

И. Климов

Модель Джона Цаллера: “Происхождение и природа общественного мнения” выписки из книги

Книга Джона Цаллера относится к категории “трудного чтения”: работа с этим текстом требует постоянной мобилизованности внимания и ежестраничного понимания логики разворачиваемых автором рассуждений. Цаллер старательно избегает метафоры в утверждениях и старается четко придерживаться исходных определений, аксиом и в целом – предложенной им модели формирования общественного мнения. Это создает ощущение некоторой занудности текста, тем более что и многочисленные примеры и иллюстрации, призванные “облегчать чтение” и прояснить те или иные утверждения, исполнены в той же педантичной стилистике. Большое число нюансов, деталей и пояснений относительно событий, заявлений тех или иных действующих лиц, обстоятельств внешней и внутренней политики etc. могут показаться избыточными – по крайней мере, при первом знакомстве с идеями автора.

Предлагаемый ниже отрывок представляет собой части двух глав из книги Цаллера. Это глава 3 – “Как граждане получают информацию и превращают ее в общественное мнение” и глава 11 – “Оценка модели и перспективы ее дальнейшего использования”. Эти разделы были выбраны в силу того, что в них наиболее полно и наиболее четко описывается базовая концепция Цаллера, даются пояснения и оценки достоинств и недостатков модели. Главы публикуются в сокращении. Мы убрали некоторые содержательные повторы и указа-

ния на другие разделы книги и, кроме того, многочисленные библиографические ссылки на профессиональную литературу и публикации в журналах и газетах. Для общего ознакомления с идеями Цаллера обширный библиографический аппарат избыточен, тем более что желающие могут найти все недостающие компоненты в самой книге.

Текст структурирован рубриками [даны в квадратных скобках], которые представляют собой своего рода конспект и тематический указатель наиболее важных утверждений и умозаключений Цаллера. Разумеется, каждый по-своему организует собственные конспекты, но в данном случае мы стремились сохранить структуру авторского текста и сделать более отчетливыми рассуждения автора.

Глава 3

“Как граждане получают информацию и превращают ее в общественное мнение”

При анализе общественного мнения первостепенное внимание уделяется двум обстоятельствам, двум процессам: тому, как граждане узнают о вещах, которые по большей части находятся за пределами их непосредственного опыта, и тому, как получаемая информация преобразуется во мнение.

В этой главе предлагается модель обоих процессов. Она не обеспечивает полного и точного пред-

Цаллер Дж. Происхождение и природа общественного мнения. М.: Институт Фонда “Общественное мнение”, 2004.

¹ Термин заимствован у Келли. Он показал, что индивиды принимают электоральные решения в ходе президентских выборов на основе сети оценок, взвешивая множество “за” и “против”, которые он назвал “суждениями”. “Здесь и далее, если другое не оговорено, примечания автора”.

ставления о том, как люди обрабатывают информацию и формулируют на ее основе суждения о своих установках; поскольку ни одна модель не является одновременно и всеобъемлющей, и проверяемой на данных типичного массового опроса, все мои аргументы как бы ограничиваются с двух сторон. Тем не менее в предлагаемой модели – и я надеюсь убедить в этом читателя – содержится правдоподобное, хотя и приблизительное описание того, что происходит в действительности; кроме того, она превосходно объясняет распределение имеющихся данных о широком круге явлений.

Кратко очертив модель формирования мнения, я далее, на протяжении всей книги, буду проверять следующие из нее утверждения. Потребуется привлечение некоторых других идей, но их, однако, будет немного, и обращаться к ним мы будем лишь время от времени. Все важнейшие особенности предпринимаемого мною анализа определяются именно представленной здесь моделью.

Основные определения

[Когнитивные и аффективные составляющие суждения]

Я начну описание модели с введения некоторых простых базовых терминов.

Во-первых, суждение (consideration). Этим термином обозначается любое основание для решения индивида по какому-либо политическому вопросу¹. Суждения состоят из когнитивной и аффективной составляющих, то есть представлений, связанных с объектом, и его оценки на основе этих представлений. Высказывание “план президента Буша по урегулированию федерального бюджета справедлив по отношению к группам, обладающим разными интересами” является суждением, которое может побудить индивида при ответе на вопрос в массовом обследовании сказать, что он

одобряет политику президента. Когнитивный элемент в этом суждении – информация о программе налогообложения, а аффективный – положительная оценка этой программы².

Еще пример: некто враждебно реагирует, увидев в теленовостях бомжа, и на основе этой враждебности формулирует высказывание мнения, отрицательно оценивая правительственные затраты на

Моя цель заключается в том, чтобы зафиксировать ограниченный набор ключевых идей и объяснить с их помощью максимально возможное число явлений. ...чем больше понятий и различий мы используем для описания некоторого множества явлений, тем меньше мы будем понимать эти явления

бездомных. Сначала может показаться, что эта гипотетическая формулировка мнения основывается скорее на чисто аффективной реакции, а не на смеси когнитивной и аффективной составляющих. Однако когнитивный элемент здесь явно присутствует: человек на улице воспринимается именно как бомж, а не как “подобный мне человек, потерявший, к несчастью, работу”. Негативная оценка, следовательно, зависит от специфических когнитивных репрезентаций того, что данный индивид воспринял, то есть сочетает в себе когнитивный и аффективный элементы.

Можно еще много сказать о суждениях³, особенно об их роли в направленном восприятии (guiding perception), но, как станет очевидно, этот термин даже в такой схематичной форме является достаточно точным для дальнейшего использования⁴.

² В большинстве случаев оценка, связанная с суждением, не выражается явно, а лишь подразумевается; так, высказывание: “Пентагон расходует много денег” практически каждый идентифицирует как выражение недовольства по поводу необходимости больших затрат на оборону.

³ В соответствии с трактовкой Цаллера, фрейм для восприятия создают как когнитивные, так и аффективные компоненты суждений. (Примеч. пер.)

⁴ Есть соблазн просто позаимствовать из психологии термин “схема” и использовать его вместо термина “суждение”. Однако оба термина, оба понятия в данном контексте нерелевантны. Прежде всего, термин “схема” указывает скорее на когнитивный, чем на эмоциональный аспект. Его использование, даже если оно эффективно для разных областей деятельности, для политики, где люди принимают решения на основе эмоционально, ценностно окрашенных идей, не подходит. Термин же “суждение” (оно определяется как довод в пользу определенной позиции), возможно, идеосинкритичен, однако дает существенное преимущество, поскольку подразумевает сочетание когнитивного и аффективного элементов. И еще, слово “суждение” имеет повседневное значение, более совместимое с политическим анализом, нежели слово “схема”.



[Убеждающие сообщения создают основу для принятия точки зрения]

Во-вторых, я выделяю два типа политических сообщений – убеждающие и подсказывающие.

Убеждающие сообщения – это доводы, аргументы или образы, создающие рациональные основания для принятия той или иной точки зрения. Если они воспринимаются индивидом, то становятся суждениями в том смысле, в котором мы только что определили этот термин. Речь представителя демократической партии, утверждающего, что “бюджетный план президента Буша – это чистый обман и заблуждение”, представляет собой пример убеждающего сообщения.

Из сказанного не следует, что политические сообщения или сформулированные на их основе суждения должны быть холодно-рациональными. Скорее наоборот, политические сообщения могут включать неявные и даже действующие на подсознание образы, а суждения могут быть эмоционально окрашенными. Например, президент может построить свое публичное выступление так, чтобы публика ощутила комфорт и безопасность. И если речь президента воспринимается соответственно, если эти когнитивные репрезентации вызывают чувство безопасности, положительно влияющее на то, как граждане оценивают результаты его рабо-

ты, то ощущение безопасности может стать основанием для позитивной оценки, то есть для суждения. Сказанное важно подчеркнуть, поскольку, хотя модель во многом исходит из разработок когнитивной психологии, она в принципе столь же приспособлена для описания нерационального содержания и невербализуемых образов, сколь и для прочих видов политического дискурса.

