количеству официальных сообщений на данный момент и уровню доверия к источнику.

Исследование, проведенное в середине 70-х годов, выявило у москвичей довольно высокий уровень доверия к сообщениям отечественных СМИ. Действительно, они (СМИ) тогда еще работали с чрезвычайной ответственностью, каждая информация многократно проверялась и контролировалась (если нужно, искажалась в унисон всеми органами), а оплошности типа упомянутого выше сообщения о чилийской «бригаде Пратса» влекли за собой серьезные оргвыводы. При этом, однако, столица была постоянно полна слухами, поскольку сведения поступали очень скудно, дозировано и, как правило, запоздало. В западных странах ситуация была обратной: циркуляция слухов обуславливалась тем, что при очень высокой оперативности информации множественность источников часто сочеталась с не очень высоким доверием к ним.

Тогда же, при обсуждении проблемы с московскими журналистами, был рассказан анекдотический случай: в старом здании ТАСС произошло возгорание, и сотрудники, находившиеся на работе, узнали об этом из... сообщения агентства ЮПИ. Оказывается, его корреспондент, проезжая на машине, заметил дым

^{5[2]} Это, конечно, только схема, а не математическая формула, поэтому здесь и далее мы пользуемся буквами кириллицы. Попытки математизации с применением функционалов и отработкой измерительных процедур для последующих количественных расчетов концептуально интересны, но для практической работы пока не нужны.

из складских помещений, быстро доехал до своей резиденции и «отстучал» обнаруженную информацию. Очевидцы со смехом вспоминали, как, прочтя телетайпную ленту, кто-то из работников советского агентства громко возмутился бесстыдством заокеанских коллег до тех пор, пока не выглянул в окно.

Такая фантастическая оперативность, конечно, сопряжена с вероятными ошибками, в потоке которых тонут и умышленные искажения...

Схема (3) помогает при 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.

В природе опустевшая экологическая ниша заполняется неспециализированным видом. Например, место активно истреблявшихся в нашей стране волков стали занимать одичавшие собаки, которые оказались опаснее и для природы, и для человека. Они успели перенять худшие человеческие качества и в отличие от волков нарушали природный баланс, жестоко разрушая соседние ниши. К тому же одичавшие псы люто ненавидели людей, не боялись огня и вообще не обладали «простодушием» диких животных, реагируя на человеческие хитрости (типа веревок, флажков и т.д.). Они превратились в настоящее бедствие, и справиться с ними часто удавалось лишь после того, как в нишу опять запускали «законных» хозяев.

Не следует считать только литературной аллегорией сравнение слухов с такой стаей одичавших псов. Быстро заполняя лакуны неудовлетворенного интереса, слухи, с характерными для них сглаживанием, заострением и приспособлением фабулы, могут представлять большую социальную опасность. Коль скоро лакуна образовалась, она обязательно будет заполнена либо «творчеством масс», либо умелыми провокаторами, преследующими свои экономические, политические и (или) идеологические цели. 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, спортсмену), к референтной группе или к органам, принимающим решения, 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 напряженном 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, чье 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 напряженном ожидании голода, но настоящего голода так и не испытал...

Благоприятную почву для слухов образует и противоположное эмоциональное состояние — скука. Н.В. Гоголь, рассказывая о причине столь бурных страстей вокруг персоны Чичикова, подчеркнул, что три месяца перед тем в городе N не было никаких событий, вестей или хотя бы сплетен, которые, «как известно, для города то же, что своевременный подвоз съестных припасов».

Циркулирующие слухи насыщают жизнь социума виртуальными псевдособытиями, которые способны частично компенсировать событийную разреженность и дефицит эмоционального возбуждения. Но такая форма психологической компенсации (другие формы — злоупотребление алкоголем и т.д.), со своей стороны, влечет опасность непредсказуемых действий и потери контроля и часто становится первым признаком разложения группы. Опытные офицеры знают, как вредно надолго оставлять солдат без дела — это чревато потерей дееспособности подразделения...

Конечно, все сказанное не составляет секрета и для провокаторов, занимающихся преднамеренным подсаживанием слухов. В их техническом задании могут быть четко обозначены сюжет и аудитория, если предварительно была нащупана информационная ниша. Иногда задание носит более общий характер — например, подготовить психологическую почву для вбрасывания на рынок нового товара, обеспечить симпатию (или неприязнь) к определенному лицу; в подобных случаях запуск слуха способен сыграть важную, а то и решающую роль.

Люди постарше могут вспомнить, например, такой эпизод. В 1987 году, после скандального ноябрьского Пленума ЦК КПСС (официальная информация о ходе пленума, как всегда, строго дозировалась), помощники Ельцина сумели запустить слух, будто бы их босса сняли с поста и вывели из состава ЦК за то, что он выступил с критикой супруги Генерального секретаря, чрезвычайно нелюбимой

тогда в народе. При всей своей абсурдности слух распространился очень быстро и широко и положил начало невероятной популярности Ельцина в последующие четыре года.

Наконец, подчас ставится еще более общая и чаще всего деструктивная задача – вызвать массовую панику или погромы и т.д. В этом, как и в предыдущем, случае план работы агентов включает выявление неудовлетворенных информационных и психологических потребностей, а также наиболее характерных для данной культуры (страны, региона, города) разносчиков неофициальной информации. Например, в русских городах питательной средой для слухов обычно считаются старушки-пенсионерки, на Ближнем и Среднем Востоке – базарные торговцы, в странах Латинской Америки – таксисты; на Кавказе традиционным местом распространения слухов являются похороны и (во вторую очередь) свадьбы, куда съезжаются многочисленные родственники и друзья.

Отметим также профессиональный прием *умышленного* создания информационной ниши с целью запутать противника, спровоцировать его на запуск ложных, но по существу бесполезных слухов, отвлекая от продуктивных действий. Такой прием уместен в тех случаях, когда продуман надежный способ пресечь слух в нужный момент. Так планомерно действовали, например, в сентябре 1973 года в Сантьяго («бригада Пратса»), о чем рассказано выше.

Приведу еще один пример, не указывая, по понятным причинам, времени и места.

За полгода до предстоящих выборов президента одной из республик РФ начали завозить и складировать зарубежное оборудование для строительства завода. Информация о технических характеристиках, об инициаторах строительства и будущих хозяевах завода хранилась в тайне.

Соперники действующего президента республики обрушили на этот почти мифический завод, строительство которого долго не начиналось, всю мощь своих формальных и неформальных средств. Привлекли экологов, готовили «общественные экспертизы» (не зная технических характеристик!) по допотопным пособиям, распространяли нелепые листовки и запускали слухи о мнимых хозяевах завода (каковыми, конечно, оказались самые несимпатичные лица из соседней республики), призывали сограждан к насильственным акциям протеста и т.д.

А за три дня до выборов Президент официально заявил, что ни при каких условиях не допустит строительства пресловутого завода, если жители района не проголосуют за это на референдуме. Тем самым инициатива была перехвачена, и многомесячные усилия противников пошли насмарку.

Перед консультантами стояла, конечно, задача в последующем обеспечить благоприятное голосование на референдуме, но пути ее решения были заранее продуманы...

Информационно-политическая безопасность общества требует владения профилактическими и оперативными мерами распространения слухов. При обсуждении возможных мер, мы будем обращаться к полученным знаниям о факторах возникновения слухов.

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. Обычно он ориентирован на идеал централизованного сквозного контроля, воспринимает спонтанность как досадную ошибку управления и стремится выстроить полностью «прозрачную» информационную (равно как политическую и экономическую) систему. В системе того типа, который назван командно-административным, слухи – такое же однозначно 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. (Продолжив сравнение слухов с псами, надо вспомнить, что и псы опасны лишь в определенных конкретных ситуациях.)

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.

Для разработки профилактических мероприятий полезно вновь обратиться к факторам возникновения слухов и, прежде всего к схеме (3). Слухоустойчивая среда предполагает:

- ♦ ♦ высокую оперативность и систематичность официальных сообщений, обеспечивающую высокое значение показателя к.с.(в.);
- ♦ ♦ неизменно высокую достоверность сообщений для сохранения требуемого д.и.;
- ♦ ♦ систематическую и хорошо отлаженную обратную связь между источником информации и аудиторией для своевременного и, по возможности, опережающего реагирования на динамику И;

♦ ♦ оптимальное эмоциональное насыщение жизни, распределение ролей и функций, согласно индивидуальным способностям и наклонностям, исключая по возможности ситуации бессобытийности и неудовлетворенности личностным статусом...

Например, при грамотной организации избирательной кампании консультативное сопровождение складывается из трех тесно взаимосвязанных и взаимодополнительных функциональных единиц: исследовательская команда (*research team*), команда продвижения, или усиления (*reinforcement team*), и команда конверсии (*conversion team*). Используя военную аналогию, первая обеспечивает разведку местности и обстановки, вторая — наступательные операции (усиление позитивных черт образа), третья — прикрытие флангов и тыла (коррекцию негативных черт образа, предупреждение ударов противника по уязвимым точкам).

Последняя из перечисленных функций наиболее увлекательна и требует особой психологической подготовки. Конверсоры ответственны за то, чтобы в процессе кампании не происходило неприятных сюрпризов, чтобы неблагоприятные в глазах данной аудитории черты личности и биографии клиента не стали причиной провала и любые возможные «подлянки» со стороны противников оборачивались против них же. В комплекс этих задач входит, конечно, предотвращение и ликвидация вредоносных слухов.

Для успешного выполнения задач конверсор обязан заранее отследить и знать все те «лакуны», в которых мог бы возникнуть слух, и предвосхитить нечистоплотные приемы, какие могли бы использовать конкуренты (потенциальное разнообразие таких приемов не столь велико, как кажется неискушенному наблюдателю). Если стратегия выстроена психологически верно, информационные лакуны заполняются своевременно и функционально и на каждый возможный «наезд» противника заготовлен оперативный ответ, то есть уверенность, что положительный результат кампании будет гарантирован. В таком случае противникам целесообразно воздерживаться от нападков и «поливания грязью» — все это обернется для них эффектом бумеранга — и заниматься образом собственного клиента.

К данному вопросу мы вернемся в следующей, последней лекции. А пока иллюстрируем сказанное тремя примерами.

Известный журналист из Москвы решил баллотироваться в Государственную Думу через избирательный участок отдаленного провинциального района. На продвижение кандидата, подготовку предвыборных листовок, газетных статей, радио- и телепередач было затрачено много денег, и опросы показывали, что шансы на победу велики. Но в ночь перед выборами городок был обклеен листовками за подписью вдовы другого очень популярного в народе журналиста, трагически погибшего в Москве двумя годами ранее. В листовках высказывалась просьба к избирателям не голосовать за этого кандидата, потому что он причастен к тому памяtnому всем убийству. Предпринять что-либо в ответ было уже невозможно, и кандидат выборы проиграл.

Устраивать расследование и подавать в суд (на кого?) значило бы теперь «махать кулаками после драки», хотя вдова утверждала потом, что не имеет никакого отношения к той фальшивке. Действия провокаторов были во всех отношениях противозаконными, а точнее, преступными (не говоря уже о нравственной стороне дела). Эффективность же подлой провокации обусловлена исключительно некомпетентностью консультантов данного кандидата, что, в свою очередь, стало, вероятнее всего, следствием столичного высокомерия.

Дело в том, что задолго до начала выборов по Москве ходила сплетня о причастности журналиста к смерти его коллеги. Это настолько существенное обстоятельство, что игнорировать его при разработке избирательной стратегии могли либо полные неумехи, либо люди, не допускающие мысли о проникновении «в эту Тмутаракань» сведений из высокой столичной жизни. Что также, конечно, свидетельствует о непрофессионализме, хотя организаторы кампании, вероятно, так и не поняли своей ошибки...

...Кандидатом в мэры города выступал отставной капитан-подводник, опытный и уважаемый согражданами руководитель. Среди избирателей было много его коллег, так как большинство жителей города связаны с Военно-Морским Флотом.

В биографии кандидата имел место трагический эпизод 15-летней давности, связанный с гибелью подводной лодки. Около половины экипажа тогда удалось спасти, но многие погибли. Трагедию расследовали две государственные комиссии, некоторые офицеры были наказаны, командир лодки оказался в тюрьме; действия же будущего кандидата были признаны не только безупречными, но и героическими и отмечены боевой наградой. Многие из переживших ту катастрофу считали его своим спасителем и «вторым отцом».

Но давняя история уже успела превратиться в предание, она была очень грустной и неприглядной, и о ней старались не вспоминать. Молодежь знала о ней только понаслышке.

Там, где погибли десятки людей, а кто-то спасся, всегда остается место домыслам. Хотя кандидат уверял, что никаких поводов для сомнений нет и быть не может, и очень неохотно соглашался с доводами консультантов, конверсоры сразу усмотрели в данном пункте одну из немногих опасных лагун.

Конкуренты тоже обнаружили эту нишу и стали ее исподволь «разрабатывать». С молодыми моряками и их близкими велись двусмысленные разговоры, излагались альтернативные версии событий, в которых кандидат выглядел скорее трусом и хитрецом, нежели героем. А за неделю до выборов в бой была

введена тяжелая артиллерия: в правительственной «Российской газете» (!) удалось опубликовать заказную статью на целый подвал, в которой столичный журналист беседовал в Санкт-Петербурге с отсидевшим срок командиром подлодки. Автор (неясно, интервьюируемый или интервьюер) представил кандидата и его роль в самом черном цвете, даже не постеснявшись назвать его «крысой» и «сволочью»...

То, что в провинциальной кампании удалось задействовать правительственную газету, стало, конечно, неожиданностью: в вероятностном сценарии предполагалось, что будет использована одна из соседних областных или районных газет. Но в целом к такому развитию событий консультанты кампании были полностью готовы. На протяжении всего предвыборного процесса ветераны ненавязчиво вспоминали эпизод с аварией, городские газеты опубликовали несколько статей, в которых не выпячивалась, но вскользь упоминалась роль кандидата. Когда же до города дошли экземпляры «Российской газеты» с провокационной статьей, одновременно на стенах зданий было расклеено возмущенное письмо старых моряков. Оно было подготовлено той же ночью, конечно, с участием журналистов и психологов и согласно классическим канонам, т.е. содержало аргументацию *ad rem* (по существу дела), *ad hominem* (персональное развенчание авторов и организаторов лжи) и *ad populum* (апелляция к согражданам).

Выборы прошли на волне общего возмущения, сплотившего горожан вокруг кандидата, и он получил больше голосов, чем планировалось. Это один из многочисленных примеров того, как при грамотном консультировании кампании любая «подлянка» конкурента оборачивается на пользу потенциальной жертве провокации...

...По отдаленному провинциальному округу баллотировался в Думу бывший государственный чиновник очень высокого ранга. Его конкурент, тоже бывший чиновник (рангом пониже) пользовался всемерной поддержкой крупного столичного политика, знаменитого своей невоздержанностью и полным пренебрежением к доказательной базе широковещательных заявлений.

Стало известно, что политик планирует визит в область, надеясь своей популярностью и бесшабашностью помочь ставленнику выиграть выборы. Но консультанты заранее предвидели этот ход и, будучи опытными психологами, знали, что действия и речи человека, «косящего под отморозка», легко предсказуемы. Посудите сами, какую гадость можно сказать про высокого российского чиновника с ходу и не заботясь о доказательствах? Конечно, вор, взяточник, в прокуратуре заведено дело...

Именно так и было заявлено в интервью сразу по прибытии столичного политика в аэропорт. Но, вопреки его ожиданиям, это вызвало только улыбку и у присутствующих, и у телезрителей. Потому что днем ранее местный журналист, рассказывая о будущем визите и имитируя характерный голос этого политика, в популярной радиопередаче произнес приблизительно такие же фразы. В итоге эффект провокации оказался противоположным замыслу...

Приступая к работе, консультанты обязаны выявить все лакуны, которые могут быть заполнены спонтанно возникшими или подсаженными слухами и прочими провокациями, чтобы своевременно заполнить их приемлемым содержанием, по возможности оборачивая реальные или мнимые недостатки клиента достоинствами. Здесь уместна *максима перестраховки*: все возможные слабости образа должны быть заранее учтены и взяты под контроль, т.е. опыт и воображение конверсора должны перекрывать фантазию провокаторов.

