

О.Н. Щенникова, А.В. Бутина

Психологические аспекты процесса передачи слухов

Анализ информационного поля современной политики указывает на то, что доминирование официальных каналов и административного ресурса в качестве путей влияния на политическое сознание и поведение граждан приводит к наступлению противоречивых последствий. Институционализация свободы слова в средствах массовой информации при фактическом отсутствии независимых масс-медиа имеет следствием неудовлетворенную потребность россиян в достоверной информации о политике, а также психологическое напряжение, вызванное осознанием невозможности нахождения адекватного способа выражения общественных настроений. Как следствие, в политической коммуникации можно наблюдать циркуляцию недостоверных сообщений на уровне межличностного общения, как естественных, так и искусственных по своей природе. Поэтому в повседневной жизни человека и общества далеко не последнюю роль играет неформальная коммуникация. А слухи как разновидность неформальной коммуникации занимают особое место в информационном пространстве нашей страны.

Как любая коммуникация, передача слуха предполагает наличие двух сторон этого процесса: коммуникатора и реципиента. «Коммуникатор (передающий информацию) сознательно ориентирует свои действия на смысловое восприятие кодированной информации другими людьми (реципиентами). Реципиент (принимающий информацию) для осмысленного восприятия информации декодирует ее» [1, с. 24].

Для того чтобы передача слухов состоялась, должно совпасть несколько условий. Во-первых, должно быть само сообщение. Причем обстоятельства сложились таким образом, что из этого сообщения сформировался слух: тема актуальна и интересна группе или обществу, при этом ощущается либо недостаток информации в целом, либо достоверной информации в частности; может быть, существует запрет (негласное «табу») на эту тему, что еще больше подогревает интерес к ней. Во-вторых, человеку (впоследствии – коммуникатору) интересна тема слуха, возможно, потому, что она касается его повседневной жизни, семьи или профессиональной деятельности, и он хочет ею поделиться.

В-третьих, это определенные психологические особенности человека: способен ли он запоминать информацию и спустя время ее воспроизводить, причем довольно последовательно; есть ли у него склонность передавать подобную информацию, добавляет ли он при этом собственные оценки и предположения; как

он для себя расшифрует полученную информацию и кому рассчитывает ее передать.

В-четвертых, «реципиент»: есть ли он, можно ли ему доверить полученную информацию (она не проверена, это некая «тайна», которая передается только испытанным, проверенным, надежным людям), а также его индивидуальные барьеры при восприятии информации.

В-пятых, потребность человека в понимании, объяснении происходящего, так называемый механизм каузальной атрибуции. Познавая друг друга, люди не ограничиваются получением сведений путем наблюдения. Они стремятся к выяснению причин поведения партнеров по общению и выяснению их личностных качеств. Но так как информация о человеке, полученная в результате наблюдения, чаще всего недостаточна для надежных выводов, наблюдатель начинает приписывать вероятностные причины поведения и характеристические черты личности партнера по общению. Таким образом, каузальная атрибуция – это «интерпретация субъектом межличностного восприятия причин и мотивов поведения других людей» [1, с. 42].

В-шестых, насколько коммуникатор и реципиент включены в информационное поле или оторваны от него, насколько полно они располагают информацией по интересующей теме. В-седьмых, социально-экономическая и/или политическая нестабильность, неопределенность будущего, что способствует появлению и распространению слухов. В-восьмых, специфика культуры, когда уровень доверия к органам власти и официальным источникам информации низок, а к неофициальным – высок. Это может быть связано с оторванностью власти от общества, ее изолированностью, замкнутостью. Как результат – незначительная информированность общества о жизни привилегированных групп, элит при высоком уровне интереса к ним со стороны общества. Сюда же можно отнести установки и стереотипы общества, ценности, традиции и обычаи.

Совпадение этих условий создает предпосылки для начала процесса коммуникации. Передача слухов происходит прежде всего при межличностном общении, поэтому необходимо более подробно остановиться на процессе их трансформации и циркуляции.