[Подсказывающие сообщения задают контекст восприятия убеждающих сообщений]

Подсказывающие сообщения – второй тип сообщений, содержащихся в дискурсе элиты, – содержат контекстуальную информацию об идеологическом значении убеждающих сообщений. Значение подсказывающих сообщений состоит, как показал Конверс, в том, что они дают гражданам возможность воспринимать отношения между убеждающими сообщениями, которые граждане получают, и их собственными политическими predispositionами и в результате критически реагировать на убеждающие сообщения. Таким образом, приверженец республиканской партии скорее отвергнет критику бюджетного плана президента Буша, если будет знать, что данная критика исходит от демократов.

В предыдущей главе я иллюстрировал важность подсказывающих сообщений примером, когда политически неосведомленные личности были неспособны идеологически обоснованно ответить на вопрос о “контрас” в Никарагуа, так как им не хватало информации об этом движении; однако они вполне убежденно отвечали на вопрос о борьбе с коммунизмом в Центральной Америке, поскольку слово “коммунисты” воспринималось как подсказка.

Модель

[Люди используют политическую информацию для собственных высказываний]

Предлагаемая модель состоит из четырех утверждений, аксиом о том, как индивиды реагируют на политическую информацию, с которой они сталкиваются. Каждая из аксиом сначала формулируется в максимально обобщенной форме, а затем обосновывается более подробно. Ни одна из них не является сама по себе чем-то новым, не дает полного представления о том, что происходит в дейст-

вительности. Я надеюсь, однако, показать, что, вместе взятые, эти аксиомы приводят к достаточно новым и вполне эмпирически корректным выводам; что, хотя модель и не дает совершенного, истинного отражения действительности, они являются достаточно правдоподобным приблизительным описанием того, как индивиды воспринимают политическую информацию и используют ее, чтобы сформулировать высказывания о своих политических предпочтениях.

[Интеллектуальная и эмоциональная вовлеченность стимулирует внимание к сообщениям]

A1 – аксиома восприятия (reception axiom). *Чем выше уровень когнитивной вовлеченности индивида, тем более вероятно, что он будет воспринимать, то есть обращать внимание и понимать, политические сообщения, связанные с тем или иным вопросом*⁵.

Как уже говорилось ранее, сообщения, которые человек получает, бывают убеждающими и подсказывающими. В вопросе о первенстве когнитивного или аффективного компонента модель несомненно подчеркивает когнитивный аспект проявлений политической коммуникации. Для такого предпочтения существуют две причины.

Во-первых, целью построения данной модели является описание того, как индивиды извлекают информацию из окружающей их среды и на ее основе формулируют высказывания мнения. Это преимущественно когнитивный процесс, и аффективная вовлеченность здесь значима лишь постольку, поскольку ведет за собой интеллектуальную, то есть когнитивную, вовлеченность. Следовательно, данная аксиома позволяет определить модель в терминах когнитивной вовлеченности.

Во-вторых, измерения, которые проводятся в процессе опроса и посредством которых определяется когнитивная вовлеченность в политические проблемы, отражают также и меру аффективной вовлеченности. К примеру, респонденты, набирающие высокие баллы в тесте политической осведомленности, обладают значительно более стабильными установками, нежели люди, хуже разбирающиеся в политике; однако граждане, утверждающие, что они очень интересуются политикой (что я интерпретирую как форму аффективной вовлеченности), не более устойчивы в своем мнении,

чем те, кто выражает незначительный интерес к политике.

[Эмоциональная вовлеченность без интеллектуальной имеет ограниченное влияние]

Следует отметить: хотя интерес к политике имеет лишь ограниченное влияние на стабильность ответов респондентов, он сильно (даже больше, чем политическая осведомленность) коррелирует с вероятностью участия в выборах. Таким образом, эмоциональная вовлеченность может все же оказаться важной, но без когнитивной вовлеченности она имеет лишь ограниченное влияние на мнение само по себе.

Когнитивная вовлеченность – не просто важнейший показатель в данной модели; она означает нечто в какой-то мере более сложное, нежели может быть определено в тесте политической осведомленности. Учитывая это, далее я буду использовать более простые термины – “внимание к политике” и “политическая осведомленность”, причем использовать и тот и другой практически в одном и том же смысле.

Политическая осведомленность в последующем анализе операционально определяется в основном через общий показатель политического знания, то есть индивидуальную сумму баллов, которые на-

Различия между гражданами в уровне политических представлений и осведомленности столь же закономерны, сколь и различия в ценностях и интересах

браны в тесте, состоящем из серии нейтральных, фактических вопросов о политических проблемах. Такая стратегия измерения более чем далека от идеала. Разумеется, предпочтительнее более узко сфокусированные измерения осведомленности, касающиеся, к примеру, только интеллектуальной вовлеченности в вопросы внешней политики или же проблемы расовых взаимоотношений. Однако подобные специализированные замеры редко проводятся в массовых опросах и ни разу не встречаются в тех, которые я использую в этой книге.

⁵ Термин Мак-Гайра.

На практике мне приходится иметь дело только с общими показателями политической осведомленности, хотя (можно утверждать, основываясь на аналогичных исследованиях) различия при использовании общих и специализированных тестов политической осведомленности как индикаторов влияния дискурса элиты на мнение масс минимальны.

Граждане обычно не обладают фиксированными установками по каждому вопросу, который может быть задан интервьюером; напротив, они конструируют “высказываемые мнения” по мере того, как сталкиваются с новыми вопросами

[Вовлеченность побуждает воспринимать сообщения независимо от их источника]

Важно обратить внимание на то, что в аксиоме восприятия A1 ничего не говорится об источниках политической коммуникации, формирующих общественное мнение. В той мере, в какой это в состоянии отразить аксиома, политическая коммуникация может исходить из разных источников: дискурса элиты, личных, неформальных обсуждений политических проблем с друзьями и соседями или чего-то другого. Согласно аксиоме, восприятие релевантных политических сообщений, каково бы ни было их происхождение, имеет сильную прямую зависимость от интеллектуальной вовлеченности в соответствующий вопрос. Если же говорить более обобщенно, измерения политической осведомленности являются показателями

склонности респондентов воспринимать политические сообщения вообще, независимо от их происхождения.

[Дискурс элиты и межличностное общение]

Несомненно, желательно измерять подверженность респондентов влиянию межличностного общения независимо от подверженности влиянию дискурса элиты (через СМИ). Но на основе имеющихся данных это не представляется возможным. В некоторых опросах измерялась частота участия в неформальных политических дискуссиях, однако, как и в случае с показателями политической осведомленности, нет гарантии, что эта переменная выявляет воздействие только одного типа политической коммуникации⁶.

Надо также иметь в виду следующее: предположение, что в большей степени именно дискурс элиты, а не личное общение или что-либо еще формирует общественное мнение, не является частью формальной модели, рассматриваемой здесь. Это скорее вспомогательное заключение, и оно требует дополнительного независимого обоснования.

[Критическое восприятие сообщений возрастает с уровнем включенности]

A2 – аксиома сопротивления (resistance axiom). *Люди склонны критически воспринимать аргументы, не согласующиеся с их политическими predispositionностями, но только лишь в той мере, в какой они обладают контекстной информацией, необходимой для понимания отношений между этими аргументами и своими политическими predispositionностями.*

Основанием для критического восприятия, в соответствии с аксиомой A2, является информация

⁶ Прайс и я обнаружили, что, хотя частота неформальных политических дискуссий, в которые оказывается вовлечен респондент, имеет лишь умеренную корреляцию с вероятностью восприятия порций определенного типа новостей, у вовлеченности в политические дискуссии нет значимой связи, если контролируется такая переменная, как осведомленность по текущим политическим проблемам. Даже указываемая самим респондентом частота обращений к информации из масс-медиа не имеет значимой корреляции со степенью восприятия медиа-сообщений, когда контролируется влияние переменной “общая политическая осведомленность”. Ни один из этих выводов, однако, ничего не говорит о значимости источника информации. Можно предположить, что, если бы частота обращений к информации СМИ и частота политических дискуссий использовались не в качестве дополнения к общему показателю политической осведомленности, а вместо него, можно было бы разграничить доли их влияния. Но тогда возникавшая сложность заключалась бы в следующем. Показатели подверженности влиянию СМИ, которые можно использовать в типичном массовом опросе, очень ненадежны, гораздо более ненадежны, чем может показать обычно достаточно большая ошибка первого рода в индексах подверженности влиянию СМИ. Вследствие этого использование показателей частоты обращений к информации из СМИ вместо показателей политической осведомленности дает совершенно незначимые результаты даже тогда, когда имеется очевидно значимое влияние СМИ. Я подозреваю, что действительная надежность такого показателя, как указываемая самими респондентами частота участия в политических дискуссиях, если ее тщательно исследовать, окажется столь же низкой.