Для этого проводятся индивидуальные беседы с клиентом (причем иногда следует прибегать чуть ли не к психоаналитическим приемам, чтобы побудить собеседника раскрыться и вспомнить то, что ему кажется незначительным), фокус-группы с потенциальными избирателями и т.д. Хотя многое можно предугадать заранее, если хорошо знать страну и регион.

Например, в современной России потенциальными слабостями образа являются молодой или, наоборот, пожилой возраст кандидата. Если кандидат — женщина, это очень большой недостаток в глазах избирателей, особенно провинциальных, причем наибольшую неприязнь к женской политической или административной карьере питают именно женщины^{6[3]}.

Плохо, если в зрелом возрасте кандидат не женат или, напротив, женат вторым, а то и, не дай бог, третьим браком; если его этническая принадлежность отлична от большинства населения. Бизнесмен будет ассоциироваться с мафией и бандитизмом, чиновника легко связать с коррупцией. Если кандидат приезжий, то пойдут разговоры о том, что он «варяг», использующий наш регион только как трамплин для политической карьеры. Если он коренной житель, это вроде бы лучше, но тогда уже возникает масса новых проблем: кого и когда он обидел, как оставил жену с ребенком, какую девушку в юности поцеловал и не женился, где его видели пьяным, каковы отношения с родителями и т.д. и т.п. Не надо удивляться, если всплывут грехи папы или мамы кандидата.

^{6[3]} Эту удивительную особенность женщин то ли в современной России, то ли на всем постсоветском пространстве (по остальным странам СНГ пока нет достоверных сведений) мы назвали *гендерной антисолидарностью*. Причина ее не вполне ясна. Похоже, ни в западных, ни в восточных культурах настолько «ревнивого» отношения женщин друг к другу сегодня не наблюдается. Скажем, в Индии с Индирой Ганди было трудно конкурировать как раз потому, что очень многие избирательницы голосовали за нее исключительно из солидарности, невзирая на этнические, конфессиональные и кастовые различия.

Все это кажется смешным и остается таковым до тех пор, пока речь идет о частном лице. Но стоит засветиться в публичной политике, да еще иметь в ней хотя бы первые успехи — и все ваши частные проблемы становятся предметом не только публичного внимания, но и потенциально грязных махинаций.

Вот только один типичный пример. Преуспевающий московский бизнесмен решил пройти в Государственную Думу от своего родного провинциального города. Лет за десять до того он оставил на родине первую жену с сыном, найдя в столице новую невесту. На предложение привлечь прежнюю семью к сотрудничеству в кампании клиент ответил решительным отказом: мол, бывшая супруга — «стерва», а ссориться не в ее интересах, поскольку он их с ребенком финансово поддерживает. Консультанты объясняли, что для появления кривотолков и провокаций не нужно прямого участия самой жены — охотно позволят использовать себя бывшая теща, соседки, подружки. Что без их (бывшей жены и 15-летнего сына) заинтересованного участия в кампании вероятность провала из-за кажущейся мелочи чрезвычайно велика. Что в провинциальном сознании фабула молвы заострится в легко предсказуемом направлении: жена превратится в «брошенную» ради богатой столичной разлучницы; один обеспеченный сын — в кучу бедствующих детишек и т.д. Все это разрастется в такую легенду, что впоследствии и нос показать на родине будет неловко.

Клиент остался неумолим, и профессиональные психологи отказались от дальнейшего сотрудничества. Были приглашены менее требовательные консультанты, заинтересованные не столько в результате работы, сколько в гонорарах. Наделав массу грубейших ошибок, кандидат вынужден был досрочно сойти с дистанции. Думаю, ему еще повезло, потому что, если бы конкуренты почувствовали в нем серьезного противника, худшие прогнозы психологов наверняка бы осуществились...

Этот пример поучителен. Неопытному в политике клиенту надо доходчиво внушать: не хочешь «ворошить прошлое» — лучше займись другим делом. А консультанту, особенно конвектору, следует занимать жесткую позицию: если наши рекомендации с самого начала не будут практически учитываться, то мы выходим из кампании. В противном случае какая-то из неприятных мелочей грозит не только проигрышем, но и психической травмой для клиента, а для консультанта — ущербом профессиональной репутации...

В реальной жизни часто возникают и ситуации иного рода. К услугам грамотных специалистов обратились поздно, в руководстве фирмой или в проведении кампании и т.д. наделано множество ошибок и набирают обороты самые нежелательные слухи. Тогда уже задача состоит в разработке и проведении оперативных мер по их устранению.

На протяжении десятилетий практически испытывались различные рекомендации по пресечению циркулирующего слуха. Прежде всего — самая простая: прямое выделение и опровержение сюжета. К сожалению, такой прием эффективен только при определенных обстоятельствах; при неуместном употреблении он производит эффект бумеранга — слух тиражируется и интенсивность его растет.

В 1980 году в Польше произошел очередной всплеск антиправительственных настроений. Страну захлестнули рабочие забастовки, бурлила интеллигенция, общество наполнилось агрессивными слухами о воровстве и роскошной жизни руководителей государства и Польской объединенной рабочей партии (а также их родственников).

Журналисты, не сочувствовавшие руководящей партии, но работавшие в условиях жесткой цензуры, придумали остроумный прием. СМИ концентрированно пересказывали самые захватывающие сюжеты (у кого и где за рубежом имеются виллы, чья жена, сколько проигрывает на уик-эндах в Монте-Карло и т.д.), сопровождая их комментариями в том духе, что все это, разумеется, «возмутительные слухи» и «бесстыдная ложь». Неуклюжая коммунистическая цензура пропускала подобные тексты, принимая их за агитацию в поддержку правительства. А ехидные авторы, рядясь под простачков, прекрасно понимали, что интенсифицируют слухи и помогают расшатать коммунистический режим.

Это вообще характерный прием при запуске слуха. Форма высказываний строится по схеме: «Неправда, что...», «Я не верю, что...» — а далее излагается именно тот сюжет, который требуется подсадить.

Игнорирование слуха также может привести к тому, что он, продолжая жить по своим законам, нанесет чувствительный ущерб. Неэффективными оказываются и беспредметные риторические опровержения типа: «Не верьте враждебным слухам!» (так, например, действовали власти Венгрии в период антиправительственных волнений 1956 года).

При обсуждении проблемных ситуаций на семинаре у кого-нибудь обязательно возникает «хитроумное» предложение — запустить контрслух, слух противоположного содержания. Я всегда предупреждаю, что это очень опасная затея, которая почти наверняка усугубит обстановку. Здесь более уместна аналогия не с клином, который вышибается другим клином, а с волной, которая накладывается на прежнюю волну. Циркулирующий слух создает психическую инерцию (или аптерцепцию), т.е. сложившуюся установку на восприятие новой информации: последующие сведения преломляются через призму предыдущих.

На выборах в одной из российских областей выдвинул свою кандидатуру сорокалетний мужчина, убежденный холостяк. Кампания началась довольно успешно, и складывалась благоприятная для него ситуация. Но далее, как и следовало ожидать, пошел слух: кандидат – «голубой». Малоопытные консультанты совершили грубую ошибку, не предусмотрев такого развития событий (в современной российской провинции о взрослом неженатом политике обязательно станут рассказывать что-либо подобное!), были захвачены врасплох и стали на ходу искать контрмеры. Клиент – человек, судя по всему, сильно закомплексованный – требовал распространить встречный слух о том, что он, наоборот, «бабник»...

В кампании участвовал один из моих бывших студентов, который приехал в Москву и обратился за советом. Я предупредил, чтобы ни в коем случае не занимались глупостями, и помог разработать довольно сложную и дорогостоящую операцию с гарантированным (при правильном проведении) результатом. Операция не могла не быть сложной и дорогостоящей, поскольку за запоздалые действия обычно приходится платить дороже, чем за превентивные. (Предлагаю тому, кто дочитает лекцию до конца, самостоятельно догадаться, в чем может состоять содержание такой операции.)

Клиенту, однако, предложение не понравилось, и остановились на прежнем варианте, столь же примитивном, сколь и контрпродуктивном. Наняли беременную женщину, которая подала судебный иск об отцовстве, и предали этот факт широкой огласке. Последующие опросы показали, что у потенциальных избирателей сложился образ какого-то грязного развратного субъекта: то ли гомосексуалист, то ли насильник. Высосанный из пальца скандал быстро свел на нет первоначальные успехи кампании...

Последний пример лишней раз показывает, насколько обоюдоострой игрушкой являются слухи и как опасно ими баловаться. 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 ее 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. При этом без обиняков пересказывается сюжет слуха, самокритично объясняются его причина и повод и излагается альтернативная или более приемлемая версия. Если совсем «без обиняков» все-таки страшновато, используется другая, более мягкая форма.

После упомянутого выше исследования, показавшего в середине 70-х годов сохраняющееся у советских людей доверие к официальным СМИ, на телевидении несколько раз использовали такой прием. Диктор программы «Время», демонстрируемой одновременно всеми центральными каналами, объявлял, что редакция получила от зрителей письма, в которых те спрашивают, правда ли, что планируется повышение цен на мясо. Для ответа на вопрос к экрану приглашался председатель Комитета цен. Он занудно, но доходчиво рассказывал, что советское правительство с 1959 года не повышало и теперь не станет повышать цены на товары первой необходимости. После чего слух на эту тему прекращался. Все понимали, что теперь уже цены на мясо не возрастут, а возрастут, например, на золото; мясо же просто исчезнет с прилавков или будет распределяться по талонам, а содержание его в колбасе и котлетах сократится.

Еще раз подчеркну, что речь идет о 70-х годах. С начала 80-х случаи прямой дезинформации участились, и от такого приема пришлось отказаться. Но прямое обсуждение и разоблачение слуха мы в ряде случаев рекомендовали для внутренней работы в зарубежных революционных партиях, где это срабатывало эффективно до тех пор, пока сами партии оставались дееспособными. Сказанное относится и к трудовым коллективам, фирмам, воинским подразделениям и т.д.: если в группе сохраняется необходимый уровень внутренней сплоченности и доверия к руководству, то по слуху можно бить «прямой наводкой».

Однако лобовая атака на слух контрпродуктивна, если нет уверенности в том, что наш источник в данной аудитории обладает непререкаемым авторитетом. Тогда уже нужно прибегать к более тонким приемам «фланговой» атаки.

Летом 1986 года столица одной ближневосточной страны, возглавляемой левым правительством и незадолго до того пережившей быстротечную, но кровопролитную гражданскую войну, была парализована интенсивным слухом. Говорили, что на границе с соседним государством сосредоточены остатки войск бежавшего диктатора, усиленные дивизиями сочувствующих ему правительств. Со дня на день граница будет пересечена, начнется новая война и всех, кто поддерживает нынешнюю власть, ждет суровое возмездие. Слух, преодолевая языковые барьеры, держал в напряжении не только местных жителей, но и тысячи иностранцев, которые успели вернуться в страну для работы, сохранив тяжелое впечатление от недавней войны.

Правительство обратилось к консультантам (советникам) из СССР с просьбой помочь в ликвидации слуха, заверив при этом, что слух совершенно безоснователен. На границу, фигурировавшую в сюжете, срочно отправилась группа психологов и местных тележурналистов (в стране много неграмотных, но

телевизионные антенны торчат над каждым жилищем), которые воочию убедились в ложности слуха. Примыкающая территория соседнего государства находилась в низине, была пустынной и на всех участках легко просматривалась до горизонта. На ней не было заметно ничего похожего на концентрацию войск. В приграничном районе отсутствовали, конечно, и слухи-пугала...

Группа немедленно приступила к работе. Подготовили серию репортажей из приграничного округа, поводами для которых служили свадьба, юбилей местного старожила, беседы с гостеприимными хозяевами и т.д. Беседы строились таким образом, чтобы показать спокойную благополучную жизнь у границы, оптимистическое настроение людей.

Расположив камеру так, чтобы была отчетливо видна заграничная территория, репортер бодро сравнивал счастливую жизнь в «стране строящегося социализма» с «мрачной пустыней буржуазного общества». Эта мысль дополнялась ночной картинкой с вертолета, на которой довольно скудное электрическое освещение на своей территории все же контрастировало с крошечной темнотой на сопредельной («буржуазной») территории. Постоянно под разными предлогами обращалось внимание на то, что съемки происходят сегодня, такого-то числа такого-то месяца и года.

Три дня интенсивных репортажей с границы уничтожили слух, вернув спокойствие жителям столицы и других удаленных от пограничья регионов страны...

В другой, на сей раз центральноамериканской, стране был распушен слух, что генеральный секретарь местной компартии (она имела другое название, но считалась марксистско-ленинской) – миллионер. Слух подхватили враждебные газеты, в которых подсчитывалось, сколько денег пожилой политический лидер и по совместительству авторитетный адвокат получает за участие в судебных процессах и т.д.

Эти слухи и публикации существенно подрывали авторитет партии. Для коммунистов, претендовавших на то, чтобы объединить трудовой народ на борьбу с богачами, такие подозрения звучали скандально, и опровергать их напрямую было сочтено унижительным. Вместо этого решили пойти окольным путем. Используя в качестве предлогов юбилей партии, Первомай, день рождения самого генсека, публиковали в партийных газетах снимки его довольно скромного дома, заказывали интервью, в которых вопросы ставились таким образом, чтобы он мог рассказать о том, как бесплатно ведет в судах дела рабочих и т.д.

Позже, когда партия раскололась, я узнал от его бывших соратников, что многое было ложью. Что лидер действительно был весьма состоятельным человеком, а скромный дом куплен специально для отвода глаз. Но с сугубо технологической точки зрения меры по противодействию вредному слуху проводились адекватно...

Итак, суть «фланговой» атаки состоит в следующем. Не упоминая никоим образом о слухе или его сюжете, под различными предлогами настойчиво передается значимая информация противоположного содержания.

Добавлю, что это очень тонкая задача, требующая предельного внимания к мелочам. При малейшей оплошности скажется уже упоминавшийся эффект психической инерции – и все усилия пойдут насмарку.

В 1970 году конкурентом Альенде на президентских выборах выступал Х. Алессандри, представитель известной в Чили политической династии, достойный пожилой господин с безупречной репутацией. Главным его недостатком был преклонный возраст, и на этом сосредоточилась львиная доля усилий его левых противников.

Делалось все, чтобы доказать, что Алессандри чересчур дряхл. Через таксистов и прочих платных и бесплатных агентов распространялись слухи о его старческих болезнях; говорили, будто у кандидата энурез (ночное недержание мочи) и прочие мерзости, постоянно дрожат руки и т.д. Одновременно радиостанции, поддерживавшие левых, передавали искусный монтаж из его речей, где в трехминутный текст были вклеены оговорки, покашливания и неопределенные междометия (вслушавшись, мы заметим подобное в речи почти любого собеседника), а в заключение бодрый голос вопрошал: «И такому вот человеку вы могли бы доверить управление своей страной?»...

Во всех этих слухах и инсинуациях сильно преувеличивалась старческая немощ кандидата. Консультанты дали ему, в общем-то, верный совет: выступить в прямой телепередаче, представ перед будущими избирателями бодрым, деловым и остроумным человеком. Умелое проведение этой акции могло бы решающим образом развенчать нечистоплотную кампанию клеветы. Алессандри тщательно подготовили к эфиру, были продуманы одежда, стиль и содержание речи, отрепетирована мимика. Упустили только одну деталь. Консервативный кандидат и его консультанты чересчур уверовали в нейтральность телевидения (как тремя годами позже победитель, Альенде, переоценил нейтральность армии). Между тем оператор передачи, опытный мастер своего дела, оказался убежденным социалистом, и все свое мастерство направил на дискредитацию правого политика.

То, что он сотворил с образом героя передачи, было ужасно, а демонстрация этого ролика могла бы заменить целые курсы лекций на факультетах журналистики и психологии. Камера медленно подъезжала

снизу, придавая персонажу все более спесивый, чванный вид, следом давался верхний ракурс, и телезрители видели перед собой мелкого ничтожного человечка. От мощного света юпитеров на лице появлялись капли пота, и каждая капля была выделена крупным планом. Но главное – руки! Трясущиеся (благодаря манипуляциям оператора) руки кандидата идеально согласовались с содержанием слухов и надолго запомнились аудитории.

В целом видеоряд получился настолько ярким, что полностью заслонил звуковую речь. Точнее, содержание визуального текста подчинило содержание вербального текста и окончательно развенчало образ кандидата в глазах избирателей (человеческому восприятию свойствен **примат зрения**, и мало кто догадывается, что видеть «своими глазами» и «по телевизору» – не одно и то же). Самые обидные слухи подтвердились воочию, и на следующий же день рейтинг Алессандри резко упал. Он подал в суд на организаторов телепередачи, но, как говорится, поезд ушел...

