

**П. Бавин**

# Слух – между словом и делом

*“Да и скучно будет без слухов-то.  
Что мы будем делать? Что будем обсуждать?”*

Реплика участника воронежской фокус-группы

*“Слух – это эффективный метод дезинформации.  
Самый же страшный слух – правдивый, в который  
добавлена нужная кому-то ложь”*

М. Любимов, разведчик и писатель

Слухам в России не слишком повезло: культура занимает по отношению к ним репрессивную позицию – что, в частности, отражается в языке. Чаще всего рядом с существительным “слухи” можно встретить глаголы “бороться”, “не поддаваться”. А еще слухи “запускают” и “опровергают”. Такие представления, как и репрессивную позицию по отношению к слухам, разделяют и (а может быть – прежде всего) профессионалы: психологи и социологи. Пример – недавнее интервью в общенациональной газете с кандидатом психологических наук Светланой Колосовой, читающей лекции о специфике слухов (<http://www.izvestia.ru/Politburo/article3056951/>). Рассуждая об особенностях слухов в России, она сетует на их стихийность, неподконтрольность: “В нашей стране еще не научились запускать слухи, приручать и прогнозировать их”. (Некоторая экстравагантность идеи “прогнозирования” слухов в данном случае не столь важна.) Ей вторит один из руководителей крупной социологической службы (в подверстке к тому же интервью): “Бороться с политическими слухами очень просто: власть должна давать больше информации о принятых решениях, больше разговаривать с народом через СМИ”. Заметим: социолог призывает не изучать слухи, не анализировать их – а именно “бороться”.

После того как один из самых популярных – и главное, цитируемых – отечественных артистов второй половины XX века приравнял слухи к сплетням, их судьба стала совсем незавидной. И вновь в первых рядах дискредитаторов слухов – профессионалы. Упомянутый нами психолог сетует на большую летучесть негативных слухов и приводит такой пример: “Женщины готовы собираться

только для того, чтобы говорить, какие мерзавцы их мужья. Мы как-то провели эксперимент: предложили женщинам рассказать друг другу о том, какие у них хорошие мужья, – и тема для разговора исчезла в пять минут”. Подмена понятий кажется очевидной (женщинам предложили именно посплетничать), но остается незамеченной.

В какой мере эти представления разделяют “массы”?

Обычно в социологических исследованиях case study предшествует изучению некоего социального феномена в целом. И в практике ФОМа чаще всего бывает, что та или иная социально значимая тема затрагивается в массовых опросах в связи с каким-то конкретным событием, пусть даже в рамках самого опроса эта связь напрямую и не декларируется.

Приступая к изучению представлений наших сограждан о том, что такое слухи, как они циркулируют в обществе, к каким социальным последствиям могут приводить, мы не рассчитывали, что нам удастся верифицировать полученные общие сведения на конкретном примере. Однако буквально спустя полторы–две недели после проведения опроса и фокус-групп многие российские города и села оказались затронуты настоя-

щей волной слуха – слуха о грядущей пропаже соли. Таким образом мы получили возможность сравнить декларации людей об отношении к слухам с поведением в случае возникновения затрагивающего их слуха с их реальным поведением в обстановке массового “возбуждения” (назвать это истерией мы все-таки не решимся).

Но сначала постараемся разобраться в том, какого рода сообщения квалифицируются как слух. Для этой цели мы привлечем материал четырех фокус-групп, две из которых были проведены в Москве (24 января и 7 марта), одна в Воронеже и одна в Санкт-Петербурге (соответственно 7 и 8 марта 2006 года). В начале каждой из фокус-групп участникам было предложено написать на листочках те ассоциации, которые возникают у них в связи со словом “слухи”. Итак, какое семантическое поле создано вокруг этого явления, окружает его?

Объединяя сходные высказывания респондентов, получаем следующую картину (указано количество высказываний по каждой позиции).

Женщины	Мужчины
Сплетня – 7	Сплетня – 5
Вранье (и синонимы) – 7	Вранье (и синонимы) – 6
Искаженная информация – 2	Недостоверная информация – 4
Правда, истина – 4	Новости – 1
Информация – 3	Любознательность – 1

Итак, самыми частыми ассоциациями оказались “сплетни” и “вранье”, но это не должно вводить нас в заблуждение: данные понятия не отождествляются со слухами, а только оказываются близкими им в семантическом ряду. Ниже мы увидим, что, во-первых, понятия “слухи” и “сплетни” четко разграничиваются, а во-вторых, что слухи, по мнению респондентов, все-таки чаще оказываются правдой, а не ложью.

*Понятия “слухи” и “сплетни” четко разграничиваются; кроме того, слухи, по мнению респондентов, чаще оказываются правдой, а не ложью*

Как следует из таблицы, “правда” и “информация” (без снижающего определения) гораздо чаще присутствуют в женских ассоциациях, чем в мужских<sup>1</sup>. Далее мы увидим неслучайность этого.

При дальнейшем обсуждении участники ДФГ уточняли и расширяли свои представления о том, что такое слухи. Сосуществование слухов и сплетен в одном семантическом поле, по всей видимости, определило тот факт, что подробное выделение специфических черт, характеристик и свойств интересующего нас объекта происходило прежде всего через сравнение. Представление о полном тождестве слухов и сплетен встречалось на фокус-группах, однако было решительно оспорено и осталось маргинальным. Многообразие различий между этими понятиями станет видно из представленных ниже высказываний.

Выделим сначала те атрибуты слухов, которые, будучи названными, не оспаривались участниками фокус-групп. Первый тезис – слух касается общезначимых тем.

*“Это всегда верная информация на значимую для человека тему, иначе она бы не вспоминалась и не передавалась”* (ДФГ, Москва).

*“Мне кажется, сплетня касается какой-то частной жизни, личной, каких-то знакомых. А слух касается общих проблем”* (ДФГ, Санкт-Петербург).

*“Слух... – это более масштабное. Политизированное, как правило. Слухи, бывает, исходят из очень высоких инстанций. Так же, как из низших. Но больше – из высоких, я думаю”* (ДФГ, Санкт-Петербург).