об отношениях между аргументом и факторами предрасположенности, которая может содержать в подсказывающих сообщениях. А вероятность восприятия содержания сообщений-подсказок зависит от индивидуальной осведомленности по соответствующему вопросу. В совокупности аксиомы A1 и A2 подразумевают, что вероятность критического отношения к убеждающим сообщениям возрастает одновременно с уровнем внимания к политическим вопросам. Иначе говоря, граждане, обладающие низким уровнем внимания к политике, зачастую не будут и подозревать о том, что означает для них принятие убеждающих сообщений в идеологическом плане, а в результате это принятие будет ошибочным.

В соответствии с данным тезисом граждане рассматриваются как автоматически реагирующие, не рассуждающие существа: если они хорошо информированы, то механически реагируют на политические сообщения на основе подсказок об идеологическом значении этих сообщений, а если слабо и не способны идентифицировать подсказки, то склонны некритически воспринимать любую предлагаемую им информацию⁷.

[Критическое отношение связано с обладанием контекстной информацией]

Хотя такой вывод может показаться непривлекательным, он согласуется с теоретическими моделями и эмпирическими данными, полученными в исследованиях политической коммуникации. Конверс тоже считает, что лишь меньшинство людей способны рефлексивно оценивать, как соотносятся одна с другой политические идеи; в основной же своей массе люди критически относятся к политическим идеям, с которыми им доводится столкнуться, только тогда, когда они могут полагаться на контекстную информацию из дискурса элиты о том, как соотносятся эти идеи. Контекстная информация (пусть Конверс и не заявляет этого прямо) обязательно включает и сведения о группах и их лидерах, которые выступают против определенных идей.

А центральная идея в исследованиях Конверса состоит в том, что умение идентифицировать кон-

текстную информацию, скорее всего, зависит от общей политической осведомленности. Только граждане с высоким уровнем политической осведомленности способны реагировать на политические сообщения так, как это “предопределяют” их ценности.

В психологической литературе об изменении общественного мнения также отмечается, что индивиды обычно затрудняются объяснить значение тех убеждающих сообщений, с которыми им доводится сталкиваться. Решая, какую им занять позицию по определенному вопросу, люди обычно полагаются на “подсказки” об источниках сообщения. Макгайр писал: “...сообщение рассматривается как более верное, более соответствующее фактам, более подтвержденное документально, а выводы из него как более обоснованные, даже более грамотные, если указывается, что оно исходит из источника, который пользуется большим доверием”. Этот вывод – хотя в результатах исследований, которые обобщает Макгайр, не измерялось восприятие сообщений, исходящих от демократов, по сравнению с сообщениями, которые исходят от республиканцев, или сообщений, исходящих от либералов, по сравнению с сообщениями, исходящими от консерваторов, – можно экстраполировать и на различие типов источников в этом случае.

Люди, конструируя высказываемые мнения, активнее всего используют те представления, которые по той или иной причине проще всего актуализируются в их памяти, оказываются на поверхности сознания

[Люди охотнее воспринимают информацию от своих “лидеров мнений”]

Далее Макгайр замечает, что люди не получают больше информации из более надежных источников, просто они охотнее воспринимают информацию от своих лидеров мнения. “Получатель, –

⁷ Модель не требует, чтобы не уделяющие внимания политике граждане принимали все идеи, с которыми они сталкиваются; такие граждане всего лишь более восприимчивы, нежели те, кто больше разбирается в политике, и неспособны выборочно реагировать на разные проблемы на основе своих политических предрасположенностей. Однако и эмпирически измеренные показатели восприимчивости (подверженности влияниям) неинформированных людей оказываются очень высокими.

пишет он, – может рассматриваться как ленивый организм, который пытается осознать содержание сообщения, только если это совершенно необходимо для принятия решения. Когда целевой источник информации явно позитивно или негативно маркирован, получатель использует эту информацию как подсказку для принятия или отклонения выводов, предлагаемых в сообщении, сам аргумент в действительности не воспринимая”.

В каждом мнении сочетаются информация и предрасположенность: информация формирует умозрительный образ данной проблемы, а предрасположенность мотивирует определенное заключение о данном образе

[Игнорирование надежности источника информации]

В недавних исследованиях был обрисован несколько более обнадеживающий образ критических способностей “получателя”. К примеру, Райн и Северанс обнаружили, что студенты не обращали внимания на надежность источника информации, когда тема сообщения касалась их интересов (в частности, вопроса о возможном повышении платы за обучение). Эффект источника, как было показано, действовал лишь в области, не связанной с непосредственными частными интересами (например, в вопросе о том, сколько земли должно отводиться под парки в соседнем штате).

Чейкен и Петти и Касиоппо считают, что при определенных обстоятельствах индивиды полностью игнорируют такой фактор, как надежность источника информации, и вместо этого обосновывают свои установки качеством представленной им информации.

Типичный из экспериментов, предлагаемых Петти и Касиоппо, протекал следующим образом. Студентам подготовительного отделения колледжа предлагалось убеждающее сообщение на тему, потенциально представляющую для них огромный интерес, – является ли единый выпускной экзамен обязательным требованием для успешного окончания учебы. Для половины студентов выдвигались сильные доводы в пользу необходимости такого экзамена: 1) увеличивается на 4000 долларов сред-

няя годовая стартовая зарплата у выпускников колледжей, которые ввели единый экзамен за двухлетний период; 2) высшие юридические школы отдают предпочтение студентам, сдавшим единый экзамен. Доводы для другой половины студентов были слабее: 1) многие колледжи признают этот экзамен, и их школа должна быть в авангарде национальной системы образования; 2) выпускники университетов, которым приходится сдавать единый экзамен, считают, что справедливо было бы и студентам бакалавриата сдавать единый экзамен. В каждой из этих двух групп одной половине студентов говорили, что данное предложение будет реализовано в их колледже в течение года, так что оно коснется их непосредственно (условие сильной заинтересованности), и другой половине – в течение десяти лет (условие низкой заинтересованности). Наконец, для одной половины студентов источником данного сообщения являлся профессор из Принстона (значимый источник информации) и для другой половины – информация из отчета о деятельности местной средней школы (незначимый источник информации). Экспериментальный план, таким образом, получался следующим: 2 типа сообщения # 2 условия заинтересованности # 2 типа источника.

[Малоинтересованные ориентируются на значимость источника сообщения]

[Сильноинтересованные учитывают силу аргументов]

Результаты получились следующие. Малоинтересованные студенты обращали некоторое внимание на характер сообщения, однако в своих суждениях больше ориентировались на значимость источника, то есть соглашались с необходимостью единого экзамена, только если заявленным источником информации оказывался профессор из Принстона. Сильноинтересованные студенты, напротив, не обращали внимания на характер источника, учитывая преимущественно силу аргументов: они решительно поддерживали идею единого экзамена, если аргументы были убедительными, и столь же решительно ее отвергали, если аргументы таковыми не были.

Из примера Петти и Касиоппо видно, кроме того, что различие в реакциях сильно и малоинтересованных студентов связано с тем фактом, что первые из них должны были гораздо более тщательно обдумывать приводимые аргументы.

Можно только пожелать, чтобы общественность столь же рьяно выявляла слабость предложенных ей аргументов, как и сильнозаинтересованные студенты из эксперимента Петти и Касиоппо. Однако в результатах последнего и для сомнений более чем достаточно оснований.

Во-первых, слабые аргументы, использованные в эксперименте Петти и Касиоппо, просто до комичности очевидно слабы. Требуется тщательная работа, чтобы подготовить столь слабые, но согласованные аргументы, и подобной тщательности вряд ли можно ожидать от политтехнологов. Политики (и их медиа-консультанты), как бы ни были плохи аргументы многих из них, стараются быть убедительными. В реальных политических дискуссиях гражданам приходится сталкиваться с двумя наборами противоположных аргументов, и все они по сравнению с теми, что предлагались Петти и Касиоппо, оказываются сильными.