В избирательной кампании по одному из дальних регионов России участвовал столичный чиновник, известный специалист по сельскому хозяйству. При этом он все рвался выступать перед открытой аудиторией, хотя не умел этого делать, был косноязычен, говорил на диалектном и малограмотном (характерном для совсем другого региона страны) языке. Попытки консультантов отговорить кандидата от подобных выступлений, где он раз за разом терял потенциальных избирателей, не имели успеха. (Кандидат обладал другими выгодными качествами, на которых и строилась игра.) Пользуясь его фактическими провалами, недоброжелатели наградили кандидата кличкой «Колхозник», активно тиражировали слухи о его оплошностях, якобы доказывавших, что его интеллект не распространяется дальше посева и жатвы. Это было особенно разрушительно для образа, поскольку население области, в основном городское, обладает высоким образовательным уровнем.

Наконец, кандидат надумал выступить перед морскими офицерами, надеясь продемонстрировать широту своего мышления. Написали текст, который он нудно зачитывал вслух, а моряки со скучающими лицами выслушивали. И вдруг – как будто в зале взорвалась бомба. Общее оживление, возмущение на лицах, фразы: «Колхозник! Тракторист!» – вперемешку с крепким матом.

Оказывается, читая текст, где упоминалось о погибшей подводной лодке типа К-129, оратор оговорился и прочел: «К-729». Ему было привычнее такое сочетание, поскольку К-700 – это марка трактора, и сработал эффект апперцепции. Спутать субмарину с трактором! – такого оскорбления подводники простить кандидату не могли. Слух об умственной ограниченности «Колхозника» был не развенчан, а наглядно подтвержден, и очередная аудитория была навсегда потеряна.

(После того смехотворного случая часть консультантов пригрозили выходом из кампании, да и сам кандидат понял, наконец, что ведет себя неразумно. Он стал внимательнее прислушиваться к советам, и опытные специалисты консалтинговой фирмы «Восточный проект» смогли, используя несомненные достоинства кандидата, довести избирательную кампанию до победного конца...)

Еще один эффективный инструмент оперативного противодействия слухам – *юмор*: веселая своевременная шутка для слуха подчас убийственнее, чем целая серия мероприятий. Само собой разумеется, что при этом также необходимо уделять предельное внимание мелочам, памятуя о психической инерции.

Сорокапятилетний коммунистический лидер в одной центральноамериканской стране обладал массой привлекательных и полезных для политика личностных качеств и одним маленьким недостатком: молва гласила о его чрезмерном увлечении женщинами. Грех не смертельный в глазах латиноамериканцев, однако такой слух наносил ущерб престижу деятеля, претендовавшего на общенациональную роль, а также его партии.

Противники охотно муссировали эту тему, демонстрируя несолидность своего оппонента и фарисейство аскетической левой идеологии вообще. Бульварному журналисту была заказана разоблачительная статья. Тот, узнав, что жена политика с детьми куда-то уехала, якобы просидел сутки в кустах и сфотографировал шесть (!) девушек, входивших в его дом. Шесть девушек за сутки! Не иначе, сексуальный маньяк...

Статья содержала множество неувязок, снимки были невысокого качества; что за дом, что за девушки – об этом можно было узнать только из тенденциозного текста. Но вступать в полемику с таблоидом, тем более подавать в суд, значило бы заведомо «потерять лицо». Совсем оставить без внимания эту подленькую акцию тоже было нельзя, так как обыватели со вкусом ее обсуждали. Настоятельно и срочно требовалась какая-нибудь ответная «хохма».

Тогда мы обратили внимание на то, что в статье много сказано о входящих девушках и ни слова – о выходящих. Следовательно... «Тут один очень уважаемый сеньор написал в очень солидной газете, будто я круглые сутки пожираю людей женского пола, любимая жена и дочки перестали меня целовать, боятся, что я пооткусываю им носы», – с серьезным видом заявил политик в ближайшем телеинтервью. Зрители

оценили юмор, и популярность его только возросла... О губернаторе одной из российских областей в преддверии очередных выборов распространили слух, будто он настроил себе роскошные дачи и виллы за границей. Он выступил по телевидению и заявил примерно следующее. Вот фотография и адрес моей загородной дачи (дача не отличалась особой роскошью), она в получасе езды от города, и каждый может на нее полюбоваться. Сейчас я публично и торжественно обещаю: тот, кто обнаружит еще одну дачу или виллу, в России или за рубежом, принадлежащую лично мне или кому-то из моих родственников, получит ее в подарок... Смешной факт из личной жизни. После того как спецкурс «Психология стихийного массового поведения» был впервые прочитан на психологическом факультете МГУ, среди студентов прошел слух, что автор курса (и автор этих строк) – полковник КГБ. Узнав об этом, я на ближайшем семинаре строго заявил: «Если еще раз такое услышу, всей группе снижу оценки за посрамление моего чину, так как на самом деле я не полковник, а генерал». Студенты стыдливо заулыбались, но слух о моей причастности к Органам умер и в последующие годы больше не появлялся, потому что стиль моего поведения совсем «не монтируется» с образом генерала...

А вот довольно неожиданный пример, который мы когда-то нашли в собрании сочинений В.И. Ленина. Проблема слухов посвящена большая часть речи при закрытии X съезда РКП(б) в 1921 году, и там, в частности, рассказано о таком эпизоде.

Победа большевиков еще представлялась многим в России и за границей кратковременным явлением; зарубежные государства и капиталисты предпочитали воздерживаться от деловых контактов с большевистским правительством. Но проходили месяц за месяцем и год за годом, а власть в России не менялась. Зарубежные предприниматели, терявшие прибыль от возможной торговли, начали беспокоиться. Нужно было снять государственные ограничения на коммерческие связи с большевистской Россией, а для этого требовался соответствующий настрой общественного мнения.

Выполняя заказ заинтересованных финансовых групп, американский журналист Э. Кларк написал брошюру «Факты и домыслы о Советской России». В ней были воспроизведены многочисленные слухи «про бегство Ленина и Троцкого, про расстрел Троцким Ленина и обратно... Лучшей агитации для Советской власти нельзя себе представить. Изю дня в день собирались сведения о том, сколько раз расстреливались, убивались Ленин и Троцкий, эти сведения повторялись каждый месяц, и затем, в конце концов, их собирают в один сборник и издают».

Комический эффект, произведенный брошюрой, убедил американскую общественность в том, что надежды на скорое поражение большевиков беспочвенны, и сыграл свою роль в снятии торговых запретов...

Я привел последний пример еще и для того, чтобы вновь указать на поразительную способность недостоверных слухов сбываться.

Вероятно, ни Кларк, ни Ленин не подозревали, что со временем в большевистской партии все примерно так и произойдет, как смоделировано молвой. Вожди перегрызутся между собой, перестреляют друг друга, кого-то бывшие соратники доведут до самоубийства, кого-то сгноят в тюрьмах или приговорят к расстрелу, кого-то стукнут ледорубом по голове. Но до этого оставалось еще 10–20 лет...

Ранее был рассказано об эпизоде в арабской стране, где потребовалось оперативно ликвидировать опасный, но совершенно безосновательный слух о концентрации вражеских войск на границе. Но случилось именно так, как вещал слух-пугало. Крупная армейская группировка пересекла ту самую границу, которую мы наблюдали абсолютно спокойной, после недолгого сопротивления социалистическое правительство пало, и его последние сторонники бежали, спасаясь от репрессий. Только все это произошло спустя 8 лет.

В 1896 году никаких симптомов будущего краха российской монархии не просматривалось. Тем не менее, катастрофу на Ходынском поле многие восприняли с отчаянием или со злорадством как предзнаменование. «Кто начал царствовать с Ходынки, тот кончит, встав на эшафот», – писал тогда доморощенный Нострадамус, выражая народную молву. Мы знаем, что действительная участь Николая II оказалась еще более трагической, но до преступления в Екатеринбурге оставалось 22 года!..

Вот еще удивительный пример. В 1979 году по странам Южной Америки прокатился странный слух. Якобы в какой-то военной лаборатории был выведен и по оплошности ученых вырвался на свободу мутант – маленькое кусачее существо, *la machaca* – то ли змейка, то ли ящерица, то ли насекомое вроде осы или даже москита. Его укус для человека смертелен, но спастись может тот, кто на протяжении ограниченного времени (то ли часа, то ли суток)... вступит в половой акт.

Позже по этому поводу смеялись, распевали веселую песенку («укусила меня ля мачака»), но тогда кое-кому было не до смеха: распространение слуха сопровождалось всплеском самоубийств, совершенных сексуально закомплексованными мужчинами и женщинами.

А еще через два года люди впервые услышали о вирусе СПИД. И первая же версия по поводу его происхождения состояла в том, что это мутант, полученный военными биологами и по ошибке выпущенный на волю...

Такие истории, когда жизненные сюжеты воспроизводят сюжеты недостоверных, часто беспочвенных, а то и вовсе нелепых слухов, заслуживают, по-моему, специального обсуждения. В ряде случаев механизм *самоосуществляющегося пророчества (self-fulfilling prophesy)* более или менее прозрачен. Скажем, слух о повышении цен побуждает людей к лихорадочным покупкам – и цены действительно возрастают (или товар исчезает с прилавков). Слух-желание об отмене крепостного права, подогрев несбывшиеся надежды, вызвал массовую фрустрацию, агрессию и крестьянские бунты – и это помогло сторонникам реформы, во главе с Александром II, провести проект в жизнь.

Но во многих других случаях механизм отсроченного воплощения сюжета мне не столь ясен (подобным свойством, кроме слухов, обладает еще один психологически близкий слухам феномен – анекдоты). Не знаю даже, существуют ли здесь причинные зависимости, или так проявляется «гениальное народное предчувствие». А может быть, это только случайные совпадения – не все же слухи сбываются! – но в совокупности своей они впечатляют...

В заключение темы обратим внимание на то, что 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 наслоения (в силу тенденций, о которых ранее говорилось) и взять ситуацию под контроль. В противном случае, упрямо стремясь опровергнуть слух, мы рискуем нанести обществу еще больший ущерб.

Чернобыльская авария 26 апреля 1986 года застала врасплох не только политических руководителей, но и ученых. По близлежащим районам мгновенно разнесся слух-пугало о чрезвычайной опасности взрыва для здоровья и жизни. Но партийное и советское руководство Украины, не пытаясь разобраться в том, насколько слух достоверен, по установившейся традиции думало только о том, как бы побольше информации засекретить (от своих сограждан) и как сбить «нездоровый ажиотаж». Нужно было любой ценой слух опровергнуть, и такой ценой стало здоровье людей.

Вместо того, чтобы отменить массовую первомайскую демонстрацию и рекомендовать гражданам по возможности не покидать квартиры, партийные организации Киева получили указание добиться максимальной массовости. С точки зрения технологии опровержения слуха все делалось вроде бы правильно. Меры оказались настолько эффективными, что через несколько дней после аварии американский спутник сфотографировал голых по пояс мальчишек, играющих в футбол на улице Припяти.

Думаю, в данном случае юридическая и нравственная стороны дела не нуждаются в комментариях. Жители тех городов (например, Калининграда), где руководство использовало более человечную тактику, отменив праздничные мероприятия и рассказав о возможных опасностях, получили меньшую дозу радиации и впоследствии не испытали столь сильного психологического шока...

В некоторых ситуациях используется более изощренный прием: подкрепление слуха с *коррекцией сюжета*. Это сродни приемам восточных единоборств, где искусство состоит в том, чтобы обратить в свою пользу силу противника.

В ходе предвыборной кампании в одном российском регионе противники действующего главы упорно муссировали слух (имевший косвенные, но зримые подтверждения), что Москва его не поддерживает и, следовательно, делает ставку на основного конкурента. При этом под словом «Москва» подразумевали президента страны (В.В. Путина), пользовавшегося симпатией населения.

Избирательному штабу было рекомендовано интенсивно вбрасывать через СМИ и через предварительно выстроенную слуховую Сеть сведения, подтверждающие, что «Москва» стремится к смене власти в регионе. Однако вместо Президента центральным персонажем становился весьма нелюбимый в народе олигарх, которому сильный местный руководитель не позволяет грабить природные ресурсы...

Циркулирующие слухи способны порой нанести очень серьезный социальный и психологический ущерб вообще и ущерб конкретным лицам и делам в частности. Во многих случаях нормальное функционирование группы, организации, фирмы, спокойная жизнь общества в целом, политическая успешность партий и лидеров зависят от умения предупреждать слухи и не терять голову при столкновении с ними...

ВОПРОСЫ К ЛЕКЦИИ 4–5

1. Что такое слух? Расскажите об отличительных особенностях этого явления.

2. 2. Чем обусловлено практическое значение исследования слухов?
3. 3. Дайте классификацию слухов по экспрессивному и информационному параметрам. Иллюстрируйте классификационную таблицу самостоятельными примерами.
4. 4. Почему политически значимый слух не бывает полностью достоверным? Расскажите о характерных искажениях сюжета в процессе циркуляции. Вспомните случаи таких искажений из личной жизни или из литературы.
5. 5. Какие предпосылки необходимы для возникновения слуха? Как объясняет появление слухов системно-экологическая модель?
6. 6. Какие дополнительные факторы могут способствовать распространению слухов?
7. 7. Возможно ли предвидеть и предупреждать появление слухов? Какими мерами формируется слухоустойчивая среда?
8. 8. Какие вам известны приемы ликвидации циркулирующего слуха? От чего зависит выбор тех или иных приемов в каждом конкретном случае?

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. 1. *Аверченко А.Т.* Сплетня // Аверченко А.Т. Бритва в киселе. М., 2000.
2. 2. *Беззубцев С.А.* Слухи, которые работают на вас. СПб., 2003.
3. 3. *Гоголь Н.В.* Мертвые души // Гоголь Н.В. Соч.: В 2 т. Т. 2. М., 1969.
4. 4. *Григулевич И.Р.* История инквизиции (XIII–XX вв.). М., 1970.
5. 5. *Дмитриев А.В., Латынов В.В., Хлопьев А.Т.* Неформальная политическая коммуникация. М., 1996.
6. 6. *Дмитриев А.В., Тощенко Ж.Т.* Общественное мнение в системе информационно-психологической безопасности // Проблемы информационно-психологической безопасности. (Сборник статей и материалов конференции). М., 1996.
7. 7. *Лайнбарджер П.* Психологическая война. М., 1962.
8. 8. *Ленин В.И.* Речь при закрытии съезда 16 марта // Ленин В.И. Полн. собр. соч. 5-изд. 5. Т. 43
9. 9. *Сорокин П.А.* Долгий путь. Автобиографический роман. Сыктывкар, 1991.
10. 10. *Платонов К.К.* Психология религии. М., 1967.
11. 11. *Плюснина А.* Слухи в банке. Стоит ли бороться? // Банковское дело в Москве. 1998. № 8 (44).
12. 12. Революционный невроз / Сост. Боковиков А.К. М., 1998.
13. 13. Русская революция глазами ее современников и участников. Рим, 1981.
14. 14. *Хлопьев А.Т.* Групповое и массовое сознание в поле слухов // Проблемы информационно-психологической безопасности. М., 1996.
15. 15. *Шариф Я.М.* Газета и деревня. М.;Л., 1924.
16. 16. *Шерковин Ю.А.* Психологические проблемы массовых информационных процессов. М., 1973.
17. 17. *Шерковин Ю.А., Назаретян А.П.* Слухи как социальное явление и как орудие психологической войны // Психологический журнал. 1984. Т. 5. № 5.
18. 18. *Щербатых Ю.В.* Психология страха. Популярная энциклопедия. М., 2001.
19. 19. *Allport G.D., Postman L.* The psychology of rumor. N. Y., 1947.
20. 20. *Brown J. A.C.* Techniques of persuasion. From propaganda to brainwashing. N. Y., 1975.

[в оглавление <<>>](#) [на следующую страницу](#)

ЛЕКЦИЯ 6. РЕКЛАМНЫЕ КАМПАНИИ, «ГРЯЗНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ» И «ЧЕРНЫЙ Пи Ар»

[Вопросы к лекции 6](#)

[Рекомендуемая литература](#)

Сегодня в массовом сознании россиян утвердилось отчетливо негативное отношение к политтехнологам. В психолингвистических экспериментах по предъявлению слов «политическая технология» большинство респондентов

дают ассоциацию – «грязная», а к слову «Пи Ар» (*PR, public relations*) – «черный». Я бы выделил две причины такого положения дел.