Человек получает информацию в большинстве случаев по официальным каналам коммуникации. Если она заинтересовала его, то он стремится поделиться ею, но для этого нужен партнер по общению. Далее, для того, чтобы передать информацию, коммуникатор формирует мысль, обличает ее в слова, выстраивает ее в предложения и озвучивает. Непосредственно при

передаче сообщения используются средства вербальной (язык) и невербальной (жесты, мимика и т.д.) коммуникации.

В этой связи важны и социально-психологические обстоятельства, побуждающие людей распространять слух [2, с. 138]. В первую очередь, это механизм самоутверждения. Передавая другому сведения, составляющие содержание слуха, распространитель информации поднимает себя в своих глазах и в мнении других как человек более осведомленный. Во вторую очередь, чувство солидарности – стремление помочь другим людям, предупредить их, дать возможность совместно подготовиться к встрече с неприятным событием. В другом случае особое значение приобретает компенсация неудовлетворенности от одиночного обладания тревожной информацией. Человек получает подсознательное облегчение от того, что другой, получивший от него информацию, реагирует удивлением, испугом, восхищением, благодарностью за сообщение. Для усиления впечатления информация нередко «творчески» обогащается «драматическими» подробностями. Такой механизм особенно силен у людей, неудовлетворенных своим социально-психологическим статусом и не нашедших достойного места в жизни. И, наконец, часто человеком руководит стремление, чтобы другие, поступая в соответствии со слухом, приносили какую-то выгоду распространителю (помогали в борьбе с конкурентом, способствовали укреплению позиции в группе, ослабляли себя и пр.).

Таким образом, передача слухов удовлетворяет потребность индивида в общении, уважении и самоуважении (он – источник важной информации), в привлечении внимания, в стремлении быть в центре внимания, стать лидером мнений.

Воспроизведение слуха также отличается рядом особенностей. На лице человека, рассказывающего слух, появляется специфическая мимика: «заговорщическое лицо», «улыбка заговорщика», безучастный, <видимо> беззаботный вид. Речь человека, воспроизводящего слух, характеризуется особым тембром и тональностью. Передаваемые слухи, как правило, сопровождаются выразительными жестами-иллюстраторами или эмблемами. Поза рассказчика закрытая, голова обычно наклонена в сторону собеседника, глаза с интересом смотрят на слушающего [3, с. 123].

Нельзя обойти вниманием и психологические особенности проксемического поведения в процессе передачи слухов, которое характеризуется своими правилами выбора пространства и расстояния между коммуникантами в целях обеспечения комфортности общения [4, с. 466]. С этой позиции все коммуникативные дистанции делятся на пять типов: дальнюю, публичную, социальную, личную и интимную. Для контактного диалога при передаче слуха важны последние два типа. Следовательно, расстояние между собеседниками, как правило, не превышает метра,

а помимо визуального контакта предполагается активное включение и других сенсорных каналов, в частности кожного и обонятельного [4, с. 468]. Причем в процессе устной трансляции слуха происходит сокращение физической и психологической дистанции между коммуникантами [4, с. 470].

В ходе коммуникационного акта (передачи слуха) реципиент получает информацию и расшифровывает ее для себя. Здесь принципиально важным будет вопрос: что он понял из полученного сообщения и как расшифровал его? На декодирование и восприятие информации реципиентом оказывает влияние несколько факторов:

- многозначность используемых коммуникатором понятий;
- отношение к коммуникатору, степень доверия к нему и как результат – принятие или непринятие информации от него;
- сфера профессиональной деятельности человека, которая во многом определяет его интересы, стереотипы восприятия, барьеры коммуникации;
- насколько интересна получаемая информация.

Предположим, что поступившая извне информация заинтересовала реципиента, она получена, декодирована и воспринята. При этом уровень ее значимости настолько высок, по мнению реципиента, что он принимает решение ею поделиться, проинформировать, предупредить, раскрыть «тайный смысл» сообщения «значимому другому».