[Большинство политических проблем не требует высокой вовлеченности публики]

Во-вторых, большинство политических проблем – по крайней мере в современных Соединенных Штатах – заведомо не требует высокой заинтересованности и вовлеченности публики. Теоретически ставки в политической игре высоки, однако людям трудно поддерживать заинтересованность. А в условиях слабой заинтересованности, как свидетельствуют выводы Петти и Касиоппо, большинство людей ограничиваются периферийной обработкой сообщений, то есть не учитывают качество аргументов и используют для принятия или отклонения сообщений такие поверхностные подсказки, как значимость источника информации.

В-третьих, в эксперименте Петти и Касиоппо вопрос по экзамену и другие вопросы, предлагаемые студентам, тесно связаны с их повседневным опытом. На такие вопросы практически любой студент, даже не занимаясь специально историей проблемы, способен дать квалифицированный, экспертный ответ. Это совершенно нереализуемо в отношении политических вопросов, где информация и суждения, необходимые для получения надежных выводов, находятся за пределами опыта даже наиболее политически осведомленных граждан.

Одним словом, условия, при которых оказались возможными столь вдохновляющие результаты, то есть слабые аргументы, “получатели”, которые сильно заинтересованы в вопросе и хорошо информированы, просто отсутствуют в обычной си-



туации массовых политических коммуникаций. Наоборот, реальные условия, если судить по выводам Петти, Касиоппо и др., способствуют тому, чтобы граждане опирались на “периферийные подсказки” (является ли человек, защищающий ту или иную позицию, либералом или консерватором, профсоюзным лидером или священником и т. д.).

Существуют серьезные эмпирические основания для того, чтобы предположить: граждане обычно реагируют на новую информацию на основе внешних подсказок, определяющих то значение, которое данная информация может иметь для их ценностей и предрасположенностей; обеспечивается это, как подчеркивает Конверс, достаточно внимательным отношением граждан к политике и в результате их знакомством с упомянутыми подсказками.

[Даже неосведомленный человек обладает основаниями для ответа о предпочтениях]

Приведя столь сильные аргументы в пользу того, что политическая осведомленность связана с возможностью критически воспринимать убеждающие сообщения, я хочу сделать столь же сильное предостережение: данное положение уместно только в тех случаях, когда необходимая для решения вопроса в свете личных предрасположенностей контекстуальная информация по той или иной причине недостаточна. Как мы видели в гл. 2,

рьяные антикоммунисты оказывались вполне способными аргументированно обосновывать свое убеждение о необходимости “остановить коммунизм в Центральной Америке”. Только когда с ними заговаривали о поддержке “контрас”, они затруднялись с ответом. Или вот другой пример. Можно ожидать, что возрастная дифференциация в ответах на вопрос о пенсионном страховании будет значима независимо от политической осведомленности. Причина этого в том, что практически каждый гражданин, даже наименее политически осведомленный, будет обладать контекстуальной информацией, необходимой для того, чтобы ответить на вопрос в соответствии со своими предрасположенностями, в данном случае в зависимости от близости к пенсионному возрасту.

Степень неопределенности контекстуальной информации может зависеть от темы (к примеру, расовые отношения, как пишет Конверс, – это тема, в которой большинство людей могут понять, о чем идет речь) или же от формулировки вопроса (как в примере с “контрас”).

[Связь между осведомленностью, проблемой и собственными установками]

Вообще же, чем более абстрактна связь между предрасположенностями и политическим вопросом, чем больше имплицитного знания требуется для ее восприятия, то есть чем более сложна логическая цепочка между ними, тем более важна политическая осведомленность. И наоборот, чем более проста и пряма связь между предрасположенностями и вопросом, тем менее важной оказывается политическая осведомленность.

Если бы у общественности было мнение, но отсутствовал исследователь, чтобы его измерять, можно ли было бы считать, что общественное мнение существует?

Здесь важно отметить, что осведомленность с необходимостью повышает вероятность сопротивления убеждающим сообщениям только тогда, когда хотя бы до некоторой степени неясно полное значение вопроса, поскольку данная закономерность несколько ограничивает действие аксиомы А2. Неясность, непонятность в указанном

мною смысле чрезвычайно распространены в политике.

[Время и актуализация представлений]

А3 – аксиома доступности (accessibility axiom). *Чем ближе по времени данное представление было актуализовано, обсуждалось или обдумывалось, тем меньше времени требуется для актуализации этого и аналогичных представлений в памяти, сознании.*

Напротив, чем больше времени прошло с тех пор, как индивид обращался к своему суждению и связанным с ним идеям, тем менее вероятно, что они будут мобилизованы; представление же, которое не было актуализовано в течение длительного времени, может оказаться совершенно недоступным, то есть забытым.

В этой аксиоме представлена в адаптированной для данной модели форме одна из наиболее изученных в когнитивной психологии закономерностей. Эмпирических доказательств ее более чем достаточно, так что она практически общепризнана. Следует отметить, однако, что в аксиоме А3 есть некоторый элемент двусмысленности. Согласно ей, актуализация суждения может повысить доступность других суждений, связанных с ним, но ничего не говорится о том, что означает сама по себе связанность суждений. Здесь я неявно опираюсь на обыденное представление о связи между суждениями.

[Ответ на вопрос формируется на основе мобилизованных в сознании суждений]

А4 – аксиома реакции (response axiom). *Индивиды отвечают на вопросы интервью, обдумывая только те суждения, которые оказываются немедленно доступны или мобилизованы в их сознании.*

Эта аксиома, завершающая в моей модели, подразумевает, что респондент, которому задается вопрос, обычно не обдумывает все суждения, которые могут оказаться связанными с данным вопросом; скорее наоборот, ответ на вопрос формируется на основе любых доступных, мобилизованных в сознании суждений. В некоторых случаях оказываются доступными только одно суждение, только одна точка зрения, в других – два или три суждения, и тогда респондент выстраивает ответ, приближая, усредняя эти суждения, сравнивая доводы за и против.

В соответствии с аксиомой реакции допускается, чтобы разные респонденты отвечали на вопрос

на основе суждений разного характера: одни, к примеру, акцентируя идеологическую приверженность, другие – исходя из инстинктивных предпочтений, а третьи – из личных интересов. Результаты многих исследований подтверждают достаточную распространенность такой межличностной гетерогенности.

Многим может показаться, что аксиома А4 слишком проста, и это совершенно верное впечатление. Психологи, работающие с результатами лабораторных экспериментов и исследований, в которых используется экспериментальный план, разработали более сложные и, следовательно, более реалистичные модели того, как индивиды обрабатывают информацию и принимают решения.

[При ответе в сознании воспроизводится доминирующее суждение]

К примеру, Туранжо и Расински [Tourangeau, Rasinski] предложили четырехэтапную модель, в соответствии с которой индивиды, во-первых, интерпретируют вопрос, идентифицируя, к какой теме его можно отнести; во-вторых, рассматривают представления, релевантные в связи с данной темой; в-третьих, интегрируют эти идеи в более или менее согласованное мнение и, в-четвертых, соотносят это мнение с вариантами ответа на вопрос в интервью. Поскольку особенности опросника могут оказать влияние на когнитивные процессы на каждом из четырех этапов, они оказывают влияние и на то, что описывается как общественное мнение в целом.

Хотя модель Туранжо и Расински довольно проста, она все-таки слишком сложна для использования в контексте массового опроса. Да и сами Туранжо и Расински признают, что единственно важным этапом в их модели является воспроизведение в сознании доминирующего суждения. К примеру, консерватор, которому доводится обсуждать вопрос о государственных службах в терминах типа “жульничество в социальном обеспечении”, скорее всего уже проделал заранее все необходимое для рассмотрения своих представлений, интеграции их в когерентное мнение и согласования этого мнения с вариантами ответа на вопрос интервью. Туранжо и Расински осознают ограниченность возможности соотнести эмпирически этапы модели и данные опроса и делают все возможное, чтобы что-то противопоставить этой ограниченности. Однако, по моему мнению, сложные модели не

приносят большой пользы в общем анализе общественного мнения.

Модели же обработки информации, которые более сложны (такие, как модель 43 постулатов, предложенная Вайером и Сруллолом), еще сомнительнее в контексте данных массовых опросов. Тем не менее исследователи общественного мнения могут успешно использовать их как эвристические руко-

Важной чертой модели является сочетание теории распространения информации среди населения, различающегося по уровню внимания к политике, и теории трансформирования людьми этой информации в ответы на вопросы интервью

водства в разработке собственных моделей. Однако если модели необходимо использовать для строгого анализа данных типичных массовых опросов, их надо радикально упрощать.