*“А вот слух – это носит более общественный характер в значительной степени, более массовый. Поэтому, мне кажется, сплетни более такие... не очень сильно влияющие, а вот слухи могут влиять крепко на общественное настроение”* (ДФГ, Москва).

Тезис второй – слухи касаются проблем, событий, а не людей.

*“Слухи – это о подорожании, о терактах. Это слухи.*

*А сплетни – они действительно о людях, о личной жизни политиков, артистов, певцов”* (ДФГ, Санкт-Петербург).

*“Мне кажется, сплетня касается какой-то частной жизни, личной, каких-то знакомых. А слух касается общих проблем”* (ДФГ, Санкт-Петербург).

Более “бытовой”, сниженный характер сплетен находит свое выражение – и это замечено самими респондентами(!) – в языке. Сплетня, как понятие более “близкое” народу, приобрела дериваты, производные, однокоренные слова, тогда как со слухами этого не произошло.

*“Сплетничать» – есть глагол, а «слуховать» – нет”* (ДФГ, Санкт-Петербург).

*“Есть слово «сплетницы», да, «сплетник», а нет слова «слушница», вот так вот”* (ДФГ, Москва).

Слух предполагает возможность ответного действия, реакции человека. С одной стороны, это отражение в чистом виде свойства слуха как типа сообщения.



<sup>1</sup> Разумеется, приведенное распределение ответов не может претендовать на статистическую достоверность. Оно создает общую картину “в первом приближении”.

“На слух – я пойду и куплю что-нибудь, а на сплетню – нет. То есть сплетня не ждет никакой моей реакции. А на слух я пойду и куплю что-то” (ДФГ, Санкт-Петербург).

“Нет, все-таки слухи и сплетни – это, мне кажется, разные вещи. Потому что слухи... Вот, допустим, давайте приземленно скажем, в отношении соли хотя бы: вот у меня соли нет, я пошла в магазин – нет соли нигде. И в каком-то магазине купила за 30 рублей пачку соли. <...> А сплетни, допустим вот, ну, допустим, об Алле Борисовне какие-нибудь сплетни идут, о Филиппе Киркорове...” – и участница московской фокус-группы замолкает, будучи не в силах представить себе, что же она может сделать, узнав что-либо про Аллу Борисовну.

С другой стороны, в слухах, предполагается, есть доля правды, тогда как сплетня представляет собой ложь в чистом виде.

“Мне кажется, что суть в том, что сплетня – она вообще как-то мимо правды совсем. Там-то тот-то переспал с тем-то – и все начинают об этом говорить. А слух – он, например, о том, что кто-то где-то что-то обворовал. Может, это правда, может, неправда” (ДФГ, Санкт-Петербург).

“Сплетня – мало того что отрицательная, но она большей частью и лживой будет, а слух... Слух – это как про инопланетян. Вот есть явление – его трактуют так-то, теория” (ДФГ, Москва).

**Представление о полном тождестве слухов и сплетен встречалось на фокус-группах, однако было решительно оспорено и осталось маргинальным**

Обратим внимание на примеры – они отнюдь не доказывают большую достоверность слухов: и воровство, и уж тем более инопланетяне могут оказаться чистой ложью, равно как предложенный пример сплетни может оказаться истиной. Таким образом, в сопоставлении слухов и сплетен на шкале “правдивости” отражается более низкий статус сплетни по сравнению со слухом. Респонденты чувствуют, что сплетня хуже, чем слух, но поскольку готового объяснения, чем именно сплетни хуже, у них в арсенале нет, они вынуждены использовать это не слишком правильное сравнение.

Собственно проблема достоверности слуха является, безусловно, весьма сложной. Одни высказываются предельно ясно – слухам доверять нельзя.

“Участник: Сплетни, грязь, бред. Потому что я нормального слуха еще ни разу не слышал.

Модератор: Это у Вас на собственном опыте?

Участник: Да. Ничего хорошего из слухов вынести невозможно, а как-то проверит...” (ДФГ, Санкт-Петербург).

“Я считаю, это пустые разговоры отчасти, болтовня отчасти, но в то же время и как бы специально затупленные слухи, как бы утка” (ДФГ, Санкт-Петербург).

Этой позиции противостоит другая: в любом слухе есть доля правды.

“1-й участник: Мое мнение, что в слухе может быть часть верной информации, но, как правило, полностью верной она не бывает.

2-й участник: Мне кажется, наличие слуха – это всегда информация для раздумий” (ДФГ, Санкт-Петербург).

Ключевой проблемой при определении степени достоверности информации для большинства участников дискуссий, разумеется, является ее источник. Данные

**Одни люди склонны верить слухам. Другие люди слухам чаще не верят. А Вы лично чаще верите или не верите слухам?**

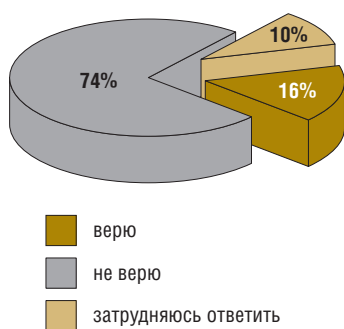


График 1

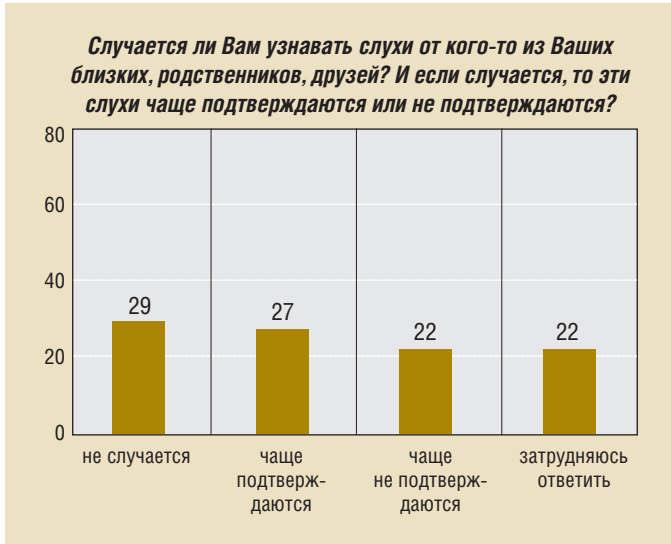


График 2



График 3

проведенного нами массового опроса населения<sup>2</sup> позволяют определить распространенность каждого из вариантов решения проблемы достоверности применительно к тем или иным источникам слухов.