Этот «значимый другой» далеко не всякий человек. Это знакомое лицо, которому доверяют, и по отношению к которому испытывают чувства симпатии. Кроме того, по мнению реципиента, передаваемая им информация должна быть интересна «значимому другому».

Итак, повод (полученная информация, которую надо передать) есть, встреча со «значимым другим» состоялась. Теперь уже сам реципиент выступает источником, носителем информации, коммуникатором, особенно если окружающие ее не слышали или не обратили на нее внимание. Он передает сообщение исходя из того, как он ее понял и оценил, учитывая специфику человека или группы, которой рассказывает.

Следует сказать и о социально-психологических обстоятельствах, побуждающих людей воспринимать слух. К ним относятся:

- осознание собственного пребывания в тревожной, напряженной обстановке, содержащей угрозы, опасности, проблемы, и поиск путей обезопасить себя;
- стремление упредить наступление неприятных событий и заблаговременно подготовиться к ним, уменьшить возможный урон, если избежать его невозможно;
- механизмы заразительности, подражания, группового давления, стремление добиться безопасности вместе со всеми;

– представление о достоверности слуха (его анонимность, распространенность, пример поступков части людей, уже принимающих меры в ответ на слух);

– легкая внушаемость части людей, не критичность из-за невысокой образованности и интеллектуальной неспособности самостоятельно и трезво оценить правдоподобность и обоснованность слуха.

Следует учитывать и то обстоятельство, что в процессе восприятия информации человек, как правило, отвлекается прежде всего на ее декодирование, а также на окружающих людей, события и т.д. Это связано с особенностями человеческой психики, так как долго человек не может быть сосредоточен на одном объекте, а также с тем, что скорость мысли в четыре раза выше скорости речи, поэтому есть время на обдумывание информации. Поскольку принимающий информацию отвлекается, он пропускает часть информации, в дальнейшем не сможет ее дословно воспроизвести. К тому же это сообщение будет им переведено с учетом его знаний, уровня образования, опыта, словарного запаса, профессиональной деятельности и т.д. Поэтому при дальнейшем пересказе могут употребляться другие слова и выражения, что неизбежно исказит смысл, добавятся собственные оценки и комментарии, возможно, аргументы «за» и «против», может быть несколько смещен акцент в зависимости от того, что, по мнению человека, является

наиболее важным для другого или группы. Сообщение значительно сократится, «ненужные» подробности опущены, поскольку запоминается лишь небольшой объем информации.

При каждой последующей передаче текст сообщения (слуха) будет сокращаться до определенного критического минимума. После того, как этот минимум будет достигнут, возможны два варианта развития событий. Первый: в силу своей краткости объяснительная сила слуха резко сокращается, интерес к нему пропадает, слух исчезает из информационного поля. Второй: возрождение слуха через наполнение его комментариями и предположениями в случае, если тема сохраняет свою актуальность.

Подводя итог, следует сказать, что устное распространение информации по неофициальным каналам играет гораздо более важную роль в жизни человека, чем это может показаться на первый взгляд. Во-первых, это форма самовыражения массовых настроений и феномен общественного мнения; во-вторых, один из наиболее эффективных каналов воздействия на политическое поведение. А одной из причин быстрого распространения слухов является то, что средство передачи слухов никому не принадлежит и доступно всем и каждому, нет ограничений к их доступу. Необходимым условием распространения слухов является их невероятность и эмоциональная сила влияния на людей.

Библиографический список

1. Батаршев, А.В. Психодиагностика способности к общению, или Как определить организаторские и коммуникативные качества личности / А.В. Батаршев. – М., 1999.
2. Столяренко, А.М. Экстремальная психопедагогика / А.М. Столяренко. – М., 2002.

3. Крейдлин, Г.Е. Слухи, сплетни, молва – гармония и беспорядок / Г.Е. Крейдлин, М.В. Самохин // Логический анализ языка: Космос и Хаос. Концептуальные поля порядка и беспорядка. – М., 2003.
4. Крейдлин, Г.Е. Невербальная семиотика: язык тела и естественный язык / Г.Е. Крейдлин. – М., 2004.