[Люди обновляют свои установки по мере получения новой информации]

Что касается моей упрощенной аксиомы реакции, угрозы в ее адрес могут исходить из недавних психологических исследований онлайн-обработки данных. Согласно результатам этих исследований, люди не формируют высказывания о своих установках на основе идей, доступных в данный момент, а используют “оператор суждений”, чтобы постоянно обновлять свои установки по мере получения новой информации; они хранят обновленные установки в памяти и актуализируют их, когда того требует ситуация (к примеру, ситуация опроса).

[Люди не обновляют свои установки все целиком и систематически]

Предложенная мною модель хорошо обоснована, хотя сомнения в том, может ли она использоваться в политических анализах, остаются. Эти сомнения лучше рассмотреть после того, как будут представлены аргументы в ее пользу. И сразу я кратко упомяну два наиболее важных. Первый из них заключается в том, что было бы просто дико ожидать от граждан обновления всех своих установок

с появлением каждого фрагмента новой информации. Так, представленная в новостях, в идеальной модели онлайн-обработки информации, история о страдании бездомных потребовала бы обновления установок, касающихся системы социального обеспечения, значимости высших государственных чинов, эффективности капитализма, попыток президента сократить расходы на соцобеспечение, волонтерской благотворительности, американского стиля жизни и т. д. Разумеется, это находится далеко за пределами возможностей любого из реальных людей. Второй аргумент (он подвергает сомнению применимость онлайн-модели политических установок) связан с тем, что данная модель, в соответствии с которой установки просто актуализируются в памяти и сообщаются интервьюеру, лишь повторяет широко принятую модель истинных установок, которая, как я всячески старался показать, просто неспособна адекватно описывать сущность политических установок. Даваемые респондентами в массовых обследованиях ответы в соответствии с онлайн-моделью могут достаточно адекватно описываться как установки или мнения, в которых представляются истинные чувства людей в момент ответа на вопрос. Однако они не

Чем выше уровень осведомленности индивида, тем проще ему при определенных обстоятельствах сопротивляться информации, не соответствующей его базовым ценностям

могут описываться как истинные установки (в техническом смысле этого термина), поскольку ответы респондентов не представляют ничего иного, кроме одного из аспектов реакции людей на данный объект установки.

[Восприятие – Принятие – Формулировка]

Возможно, наиболее удачный термин для обозначения реакции респондента в рамках ВПФ-модели – высказывание мнения. Он предполагает, что выраженное мнение искренно; при этом не подразумевается, что выраженное мнение пред-

ставляет собой предыдущую рефлексивную или будет долго оставаться неизменным. Термин “выражение установки” (attitude report) имеет аналогичные достоинства.

Суждения, как они понимаются в моей модели четырех аксиом, являются результатом процесса, в котором люди *воспринимают* новую информацию, решают, принимать ли ее, и затем *конкретизируют* ее, отвечая на вопрос. Далее, для краткости, я буду называть этот процесс так: Восприятие – Принятие – Формулировка, или ВПФ-модель.

Глава 11

“Оценка модели и перспективы дальнейшего исследования”

[Общественное мнение существует в опросах общественного мнения]

Если бы у общественности было мнение, но отсутствовал исследователь, чтобы его измерять, можно ли было бы считать, что общественное мнение существует? Этот вопрос, как и вопрос в старой шутке о падающем в лесу дереве⁸, не является бессмысленным. Ответ на него зависит от того, что мы понимаем под общественным мнением. Если это надежды обычных людей в их частной жизни, их опасения, чувства и реакция на события, то тогда оно существует независимо от того, измеряют ли его исследователи или нет. Но если под общественным мнением мы подразумеваем находящийся вокруг обычных граждан, которые говорят себе что-то вроде: “Я очень одобряю действия Джорджа Буша на посту президента” или “Я думаю, что нам следует принимать более жесткие меры, даже если это означает вторжение в Северный Вьетнам”, то большая часть того, что мы понимаем под общественным мнением, без опросов не существует.

ВПФ-модель соотносится и с суждениями, которые люди формируют под воздействием потока политических сообщений, и с ответами на вопросы интервью, которые формируются на основе этих обычно плохо организованных суждений. Именно ответы на вопросы интервью сегодня практически все понимают как основу общественного мнения⁹.

Если рассматривать ВПФ-модель исходя из общепринятых критериев эмпирического охвата

⁸ Карикатура с подписью “Папа, если в лесу падает дерево, но там нет журналистов, чтобы сообщить об этом, можно ли считать, что дерево упало?” из “Saturday Review”. (Примеч. пер.)

⁹ За исключением Гинсберга. Исследование различных концепций общественного мнения см. в работах В. Прайса.

и теоретической простоты, она выглядит достаточно привлекательно. Ее четыре аксиомы могут использоваться для раскрытия множества феноменов, в том числе и изменения установок, которое достаточно сложно объяснить, разве что только отталкиваясь от похожих предпосылок.

Наиболее важной чертой модели является сочетание теории распространения информации среди населения, различающегося по уровню внимания к политике (аксиомы А1 и А2), и теории трансформирования людьми этой информации в ответы на вопросы интервью (аксиомы А3 и А4). Именно объединение обеих теорий в одной модели обеспечивает ширину охвата, создает возможности для дальнейших обобщений и приложений.

Правда, достоинства имеют и обратную сторону: широта охвата и простота достигнуты за счет серьезных упрощений и пропусков; поэтому можно говорить, что каждая из четырех аксиом что-то упускает.

Ниже я попытаюсь окончательно оценить и преимущества, и недостатки ВПФ-модели...

Переформулировка основного тезиса

[Осведомленность – основа сопротивления убеждающим сообщениям]

Суждения общественности формируются под воздействием политических кампаний, которые состоят из множества зачастую противоречащих одно другому убеждающих сообщений. Чем выше уровень обычной внимательности граждан к политике, тем более вероятно, что они будут воспринимать эти сообщения. Кроме того, чем выше уровень индивида, тем проще ему при определенных обстоятельствах сопротивляться информации, не соответствующей его базовым ценностям или партийной приверженности.

Будучи интериоризированными, политические сообщения превращаются в сознании индивида в суждения, то есть становятся доводами в пользу принятия в некотором политическом вопросе определенной позиции. Когда респондентам в интервью задают вопросы, они отвечают исходя из тех суждений, которые оказываются непосредственно доступными в их сознании. А причина неустойчивости их ответов на вопросы повторных интервью заключается в том, что набор таких непосредственно доступных суждений довольно изменчив и случаен.



Отсюда вовсе не следует (я уже это подчеркивал), что индивиды отвечают на вопросы интервью совершенно случайно. Соотношение числа различных сообщений, воздействующих на граждан, а также их избирательность в интериоризации некоторых из них и отклонении других систематически воздействуют на набор суждений, закрепляющихся в их памяти, и, таким образом, влияют на вероятность выбора какого-то конкретного варианта ответа на закрытый вопрос. Респонденты достаточно часто колеблются при ответах на вопросы, но их колебания, неуверенность неслучайны и проявляются только в определенных рамках. Неслучайно и то, какая из множества конкурирующих идей окажется более актуализированной в сознании человека в данный момент; имеют значение многие факторы: что передавалось в последних известиях, как были сформулированы и в каком порядке задавались вопросы, что в последнее время переживал данный респондент и т. д.

[Изменение установок – изменение в долговременных вероятностях суждения]

Изменение установок, понимаемое как изменение в долговременных вероятностях выбора определенных ответов на закрытые вопросы интервью, происходит вследствие изменения набора идей, оказывающих влияние на индивидов. Здесь важно подчеркнуть: изменение потока политических

сообщений приводит к изменению установок не благодаря внезапной трансформации опыта человека, а вследствие постепенных смещений баланса суждений, присутствующих в его сознании и доступных при ответе на вопросы интервью.