В целом доверять слухам склонен только каждый шестой россиянин (*график 1*). Среди женщин “доверчивых” вдвое больше, чем среди мужчин (21% против 11%). А вот зависимость между такой доверчивостью и возрастом не прослеживается – распространенный тезис о большей подверженности слухам “бабушек” не находит своего подтверждения. Даже напротив – молодые респонденты (в возрасте от 18 до 35 лет) несколько чаще заявляют о своем доверии слухам, чем россияне старшего возраста (19% против 15%). Люди с высшим образованием несколько чаще других склонны не доверять слухам (80%), но более слабые образовательные ресурсы на степень доверия не влияют. Также степень недоверия слухам тем выше, чем крупнее населенный пункт, где проживают респонденты. В Москве 85% опрошенных заявили, что слухам не доверяют.

Однако “доверие слухам” – это, так сказать, вводная установка, внутренняя убежденность, которая может подтверждаться или не подтверждаться на практике, в том числе и на отрефлексированном опыте человека. Разделив слухи по типу источников – “от людей” и из СМИ, – мы попросили респондентов оценить степень достоверности слухов, получаемых ими из одного и другого источника.

Как видно из *графиков 2 и 3*, вне зависимости от источника слухи, оказывается, чаще подтверждаются, чем не подтверждаются. На первый взгляд, удивляет, что более трети россиян вообще не черпают никаких слухов из СМИ. Это не означает, что они не смотрят телевизор, не читают газет и не слушают радио. Просто они либо полностью доверяют поступающей из этих источников информации и не квалифицируют ее как “слух”, либо смотрят телевизор или читают газеты *с другой целью* – только для развлечения, например.

<sup>2</sup> Общероссийский опрос населения от 28–29 января 2006 года (100 населенных пунктов, 44 субъекта РФ, 1500 респондентов).



Табл. 1

% от групп (по столбцам)

	Население в целом	Бывает или не бывает так, что Вы узнаете слухи из СМИ? И если бывает, то эти слухи чаще подтверждаются или не подтверждаются?			
		не бывает	чаще подтверждаются	чаще не подтверждаются	затрудняюсь ответить
Доли групп в населении, %	100	36	22	19	24
<b>Случается ли Вам узнавать слухи от кого-то из друзей или родственников? И если случается, то эти слухи чаще подтверждаются или не подтверждаются?</b>					
Не случается	29	51	12	17	18
Чаще подтверждаются	27	16	54	24	20
Чаще не подтверждаются	22	18	18	43	17
Затрудняюсь ответить	22	14	15	16	45

Определенная схожесть распределений ответов респондентов на два вопроса не должна вводить в заблуждение – менее половины опрошенных дали “одинаковые” ответы на два вопроса (табл. 1).

Мы пока исключим из анализа тех, кто затруднился при ответе хотя бы на один из вопросов (а таких примерно треть), и выделим 7 групп респондентов (график 4).

Рассмотрим сначала три “чистые” группы, включающие респондентов, которые дали “одинаковые ответы”.

Первая группа – заявившие, что они не узнают слухов ни от друзей, родственников, ни из СМИ. Эти люди живут вне слухов либо не квалифицируют никакую информацию как слухи. Группа составляет 18% выборки. Вторая группа – люди, признающие преобладающую достоверность любых слухов. Она составляет 12% выборки. И наконец, третья группа – отказывающие в достоверности большинству слухов, откуда бы они ни исходили: от людей или из СМИ. В эту группу входят всего 8% выборки.

Рассмотрим социально-демографические портреты этих трех групп и обратим внимание на различия между ними (табл. 2).

В группе, не затрагиваемой слухами, выше доля респондентов старшего возраста, а также лиц с минимальным образовательным уровнем. В ней также больше респондентов со средним уровнем дохода. Известно, что значительную часть этой группы в целом по России составляют пенсионеры. Складывается интересная картина. Образ “бабульки” как разносчика слухов сами “бабульки” подтверждать не очень-то готовы, чаще заявляя, что вообще не знают никаких слухов. С одной стороны, можно, конечно, предположить, что многие из них просто не отдают себе отчета в том, что “принимают” и “передают” информацию, которую другие люди склонны классифицировать как слухи. Но есть и иная версия. Сами респонденты определяют слухи как информацию, во-первых, общественно значимую, а во-вторых, затрагивающую лично их. Очевидно, что чем дальше от социальных ресурсов оказывается человек, тем меньшее количество информации и интерпретируется им в качестве “общественно значимой”, и задевает его персонально. То есть на самом деле весьма значительная доля “бабулек” оказываются абсолютно индифферентны к той информации, которая поступает в общество

**Достоверность слухов\***



\* Данные в % от населения

График 4

в некоем промежуточном состоянии – не будучи ни опровергнутой, ни подтвержденной документально или фактически.

Теперь сравним социально-демографический портрет двух других групп – “ниспровергателей” и “пользователей” слухов. По возрасту различий между ними практически нет, но “ниспровергатели” значительно более “ресурсны” по другим параметрам – уровню образования (в этой группе заметно больше людей с высшим образованием), доходу и месту жительства. Доля сельских жителей и жителей малых городов среди “ниспровергателей” оказывается заметно ниже.

Представители первой и третьей групп почти совсем не склонны доверять слухам – и это понятно: как можно доверять тому, чего нет (для первой группы), или тому, что чаще всего оказывается неподтвержденной информацией. Любопытно другое: половина тех, кто признает преобладающую достоверность слухов, говорят, что все равно не доверяют им (табл. 3).