Одна состоит в том, что с резким изменением правил политической игры на стыке 80-х и 90-х годов в эту сферу хлынул поток дилетантов. Прочитав пару американских брошюр и назвав себя неудобопроизносимым по-русски, но гипнотизирующим богатых заказчиков словом «имиджмейкеры», эти люди стали изобретать (часто не догадываясь, что все это уже было изобретено и испробовано) всякого рода «заморочки» для запутывания избирателей.

Дилетанту в любой сфере деятельности, особенно в области противоборств (это хорошо известно спортсменам), свойственна иллюзия, будто нарушение правил повышает вероятность успеха. Он не догадывается о том, что в основании современных технологий лежит сорокалетняя дискуссия (30–60-е годы) на темы «пропаганда и мораль», «пропаганда и ложь», о существовании профессионального кодекса чести. Или считает профессиональную честь устаревшим предрассудком. И действительно, технолог-дилетант может достигать успехов до тех пор, пока имеет дело с себе подобными. Но стоит ему столкнуться с профессиональным противником – и все изощренные «подлянки» оборачиваются дисфункцией, поскольку противник знает их наперечет и заранее выстроил упругую защиту.

В профессиональной работе порядочным быть *выгоднее*, чем подлецом. Это замечательное свойство морали проявляется во всяком нормально организованном сообществе, и на него указывали многие великие мыслители, от Сократа («Знание есть добродетель, а незнание – источник всех пороков») до Льва Толстого («Девять из десяти дурных человеческих поступков объясняются исключительно глупостью»). Если бы было иначе, то социальная мораль умерла бы, едва успев родиться.

Когда конкурируют профессионалы, кампания обходится без подлых приемов и инсинуаций. Каждый понимает, что это наверняка обернется эффектом бумеранга, даст конкуренту дополнительный информационный повод для самопрезентации и т.д. Команда консультантов, выстроив надежную систему обороны, занимается продвижением своего «товара». «Наш шампунь» по своим потребительским достоинствам превосходит «обычные шампуни» – вот формула грамотно проводимой рекламной кампании. Если же она сопровождается взаимным «обливанием грязью», то можно определенно утверждать: работают дилетанты.

Не надо считать циничным, что для технолога различия между шампунем, кандидатом в президенты и идеологической доктриной второстепенны: у торговой и политической пропаганды^{7[1]} много общих механизмов.

И для всех случаев есть еще одна формула, которая на первый взгляд кажется двусмысленной, но которую следует твердо усвоить всем, кто занимается социальными технологиями: *реклама должна сообщать правду, только правду, много правды, но никогда – всю правду.*

Умение соблюдать функциональный баланс правды – важный показатель профессиональной компетентности психолога не только в политике, но часто и в лабораторной работе, и в терапии. Потому что, отступив от принципа правды, он скатится в шарлатанство со всеми вытекающими отсюда последствиями. Отступив же от принципа функциональности, он дрейфует в иной дискурс. Тогда вместо инструкции испытуемому получится лекция, вместо терапевтического сеанса – консультация, а вместо пропагандистского – научный (или квазинаучный) текст.

В последнем случае консультант выступает уже в роли эксперта, а не технолога. Такие ситуации тоже возможны, а когда эти роли путаются между собой, происходят недоразумения.

В 1989 году в украинском городе Запорожье был разработан проект моста с автострадой через Днепр. Мост должен был стать чуть ли не самым длинным в Европе и обойтись в сотни миллионов тогдашних советских рублей. Уже сама по себе огромная дороговизна проекта вызывала неоднозначное отношение. Кроме того, автострада должна была пройти по острову Хортица, который представлял собой экологическую и историческую ценность: на нем сложилась уникальная экосистема, и с ним связаны истоки Запорожской Сечи. Соответственно заволновались «зеленые» и казаки.

Вместе с тем одобрение и принятие проекта обещали очень большие дивиденды его инициаторам, включая городские власти (финансы, честолюбие), и они стремились во что бы то ни стало добиться своего. Было решено прибегнуть к авторитету московских ученых и заказать гуманитарную экспертизу. Само собой разумелось, что ученые непременно оценят грандиозность задуманного и помогут «протолкнуть» проект.

Но междисциплинарная группа аналитиков, всесторонне изучив обстановку, доказала, что транспортные задачи (актуальностью которых обосновывался проект) можно решить без строительства нового моста, несравненно более дешевыми способами. Более того, руководитель консалтинговой фирмы известный психолог А.У. Хараш, понимая государственное значение дела, сумел выступить по местному телевидению и обнародовать выводы научной группы.

Заказчики были крайне недовольны результатом и кляли себя за то, что связались с «москалями». Так ведь заказывали не продвижение проекта, а гуманитарную экспертизу...

^{7[1]} Этот термин происходит от латинского *propagare* – сеять, распространять. В латиноязычных странах (Италия, Франция, Испания и др.) он не несет негативных коннотаций, поскольку рожден католической церковью: в 1622 году была опубликована булла Римского Папы Propaganda Fidei, положившая начало миссионерской деятельности. В странах же германской языковой группы (Германия, Англия, США) он часто ассоциируется с доктором И. Геббельсом и его Министерством. В русской и других славянских культурах это слово сохранило неоднозначный оттенок в память о тоталитарных устремлениях марксистско-ленинских партий.

(Впоследствии, правда, удалось найти компромиссное решение, не столь амбициозное, но более или менее удовлетворившее все стороны.)

Приступая к работе, консультант должен четко уяснить для себя, а во многих случаях и суметь объяснить самому заказчику, чего он (заказчик) хочет и чего хотят конкуренты, поскольку это не всегда очевидно. Например, вступая в избирательную кампанию, большинство кандидатов обычно не планируют и даже не желают ее выиграть. Палитра реальных мотиваций при этом весьма разнообразна: реклама своей личности или фирмы, получение временной судебной неприкосновенности, торговля голосами и т.д.

Вот, может быть, самый известный пример. Результат президентских выборов в России 1996 года с высокой уверенностью прогнозировался с самого начала (когда рейтинг действующего президента оценивали всего в 5%), потому что из всех кандидатов только Б.Н. Ельцин желал быть (остаться) президентом России и только его команда была нацелена на решение этой задачи.

Реально помешать ее решению могли бы разве что факторы медицинского плана. И такие факторы действительно чуть было не изменили ход событий: за несколько дней до второго, решающего тура выборов президента поразил тяжелый сердечный приступ. Возник слух о его смерти, который был даже озвучен в одной из телепередач, а опровергнуть слух, «предъявив президента живьем», было невозможно.

Тем самым сложилась неправдоподобно выгодная для коммунистического кандидата ситуация. Правда, ставленники действующей власти сумели в тот момент (путем обмана) не допустить оплаченного выступления коммунистических представителей по первой программе ТВ, опасаясь, что они публично заявят о возможной смерти Президента, а тогда как минимум придется признать его физическую недееспособность, которая всячески скрывалась. КПРФ же удивительно легко примирилась с неудачей. Ее лидеры не стали поднимать шум, устраивать скандал, не задействовали разветвленный пропагандистский аппарат, включив который на полную мощность могли в тот момент выиграть выборы. Как бы развивалась после этого социально-политическая ситуация в России, страшно даже себе представить.

Страну тогда спасло то, что неожиданная «опасность» оказаться у власти вызвала в коммунистическом руководстве настоящую панику. К тому времени эти политики уже удобно расположились в оппозиции, были совершенно не готовы к государственной власти, стремление к ней только декларировали и, конечно, не посмели воспользоваться свалившимся с неба подарком судьбы. В ночь после выборов телерепортаж из их избирательного штаба производил комический эффект. Бросался в глаза контраст между словесным содержанием интервью (руководители штаба утверждали, что результаты, конечно же, подтасованы, их подло лишили победы) и счастливыми выражениями лиц – на них было нескрываемое облегчение...

Итак, мастерство политико-психологического консультирования состоит в том, чтобы четко и реалистично определить задачи, соотнеся их с притязаниями заказчика и с наличными ресурсами, и соответственно с ними выстраивать информацию в пространстве и времени. Для этого необходимы профессиональные знания, опыт и «дочь опыта» – интуиция. Когда же всего этого не хватает, «имиджмейкеру» для отработки гонорара только и остается пресловутый «черный Пи Ар». Хотя некоторые любят намекать, что даже не знают, что это такое. И ведь действительно часто не знают, поэтому здесь взятое в кавычки понятие стоит кратко разъяснить.

«Черный Пи Ар» составляют четыре основных элемента (в произвольной последовательности): *намеренное распространение слухов, ложная информация, сублиминальные приемы воздействия и черная пропаганда*. Слухам мы уделили достаточно внимания, что такое ложь, взрослому человеку рассказывать не нужно, а потому остановимся на двух последних компонентах.

Сублиминальным (подпороговым) называется такое коммуникативное воздействие, которое происходит помимо внимания и сознания адресата. Каноническим примером служит обычно двадцать пятый кадр, о чем все уже, кажется, довольно слышаны.

Обычная скорость киноплёнки, необходимая для нормального восприятия движения, составляет 24 кадра в секунду. Прием состоит в том, что в плёнку монтируется еще одна картинка, которая не имеет отношения к сюжету фильма, но ежесекундно мелькает перед зрителем. Зафиксировать ее невооруженным глазом практически невозможно, и человек не замечает и не сознает, что видел что-либо кроме фильма. Однако частое мелькание перед глазами одного и того же образа возбуждает навязчивое желание. Например, если была изображена реклама «Кока-колы», то очередь к киоску у выхода из кинозала значительно возрастает.

Этот эффект, впервые продемонстрированный в 1957 году американским психологом Дж. Вайкери, имеет бесчисленное множество технических модификаций. Скажем, одновременно на один и тот же экран могут быть нацелены два кинопроектора, по одному из которых демонстрируется фильм, а другой, гораздо слабее, ежесекундно «выстреливает» рекламную картину. Вместо видеоплёнки может использоваться аудиоплёнка. Несколько лет назад одна московская радиостанция устроила себе рекламный скандал, «защищаясь» от обвинения в том, будто в ее передачи вмонтированы какие-то звуки, усиливающие половое влечение.

А в 2000 году в печати сообщалось о том, что екатеринбургскую компанию АТН («Авторские телевизионные новости») действительно лишили лицензии. Было доказано, что в ее передачи вмонтирован 25-й кадр, на котором крупными буквами написано: «Сиди и смотри только АТН».

В том же году перед судом штата Техас предстали владельцы одного брачного агентства. У экспертов Общества защиты потребителей вызвал подозрение слишком высокий процент браков, заключенных при посредничестве этой фирмы. Они легко доказали, что в видеокассетах, представляющих претендентов и претенденток, использовался 25-й кадр со словами из знаменитой песни Битлз «Love me do!» (Полюби же меня!). Тем не менее, судебное разбирательство не удалось довести до конца, поскольку никто из «пострадавших» не захотел выступить свидетелем обвинения – все заявили, что счастливы в новом браке...

В 1976 году в лекции профессора К.К. Платонова рассказывалось об эксперименте, который провел молодой офицер-психолог, ученик профессора, чтобы доказать пренебрежительно настроенным генералам возможности своей науки. Под предлогом проверки подводников на звуковую стрессоустойчивость в индивидуальные каюты по несколько часов в сутки передавался из центрального источника «белый шум», т.е. хаотическое нагромождение бессмысленных звуков. При этом, без ведома испытуемых, в каюты тех моряков, которые за предыдущие два года развелись с женами, давался звук из другого источника. Там белый шум был «окрашен» мужским голосом, который постоянно повторял одну и ту же фразу: «...А жена была хорошая...» Сила этого звука была рассчитана так, чтобы никто не мог заметить его на общем фоне. Но по возвращении на берег большинство «жертв» эксперимента вернулись к бывшим супругам.

А американская рекламная фирма следующим образом доказала скептикам эффективность своей работы.

У прилавка супермаркета стоял застенчивый молодой человек с диктофоном. Он обращался к каждой покупательнице (в основном это были женщины) с просьбой объяснить, почему она выбрала именно этот шампунь из многих. «Вы, вероятно, видели нашу рекламу?» – спрашивал он. Реакция респонденток была характерной: «Да что за ерунда! Как вы могли такое подумать! Я ненавижу рекламу! Разве я похожа на человека, который смотрит рекламу?!»... В ответ молодой человек совсем тушевался: «Простите, я сморозил такую глупость! Опытный человек сразу бы понял, что вы не из тех, кто смотрит рекламу... Но, может быть, вы все же не откажете в любезности рассказать, почему выбрали этот товар?»

Сжалившиеся дамы начинали излагать свои соображения в диктофон. А потом тексты ответов сравнили с текстом рекламного ролика. В большинстве случаев текстуальное совпадение бросалось в глаза.

Отсюда, кстати, видно, что реклама очень часто работает на грани сублиминального метода. Еще более он распространен в политической пропаганде.

«Из одного гранатомета можно уничтожить 5 американских империалистов. Сколько нужно гранатометов, чтобы уничтожить 20 империалистов?» – задачками такого типа полон школьный учебник арифметики, изданный во Вьетнаме 70-х годов. Американские психологи, изучив учебники гитлеровской Германии и других стран, включая США, пришли к выводу, что именно уроки математики, а не истории или литературы, мощнее всего воздействуют на мировоззрение детей. Потому что в гуманитарных дисциплинах пропаганда осуществляется прямо, сталкиваясь с нормативным смысловым сопротивлением и более или менее сознательной оценкой тезисов. В математике же внимание сосредоточено на числах и формулах, идеологический фон остается на периферии и исподволь, скрытым регулярным повторением нужные ценности «вдалбливаются» в подсознание ребенка. В этом и состоит эффект двадцать пятого кадра, и чтобы придумывать его новые и новые варианты, надо лишь немного воображения.

В американском мультфильме 70-х годов про Красную Шапочку авторы одели Волка в фуражку с серпом и молотом и придали его английской речи выраженный русский акцент. В детских комиксах, наводнивших пиночетовскую Чили, два самых злобных персонажа носили характерные бороды, звались Марк и Энхель и обращались друг к другу «камарада» – товарищ. А в упоминавшемся ранее «экспериментальном» радиоспектакле про нашествие пришельцев с соседней планеты (в Латинской Америке) страшных марсиан-кровопивцев дикторы называли не иначе, как «марсистами».

В одной из предыдущих лекций рассказывалось и о том, как обанкротившееся руководство телестудии, стремясь будировать зрителей, расположило в углу экрана логотип «Поддержим НТВ сегодня» – и каждые несколько минут выбрасывало на экран быстро мелькавшую фразу крупными буквами: «Благодарим зрителей за поддержку!»

Все приведенные примеры – варианты того самого эффекта: идеологическая и (или) поведенческая программа внедряется в подсознание незаметным повтором, обходя сознательное восприятие и смысловое сопротивление тексту. Когда же человек сознает, в чем его пытаются убедить, это уже не сублиминальное воздействие, сколь бы похабным, лживым и «черным» ни было его содержание.

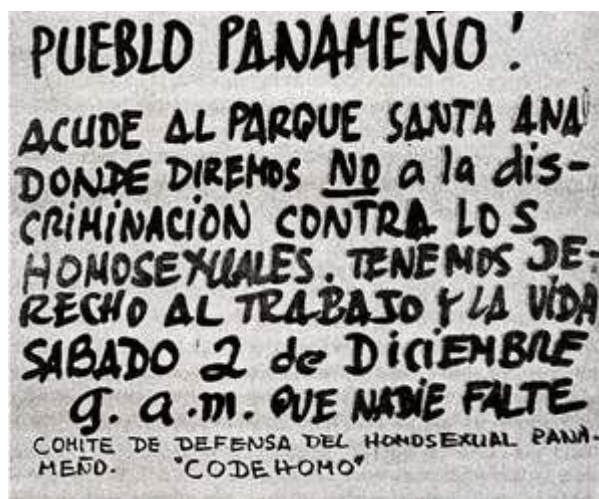
Черная пропаганда – сообщение с ложно указанным источником. Этим она отличается от *белой* и *серой* пропаганды, соответственно, с верно указанным источником (рис. 20) и без указания такового (рис. 21).