Нельзя быть уверенными, что элиты действительно предводительствуют. Элиты могут, разумеется, вести, но, скорее всего, они также и следуют

[Доминантные и оппозиционные сообщения]

Влияние любого убеждающего сообщения зависит от того, какие другие идеи в данное время актуализированы в сознании человека и воздействуют ли на него оппозиционные идеи. Это превращает сопротивление политической кампании (или потоку сообщений), где обычно присутствуют *доминантная* и *оппозиционная* составляющие, в достаточно



сложный феномен. Если в памяти человека хранится большой объем *инерционных* суждений или же он воспринимает информацию из оппозиционных источников, то ни одно из сообщений доминантной кампании не будет оказывать на него сильного воздействия. Однако если у данного индивида мало предварительной информации или же он не имеет доступа к альтернативным информационным потокам, то тогда сообщения доминантной кампании будут производить большой эффект.

Сопротивление изменению установок зависит и от политических предрасположенностей индивида, особенно от его ценностей. Последние регулируют интериоризацию оппозиционных и инерционных суждений так же, как и сообщений доминантной кампании. Демократы или республиканцы склонны отвергать сообщения не своей партии, либералы и консерваторы отвергают убеждающие сообщения, которые неконсистентны с их идеологией. Такая форма сопротивления, которую я называю сопротивлением *приверженности*, в основном проявляется среди хорошо разбирающихся в политике людей, поскольку во многих ситуациях они чаще обладают контекстуальной информацией (сообщениями-подсказками), необходимой для того, чтобы понимать, что означает в отношении их ценностей тот или иной вопрос.

[Открытость влиянию варьируется в разных ситуациях убеждения]

Далее, влияние политических кампаний зависит от относительной интенсивности оппозиционных потоков сообщений и имеющейся у индивидов предварительной информации о партиях. Иногда наименее осведомленные граждане оказываются наиболее восприимчивыми к влиянию (в ситуациях, когда информационный поток очень интенсивен, как в президентских выборах). В других случаях наиболее восприимчивыми оказываются граждане со средним уровнем осведомленности (в ситуации потока сообщений средней интенсивности и актуализации партийных ориентаций, как при конкурентных выборах в палату представителей, при определении рейтинга президента, на поздних стадиях вьетнамской войны). А наиболее открытыми влиянию оказываются самые осведомленные граждане (в ситуациях, когда практически отсутствуют партийные и идеологические основания для сопротивления убеждающим сообщениям, как на ранних этапах выдвижения кандидата в пре-

зиденты в 1984 году, или же при низкой доступности оппозиционной информации, как на раннем этапе вьетнамской войны). Эти различия в ситуациях убеждения зависят от того, воздействовали ли (или воздействуют ли) на людей два потока информации, от относительной интенсивности оппозиционных потоков сообщений, но не от индивидуальных психологических различий в разных политических контекстах.

Во второй половине книги я обращал особенное внимание на динамику сопротивления доминантному потоку сообщений. Выполненное исследование позволило сделать вывод о том, что сопротивление убеждению сильно зависит от доступности оппозиционных сообщений (в форме либо оппозиционной информации, либо сообщений-подсказок оппозиционных элит). Инерционное сопротивление – единственная форма сопротивления, которая не зависит от восприятия текущей информации и основывается на внутреннем источнике – памяти индивида. В тех случаях, когда было возможно проанализировать влияние всех трех механизмов, а именно в исследовании электоральных установок, оно оказывается наименее важным.

Кто кого ведет

[Элиты не только ведут, но и ведомы]

Выше я, можно так сказать, переформулировал свою аргументацию. Перейдем теперь к ее критике.

Начнем с часто рассказываемого анекдота об одном революционере в XIX веке. Однажды, в послеобеденное время, он сидел в кафе и потягивал вино. Вдруг на улице собралась толпа. “Боже мой, – воскликнул революционер, – люди выступили, я их предводитель, и я должен последовать за ними”. Он немедленно выскочил на улицу и возглавил толпу. Анекдот остается анекдотом, но в этом поднимается достаточно реальная проблема. “Предводители” массовых движений мы видим регулярно. Однако если иметь в виду элиты, нельзя быть уверенными, что они действительно предводительствуют. Элиты могут, разумеется, вести, но, скорее всего, они также и следуют.

[Сообщения элиты формируют общественное мнение]

За одним исключением¹⁰, я не мог систематически рассматривать эту проблему в своем исследовании. Я обращаюсь к интенсивности оппозиционных потоков информации как к внешним переменным и ограничиваю свое исследование предполагаемым влиянием этих потоков информации на общественное мнение. Моя рабочая гипотеза, таким образом, предполагает, что именно сообщения элиты формируют общественное мнение, а не наоборот.

Есть две посылки для обоснования этой рабочей гипотезы.

[Стимулы элиты – внешний фактор]

Во-первых, в нескольких изученных случаях по самой ситуации видно, что стимулы элиты по отношению к изменению массовых установок были полностью или в основном внешним фактором. Возможно, самый очевидный случай – ирангейт, который привел к изменению рейтинга президента и установок по политике в Центральной Америке.

Сопротивление убеждению сильно зависит от доступности оппозиционных сообщений (в форме либо оппозиционной информации, либо сообщений-подсказок оппозиционных элит). Инерционное сопротивление – единственная форма сопротивления, которая не зависит от восприятия текущей информации и основывается на памяти индивида

ке. Когда разразился скандал, популярность президента Рейгана была очень высока и в перспективе у него не намечались какие-либо проблемы. Атаки конгресса на политику Рейгана в ходе событий, связанных с ирангейтом, произошли вопреки его первоначальному образу в представлении

¹⁰ При анализе влияния кампании по выборам в палату представителей я, чтобы выяснить, были ли наиболее интенсивные кампании направлены против переизбирающихся кандидатов, которые уже были слабыми, контролировал наличие преимуществ переизбирающегося кандидата на предыдущих выборах. Было показано, что практически нет оснований для такого предположения

публики, а не потому, что его популярность уже была низкой.

Аналогичную аргументацию можно привести и по другим случаям.

- *Дело “Браун против Совета образования”.* Трудно утверждать, что решение Верховного суда по этому делу в последние годы существования сегрегации в школах в южных штатах было реакцией на народное давление. Внутренние оценки свидетельствуют об обратном. Суд считал реакцию публики преимущественно враждебной к федеральным действиям в данной области. На самом деле

Информация – высокоизбирательный и стереотипизированный образ происходящего. И даже если бы было не так, сама общественность вряд ли хотела бы поддерживать высокую информированность о безграничном мире, находящемся далеко за пределами ее непосредственного опыта

у него не было проблем с общественным мнением. Вопрос заключался не в том, насколько сильно на него могли давить, чтобы он предпринял действия против дискриминации, а в том, как далеко он мог бы зайти, не вызывая политического скандала. Национальная ассоциация развития цветных (National Association for the Advancement of Colored People) выступала, конечно, за введение законов о десегрегации, однако в то время ее политическое воздействие было минимальным. Таким образом, принятие решения по делу Брауна мотивировалось в основном моральными убеждениями судей. Каким образом формировались эти убеждения и почему они приняли такую форму именно в середине 1950-х годов – это, очевидно, глубокий и важный вопрос, но он незначим в связи с моим допущением, что суд в данном случае был источником влияния, а не следовал за общественным мнением.

- *Движение за замораживание производства ядерных вооружений в начале 1980-х годов.* Это движение предполагало серьезные действия широкой общественности. Несомненно, многие политики сильно выиграли, поставив на заморажива-

ние, именно потому, что данный вопрос был очень популярен. Стимул к движению за замораживание, однако, явно можно связать с теми людьми, которые относятся к элитам. Речь идет о представителях сообщества профессионалов в области контроля над вооружениями, которые не могли собственными силами заставить политиков обратить на себя внимание и поэтому постарались мобилизовать общественную поддержку. Толчком к продвижению политиков, выигравших на замораживании производства ядерного вооружения, послужила деятельность других элит, которые вполне сознательно пытались руководить мнением.

- *Сообщения о тенденциях экономического роста,* которые сформировали оптимистические оценки экономики США в конце 1982 года среди представителей общественности. Сообщения, несомненно, сочетали в себе обнадеживающие прогнозы президента Рейгана и делового сообщества, а также некоторые технические экономические подробности, но нельзя сказать, что они были реакцией на то, во что уже верила публика.