Перейдем к “смешанным” группам. 12% респондентов не узнают никаких слухов из СМИ и при этом слышат их от своих знакомых. Обратная ситуация наблюдается вдвое реже – лишь 6% опрошенных заявляют, что слухов от людей они не слышат, а вот из СМИ такие сообщения до них доходят. И, наконец,

Табл. 2

% от групп (по столбцам)

	Население в целом	Слухов не узнают	Считающие, что слухи чаще	
			подтверждаются	не подтверждаются
Доли групп в населении, %	100	18	12	8
Возраст, лет				
18–35	35	29	38	38
36–54	36	37	35	40
55 и старше	29	34	27	21
Образование				
Ниже среднего	15	18	10	7
Среднее	35	30	43	30
Среднее специальное	32	35	35	31
Высшее	18	16	12	33
Доход, руб.				
До 2000 руб.	23	26	30	14
2000–3000	40	46	41	41
Свыше 3000	25	14	25	34
Затрудняюсь ответить, не хочу отвечать	12	14	4	11
Тип населенного пункта				
Москва	6	3	3	10
Мегаполис	11	11	10	10
Крупный город	17	19	10	19
Малый город	39	39	44	37
Село	27	28	32	25
Пол				
Мужской	49	53	40	58
Женский	51	47	60	42

Табл. 3

% от групп (по столбцам)

	Население в целом	Слухов не узнают	Считающие, что слухи чаще	
			подтверждаются	не подтверждаются
Доли групп в населении, %	100	18	12	8
<b>Вы лично чаще верите или не верите слухам?</b>				
Верю	16	3	<b>46</b>	11
Не верю	73	<b>92</b>	44	<b>82</b>
Затрудняюсь ответить	10	6	10	7

незначительные группы респондентов резко противопоставляют “людей” и СМИ как источники слухов. 4% опрошенных считают, что слухи из СМИ чаще подтверждаются, а слухи, полученные от людей, – нет, и 5% опрошенных придерживаются строго противоположной точки зрения.

Сравним попарно социально-демографические портреты представителей этих четырех групп. Сначала сравним тех, кто получает слухи только от людей и только через СМИ (табл. 4).

Итак, о чем – помимо очевидного соображения, что представители более ресурсных групп чаще обращаются к СМИ, – говорят эти различия? Анализ дискуссий на фокус-группах позволяет предположить как наиболее вероятную следующую модель. В ресурсных группах (и, отметим особо, среди мужчин) принято не доверять информации, исходящей от, так скажем, неавторитетных людей.

*“У меня стоит особняком информация, полученная от бабушек, которая для меня скорее недостоверна”* (ДФГ, Воронеж).

В ходе дискуссионных фокус-групп создано впечатление, что женщины больше мужчин доверяют СМИ как таковым. Приведем их реплики.

*“Во-первых, должна быть какая-то печатная информация, то есть если что-то написано”* (ДФГ, Санкт-Петербург).

*“Вообще-то я склонна верить официальным источникам, серьезным. Программе «Время» я склонна верить. Но еще смотрю много программ, стараюсь”* (ДФГ, Санкт-Петербург).

*“Участник: Еще вот программа «Время» и интернет, вот мне кажется. Все, я больше ничему вот до конца дальше не поверю.”*

*Модератор: А почему Вам информация из интернета кажется более достоверной?*

*Участник: Ну не знаю, почему-то мне кажется, что...”* (ДФГ, Москва).

*“1-й участник: Может быть, телевидению, конечно, больше доверяешь.”*

*2-й участник: Совершенно верно.*

*3-й участник: Конечно”* (ДФГ, Воронеж).

Для мужчин более значимым оказывается авторитет “спикера”, источника сообщения. При этом канал передачи сообщения не столь важен – это может быть и СМИ, и личное общение.

*“Модератор: Скажите, пожалуйста, когда Вы получаете какую-либо информацию, в каких случаях Вы относите ее к достоверной?”*

*Участник: Надежный источник.*

*Модератор: А что такое «надежный источник»?*

**Ключевой проблемой при определении степени достоверности информации для большинства участников дискуссий является ее источник**



Участник: *Человек, которого я знаю. Или компания.*

Модератор: *То есть если Вы воспримете информацию от человека, которого Вы знаете, Вы посчитаете ее достоверной?*

Участник: *Если я знаю, что этот человек – достоверный источник информации, то да*” (ДФГ, Санкт-Петербург).

“Участник: *Которую получаю от прямых источников.*

Модератор: *А что значит «прямой источник»?*

Участник: *Человек, который непосредственно касается этих вопросов. Информацию, которая мне нужна, я считаю достоверной*” (ДФГ, Санкт-Петербург).

“*Как пример прямого источника. У меня был один учитель. И он служил в воинской части, в роте, во взводе, где должен был служить Александр Матросов. Такого [Александра Матросова] не было. Я ему верю. Он ранен был, и я ему верю*” (ДФГ, Санкт-Петербург).

Табл. 4

% от групп (по столбцам)

	Население в целом	Узнают слухи только	
		через СМИ	от людей
Доли групп в населении, %	100	6	12
Пол			
Мужской	49	52	40
Женский	51	48	<b>60</b>
Возраст, лет			
18–35	35	35	39
36–54	36	33	35
55 и старше	29	32	26
Образование			
Ниже среднего	15	9	15
Среднее	35	<b>40</b>	<b>43</b>
Среднее специальное	32	27	29
Высшее	18	<b>23</b>	13
Доход, руб.			
До 2000	23	21	<b>30</b>
2000–3000	40	29	39
Свыше 3000	25	<b>36</b>	23
Затрудняюсь ответить, не хочу отвечать	12	14	8
Тип населенного пункта			
Москва	6	<b>22</b>	3
Мегаполис	11	11	12
Крупный город	17	20	18
Малый город	39	25	<b>34</b>
Село	27	22	<b>34</b>

Сопоставление этих высказываний с различиями в гендерных характеристиках выделенных групп позволяет уточнить модель: женщины (и это же можно спроецировать на представителей менее ресурсных групп) зачастую настолько доверяют СМИ, что вообще не считают возможным квалифицировать любую получаемую оттуда информацию как слух. Представители же более ресурсных групп информацию от “неавторитетных” людей вообще не принимают во внимание, а информация от “авторитетных” для них – непоколебимый факт.