НЕТ – русско-кубинскому империализму! Панамец! В 1951 году советский руководитель Мануильский заявил на встрече в Москве, в Международной ленинской школе: «Война между капитализмом и коммунизмом неизбежна. Пока нам не хватает сил для решительного наступления, но наш час пробьет через 20–30 лет. Для победы нужен фактор внезапности, поэтому следует усыпить бдительность буржуазии. Мы должны развернуть небывалую кампанию борьбы за мир во всем мире, а как только наши враги расслабятся, нанесем по ним мощный удар».

Соотечественники! После этого заявления прошло 25 лет! Коммунисты уже готовы овладеть Панамой. Дабы воспрепятствовать этому, мы организовали движение сопротивления коммунистическому империализму и назвали его – Бог и Панама. Включайтесь в нашу борьбу. Приходите *в субботу 2 декабря в 9-00* на митинг в *парк Святой Анны*, где дружно скажем «нет» русско-кубинскому империализму. Подпись: Бог и Панама; имена трех инициаторов.

Рис. 20. Пример белой пропаганды. Листовка распространялась в 1976 году в столице Республики Панама. Несмотря на лживое содержание, листовка представляет собой белую пропаганду, так как указан подлинный источник обращения



Панамцы! Приходите в парк Святой Анны, где скажем НЕТ дискриминации гомосексуалистов. Мы тоже имеем право на труд и на жизнь. Не вздумайте отсутствовать в субботу 2 декабря в 9 утра.
Подпись: Панамский комитет защиты гомосексуалистов – «Козагомо».

Рис. 21. Пример серой пропаганды. Эта листовка, отпечатанная на стеклографе, появилась как ответ на листовку (рис. 20) днем позже. Разумеется, подпись мифическая, так что перед нами пример серой пропаганды, эксплуатирующей традиционную неприязнь латиноамериканцев к гомосексуализму. Один из руководителей местной компартии (Народной партии Панамы) очень гордился своей провокационной выдумкой. Действительно, антикоммунистический митинг был блестяще сорван: в назначенный час из парка исчезли, опасаясь побоев, даже его завсегдатаи (в том числе гомосексуалисты, облюбовавшие это место для своих встреч).

Но, как и предупреждали советники из Москвы, дело добром не кончилось. Молодые сторонники НПП, взявшиеся распространить листовку, даже не прочитав ее (настолько безусловным было доверие к партии), заметили, что окружающие, по ознакомлении с текстом, как-то странно на них поглядывают. Только после этого они сами прочли содержание и поняли, как их «подставило» руководство. Возникший скандал привел к очередному партийному расколу...

От имени штаба одного из кандидатов распространяются листовки, которые содержат оскорбления в адрес других кандидатов (те, не разобравшись, жалуются в Избирком, между соперниками начинаются разборки, отвлекающие от дела, утомляющие и запутывающие избирателей, а команда провокатора тем временем набирает очки). Или листовки сообщают небылицы об уголовном преследовании кандидата со слезной мольбой к избирателям обеспечить его депутатской неприкосновенностью, ибо «если N не будет сидеть в Думе, то сядет в тюрьму». На таких фальшивках никогда не указан адрес типографии, но читатели не замечают подобных мелочей.

Впрочем, иногда используют и подлинные листовки, выкраденные из штаба одного из кандидатов или тайно заказанные дополнительным тиражом в типографии. Представьте себе, что утром, открыв дверь своей квартиры, вы обнаруживаете на ней и на дверях соседей намертво приклеенные предвыборные листовки. Все те слова, какие станут произносить разъяренные жильцы, отмывая двери от силикатного клея, обычно так или иначе падают в копилку противников данного кандидата. Если, конечно, жильцы настолько наивны, что не догадываются, чьих это рук дело.

Можно поступить и еще «остроумнее»: наклеивать листовки противника на лобовые стекла оставленных на улице автомобилей, как раз перед водительским сиденьем. Да еще зимой! (Несколько лет назад в одном северном городе обозленные водители едва не заставили пойманного парня языком слизать с лобовых стекол наклеенные листовки.)

Частные разновидности этого донельзя примитивного приема довольно разнообразны. Пьяные (или притворяющиеся таковыми) хамы раздают листовки противника возмущенным прохожим... На улице появляются мальчики откровенно гомосексуального вида с женоподобными голосами и с плакатами, призывающими: «Голосуйте за нашего N!»

Можно, конечно, обойтись и без листовок. На дискотеке неожиданно прерывается музыка, и пожилой мужчина в строгом костюме начинает занудным голосом растолковывать, почему молодежь обязана голосовать за такого-то. Через полминуты зал дрожит от дружного свиста и комментариев в адрес агитатора и «его» кандидата.

А вот, кажется, рекорд похабства. Старикам в деревню привозят в подарок... презервативы. Холеные и нарочито нахальные юноши и девушки издевательски объясняют, как и для чего презервативы следует использовать, доказывают, что это самый ценный сувенир и что облагодетельствованные только в силу своей деревенской темноты не поняли его прелести. Само собой разумеется, щедрым дарителем объявляется конкурирующий кандидат...

Рассказывая обо всех этих мерзостях, я хочу еще раз подчеркнуть: засилье дилетантизма в современной российской политической психологии с типичными для дилетантов пренебрежением к моральным нормам и неумением думать о долгосрочных последствиях – одна из главных причин сложившейся у людей установки по отношению к «технологиям».

Другая совокупная причина – политическая неискушенность «постсоветской» публики, неразвитость институтов гражданского общества и периферийное положение политических свобод в системе ценностей массового сознания. Все это делает обывателей удивительно податливыми для манипулятивных приемов. Удивительно – потому что такая податливость контрастирует с уровнем образования россиян, как контрастирует с ним и низкий уровень жизни.

Я знаю, что это временное явление. Как известно из истории политических технологий, несколькими десятилетиями ранее столь же податливы были и западные обыватели, да и теперь

они не всегда демонстрируют выдающиеся способности к самостоятельному политическому мышлению (вспомним, как легко европейцы и американцы «клянули» на манихейскую пропаганду, сопровождавшую югославскую авантюру НАТО в 1999 году). Но дело в том, что затянувшийся переходный период в политике и в состоянии массового сознания не сыграл роковую для страны роль...

Политических субъектов (избирателей) той или иной страны принято делить на три категории: «народ», «электорат» и «граждане». В современной России к первой категории относятся те избиратели, которые готовы принять или изменить решение непосредственно на участке и легко подчиняются громко высказанному «совету». Ко второй – те, кто приходит на участок с готовым мнением, но, подобно первой категории, ориентируются по преимуществу на такие признаки, как возраст кандидата, внешность, физические качества (спортсмен и т.д.), мужественный голос, семейная репутация, половая, этническая принадлежность и проч. Эти люди уже способны разоблачить трюк с дареными презервативами, но еще «покупаются» на трюк с «голубыми» агитаторами (см. выше). Наконец, «граждане» сравнивают программы кандидатов, их деловые и политические качества.

Ясно, что подверженность этих трех категорий манипуляциям различна, и их соотношением определяется совокупная «манипулябельность» общества. Ясно также, что это соотношение исторически изменчиво. В некоторых странах за последние годы сочли возможным отменить правовые запреты на такие действия, которые в других странах считаются манипулятивными, поскольку уровень гражданского сознания исключает их влияние на поведение избирателей. Например, в Дании и в Швеции теперь уже разрешается сообщать результаты первых подсчетов голосов на протяжении всего дня выборов, хотя в России или, скажем, в США такой прием все еще способен решающим образом повлиять на окончательный итог голосования.

В СССР до середины 80-х годов избирательные технологии оставались грубыми и примитивными. При тотальном идеологическом контроле и информационной блокаде от манипуляторов сознанием не требовалось особого искусства или богатого воображения. Общий эффект был, как правило, гарантирован. С некоторыми погрешностями, конечно, но эти погрешности не влияли на оценку работы пропагандистов – она (оценка) оставалась стабильно низкой (!). Дежурные фразы о недостаточной эффективности советской пропаганды содержали прямой намек на то, что преимущества социализма безусловны и всемерны и если «кто-то кое-где у нас порой» в этом еще сомневается, то лишь оттого, что коммунистические пропагандисты уступают в мастерстве буржуазным.

В 1986 году группа психологов, осмыслив результаты отечественных и зарубежных исследований, посвященных свойствам стереотипного мышления, выступила на представительном симпозиуме с непривычным тезисом. Советская пропаганда, робко намекали мы, *чересчур эффективна*, и это уже оборачивается негативными последствиями для общества. Задача ученых – психологов, педагогов, социологов – способствовать не повышению (как гласили тогда расхожие формулировки), а *понижению* эффективности пропаганды, воспитывать личность, готовую сопротивляться воздействиям. Потому что человек, воспитанный на стереотипах и «культуральных трюизмах», весьма уязвим: попав в поле диссонирующей информации, стереотип имеет тенденцию не разрушаться, а переворачиваться, т.е. он сохраняется, сменив только валентность (эмоциональный знак); безусловно хорошее превращается в безусловно плохое, и наоборот.

Идейный иммунитет формируется при *диалогическом* общении, при котором представление о предмете проходит фильтры критического суждения, человек знакомится с альтернативными точками зрения и готов их обсуждать. Следовательно, настало время соответствующим образом перестроить всю систему воспитания и пропаганды и т.д. В подтверждение были приведены полученные данные и конкретные факты неадекватного реагирования советских людей в идеологически нестандартных ситуациях.

Разумеется, старшие товарищи дали нам достойный отпор, упрекнув в «наклонности к парадоксам и эпатажу»; все остались при своих мнениях. Тогда мы еще и думать не могли, как скоро и какую роковую роль для страны сыграют подмеченные нами механизмы.

Открытые шлюзы «гласности», потоки новой информации и неожиданных интерпретаций затопили обыденное сознание, и всего через несколько лет массы наших соотечественников были склонны считать себя, свой народ и родную страну самыми худшими в мире, а каждого западного политика – средоточием всех мыслимых и немыслимых доблестей. Многие готовы были утверждать, что «на самом деле» и Великую Отечественную войну мы не выиграли, а просто «забросали противника трупами», и на космос зря только деньги тратили, и нации в СССР всегда друг друга ненавидели, и вообще вся история – исключительно череда беззаконий и безобразий. А чтобы достичь вождя коммунизма (этот образ остался жестко фиксированным в подсознании), достаточно скопировать какое-нибудь «цивилизованное» государство.

Это был настоящий триумф стереотипов-перевертышей. Шаблонные картины прошлого, настоящего и будущего оказались настолько ригидными, что не поддавались разрушающему воздействию, под давлением

информационного урагана они только опрокидывались вверх дном. Это смахивало то ли на флотилию надувных корабликов со смещенным центром тяжести, то ли на ленту, вставленную в проектор неумелым механиком.

Парадоксальный контраст между высоким уровнем образованности и низкой способностью к критическому восприятию стал закономерным итогом культурной революции, авторитарного образования и надолго закрытой от внешнего мира пропагандистской системы. Вероятно, сохранившаяся податливость «постсоветских людей» манипулятивным приемам — во многом наследие советского воспитания, построенного на шаблонных схемах и трюизмах...

Во вводной лекции я говорил, что считаю главной из задач политической психологии как науки задачу воспитательную. Чем больше люди знают о механизмах собственного поведения, особенно иррациональных, и о возможных приемах манипуляции, тем труднее ими манипулировать. И тем больше профессионального мастерства требуется от тех, кто занимается воздействием на общественное сознание.

А с мастерством приходит и профессиональное достоинство. По мере того, как Россия будет становиться страной граждан, понятия «технология», «Пи Ар» и т.д. все менее станут ассоциироваться с чем-то грязным и недостойным. Технологические приемы превратятся в средства раскрытия и презентации человеческого потенциала. От этого политические проблемы не сделаются проще, но будут решаться с большим достоинством...

ВОПРОСЫ К ЛЕКЦИИ 6

1. Что означает «функциональный баланс правды» как показатель профессиональной компетентности технолога?
2. Чем отличается задача продвижения проекта от гуманитарной экспертизы?
3. Назовите и охарактеризуйте приемы, относящиеся к сфере «черного Пи Ар».
4. Отчего в современной России широко распространены «грязные технологии»?
5. Каковы, на ваш взгляд, перспективы развития политико-психологических технологий?

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. *Асмолов А.Г.* Президент по выбору: моделирование желаемого будущего. М., 2002.
2. *Лайнбарджер П.* Психологическая война. М., 1962.
3. *Максимов А.А.* «Чистые» и «грязные» технологии выборов. М., 1999.
4. *Назаретян А.П.* Социальные стереотипы в информационно-смысловой системе личности // Материалы всесоюзного симпозиума «Актуальные проблемы социальной психологии». Ч. I. Кострома, 1986.
5. *Петренко В.Ф.* Основы психосемантики. М., 1997.
6. *Петренко В.Ф., Митина О.В. и др.* Психосемантический анализ этнических стереотипов: лики толерантности и нетерпимости. М., 2000.
7. *Шерковин Ю.А.* Психологические проблемы массовых информационных процессов. М., 1973.
8. *Bettinghaus E.* Persuasive communication. N. Y., 1968.
9. *Brown J. A.C.* *Techniques of persuasion. From propaganda to brainwashing.* N. Y., 1975.
10. *Boorstin D.* The image, or what happened to the American dream. N. Y., 1962.
11. *Choocas M.* Propaganda comes of age. N. Y., 1965.
12. *Meyerhoff A.E.* The strategy of persuasion. The use of advertising skills in fighting cold war. N. Y., 1965.

[в оглавление << >> на следующую страницу](#)

ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ СЛОВАРЬ

Агрегат социальный — социологическая категория для обозначения множества индивидов, обладающих какими-либо общими социальными чертами, но не объединенных общностью *цели* и единой позиционно-ролевой структурой, а соответственно единством социальной деятельности. С обретением таких качеств А.с. способен превратиться в *группу социальную*, и, наоборот, при определенных условиях *группа* может превращаться в А.с. Одну из частных форм А.с. представляет собой *толпа*.

Антиволевое поведение — поведение человека, противоречащее потребностям, связанным с самооценкой, и чаще всего ориентированное на удовлетворение потребностей, прямо или косвенно связанных с физическим самосохранением. При этом для сохранения или восстановления приемлемой самооценки обычно включаются защитные механизмы личности: замещение, вытеснение, рационализация и т.д.

Антропологическая константа — массовое эмоциональное состояние определенного типа, наблюдаемое во всех человеческих сообществах и на всех этапах их развития. Некоторые ученые (А. Гюттенбуль и др.) относят к числу А.к. социальные страхи и социальную агрессию, доля которых в эмоциональной палитре остается исторически неизменной, при том что источники страха и объекты агрессии со временем меняются.

География толпы — параметр пространственной и эмоциональной неоднородности. В некоторых разновидностях *толпы*, особенно в *толпе агрессивной*, обычно выделяются более плотное и эмоционально нагруженное *ядро*, где аккумулярованы эффекты *эмоционального кружения*, и разреженная *периферия*. Часто наблюдается несколько градаций периферийности, так что, например, агрессивно действующее *ядро* окружено кольцами активно поддерживающих, пассивно сочувствующих и просто любопытных «зевак».

График Девиса — наглядное выражение концепции социальных революций, построенной на обобщении широкомасштабных эмпирических наблюдений. Суть концепции в том, что взрыв массового недовольства происходит не тогда, когда экономические и прочие объективные показатели качества жизни очень плохи, но тогда, когда их относительное снижение следует за ростом и накладывается на продолжающиеся расти ожидания.

Группа социальная — множество людей, связанных общностью *целей* и позиционно-ролевой структурой.

Гуманитарная экспертиза — комплексная междисциплинарная оценка масштабного социального проекта (технического, экономического и т.д.): вероятного соотношения положительных и отрицательных последствий его реализации. Задачи Г.э. следует отчетливо отличать от задач маркетинга, *продвижения* проекта и *рекламной* кампании.

Деанонимизация — прием воздействия, направленный на то, чтобы лишить индивидов, составляющих *толпу агрессивную*, свойства анонимности и тем самым способствовать их отрезвлению.

Диалогическое общение — метод обучения, воспитания и *пропаганды*, построенный на сопоставлении точек зрения, открытой дискуссии и доброжелательной критике. Составляя альтернативу авторитарным приемам воздействия, Д.о. способствует формированию гибкого многомерного мышления и, как правило, препятствует образованию социально-политических *стереотипов*.