- *Мобилизация общественной поддержки администрации Буша во время войны в Персидском заливе.* Это один из наиболее поразительных из проанализированных в книге случаев лидерства мнения элиты. В августе 1990 года только очень небольшая доля американцев подозревала о существовании Кувейта, куда вторгся Ирак. Однако за две недели общественная поддержка использования американских войск для предотвращения дальнейшей иракской агрессии, по данным опросов, достигла 80%, и эта поддержка переросла в признание необходимости войны за освобождение Кувейта. Впечатляющей такую мобилизацию общественного мнения делает то, что она была достигнута при отсутствии коммунистической угрозы, которая на протяжении 40 лет была стандартным оправданием использования американских войск на чужой территории, и несмотря на то, что перед началом войны многие люди предполагали гибель на ней многих американских солдат. Поскольку, по всей видимости, в период между вторжением Ирака и заявлением Буша о невозможности терпеть агрессию на эту тему не проводились опросы, у нас нет достаточных эмпирических доказательств, чтобы полностью исключить вероятность того, что Буш просто реагировал на идущее снизу общественное требование жесткой реакции Америки. Однако лишь немногие информированные свидетели событий склонны рассматривать подобную ве-

роятность серьезно. Война в Персидском заливе, по всей видимости, была ситуацией, когда политически опытный президент при поддержке прессы и большинства элит искусно формировал общественное мнение.

Таким образом, как бы сложно ни было иногда теоретически определить направление влияния между элитами и массами, в конкретных случаях сделать это можно вполне правдоподобно.

[Политик, следующий за общественным мнением, может проиграть]

Во-вторых, даже когда политики начинают под давлением общественности предпринимать какие-либо действия, очень важно понимать, что здесь зачастую имеет место не действительное давление, а его предвосхищение. Именно это подчеркивал Кей. Общественное мнение, на которое пытаются реагировать элиты, – это не то общественное мнение, которое отражается в опросах в момент принятия решения, а то, которое оппонент данного политика может актуализировать на следующих выборах. Как утверждает Кей, политики, которые рабски следуют за сформировавшимся общественным мнением, в конечном счете могут проиграть.

[Упреждающая реакция политика – результат влияния общественного мнения]

Приведу пример предвосхищающего влияния. Внезапное объявление президента Никсона о введении государственного контроля над ценами и зарплатами летом 1971 года было, несомненно, действием, рассчитанным на предупреждение критики его хозяйственной политики во время приближающегося предвыборного периода. В этом смысле Никсон реагировал на общественное мнение. Однако он и направлял общественное мнение, поскольку его речь в значительной мере предопределила сдвиг общественного мнения в сторону поддержки контроля.

Теперь рассмотрим неизмеримо более сложный случай.

Из сообщения Гелба мы знаем, что президент Джонсон был прекрасно осведомлен обо всех трудностях, которые может вызвать попытка использовать военные силы США для стабилизации некоммунистического правительства в Южном Вьетнаме. Джонсон также хорошо знал, что у него нет низкой общественной поддержки для отправки войск во Вьетнам. Однако он опасался, что его, ес-

ли он допустит объединение Южного Вьетнама с Северным, будут обвинять в “мягком отношении с коммунистами”, в “потере Вьетнама” (так же, как Трумэна обвиняли в “потере Китая”). Вполне вероятно, Джонсон боялся, что это подорвет его внутреннюю программу “Великого общества” и приведет к новому раунду маккартистской реакции, в которой он будет проигравшим.

[Предвосхитить ретроспективное осуждение]

В такой ситуации Джонсон втянул общественность в войну, которую ни он, ни она не стремились развязывать. Он следовал общественному мнению в том смысле, что предвосхищал суровое ретроспективное осуждение, которое бы последовало при победе коммунистов, но вел общественное мнение в том смысле, что мобилизовал общественную поддержку своей политики, которая ни в коей мере не была сразу же популярной, во избежание этого осуждения.

Если Джонсон в определенном смысле действительно управлял общественным мнением о войне, можно сделать вывод о том, что антивоенные политики скорее следовали за общественным мнением, а не формировали его. Наверное, это предположение выглядит более правдоподобным, но доказать его сложно. Именно в период наибольшего прилива народной поддержки войны в 1966 году ведущие политики начали выступать против нее. И еще, ранние оппоненты войны были из тех избирательных

Политическая информация, представленная в дискурсе элиты, никогда не является нейтральной. Она представляет собой попытки создать такое изображение действительности, которое было бы достаточно простым и живым, чтобы обычные люди могли воспринять его

округов, которые никак нельзя назвать очагами антивоенных настроений. Возьмем того же Фулбрайта из Арканзаса, первую политическую фигуру, выступавшую против войны. Конечно, Фулбрайт должен был действовать так, чтобы его антивоенная позиция не привела к непреодолимым проблемам

с электоратом. Однако просто неправдоподобно предположение, что он как-то более прямо реагировал на давление своих избирателей в Арканзасе. Как известно, Фулбрайт занял антивоенную позицию вопреки советам своего политического окружения (и следуя совету персонала по внешней политике). Другой известный политик, член палаты представителей из Массачусетса О'Нейл, объяснял свои ранние выступления против войны реакцией на частные беседы с военными авторитетами, которые говорили о тщетности войны. Поэтому он и решился на антивоенные выступления вопреки убеждению, что оппозиция войне сродни политическому самоубийству.

[Масс-медиа отражают мнение своих источников]

СМИ, разумеется, были другим важным источником антивоенных сообщений. Однако масс-медиа, как всегда, отражали мнение своих источников. Вот что писал, к примеру, Мор, корреспондент "Тайм" и позднее "Нью-Йорк таймс", об антивоенных сообщениях, которые основывались на отчетах репортеров из Южного Вьетнама: "Спор, вопреки тому, что думают некоторые, не разворачивался между прессой и американскими чиновниками в Южном Вьетнаме. Скорее, это было

респонденты вскоре узнали об этих разногласиях, потому что молодые блестящие полевые офицеры, такие, каким потом был Джон Пол Ван, все чаще общались с журналистами. Корреспонденты не придумывали эту ужасающую информацию, которая иногда появлялась в их сообщениях".

Поскольку источниками антивоенной информации в основном были военные ведомства, ЦРУ и государственный департамент, представляется совершенно невероятным, чтобы такие утечки антивоенной информации были всего лишь реакцией на изменение общественного мнения.

[СМИ и реакция на изменение общественного мнения]

Пресса в целом склонна отражать мнение источников, но бывают и исключения. Пожалуй, самое важное мы наблюдали при наступлении вьетнамцев во время Тэт в начале 1968 года; тогда то, что явно было решающей военной победой американцев, пресса представила как нечто противоположное – как их серьезное поражение. Эта очевидная дезинформация антивоенной направленности не была, однако, реакцией на общественное мнение в Соединенных Штатах (ведь население во время Тэт в основном поддерживало войну). Скорее, такие сообщения отражали удивление представителей прессы: последние не ожидали, что противник окажется еще способен начать общенациональное военное наступление, и это после того, как американские чиновники заявили о его почти полном поражении (расхожая истина американской предвыборной политики гласит, что любой конкурент, который ведет себя "лучше, чем ожидалось", оказывается в центре слишком острой восторженной реакции прессы).

Ничто из сказанного выше не отрицает важности реагирования элит на мнение масс, а на последней стадии вьетнамской войны особенно. Напротив, можно предположить (хотя сложно определить степень уверенности в этом), что постепенное снижение общественной поддержки войны делало все более безопасными открытые антивоенные высказывания для тех политиков, которые и раньше не были расположены к войне. Очевидно, аналогично взаимодействию между общественностью и прессой. Здесь, правда, стоит заметить, что медиа-элита передавала значительное количество антивоенной информации еще в 1965 и 1966 годах, то есть задолго до того, как начала снижаться общественная поддержка войны.