\* \* \*

Снова обратимся к данным массового опроса. Более двух третей респондентов затруднились ответить на вопрос “Какой последний слух Вы можете вспомнить?”, назвали какой-либо слух чуть более 30% респондентов. Это нормальный уровень “запоминаемости событий”. Для сравнения обратимся к ответам на открытый вопрос “Какие события прошедшей недели, о которых сообщалось в средствах массовой информации, больше всего заинтересовали Вас, привлекли Ваше внимание?” Этот вопрос ФОМ задает респондентам каждую неделю. Выясняется, что в те недели, когда нет какого-то одного доминирующего события (например, Олимпиады), около двух третей опрошенных затрудняются с ответом. Поскольку опрос, посвященный слухам, проводился в “спокойной”, “до-солевой” обстановке, то и какого-либо доминирующего слуха многим людям припомнить не удалось (график 5).

В ответах респондентов фигурируют в основном два вида слухов: о повышении цен, прежде всего на ЖКХ, и о погоде. Все остальные темы остаются на периферии. Сравним наши данные с ответами уважаемого профессионала-психолога из уже цитировавшегося выше интервью (сравнение тем более правомерно, что между опросом и выходом интервью прошла всего неделя).

“Корреспондент: *Какие слухи сейчас самые модные?*

Психолог: *Номер один – доллар рухнет, номер два – Россию захватит Китай, номер три – идет война между католической и православной церквями”.*

Участники фокус-групп также склонны больше внимания обращать на приближенные к своей повседневности темы, а не обсуждать темы “высокой геополитики”.

“Мне это неинтересно, понимаете? Опять же, если это информация по поводу отключения воды, мне это интересно, я спрошу, когда, где и сколько. Если слухи по поводу повышения каких-то цен, то это бабушка надвое сказала. Также сидишь и думаешь: мне это надо или не надо? Бегать за солью по всему городу я не буду” (ДФГ, Воронеж).

“Модератор: *Анна, есть какая-то область слухов, которой Вы более склонны доверять?*

1-й участник: *Наверное, тоже здоровье.*

2-й участник: *Здоровье. И <о> моей жизни”* (ДФГ, Санкт-Петербург).

\* \* \*

Перейдем к проблеме возможной реакции на слухи, их влияния на поведение респондентов. Более или менее очевидно, что люди делятся на тех, кто реагирует на слухи и пытается что-то предпринять, руководствуясь ими, и на тех, кто на слухи не реагирует, выжидает.

*Молодые респонденты (в возрасте от 18 до 35 лет) несколько чаще заявляют о своем доверии слухам, чем россияне старшего возраста*

**Не могли бы Вы припомнить какой-нибудь слух, который Вы узнали в последнее время?  
О чем был этот слух? (Открытый вопрос)**

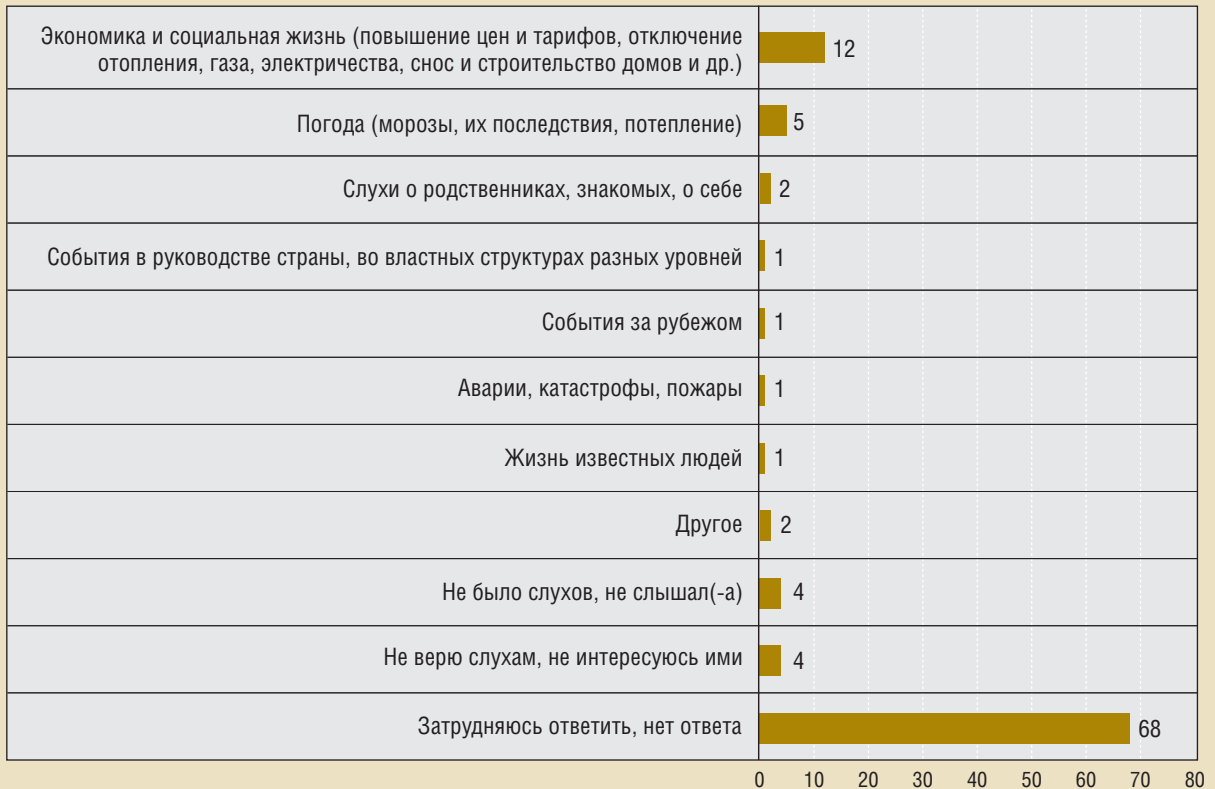


График 5

“Участник: Я оптимист в этих случаях.