Закон поляризации — эмпирическое обобщение опыта социальных катастроф. Состоит в том, что в обстановке массового стресса чувства и реакции людей поляризуются. С одной стороны, наблюдается всплеск отчаяния и ожесточения, самоубийств, умственных расстройств и нравственных патологий; с другой — напряжение творческих сил, «альтруистического перевоплощения» и самопожертвования. З.п. был впервые отчетливо сформулирован российско-американским социологом П.А. Сорокиным.

Заострение — одна из тенденций, реализующихся в процессе циркуляции *слуха*. Детали сюжета, особенно существенные для данной аудитории и потому не подверженные *сглаживанию*, увеличиваются в размере, количестве и социальной значимости; фабула становится функциональнее.

Коммуникация (синоним: общение) — смысловое взаимодействие между людьми; осуществляется посредством знаков (языка) того или иного типа. Для политической психологии существенно различие трех форм: *К. межличностной*, *К. публичной* и *К. массовой*.

Коммуникация массовая — опосредованное техническими средствами воздействие на анонимную рассредоточенную аудиторию с отсроченной обратной связью.

Коммуникация межличностная — обмен сообщениями, при котором адресатами служат одно или несколько конкретных лиц. Чаще всего осуществляется при непосредственном устном контакте, но в современном обществе может быть опосредована телефонной, факсовой, почтовой или электронной связью.

Коммуникация публичная — воздействие на анонимную открытую аудиторию с непосредственной обратной связью: митинг, лекция и т.д.

Конверсия — функция *пропаганды*, состоящая в том, чтобы радикально преобразовать представления, *стереотипы* и *установки* аудитории. Включает в себя также своевременное прикрытие и коррекцию потенциально неблагоприятных (для данной аудитории) аспектов образа, предупреждение и оперативное устранение нежелательных *слухов* и т.д.

Конверсор — психолог-консультант, отвечающий за успешное выполнение в пропагандистской кампании задач *конверсии*.

Личностный статус — позиция личности в структуре неформальных связей; степень уважения, внимания со стороны окружающих.

Малые изменения — функция *пропаганды*, состоящая в том, чтобы ситуативно модифицировать отношение аудитории к предмету, сохранив в неизменности концептуальное ядро.

Манихейское мышление — картина мира, построенная на убеждении в том, что причиной всякого зла служат происки Дьявола, воплощенные в чьих-либо умышленно враждебных действиях. Соответственно ответ на нежелательное происшествие сводится к поиску врагов и борьбе с ними. Термин происходит от имени последователя Заратуштры, религиозного мыслителя Мани, жившего в III веке н.э. в Иране.

Невротический страх — навязчивое эмоциональное состояние индивида или общества, часто беспредметное, побуждающее к неадекватной реакции на реальные или мифические опасности.

Паника — состояние ужаса, сопровождающееся резким ослаблением волевого самоконтроля. Субъектами П. могут оказаться отдельный индивид, малая *группа*, большая *группа* или *толпа*. Может выразиться энергичными, но беспорядочными действиями («вихрь движений»), лишенными сознательной плановости, или, наоборот, *ступором*.

Паника массовая — *паника*, охватившая множество людей и усиливаемая механизмом *эмоционального кружения*. Может принять форму *толпы панической*, или бездействия в критической ситуации, вызванного парализацией воли. Наконец, способна превратиться в фиксированное эмоциональное состояние, оказывающее долгосрочное влияние на всю общественную жизнь.

Периферия толпы — пространственно внешняя часть *толпы*, где эффект *эмоционального кружения* сказывается слабее, чем в *ядре*; наличие П.т. (имеющей иногда несколько градаций) придает *ядру* силу эмоциональной мотивации, дополненную ощущением анонимности.

Превращаемость — свойство *толпы* сравнительно легко эволюционировать из одного вида или подвида в другой. На свойстве П. построены основные приемы управления и манипуляции *толпой*.

Пи Ар (PR, public relations) — на русский язык обычно переводится как «связи с общественностью». 1. Теоретическая и прикладная дисциплина, изучающая механизмы формирования привлекательного образа политического лидера, партии, органа власти, фирмы, товара и т.д. 2. Комплекс целенаправленных действий по формированию привлекательного (или, наоборот, непривлекательного) образа соответствующего социального объекта.

Пи Ар черный — совокупность противоправных приемов ведения политической кампании. Включает преднамеренное подсаживание слухов, передачу заведомо ложной информации через СМИ, *сублиминальное воздействие* и *пропаганду черную*.

Примат зрения — свойство человеческого восприятия, состоящее в том, что зрительная информация оценивается как более достоверная, чем информация, получаемая по другим каналам (слуховому и проч.). На этом свойстве построена характерная иллюзия электронных СМИ: искусно выстроенный, в том числе и смонтированный, видеоряд зритель принимает за непосредственное (эмпирическое) наблюдение.

Приспособление — тенденция, реализующаяся в процессе циркуляции *слуха*. Детали сюжета «подстраиваются» к преобладающим в данной культуре *стереотипам* и *установкам*, иногда приобретая содержание, противоположное первоначальному.

Продвижение — задача *рекламной (пропагандистской)* кампании, состоящая в том, чтобы представить в привлекательном для данной аудитории виде выигрышные свойства товара. В качестве «товара» может выступать предмет, фирменный знак, политическая фигура, партия, идеология и т.д. (ср. *усиление*).

Пропаганда — целенаправленное распространение в обществе определенных идей, ценностей, норм и программ поведения. Термин изобретен католической церковью (в 1622 году) в связи с миссионерской деятельностью — распространением христианства среди «языческих» народов. Поэтому в странах романской языковой группы (Франции, Испании, Италии и др.) не носит того негативного оттенка, какой он приобрел в странах германской языковой группы (Германии, Англии, США и др.). В последних термин П. часто сопряжен с ложью, умышленным искажением фактов и т.д., по аналогии с действиями геббельсовского «Министерства пропаганды».

Пропаганда белая — *пропагандистское* сообщение с достоверно указанным источником.

Пропаганда серая — *пропагандистское* сообщение с неуказанным источником или указанием мифического источника.

Пропаганда черная — *пропагандистское* сообщение с ложно указанным источником.

Психическая инерция — влияние предыдущего сообщения на последующие. Люди непроизвольно ищут подтверждения первой версии событий, которая закрепились в памяти.

Психологический момент — краткий отрезок времени, следующий обычно за шокирующим стимулом, когда индивид и (или) масса находятся в состоянии «оторопи» и готовы следовать первому внешнему импульсу. Момент наиболее подходящий для перелома ситуации, установления контроля и предотвращения или ликвидации *паники*.

Психосоматическая медицина — направление медицины, изучающее влияние психических состояний на физиологические процессы в организме.

Публика — здесь: *группа социальная*, собравшаяся на ограниченном пространстве для совместного восприятия классического искусства, научной лекции и т.д. или для делового обсуждения интересующей проблемы. Отличается от *толпы конвенциональной* механизмом поведения.

Реклама — понятие близкое к *пропаганде*, но чаще применяемое к задачам торговли, *продвижения* товаров, товарных знаков или фирм. Поскольку в качестве «товара» может выступать идеология, политическая программа, партия, конкретный персонаж и т.д., постольку технологии, выработанные в торговой Р., широко применяются в политической *пропаганде*.

Самоосуществляющееся пророчество — прогноз (чаще негативный), который произвел настолько глубокое впечатление на индивида или группу, что в последующем люди своими действиями бессознательно способствуют его осуществлению.

Сглаживание — тенденция, реализующаяся в процессе циркуляции *слуха*. Состоит в том, что детали сюжета, лишённые значимости в глазах данной аудитории, исчезают; фабула становится проще.

Системно-экологическая модель — представление информационных процессов в обществе как единой взаимозависимой системы по аналогии с биоценозом. В социально-информационной системе образуются пустующие ниши, которые могут заполняться своего рода «неспецифическими видами» — *слухами*.

Слух — передача предметных сведений по каналам *коммуникации межличностной*.

Слух агрессивный — одна из разновидностей *слуха* по экспрессивной классификации. Отражает эмоцию ненависти к какой-либо социальной общности (этнической, конфессиональной, сословной) и в ряде случаев способствует формированию *толпы агрессивной*.

Слух-желание — одна из разновидностей *слуха* по экспрессивной классификации. Отражает оптимистические настроения и ожидания и часто приводит к благодушному бездействию; общество, пораженное эйфорией, впоследствии может стать жертвой деморализации и *паники*.

Слухоустойчивая среда — оптимально организованная информационная среда, в которой ниши своевременно заполняются авторитетными для данной аудитории источниками. В такой среде вероятность появления *слухов* снижается, а появившийся *слух* легко ликвидируется. Условием слухоустойчивости служит также эмоциональный баланс в жизни и деятельности *группы*.

Слух-пугало — одна из разновидностей *слуха* по экспрессивной классификации. Отражает преобладающую эмоцию страха или социального пессимизма и усиливает вероятность *паники массовой*.

Стереотип — чрезвычайно обобщенный инертный образ некоторого предмета (обычно той или иной социальной общности и ее представителей), опосредующий восприятие данного предмета индивидом или группой. Предметом может служить и та общность, к которой принадлежат носители С. (автостереотип).

Стихийное массовое поведение (англ. — *collective behavior*) — несколько расплывчатый термин социальной и политической психологии, которым обозначают различные формы поведения *толпы*, циркуляцию *слухов*, иногда также моду, коллективные мании, общественные движения и прочие «массовидные явления». Характеризуется следующими признаками: вовлеченность большого числа людей, одновременность, иррациональность (ослабление

сознательного контроля), а также слабая структурированность, т.е. размытость позиционно-ролевой структуры, характерной для нормативных форм группового поведения.

Ступор — оцепенение, паралич воли; проявляется в резком ограничении (вплоть до полного блокирования) подвижности мышц и мыслительной способности.

Сублиминальное (подпороговое) воздействие — совокупность технических приемов, обеспечивающих воздействие на адресата помимо его внимания и сознания. Включает многочисленные разновидности *эффекта двадцать пятого кадра* в прямой или косвенной (усложненной) форме.

Толпа — скопление людей, не объединенных общностью целей и единой позиционно-ролевой структурой, но связанных между собой общим центром внимания и эмоциональным состоянием.

Толпа агрессивная — разновидность *толпы действующей*; эмоциональной доминантой являются ярость, злоба, стремление к разрушению.

Толпа действующая — *толпа*, выражающая то или иное эмоциональное состояние энергичными действиями.

Толпа конвенциональная — скопление людей в определенном месте и в определенное время по поводу заранее объявленного события.

Толпа окказиональная — относительно случайное скопление людей по поводу неожиданного происшествия. Доминирующей эмоцией служит любопытство.

Толпа паническая — разновидность *толпы действующей*, в которой эмоциональной доминантой становится ужас, состояние *паники*.

Толпа повстанческая — разновидность *толпы действующей*, которая по ряду эмоциональных и поведенческих признаков сходна с *толпой агрессивной*, но отличается от нее социально справедливым характером возмущения. Т.п. способна превратиться в *группу социальную* при наличии организующего ядра.

Толпа стяжательная — разновидность *толпы действующей*; эмоциональная доминанта — жадность, стремление обладать некоторой предметной ценностью или информацией, по поводу чего возникает неорганизованный конфликт.

Толпа экспрессивная — *толпа*, ритмически выражающая ту или иную эмоцию: радость, энтузиазм, возмущение и т.д.

Толпа экстагическая — экстремальная форма *толпы экспрессивной*.

Усиление — функция *пропаганды*, состоящая в том, чтобы подкрепить сложившиеся у аудитории представления, *стереотипы* и *установки социальные*.

Установка социальная (англ. — *attitude*) — обобщенный инертный образ реагирования на определенный тип социальных ситуаций, социальную общность (и ее представителей) или личность. Не следует путать с моторной установкой (*set*).

Фасцинация — *эмоциональное кружение* умеренной интенсивности, повышающее групповую сплоченность.

Феномен Ла Пьера — характерное для данной культуры расхождение вербальных и поведенческих *установок* населения. При ответах на вопрос люди склонны утверждать (более или менее искренне), что в определенной предметной ситуации станут действовать определенным образом, а в реально сложившейся ситуации действуют иначе.

Фрустрация — психическое состояние, вызываемое непреодолимыми (или воспринимаемыми за таковые) препятствиями, неожиданно возникшими на пути к желаемой цели. Как правило, влечет за собой одну из двух характерных реакций: либо апатию и депрессию, либо всплеск агрессии.

Цель — модель потребного будущего, на достижение которого направлено действие.

Цель общая — такая *цель*, достижение которой каждым из участников взаимодействия положительно зависит от достижения той же *цели* каждым другим участником.

Циркулярная реакция — синоним *эмоционального кружения*.

Эволюционная регрессия — актуализация филогенетически ранних пластов психики под влиянием сильной эмоции.

Эмоциональное кружение — обоюдное заражение, передача эмоционального состояния на психофизиологическом уровне контакта между организмами. Превышение оптимальной интенсивности Э.к. (см. *фасцинация*) ведет к деградации группы в толпу.

Эмоциональный баланс — оптимальное насыщение жизни положительными и отрицательными эмоциями. Длительное нарушение Э.б. влечет за собой всплеск неспецифической активности, нацеленной на бессознательный поиск соответствующих эмоций. Одним из источников могут стать виртуальные псевдособытия в процессе циркуляции слухов.

Эффект бумеранга — эффект воздействия (обычно коммуникативного), противоположный замыслу.

Эффект двадцать пятого кадра — явление, впервые продемонстрированное американским психологом Дж. Вайкери в 1957 году. Исходный эксперимент состоял в том, что при скорости киноплёнки 24 кадра в секунду ежесекундное мелькание одного и того же 25-го кадра (никак не связанного с содержанием фильма) не фиксировалось сознанием, но возбуждало определенное желание. В последующем демонстрировались многочисленные модификации данного эффекта, задействующие не только зрительный, но и прочие каналы восприятия. В современной политической и психологической литературе термин приобрел более широкое метафорическое значение, включая все варианты *сублиминального (подпорогового) воздействия* на психику для формирования *стереотипов и установок социальных*.