Формирование мнения – многоэтапный процесс, и осведомленность может по-разному влиять на различных его этапах. Политическая осведомленность связана с усиленной вовлеченностью в текущие коммуникации, которые могут изменить мнение, но она также связана с большей или меньшей способностью критически реагировать на новую информацию

разногласие между фракциями американской миссии. Полевые консультанты, наиболее часто сталкивающиеся с войной и с вьетнамцами, приняли пессимистичную точку зрения. Некоторые высшие чиновники в Сайгоне, которые сообщали в Вашингтон об успехах программ, ими координируемых, были открыто и упорно оптимистичны. Кор-

[Изменение общественного мнения и оппозиционные элиты]

Каждое усиление оппозиционности элиты, которое становится более безопасным благодаря сдвигу в общественном мнении, может привести к дальнейшему изменению общественного мнения, затем к еще большему стимулированию вероятной оппозиции элиты и т. д. Позднее выдвижение Роберта Кеннеди как антивоенного кандидата на предварительных выборах кандидата на пост президента от демократической партии в 1968 году может служить примером действий политика, проявившихся только после предварительного озвучивания общественного мнения – в форме успеха Маккарти на собрании в Нью-Гемпшире (там он говорил, что антивоенная позиция в политическом плане представляется многообещающей).

Такая динамика взаимодействия элит и масс ни в коей мере не противоречит гипотезе о лидерстве мнения элит. С одной стороны, ослабление общественной поддержки вьетнамской войны заставило элиты благоразумно сдвинуться в том же направлении. Те из них, которые извлекли преимущество из этого сдвига, были скорее всего предрасположены к тому идеологически или из расчета. Но все они, формируя мнение, действовали автономно, причем только после того, как убедились, что им безопасно осуществлять соответствующие мероприятия.

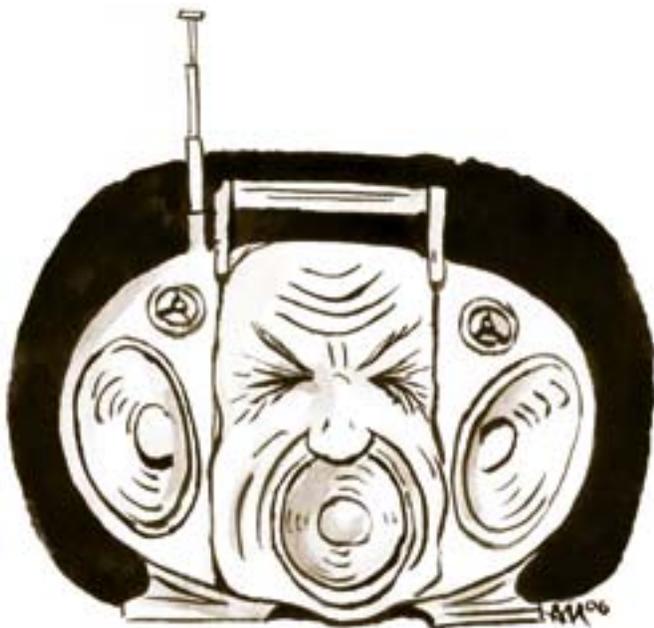
В соответствии с альтернативным тезисом о лидерстве мнения элит предполагается, что степень автономии отнюдь не одинакова. Наиболее мобильные политики быстро реагируют на общественное мнение; большинство же экспертов по внешней политике, военных и государственных чиновников, критически относящихся к войне, в целом независимы от общественного мнения. В соответствии с этим тезисом, наиболее автономный сегмент использовал масс-медиа, чтобы

создать давление общественности, к которому затем присоединился другой сегмент. Опираясь на тот же тезис о лидерстве мнения элит, можно сделать и иное заключение (правда, оно кажется мне слишком слабым). Антивоенно настроенные элиты просто реагируют на мнение масс, но их реакция принимает форму антивоенных сообщений, которые распространяются через СМИ так, как это описывает процесс восприятия-принятия. Все это приводит к дальнейшему изменению массовых установок, что заставляет элиты еще сильнее изменить свое мнение. Здесь уже на общественное мнение оказывают влияние неавтономные элиты.

[Ограничения ВПФ-модели]

Важно понимать, что, строго говоря, результаты моего моделирования нельзя использовать даже для доказательства последнего (слабого) заключения. ВПФ-модель, в том виде, в котором она сформулирована, совершенно не учитывает источники политических сообщений, влияющих на общественное мнение. Это модель, в которой элиты, включая СМИ, не оказывают никакого влияния на общественное мнение и все политические сообщения распространяются среди населения при личном контакте, как бактерии. Поскольку политическая осведомленность положительно связана с восприятием политических сообщений и отрицательно с их принятием, модель оказывается приложимой при любом сценарии распространения – “заражающем” либо под влиянием элит. Последнее обстоятельство отчасти объясняет причины того, что модель хорошо показала себя: так как процесс распространения имеет те же формальные характеристики и при влиянии СМИ и доминировании элит, и при простой передаче “из уст в уста”, модель восприятия-принятия может передать совместный эффект обоих способов распространения информации¹¹.

¹¹ Следует, однако, отметить, что классические исследования личного влияния не описывают механизма формирования систематических изменений в распределении общественного мнения вследствие межличностной коммуникации, независимо от влияния элит. Эти исследования скорее подчеркивают роль личных обсуждений или как консервативной силы, которая помогает индивидам противостоять внешним влияниям (см. работу Берельсона, Лазарсфельда и Макфи “Толосование”), или же как опосредующей силы (см. работу Катца и Лазарсфельда “Личное влияние”, где показано, как местные лидеры мнения воспринимают идеи из СМИ и передают их своим друзьям). В первом случае изменения установок не происходит, а во втором, можно сказать, лидеры мнения просто помогают распространению информации, которую производят элиты. Кстати, Маккуен и Браун пришли к заключению, что политическая дискуссия является еще одним “информационным каналом”: “Социальные круги не являются независимой силой в политике, они лишь придают определенные формы той информации, которая приходит извне. Таким образом, правильнее будет считать, что социальная среда является не источником влияния, а промежуточным механизмом в более крупной коммуникативной системе”.



“Заражающий” сценарий распространения – метафора совершенно не случайная. Процесс восприятия-принятия, формализованный в настоящей книге, является общей моделью распространения. При использовании приемлемых показателей подверженности и сопротивления эта модель

Возможно, наиболее фундаментальный вопрос, относящийся к новостным стереотипам (или точкам зрения), – это вопрос о том, может ли общественность хоть как-то выбирать между ними в том случае, если существуют альтернативные видения проблемы. При отсутствии [умения] такого выбора общественности ничего не остается, как следовать конвенциональному представлению элиты о том, что надо делать

может использоваться для описания распространения новой моды, религиозных верований или даже болезней. Среди взрослого населения, например, подверженность распространяющимся в обществе болезням может немонотонно соотноситься с возрастом. Высокая частота взаимодействий у молодых взрослых людей может создать повышенную опасность заражения, но в то же время они

более здоровы, и отсюда их большая сопротивляемость. Пожилые люди более уязвимые, но в то же время и более изолированные. В результате в группе риска оказываются люди среднего возраста. Распределение СПИДа представляет собой пример такого рода взаимодействия (первичные данные, опубликованные Центром контроля болезней США, говорят, что это распределение, по крайней мере некоторое время, было немонотонным относительно возраста).

Следовательно, сильное соответствие модели восприятия-принятия и эмпирических данных об изменении установок само по себе ничего не говорит о степени влияния элит. Модель просто является средством описания процесса распространения влияния элит; основания же полагать, что распространяется именно влияние элит, а не что-то еще, должны выводиться независимо от модели.

[Люди реагируют на сообщения элит рефлексивно, а не механически]

Как я показал только что (и утверждал ранее, в гл. 2), таких оснований вполне достаточно. Все же полностью адекватное представление о лидерстве мнения элит не заключается в том, что общественность совершенно механически реагирует на их инициативы, хотя последние, тщательно подготовленные, обычно все же встречают положительную реакцию. Элиты производят идеи автономно, и у них всегда есть потенциальные разногласия в соответствии с партийными линиями. Они маневрируют относительно этих линий и, стремясь вести и в то же время следовать, постоянно оглядываются на общественность, на то, что она думает сейчас или будет думать в будущем. Иными словами, вопрос заключается не в том, ведут ли элиты общественность или же следуют за ней, а в том, *насколько* и *какие элиты* скорее ведут, чем следуют за общественным мнением, и *при каких условиях* они это делают. Всестороннее исследование данной проблемы выходит за рамки книги, а единственная цель этого моего краткого рассуждения заключалась в том, чтобы, во-первых, представить, что моя формальная модель распространения установок точно доказывает и что не доказывает в вопросе о лидерстве мнения элит, и, во-вторых, показать правдоподобность того, что во многих обстоятельствах степень автономного лидерства мнения элит очень значительна. ■