Модератор: Что это значит?

Участник: Мне сказали о чем-нибудь – я отвечаю: «Посмотрим». Посмотрю день, два, три...” (ДФГ, Воронеж).

“Модератор: Ну, вот услышали какой-то слух – какая реакция возникает: мысли, чувства?”

1-й участник: На какую тему слух?

2-й участник: Никак не отреагирую. В первый момент никак не отреагирую” (ДФГ, Воронеж).

“Вообще-то я никому особенно не верю. Но я воспринимаю, потом начинаю думать. Доверяю, наверное, когда уже произошло. Я вот не предприняла каких-то шагов – тогда разочаровываюсь” (ДФГ, Санкт-Петербург).

Здесь приведены как реплики респондентов, ранее критично отзывавшихся о любых слухах, так и участницы, которая ранее говорила о том, что в любом слухе есть доля правды. В последнем случае обратим внимание на отрефлексированный момент сожаления о не сделанных шагах после того, как достоверность слуха подтвердилась. В следующем высказывании он представлен еще более ярко (предмет слуха – сообщение о наличии прививок от гриппа).

“Участник: Я, например, инертный человек. Я даже от гриппа никогда не прививался, хотя информация достоверная. Так что же говорить о том, чтобы купить пачку соли за 30 рублей?”

Модератор: А не приходилось потом жалеть о том, что не предпринимали какие-либо действия?

Участник: Конечно, приходилось. Но вот если говорить не о слухах, а о гриппе, то я болею им, поэтому постоянно жалею, что я не прививался, от гриппа в очередной раз” (ДФГ, Воронеж).

Но, безусловно, есть и “активные” респонденты, которые готовы быстро отреагировать на слух. Здесь мы встречаем две различные модели реакции. Одна предполагает анализ, уточнение, проверку сообщения.

“Если касается... если жизненно важно что-то, то стараюсь получить информацию из разных источников по этому поводу. Из как можно большего количества, и из независимых. Потом ее как-то сопоставить и проанализировать. Если не касается, то прохожу, не обращаю внимания” (ДФГ, Санкт-Петербург).

“Я бы не сказал про себя, что поддаюсь слухам, но я делаю прогнозы какие-то на основании того, куда и что... как действовать. Но это не значит, что на основании слухов, хотя они могут быть...” (ДФГ, Москва).

Вторая модель предполагает опасливую реакцию на слухи. Соответственно, люди пытаются предупредить своих знакомых и сами совершают (или не совершают) какие-то действия из опасения, что слух окажется достоверным.

“Модератор: Я правильно поняла, что если слухи касаются здоровья и жизни, по-любому этим слухам вы будете верить?”

1-й участник: Да, на всякий случай не буду ходить в лес, не буду пить лекарства этой фирмы. <...> Я человек, для которого эта информация [из интернета] менее доступна. У меня нет времени, я могу раз в неделю посидеть посмотреть. Мне легче просто поверить этому слуху, а не копать, не собирать информацию.

2-й участник: Я, наверное, тоже относительно слуха, что прошел радиоактивный дождь, не буду проверять и не поверю. Я просто туда не пойду на всякий случай” (ДФГ, Санкт-Петербург).

“Если услышу какой-то слух, я обдумываю, касается ли это меня, моей семьи, моих знакомых. Если это касается, я обзваниваю, сообщаю им. Потом я думаю, могу я что-то сделать или нет. Если я могу что-то сделать, я делаю. Если не могу, я могу позвонить – спросить, что делать, – тем же родителям. Если опять же получаю информацию, что делать, – я сделаю, если не смогу, то жду уже...” (ДФГ, Санкт-Петербург).

Таким образом, мы видим, что негативный ассоциативный ряд, связанный со слухами, равно как и преобладание декларируемого неверия в них, во-первых, не мешает признавать, что слухи чаще подтверждаются, чем не подтверждаются, а во-вторых, не



мешает действовать согласно слухам. Слухи, находясь в одном семантическом ряду со сплетнями, тем не менее занимают совсем другое, более высокое место в иерархии информационного поля.

Разные модели восприятия слухов, по всей видимости, отражают разные модели восприятия информации в целом, но эта тема выходит за рамки настоящего исследования.

\* \* \*

Теперь кратко рассмотрим, как общие модели восприятия и оценки слухов реализовались в “деле о пропавшей соли”.

Обратимся к картине “соляного дефицита”, какой она предстала в сообщениях информагентств. Источником в данном случае нам послужит архив новостей сайта региональных новостей “Регнум” – www.regnum.ru. Первое сообщение на эту тему появляется 6 февраля и касается Тульской области. В течение следующих трех дней сообщений на эту тему не появляется, и 9 февраля поступают новости о перебоях с солью в Калужской и Орловской областях. Затем еще три дня паузы (два из них пришлись на выходные), и 13 февраля буря разражается по-настоящему: в ареал соляного дефицита попадает большинство черноземных областей – Тамбовская, Воронежская, Рязанская, Липецкая. На следующий день к ним добавляются регионы Нечерноземья: Тверская, Владимирская и Ивановская области.

Если судить по данным наших опросов, сам “солевой ажиотаж” продолжался недолго. В ходе опроса 17–18 февраля, отвечая на вопрос о наиболее заметных событиях прошедшей недели (речь шла о неделе с 11 по 17 февраля), упомянули перебои с солью 5% россиян. Ранее эта тема не упоминалась. На неделе 18–24 февраля про соль упомянули уже только 3% опрошенных, на следующей – 2%. И, наконец, в марте эта тема ушла с горизонта повседневности. До “знакового события” соляному дефициту оказалось далеко. Как раз в эти недели шла зимняя Олимпиада, и главным событием стала именно она: 27% упоминаний в опросе 17–18 февраля, 40% – на следующей неделе.