Ядро толпы — пространственно центральная часть *толпы агрессивной*, в которой аккумулируются эффекты *эмоционального кружения* и проявляется наибольшая сила эмоциональной мотивации (ср. *География толпы*).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Аверченко А.Т.* Сплетня // Аверченко А.Т. Бритва в киселе. М., 2000.
2. *Андреева Г.М.* Социальная психология. М., 2002.
3. *Асмолов А.Г.* Президент по выбору: моделирование желаемого будущего. М., 2002.
4. *Беззубцев С.А.* Слухи, которые работают на вас. СПб., 2003.
5. *Бехтерев В.М.* Роль внушения в общественной жизни // Бехтерев В.М. Гипноз. Внушение. Телепатия. М., 1994.
6. *Бехтерев В.М.* Коллективная рефлексология. В кн.: Бехтерев В.М. Избранные работы по общественной психологии. М., 1994.
7. *Вельдер Р.* К вопросу о феномене подсознательной агрессивности // *Общественные науки и современность*. 1993. № 3–4.
8. *Вундт В.* Задачи и методы психологии народов // *Социальная психология*. Хрестоматия. М., 1999.
9. *Гоголь Н.В.* Мертвые души // Гоголь Н.В. Соч.: В 2 т. Т. 2. М., 1969.
10. *Григулевич И.Р.* История инквизиции (XIII–XX вв.). М., 1970.
11. *Гуггенбуль А.* Зловещее очарование насилия. Профилактика детской агрессивности и жестокости и борьба с ними. СПб., 2000.
12. *Гундаров И.А.* Духовное неблагополучие и демографическая катастрофа // *Общественные науки и современность*. 2001. № 5.
13. *Дилигенский Г.Г.* Социально-политическая психология. М., 1996.
14. *Дмитриев А.В., Латынов В.В., Хлопьев А.Т.* Неформальная политическая коммуникация. М., 1996.
15. *Дмитриев А.В., Тощенко Ж.Т.* Общественное мнение в системе информационно-психологической безопасности // *Проблемы информационно-психологической безопасности*. М., 1996.
16. *Лайнбарджер П.* Психологическая война. М., 1962.
17. *Лебон Г.* Психология народов и масс. СПб., 1995.
18. *Ленин В.И.* Речь при закрытии съезда 16 марта // Ленин В.И. Полн. собр. соч. Вып. 5. Т. 43.
19. *Лоренц К.* Агрессия (так называемое «зло»). М., 1994.
20. *Лурия А.Р.* Об историческом развитии познавательных процессов. М., 1974.
21. *Максимов А.А.* «Чистые» и «грязные» технологии выборов. М., 1999.
22. *Миртов Ю.Н.* Беспорядки на стадионе: попытки научного подхода к проблеме // *Теория и практика физической культуры*.
23. *Московичи С.* Век толп. М., 1996.
24. *Назаретян А.П.* Агрессия, мораль и кризисы в развитии мировой культуры. М., 1996.
25. *Назаретян А.П.* Политическая психология: предмет, концептуальные основания, задачи // *Общественные науки и современность*. 1998. № 1.
26. *Назаретян А.П.* Социальные стереотипы в информационно-смысловой системе личности // *Материалы всесоюзного симпозиума «Актуальные проблемы социальной психологии»*. Ч. I. Кострома, 1986.
27. *Назаретян А.П.* Цивилизационные кризисы в контексте Универсальной истории. (Синергетика, психология и футурология). М., 2001.
28. *Назаретян А.П.* Психология предкризисного социального развития // *Психологический журнал*. 2000. Т. 21. № 1.
29. *О' Генри.* Комедия любопытства // О' Генри. Избранные произведения. М., 1991.
30. *Петренко В.Ф.* Основы психосемантики. М., 1997.
31. *Петренко В.Ф., Митина О.В. и др.* Психосемантический анализ этнических стереотипов: лики толерантности и нетерпимости. М., 2000.
32. *Платонов К.К.* Психология религии. М., 1967.
33. *Плюснина А.* Слухи в банке. Стоит ли бороться? // *Банковское дело в Москве*. 1998. № 8 (44).
34. *Прангишвили А.В.* Социальная психология паники в свете понятия установки // *Прангишвили А.В. Исследования по психологии установки*. Тбилиси, 1967.
35. *Революционный невроз* / Сост. А.К. Боковиков. М., 1998.
36. *Серафимович А.С.* Железный поток // Библиотека мировой литературы для детей. Т. 26. М., 1979.
37. *Симанский П.Н.* Паника в войнах. М.;Л., 1929.
38. *Сорокин П.А.* Долгий путь. Сыктывкар, 1991.
39. *Фрейд З.* «Я» и «Оно». Тбилиси, 1991.
40. *Хлопьев А.Т.* Групповое и массовое сознание в поле слухов // *Проблемы информационно-психологической безопасности*. М., 1996.
41. *Чижевский А.Л.* Физические факторы исторического процесса. Калуга, 1924; 1991.
42. *Шариф Я.М.* Газета и деревня. М.;Л., 1924.
43. *Шестопал Е.Б.* Политическая психология. Учебник. М., 2002.
44. *Шерковин Ю.А.* Психологические проблемы массовых информационных процессов. М., 1973.

45. *Шерковин Ю.А., Назаретян А.П.* Слухи как социальное явление и как орудие психологической войны // Психологический журнал. 1984. Т. 5. № 5.
46. *Щербатых Ю.В.* Психология страха. Популярная энциклопедия. М., 2001.
47. *Allport G.D., Postman L.* The psychology of rumor. N. Y., 1947.
48. *Baker R.* Understanding panic attacks and overcoming fear. Oxford, 1995.
49. *Bettinghaus E.* Persuasive communication. N. Y., 1968.
50. *Brown J. A.C.* Techniques of persuasion. From propaganda to brainwashing. N. Y., 1975.
51. *Boorstin D.* The image, or what happened to the American dream. N. Y., 1962.
52. *Bykal D.G.* Psychology and medicine. Psychological dimensions of health and illness. N. Y., 1979.
53. *Choocas M.* Propaganda comes of age. N.Y., 1965.
54. *Davis J.* Toward a theory of revolution. In: Studies in social movements. A social psychological perspective. N. Y., 1969.
55. *McLuhan M.* Understanding media. The extensions of man. Me. Grow Hill, 1964.
56. *Meyerhoff A.E.* The strategy of persuasion. The use of advertising skills in fighting cold war. N. Y., 1965.
57. *Smelzer N.H.* Theory of collective behavior. N. Y., 1962.
58. *Toch M.* Collective behavior: crowds and social movements. In: Handbook of social psychology. Vol. 4. London, 1968-69.
59. *Turner R.N., Killian L.M.* Collective behavior. New Jersey, 1972.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1.

Учебная программа спецкурса «психология стихийного массового поведения»

Приложение 2.

Политическая психология: предмет, концептуальные основания, задачи

Приложение 1

УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА СПЕЦКУРСА «ПСИХОЛОГИЯ СТИХИЙНОГО МАССОВОГО ПОВЕДЕНИЯ»

Пояснительная записка

Спецкурс может преподаваться и изучаться в полном объеме, дополнительно к курсам «Социальная психология», «Политическая психология», либо сокращенно – в рамках указанных курсов. Он адресован, при условии необходимых модификаций, студентам психологических, социологических и политологических факультетов вузов, а также студентам, изучающим журналистику и связи с общественностью, слушателям Российской академии государственной службы при Президенте РФ и ее филиалов, высших школ системы МВД, ФСБ, и МО, сотрудникам МЧС, консалтинговых и охранных фирм. В зависимости от состава слушателей, их интересов, возраста, личного и профессионального опыта, а также от интересов и опыта самого преподавателя, могут варьироваться акценты, объем, сетка часов, характер иллюстративного материала, направленность и содержание деловых игр. Здесь представлен усредненный проект программы, допускающий широкий диапазон вариаций. Вопросы к темам и рекомендуемая литература предложены ранее. Цели курса:

- знакомство с феноменологией и механизмами стихийного массового поведения;
- формирование профессиональной компетенции в области политико-психологического консультирования, подготовки и проведения массовых мероприятий, организации деятельности в условиях экстремальных ситуаций, ведения избирательных и рекламных кампаний;
- выработка сознательного отношения к манипулятивным воздействиям.

Тема 1. Стихийное массовое поведение: понятие, социальный феномен и предмет исследования

Понятие стихийного массового поведения: отличие массовидных явлений от организованных форм социального поведения. История изучения предмета в Западной Европе, России и США. Причины сравнительной легкости манипулирования стихийным массовым поведением.

Тема 2. Толпа и закономерности ее поведения

Понятие толпы. Механизмы образования толпы и сценарии ее эволюции. Отличие циркулярной реакции от семантической коммуникации. Превращения толпы. Приемы управления и манипуляции неорганизованной массой.

Тема 3. Массовая паника: факторы и механизмы

Происхождение и современное значение термина. Индивидуальная и массовая паника. Факторы возникновения и механизмы развития массовой паники. Противоядие панике: способы предупреждения и приемы, направленные на прекращение начавшейся паники.

Тема 4-5. Слухи как социально-психологическое явление и как орудие политической борьбы

Понятие слуха. История изучения и практического использования слухов в военно-политических, экономических и идеологических целях. Классификация слухов по экспрессивному и информационному параметрам. Типы искажений сюжета в процессе распространения. Фундаментальные факторы возникновения слухов: системно-экологическая модель. Сопутствующие факторы распространения слухов. Выстраивание слухоустойчивой среды. Приемы оперативной ликвидации циркулирующего слуха.

Тема 6. Рекламные кампании, «грязные технологии» и «черный Пи Ар»

Пропаганда и «функциональный баланс правды». Различия между продвижением проекта и гуманитарной экспертизой.

Мотивы участия в избирательной кампании. Слагаемые «черного Пи Ар». Формы сублиминального воздействия. Белая, серая и черная пропаганда. Народ – электорат – граждане. О перспективах развития политико-психологических технологий в России.

Рабочий план курса «Психология стихийного массового поведения» (72 часа)

	Наименование учебных разделов	Всего часов				Аттестация по завершении курса
			Лекции	Семинары	Деловые игры	
1	Стихийное массовое поведение: понятие, социальный феномен и предмет исследования	4	2	2		
2	Толпа и закономерности ее поведения	6	2	2	2	
3	Массовая паника: факторы и механизмы	6	2	2	2	
4–5	Слухи как социально-психологическое явление и как орудие политической борьбы	14	6	4	4	
6	Рекламные кампании, «грязные технологии» и «черный Пи Ар»	8	4	4		
Форма аттестации					Экзамен или зачет	
Итого:		38	16	14	8	

Приложение 2^{8[1]}

ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ: ПРЕДМЕТ, КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВАНИЯ, ЗАДАЧИ

Замечательный писатель-юморист и выдающийся политический деятель Уинстон Черчилль доходчиво раскрыл нам суть политического мастерства: *уметь заранее предсказывать когда, что и как произойдет, а впоследствии убедительно объяснять, почему все произошло совсем наоборот.*

Добавим, что первую половину формулы Черчилля «закрывают» политология, политическая экономия и политическая социология, а вторую – в основном политическая психология. К психологам обычно обращаются, когда произошли неприятные неожиданности, и очень редко – тогда, когда неприятностей еще можно избежать. В

^{8[1]} Сокращенный вариант вводной лекции к курсу «Политическая психология» для слушателей Российской академии государственной службы при Президенте РФ, опубликованной в журнале «Общественные науки и современность», 1998, № 1.

сегодняшней беседе мы начнем обсуждение вопроса о том, почему прогнозы и проекты без учета психологической составляющей столь часто производят эффект бумеранга: все хотят как лучше, а получается — как всегда...

В 90-е годы работы отечественных политологов пестрят рассуждениями в духе тютчевской сентенции: «Умом Россию не понять...» Хотя при этом предлагается очень широкий спектр коннотаций — от «хранилища мировой духовности» до «страны дураков», — теоретиков подобного толка объединяет убеждение в способности понять «умом» Америку, Францию и Испанию, Китай и Зимбабве, но только не родную страну, где все не как у всех...

При сильном желании доказать себе свою собственную неординарность за примерами далеко ходить не нужно. Взгляните хотя бы на странные итоги массовых пропагандистских кампаний. Когда официальная пресса, радио и телевидение дружно обрушились на Б.Н. Ельцина (конец 80-х годов), тот вопреки логике сделался национальным кумиром и с блеском выиграл президентские выборы в июне 1991 года. Затем объектом интенсивного развенчания и осмеяния стал В.В. Жириновский, и это способствовало его шумному успеху на выборах в Думу (декабрь 1993 года). В декабре 1995 года большинство мест в Думе получили представители КПРФ — очередного героя телевизионной травли. Это ли не доказательство уникальной российской иррациональности?

Правда, интенсивнейшая кампания на ТВ, радио и в большинстве газет в поддержку Ельцина не помешала, а отчасти даже помогла ему выиграть также и выборы 1996 года, но и этот факт не изменил лейтмотива некоторых комментариев. Вместо беспримерного духа противоречия заговорили о неистижимом конформизме, однако сюжет «мы не похожи на других» сохранился...

Между тем сходная проблема обсуждалась американскими публицистами и учеными еще полвека назад, а поводом стала неожиданная победа Ф. Рузвельта на президентских выборах 1940 года.

К тому времени среди политологов и социологов США утвердилось представление об абсолютных возможностях средств массовой коммуникации (СМК) в манипулировании общественным мнением. На американцев произвели сильное впечатление успехи, достигнутые коммунистическими идеологами в СССР и фашистскими идеологами в Германии. Отдельные же свидетельства тотальной дезинформированности людей в этих странах просто потрясли: как выяснилось, например, немецкие военнопленные считают, что Нью-Йорк разрушен авиационными налетами, и, даже увидев своими глазами городские небоскребы, они не разуверились в геббельсовской пропаганде, а удивлялись предприимчивости американцев, «сумевших так быстро восстановить разрушенное».

Опыт Германии и России в глазах американских аналитиков красноречиво демонстрировал наличие прямой зависимости между частотой повторения тезиса и силой его влияния на общественное мнение. Исходя из этой простой концепции и зная, что большинство газет и радиостанций активно агитируют против переизбрания Рузвельта на третий срок, обозреватели единодушно предсказывали его поражение. Поэтому победа Рузвельта многих озадачила. Кто-то заговорил об американской неординарности (мол, умом не понять), кто-то — о беспомощности политической науки вообще. Вместе с тем этот факт вызвал всплеск интереса к политической психологии и послужил основанием для серии исследовательских программ, которые дали очень ценные научные результаты, а также новые яркие имена.

Тогда и было замечено, что внимание политологов, социологов и экономистов к психологии обычно возрастает вслед за очередным неудавшимся прогнозом или проектом, обнаруживающим всякий раз, что механизм человеческих действий не всегда доступен прямолинейному «уму». Один журналист даже вспомнил по этому поводу ироническое замечание А.П. Чехова: некоторые полагают, будто человек есть простая машина, а на самом деле человек — машина сложная...

О феноменах, которые теперь относят к сфере политической психологии, издревле размышляли политики, полководцы, философы и религиозные пророки. Но только в середине XIX века обозначились направления систематических исследований. Это те же научные школы, что считаются основополагающими и в социальной психологии: франко-итальянская «психология масс» (Г. Лебон, Ш. Сигеле, В. Парето, Г. Тард) и немецкая «психология народов» (Г. Штейнталь, М. Лазарус, В. Вундт). Французские и итальянские ученые изучали феномены стихийного массового поведения, механизмы заражения и подражания, неосознаваемые мотивы социальных действий. Немецкие ученые сконцентрировали внимание на культурно-психологических особенностях различных этносов, отражающихся в языках, мифологиях и т.д.

Близкие к политической психологии научные направления сложились и в России второй половины XIX — первых десятилетий XX века: теория культурно-исторических типов (Н.Я. Данилевский), одушевленная историография (А.С. Лаппо-Данилевский), субъективная социология (М.П. Михайловский), коллективная рефлексология (В.М. Бехтерев), гелиопсихология (А.Л. Чижевский). Работы названных ученых в значительной мере предвосхитили тенденцию психологизации социальной науки, осознание ею своего человеческого измерения

На рубеже веков были изданы книги психиатра П. Ковалевского, профессионально составившего на основании доступных сведений портреты выдающихся политических деятелей прошлого, и К. Головина, изучавшего с психологической точки зрения современные ему политические события.

20-е и начало 30-х годов ознаменованы, кроме уже упоминавшихся исследований Бехтерева и Чижевского, чрезвычайно оригинальными для своего времени работами по изучению восприятия газетных материалов (П.П. Блонский), слухов (Я.М. Шариф), культурных различий в восприятии и мышлении (А.Р. Лурия).

Во второй половине 30-х годов работы такого рода были надолго заблокированы. Социальная наука вообще была по большей части вытеснена сталинским «истматом», а все, что от нее сохранилось (философия, история, политэкономия), подчинилось жесткой идеологической цензуре, не оставившей места для «психологических упражнений».

В таких условиях в СССР до начала 70-х годов исследования, имевшие хотя бы самое отдаленное касательство к политической психологии, осуществлялись только в рамках педагогики (теория коллектива и т.д.), тогда как за рубежом это был период бурного развития политико-психологической науки. Возобновившиеся затем работы по социальной психологии носили почти исключительно вторичный характер: философская критика «буржуазной науки» в сочетании с эпигонским заимствованием экспериментальных и прикладных методов. Непосредственно же политико-психологическая проблематика (хотя сам этот термин оставался под запретом) изучалась в закрытых учреждениях, и, насколько мне известно, подобные исследования также не отличались методологической или методической оригинальностью. За шесть десятилетий пионерские традиции отечественной социальной и политической психологии были утрачены. Возродить их — задача нового поколения ученых...

Политическая психология составляет единое исследовательское поле с такими научными областями, как общая, социальная, историческая, этническая, экономическая психология, с одной стороны, и политология, социология, политическая экономия, политическая социология — с другой. Чтобы все же выделить ее специфический предмет в континууме социальных фактов, необходимо разобраться с понятиями «политика» и «политическая активность».

Политика — это отношение между большими социальными группами (макрогруппами): этносами, нациями, сословиями, классами, конфессиональными общностями, партиями, государственными образованиями и т.д. Соответственно **политическими** можно считать **действия, в которых практически воплощаются формальные или неформальные межгрупповые отношения**. Таким образом, сфера политической активности включает огромное разнообразие социальных событий — от уличных скандалов до гражданских и международных войн и от индивидуального участия в выборах до государственного регулирования противоречий.

Следует подчеркнуть, что приведенные определения политики, а значит, и политической активности построены в парадигме диффузных множеств. Более жесткие дефиниции здесь едва ли возможны по ряду причин. Прежде всего, в социологическом плане очень трудно обозначить грань между группой и социальным конгломератом, а также между большой и средней группой.

Для психолога ядро проблемы составляет, конечно, ее субъективная компонента. Если некоторое множество людей может быть выделено по более или менее долгосрочному основанию (например, этническая, расовая, возрастная характеристика, гражданство, территориальная близость, место в системе экономических отношений и проч.), но принадлежность к этому множеству для них самих и для окружающих не значима, то речь может идти лишь о социальном конгломерате или так называемой условной группе. Это множество людей становится единым субъектом деятельности и социальных (тем более — политических) отношений постольку, поскольку формируется их взаимная идентификация как носителей общих интересов и целей, не совпадающих с интересами других групп, и оно может терять свои субъектные качества по мере растворения в системе более значимых внешних и внутренних связей.

Так, по описаниям современников, в Европе первой половины XIX столетия очень многие рабочие создавали свою принадлежность к данной социальной категории, и в этом смысле «рабочий класс» как носитель определенных политических интересов, целей и ценностей существовал лишь в концепциях прозорливых теоретиков. В последующие десятилетия в передовых странах происходил интенсивный процесс формирования профсоюзов, рабочих партий и международного рабочего движения. Рабочие превращались, по выражению К. Маркса, из «класса для других» в «класс для себя» и к началу XX века стали мощной самостоятельной силой европейской политики.

Однако, вопреки прямолинейным прогнозам марксистов, дальнейшее развитие производственных технологий, экономических и политических структур размывало каноническую классовую дифференциацию. В 60-е годы обществоведы-марксисты испытывали муки ада, стараясь вместить новые реалии Запада в прокрустово ложе теоретических моделей, предсказывавших дальнейшую поляризацию, «усиливающийся антагонизм труда и капитала», и с ужасом обнаруживали, что не более трети тех, кого они включают в категорию «рабочий класс», согласны считать себя рабочими. К концу 80-х деление западного общества на пролетариев и капиталистов осталось уделом лишь самых твердолобых революционеров: пролетарские настроения прошлого были вытеснены расплывчатой и пассивной самоидентификацией «средний класс».

История и современность содержат бесчисленные примеры того, как подобного рода метаморфозы происходили с этническими, территориальными, языковыми, религиозными и иными общностями, отчетливо проявляясь в политической жизни. С одной стороны, условные группы, проникаясь общим сознанием, превращаются — подчас неожиданно — в мощный политический фактор; сравнительно малочисленные, но активные группы «сознательных революционеров», «национальных интеллигентов» и прочих «выразителей интересов» дают импульс формированию больших самоидентифицирующихся сообществ. С другой стороны, массовые политические субъекты со временем рассасываются, расчлняясь и/или вовлекаясь в самосознание иных социальных групп.

Достаточно расплывчаты грани между политическим и неполитическим действиями также в планах содержательном и интенциональном (степень преднамеренности). Скажем, бытовая ссора не имеет отношения к политике до тех пор, пока взаимные упреки остаются в рамках существа конфликта или «абстрагирующие» оскорбления касаются индивидуальных или микрогрупповых различий («толстяк», «глиста», «коротышка», «пьянь», «вся ваша семья такая...»). Но если противники воспринимают друг друга как представителей различных макрогрупп и доминирующими становятся национальные, сословные, религиозные и прочие номинации, то события приобретают политическую окраску и при определенных условиях способны развиваться по соответствующему сценарию.

Приведу заметку, опубликованную недавно областной газетой одного из городов Поволжья.

«В районное отделение милиции был доставлен за дебош гр. Бойко А.М. В рейсовом автобусе он ударил кулаком гр-на Шельмана Н.П., назвав его *жидовской мордой*, ногой ударил гр-на Карякина С.И.,

назвав его *русской харей*, другой ногой ударил гр-на Хабибулина Р.Х., назвав его *татарским хлебалом*. В милиции задержанный объяснял, что обидеть никого не хотел, а просто обиделся за “*хохла*”».

Заметка была бы смешной, если бы не была грустной. Судя по всему, в данном случае последствия инцидента ограничились небольшими физическими травмами участников подвыпившей компании (их фамилии, конечно, изменены). Но перед нами самое банальное проявление скрытых политических смыслов, сохранение которых в иных ситуациях способно обернуться гораздо более неприятными событиями.

Очертив по мере возможности предметную область исходной категории «политическая активность», определим **политическую психологию** как стыковую дисциплину, изучающую **мотивацию политической активности**.

Понятие мотивации необходимо и достаточно для определения предмета данной науки, поскольку это психологический эквивалент общенаучной категории причинности, и в нем, как в воронке, концентрируются все прочие концепты, которыми оперирует психология. Чтобы понять мотивы поведения, нужно выяснить, как данный субъект (индивид или группа) видит мир и себя в мире, как внутренне структурирует ситуацию, каковы его потребности, цели и ценностные ориентации, особенности восприятия, мышления, эмоциональных переживаний (включая эмоциональное состояние в данный момент) и многое другое. Исходя из этого, психолог объясняет происшедшие события, строит прогноз, разрабатывает приемы управления сознанием и поведением.

Оговорюсь, что популярный ныне термин «политическое сознание», используемый иногда при определении предмета, не вполне корректен из-за многозначности понятия «сознание». Последнее употребляется, по меньшей мере, в трех существенно различных значениях: философском (сознание – бытие), социологическом (сознательность – стихийность) и психологическом (сознательное – бессознательное; осознаваемое – неосознаваемое), и это часто становится источником недоразумений. Для психолога преимущественный интерес представляют нерелефлексивные или слабо рефлексируемые пласты субъективной реальности, а также намеренно скрываемые мотивы. Именно их выявление обеспечивает нетривиальность, а тем самым и продуктивность психологического исследования.

Концептуальные основания политической психологии и ее место в системе научного знания определяются тем, что мотивы человеческих действий вообще и политических в особенности никогда не обусловлены непосредственно внешними обстоятельствами, но всегда – видением этих обстоятельств сквозь призму выработанных культурным опытом целеориентаций, ценностей, норм, актуализированных и эмоционально окрашенных ожиданий, образов и установок. Иначе говоря, человек всегда пристрастен в своем отношении к миру, и без учета данного обстоятельства ни одно социальное событие (складывающееся из совокупности целенаправленных человеческих действий) не может быть ни понято по существу, ни тем более предвосхищено или подвергнуто сознательному регулированию.

Хотя это методологическое обобщение, названное принципом единства деятельности и сознания, в теории уже никем не оспаривается, его очень часто игнорируют. Исследования по когнитивной психологии (Г. Келли и др.) показали, что «наивный» субъект, не отягощенный опытом психологической рефлексии, склонен считать собственные восприятия и действия естественными, единственно разумными при данных обстоятельствах, и замечает наличие «психики» у другого человека только тогда, когда тот реагирует на ситуацию необычно с точки зрения наблюдателя. Особенно часто такое происходит при контакте представителей различных культур, исторических эпох («культурный шок»).

У обществоведа эгоцентрическая наивность проявляется в невольном стремлении экстраполировать собственные ментальные схемы, приняв их за общечеловеческие константы и тем самым «обездушив» и себя самого, и исследуемую реальность. Стоит заметить, что ретроспективные модели «без психологии» (когда действия людей представляются как непосредственные реакции на внешние обстоятельства) могут выглядеть правдоподобно^{9[2]}. Но попытки выстроить в том же ключе социальные прогнозы и тем более проекты раз за разом оказываются ущербными: люди ведут себя не так, как ожидается, логически безупречные экономические программы терпят крах, самоочевидные аргументы отторгаются аудиторией и т.д.

В этом контексте характерно настойчивое стремление многих аналитиков объяснять едва ли не все политические события игрой экономических интересов. Памятуя формулу о политике – концентрированном выражении экономики – и игнорируя даже такие банальные факторы, как человеческая глупость и профессиональная некомпетентность, они представляют нам действующих субъектов в парадигме «экономического человека», а очевидные провалы в политике, как и в экономике, сводят к злым козням меркантильных хитрецов.

Чтобы убедиться в недостоверности такой объяснительной схемы, достаточно оглянуться на историю России XX века; там (как и в истории любой страны за достаточно длительный временной период) мы обнаружим множество политических событий, не поддающихся объяснению через реальные экономические интересы. Самыми драматическими примерами могут служить Октябрьская революция 1917 года и развал СССР в 1991 году. Показательно, что в каждом случае деструктивные действия рационализировались квазиэкономическими мифами, которые выглядели убедительно в глазах современников и надежно камуфлировали подлинные – намеренно утаиваемые или чаще неосознаваемые – мотивации.

Так, в конце 80-х чуть ли не в каждой республике и даже области находились грамотеи, доказывавшие с цифровыми выкладками тезисы типа: у нас есть нефть (хлопок, золото, морские курорты, трудолюбивый народ и т.д.),

^{9[2]} Тем не менее, и историки современной формации уже не довольствуются такими моделями, стремясь, по выражению французского ученого М. Блока, за сухими документами «увидеть людей». Это одно из проявлений общего процесса психологизации и антропоцентризации постнеклассической науки, охватившего и обществоведение, и естествознание.

но нас грабят, а, добившись самостоятельности, будем жить как в Кувейте (Швейцарии, Дании...). Со своей стороны, идеологи Союза утверждали, что все это буря в стакане воды, ибо ни одна республика не сможет выделиться из единой экономической системы, как и не сумеет жить самостоятельно, поскольку ее продукция неконкурентоспособна на зарубежном рынке. В итоге Союз распался, всем худо-бедно удастся выжить, но новых Кувейтов и Швейцарий на горизонте не видно...

Все сказанное, разумеется, не исключает влияния экономических факторов на политические процессы. Но такие влияния, во-первых, сложно опосредованы и потому неоднозначны по содержанию, а во-вторых, исторически изменчивы по силе. В достаточно устойчивой социальной системе современного типа можно более-менее успешно прогнозировать ход политических событий, ограничившись соотношением экономических интересов и культурных традиций и приняв собственно психологические факторы за константу. Но лишь до тех пор, пока государство переживает относительно спокойный период развития. С приближением же системы к состоянию неустойчивости (кризиса) роль психологических факторов резко возрастает, и прежние процедуры прогнозирования становятся контрпродуктивными. При этом экономические реальности мифологизируются, а социальные мифы наполняются экономическим содержанием.

Реальное соотношение экономических, политических и психологических факторов в развитии социальных процессов иллюстрирует классическое исследование американского психолога Дж. Девиса (см. лекцию 2).

В 70-е годы автору этих строк при участии зарубежных слушателей Института общественных наук при ЦК КПСС довелось провести серию исследований для дополнительной проверки выводов Девиса на материалах из истории России и других стран и убедиться в высокой достоверности модели.

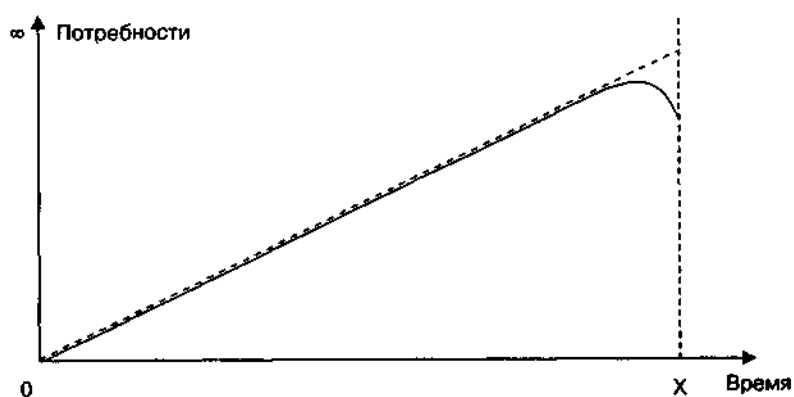


Рис. 22. Динамика удовлетворения потребностей и революционная ситуация (по *Davis J.*). Сплошная линия – динамика удовлетворения потребностей (экономический уровень, политические свободы и т.д.). Пунктирная линия – динамика ожиданий. Точка X на горизонтальной оси – момент обострения напряженности, чреватый социальным взрывом. (Взрыв происходит или нет в зависимости от ряда «субъективных» факторов.)

Так, на протяжении XIX века экономический уровень жизни, объем социальных свобод и возможностей русского крестьянства возрастали. Как следствие, крестьян, которые в начале столетия в большинстве своем не помышляли об изменении статуса крепостных, все менее удовлетворяло их закабаленное положение.

Поступательные экономические и политические реформы продолжались, хотя и с известными трудностями. В начале XX века Россия была наиболее динамично развивавшейся страной мира. Именно она и оказалась, по хрестоматийному выражению В.И. Ленина, «самым слабым звеном в цепи империалистических государств». Проигранная в 1905 году война с Японией, неудачный ход мировой войны в 1914–1917 годах, связанные с этим неожиданные трудности в экономике и в других сферах жизни вызвали массовые разочарования. Недовольства каждый раз умело разжигались хорошо организованными группами профессиональных революционеров, сочетавших пропаганду и агитацию с многолетним физическим террором против наиболее эффективных политиков консервативной и реформаторской ориентации. Ослабленное и растерявшееся руководство страны во главе с интеллектуально посредственным монархом теперь уже не смогло найти таких решений, которые бы предотвратили три разрушительные революции...

Исследование кризисных ситуаций демонстрирует, насколько значимость психологического контекста способна перекрывать значимость экономических и прочих «объективных» обстоятельств. Последние воспринимаются сквозь призму неудовлетворенных ожиданий. Фрустрация порождает аффективные состояния, которые усиливаются механизмом эмоционального резонанса (заражения) и, в свою очередь, уплощают образ мира, примитивизируют мышление и деятельность (аналогичная зависимость наблюдается психологами и в лабораторных экспериментах). Несвоевременный подвоз продуктов в магазины оценивается как «голод», попытки властей восстановить порядок на улицах – как невыносимые репрессии. Уплощенный, аффективно окрашенный образ ситуации ориентирует на поиск самых простых решений и энергичных лидеров, люди «обманываться рады» и охотно идут в сети более или менее добросовестных агитаторов.

При этом радикально уплощаются образы не только настоящего и будущего, но и прошлого. В обыденном сознании отчетливо проявляется феномен, названный ретроспективной аберрацией: воспоминания, окрашенные в мрачные тона актуальных настроений, рисуют прошлое как бесконечную череду тягот и унижений, т.е. в некотором

смысле «с точностью до наоборот». Потом уже с неизбежным разочарованием приходит ностальгия. Но летописцы и историки, особенно ангажированные революцией, фиксируют преимущественно слухи, анекдоты и воспоминания в пике революционной активности, а отсюда – выводы об обнищании и репрессиях как причинах социального взрыва...

Изучение механизмов, закономерностей и специфических особенностей политической мотивации способствует не только совершенствованию исторического анализа ситуаций.

Объяснительная задача политической психологии дополняется прогностической, проективной, инструментальной и воспитательной задачами.

Это значит, что политическая психология помогает:

- уроки;
- лучше понимать причины уже происшедших событий и извлекать из них необходимые уроки;
- прогнозировать грядущие события и оценивать их сравнительные вероятности;
- строить реалистические социальные проекты;
- разрабатывать инструментарий для активного влияния на мышление и поведение людей;
- воспитывать у граждан способность и готовность к сознательному сопротивлению политическим манипуляциям.

Все предварительно здесь изложенное будет иллюстрироваться конкретными примерами при изучении конкретных тем курса. Мы рассмотрим и то, как ложные представления о человеческой мотивации, воплощенные в политические решения, дают дисфункциональные эффекты, и как циничное манипулирование сознанием, обеспечивая желательный для политика тактический результат, оборачивается затем крупным поражением, и как знание о манипулятивных приемах помогает личности сохранить сознательный самоконтроль.

Я постараюсь также показать, что технология политического действия всегда так или иначе сопряжена с моральной составляющей человеческих отношений, которая в ряде случаев становится решающей даже с сугубо прагматической точки зрения. Поэтому предлагаемый курс политической психологии построен таким образом, что рассказ о психологических технологиях предваряет и сопровождает обсуждение сквозной проблемы: «Политика, психология и мораль».

<http://evartist.narod.ru/text11/24.htm>