Однако память о “соляном ажиотаже” осталась. Это хорошо заметно по фокус-группам о слухах как таковых, проведенным 7–8 марта, то есть спустя три недели после апогея “соляного ажиотажа”. Как только речь заходила о примере слухов, тема соли всплывала моментально.

Модератор: *Вы можете вспомнить в истории случаи, когда те или иные слухи провоцировали массовые действия?*

Участник: *А соль – разве не такой случай?*

Модератор: *Не знаю. Пожалуйста.*

Участник: *Просто я слухов не знаю, но уверен, что да. С солью, с жетонами <на метро> – да. То есть работает”.*

Судя по данным массового опроса<sup>3</sup>, “дело о пропавшей соли” затронуло две трети россиян – 41% сказали, что в их населенных пунктах перебои с солью были, а еще 26% слышали разговоры о возможных перебоях у себя в городе или селе. Собственно перебои с солью больше затронули сельские районы (48%),

*Образ “бабульки” как разносчика слухов сами “бабульки” подтверждать не очень-то готовы. Они часто утверждают, что не знают вообще никаких слухов*

<sup>3</sup> Общероссийский опрос населения 25–26 февраля 2006 года (100 населенных пунктов, 44 субъекта РФ, 1500 респондентов).



а “разговоров” на эту тему было больше в Москве и других мегаполисах (42% и 41% соответственно). В тех местах, где перебои с солью действительно были, 40% людей заранее слышали о возможности такого развития событий, 60% столкнулись с этим неожиданно для себя.

Каждый пятый из тех, кто слышал о возможных переboях с солью или действительно столкнулся с ними у себя в городе, попытался немедленно купить исчезающий товар. В целом по выборке таких респондентов 14%. Двум из каждых трех представителей этой группы купить соль удалось. Тяжелее всего пришлось сельским жителям – там купить соль смогли только половина желающих.

Теперь сравним стратегию поведения респондентов трех групп – слышавших и не слышавших о возможном дефиците соли там, где он действительно был, а также тех, для кого эта история осталась исключительно на уровне слухов (табл. 5).

Конечно, интересно было бы узнать, что помешало купить соль респондентам там, где перебоев с ее поставками, по их словам, не было, но такой возможности мы, к сожалению, не имеем. Более всего интересен разрыв между долями преуспевших в покупке соли среди слышавших об угрозе дефицита там, где перебои действительно имели место (22% этой группы), и там, где их в конечном итоге не было (10%). Это укрепляет в мысли о том, что во многих случаях дефицит оказался порожден именно реакцией на слухи. Можно даже предположить, что если бы в тех местах, где были только разговоры о возможной пропаже соли, доля среагировавших на слухи оказалась хотя бы вдвое выше, то реальные проблемы могли бы возникнуть и там.

Как мы видим, доля тех, кто отреагировал на слух, на “дым без огня” (доля стремившихся купить соль там, где перебоев не было), оказалась практически равна доле россиян, заявивших, что они в принципе верят слухам. Интересно и другое: если сложить все три группы людей, пытавшихся купить соль, то в сумме они составят 14,5% от выборки в целом. То есть мы получаем показатель, близкий к тому, который характеризует долю россиян, в принципе доверяющих слухам.

Обратим внимание на следующий аспект групповых дискуссий на тему соляного дефицита. Если сравнить высказывания участников фокус-групп в Воронеже (где определенные перебои имели место) и Санкт-Петербурге (где их,

*Представители наиболее ресурсных групп информацию от “неавторитетных” людей вообще не принимают во внимание, а информация от “авторитетных” для них – непоколебимый факт*

Табл. 5

% от групп (по столбцам)

	О возможных переboях с солью		
	слышали, но перебоев не было	слышали до случившихся перебоев	не слышали до случившихся перебоев
Доли групп в населении, %	26	16	25
<b>В связи с разговорами о возможных переboях с солью Вы пытались или не пытались купить соль? И если пытались, то купили или не купили?</b>			
Не пытался(-ась)	84	73	72
Купил(-а)	10	22	12
Пытался(-ась), но не купил(-а)	4	4	15

видимо, не было), то видно, что участники второй группы гораздо чаще видят за всей этой историей “уши” какой-то другой, уже настоящей неприятности.

*“Я воспринимаю, что это чьи-то игры – то ли политические, то ли экономические. Какие-то игры. Кто-то на этом что-то поймел или поймееет. Может быть, конкретное даже лицо возбудило это – и такой результат, наверное, снимет сливки с этого. <...> Приптели Украину к этому, чтобы добавить остроты. А причины, как всегда, либо экономические, либо политические. И личный интерес присутствует. Но кто конкретно – конечно, я предположить не могу”* (ДФГ, Санкт-Петербург).

Впрочем, такая интерпретация событий встречалась и в Воронеже.

*“1-й участник: Нет, я думаю, вот под это поднятие <цен на соль>, под отмену льгот – все под это.*

*2-й участник: Точно, как я не догадалась...”* (ДФГ, Воронеж).

Там, где перебоев не было, респонденты не верят в официальную версию причины отсутствия соли – прекращение поставок с Украины. Люди не верят, что в России недостаточно своей соли.

*“1-й участник: Я тоже не понимаю, какие могут быть объективные причины: если действительно встал завод или все в отпуск ушли... А куда наша вся соль деться-то может?”*

*2-й участник: Не один же завод, правда?*

*1-й участник: Да. Куда она может деться? Она же не может исчезнуть.*

*Модератор: Но все-таки данная ситуация возникла – почему?*

*1-й участник: Я тоже согласна: это искусственно созданный ажиотаж. Кому-то это надо. Кому – не знаю”* (ДФГ, Санкт-Петербург).

Обратим внимание на то, что “за спиной” слуха о пропаже соли, который показался многим незначимым, всплывает наиболее благодатная тема для слухов (как мы уже видели выше) – сфера ЖКХ.

*“Это искусственно созданная <ситуация>, это однозначно, на мой взгляд. И, согласен, здесь как одна из возможных, как вероятность – отвлечение народа от какой-то серьезной акции. Это неизбежно – либо что-то будет, либо уже происходит. <...> Это будет довольно крепкий удар либо по коммунальщине, еще чего-нибудь. Прецеденты уже есть”* (ДФГ, Санкт-Петербург).

Появляются и ожидания глобальных политических катаклизмов.

*“1-й участник: Я тоже считаю, что это искусственно созданная проблема. Чтобы отвлечь народ от чего-то глобального более.*

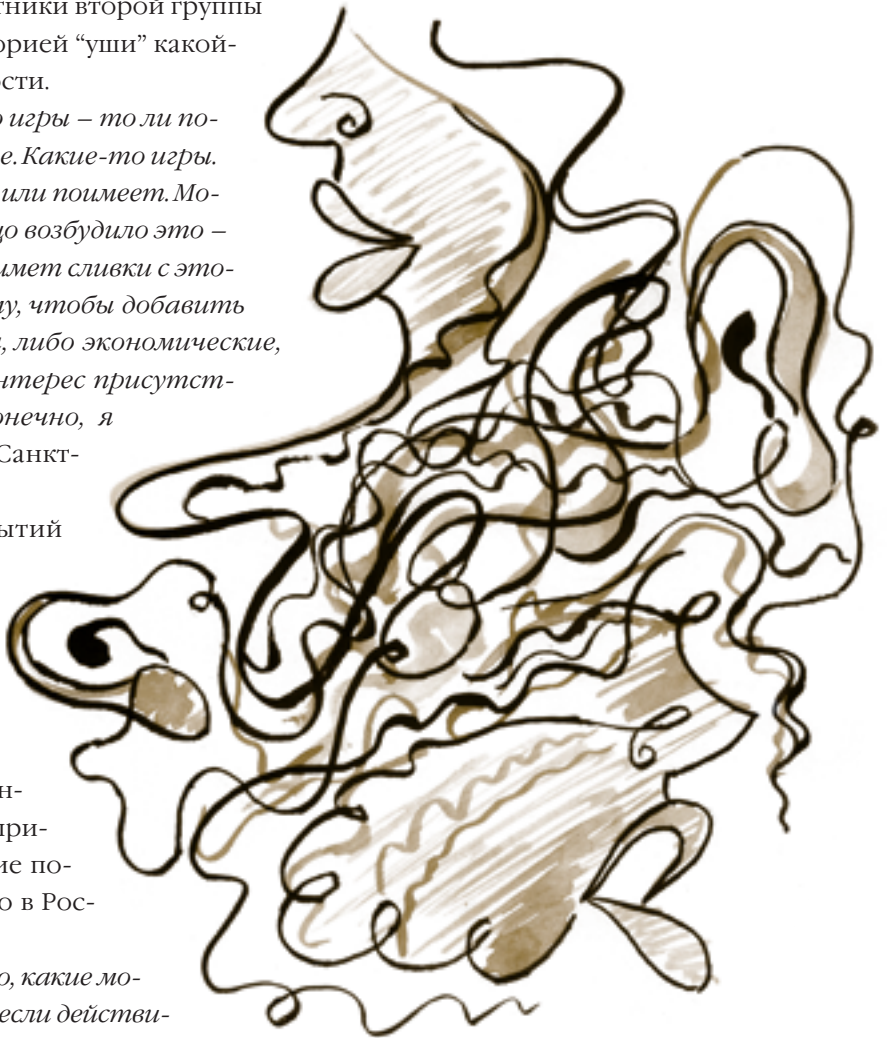


Табл. 6

% от групп (по столбцам)\*

	Перебои с солью	
	были	не было
Доли групп в населении, %	41	45
<b>Правильно или неправильно поступили люди, которые купили соли больше, чем обычно?</b>		
Правильно	32	11
Неправильно	42	22
Затрудняюсь ответить	25	11

\* Сумма по столбцу меньше 100%, так как на вопрос не отвечали те респонденты, которые не слышали про возможные перебои с солью.

Модератор: *А с какой целью?*

2-й участник: *Посмотреть на реакцию народа... И в дальнейшем, может быть, это уже как-нибудь в политику перекинется.*

Модератор: *Не поняла, что Вы имеете?..*

2-й участник: *Ну, посмотрят на реакцию народа, и, я имею в виду, в плане переворота или еще что-нибудь...* (ДФГ, Москва).

История с солью оказалась интересна не только как пример действенности слуха, но и как пример слухопорождающего события: недоверие к возникшему в СМИ ажиотажу, несоответствие этого ажиотажа масштабу проблемы порождает слухи, домыслы или предположения, что нечто действительно плохое может произойти в ближайшее время.

Но и драматизировать “слухоподатливость” россиян не следует. Наши данные показывают, что люди чаще осуждают, чем одобряют тех, кто поддался слухам и бросился закупать соль. Причем, что интересно, преобладание осуждающих наблюдается и в тех местах, где перебои с солью были, и там, где их не было (табл. 6).

Наши данные также заставляют усомниться в том, что основными разносчиками слухов являются пресловутые “бабульки”. Точно не меньшую роль в этом играют женщины и, несколько реже, мужчины среднего возраста и достаточно образованные. По крайней мере, они гораздо чаще черпают слухи из СМИ и реагируют на них не реже, чем представители старшей возрастной группы.

Также мы постарались показать, что в обыденном сознании слухи отнюдь не тождественны сплетням и занимают отличное от них место в информационном поле.

Мы установили, что в среднем каждый шестой-седьмой россиянин относится к слухам с доверием, и примерно такая же доля наших сограждан склонны предпринимать конкретные действия под влиянием слухов. Это не значит, что названные подмножества полностью совпадают, но все же полученные нами результаты дают представление о “мобилизационном потенциале” значимых слухов. ■

*В среднем каждый шестой-седьмой россиянин относится к слухам с доверием, и примерно такая же доля наших сограждан склонны предпринимать конкретные действия под влиянием слухов*