

ЧТО ТАКОЕ ПРИРОДООХРАННОЕ ДВИЖЕНИЕ

А.А. Брудный

От редакции

Мы впервые публикуем легендарный доклад профессора-социолога и психолога А.А. Брудного “Социально-психологические аспекты пропаганды”, который он прочитал на доповском семинаре в Пушкино в 1977 г., и который во многом помог студенческим дружинам осознать себя членами Движения ДОП.

К сожалению, за почти 30 истекших лет он так и не был опубликован. Его активно распечатывали на машинках, распространяли среди ДОП. Но сейчас этот текст практически не известен нынешним активистам Движения ДОП, да и членам других природоохранных движений. А вместе с тем в нем ничего не устарело, кажется, будто бы каждая строка написана сегодня.

* * *

Когда говорят о борьбе за охрану природы, то здесь в основном, разумеется с психологической точки зрения, речь идет или должна идти, если мы осознаем суть дела, не только об отношении человека к природе, сколько об отношении людей друг к другу. Это то, что мы сами не всегда осознаем.

Что такое – борьба за охрану природы? Некоторая государственная акция? Или это деятельность некоторой организованной группы людей? Или нечто третье? Речь пойдет об этом третьем – чем это может быть, если бы мы поставили себе некоторую гипотетическую задачу добиться этой цели. В организационном плане: собрались бы люди, они организовали бы определенное общество (такое общество, вообще говоря, существует, но мы отлично знаем, что само по себе существование этого общества отнюдь не гарантирует охрану природы, и даже более того, это общество, по крайней мере частично, не занимается этим вопросом). Если борьба за охрану природы – строго государственная акция, может быть не единовременная, но продолжительная, тогда она организуется комплексом государственных служащих – вы тоже ими (в данной функции) не являетесь.

Что же это такое? С чисто социально-психологической точки зрения ответ на это есть, но он не реализован в действительности: на самом деле это движение. Вот чем это должно было бы быть. Что же такое движение?

Чисто рациональных доводов, говорящих в пользу этого дела, которым вы занимаетесь, найти можно чрезвычайно много. Бесспорно также и то, что не только эти рациональные доводы заставили вас заниматься тем, чем вы занимаетесь. Вероятно, нечто и иное, то, что относится традиционно к сфере чувств и настроения. По-видимому, в значительной мере это чувство или настроение может быть определено как надежда на взаимопонимание. На взаимопонимание со стороны тех, кто еще не занимается этим делом. Наличие подобного рода чувства это есть некоторый зародыш движения.

Что это такое – движение?

Движение – это не организация, это не государственная акция, это то, что происходит в обществе, когда определенная часть его членов осознает единство стоящих перед ними задач и начинает что-то делать для их выполнения. При этом выполнение этой задачи превращается в нечто престижное для тех, кто занимается этим и для других, стоящих вне движения.

Первое, что мы могли бы отметить, что для поднятия престижа в этом деле, мы, вероятно, делаем мало. И первое, чем занимается движение – это (в противовес традиционной точке зрения, согласно которой движение начинается с того, что оно организуется) создание известного престижа действия, направленного на выполнение поставленных задач.

Зачастую же бывает так: задачи могут быть чрезвычайно важны и интересны и все это отлично осознают, а действие, которое предусматривается для выполнения этих задач, рассматривается как скучное дело небольшой кучки людей, которым, в общем, кроме этого и делать нечего.

Для движения наиболее существенен престиж действия, престиж тех конкретных акций, которыми занимаются участники движения. И лишь на втором плане стоит некоторая организационная сторона этого дела.

Особенность движения обычно заключается в том, что оно полиморфно: оно принимает ряд различных форм. Само по себе отнесение тех или иных акций к движению осуществляется главным образом в сознании его участников, в сознании тех, кто окружает участников движения; важно только, чтобы это было обозначено.

Движение – это не обязательно нечто массовое. Движение обычно и выполняется некоторой группой активистов. Залог успеха движения, главным образом, – наличие некоторого престижа в действии участников движения.

Как себя реализует движение семиотически, в каких знаках? Очень существенным признаком того, что движение осознало себя как движение, что оно существует, реализуется – это семиотическое выражение: некоторое единство знаков, которыми пользуется движение внутри себя и по отношению к тем, кто стоит вне его. Этих знаков обычно бывает очень немного, они должны быть условны и общепонятны. Относятся они обычно к категории знаков диакритиков, а не символов. Сущность деления знаков на символы и диакритики заключается в том, что символ поддается внутреннему толкованию (символ правосудия – это весы. Он поддается толкованию, его нельзя произвольно заменить колесницей, например). Что же касается диакритиков, то это знаки, которые чисто конвенциональны, они выбраны по соглашению.

Положим существует движение за охрану природы. Символ движения, семиотическое его выражение – это зеленый треугольник. Неважно в каком виде он существует – это зеленый закрашенный уголок плаката, и неважно, что это за плакат, но знают, что если верхний левый угол закрашен в зеленый цвет, то это плакат участника движения. Если на книжке стоит зеленый уголок, то книга об этом. Этот знак ни о чем не говорит сам по себе, он диакритичен, его существование конвенционально, оно обозначает существование движения. Оно сложит одновременно двум целям. С одной стороны, сплачивает участников движения, с другой стороны отмечает его существование в обществе.

Семиотическое выражение существования движения находит и более усложненные формы. Тут может идти речь о пиктограммах, плакатах. При наличии некоторого конкретного движения оно обычно находит выражение в некоторых конкретных девизах или лозунгах. Обычно их число сводится к минимуму. Оно никогда не может превышать семь, в идеале это вообще один девиз.

Из истории социальной психологии движений известно, что обычно девизов бывает два или три, они не взаимозаменяемы. Практически желательно иметь конечно некоторый набор девизов. Они должны выполнять три функции:

- 1) активационная, она выражает тенденцию к выполнению некоторых действий самими участниками движения;
- 2) функция интердикции или воспрещения: при этом имеется в виду, что желают воспретить участники движения, то, против чего они выступают, то, что они сами бы никогда не стали делать и то, что они хотели бы воспретить другим;
- 3) дестабилизационная функция – имеет место тогда, когда у движения имеется обозначивший себя противник. В этом случае лозунги третьей группы направлены непосредственно и конкретно против обозначившего себя противника.

Наличие подобного рода лозунгов не обязательно связано с наличием у движения какого-то конкретного кредо, какой-то железной программы – это позднейшая функция обычно. Здесь дело не в том, чтобы люди твердо знали эту программу, существенно только одно – чтобы они ее признавали как факт существования.

Быть может, для ядра движения это и существенно. В тот момент, когда оно переходит за границы ядра, а само по себе движение или сущность наличия в движении ядра может быть выражена примерно так: движение – это светильник. Функция светильника заключается в том, что свет его выходит за границы лампы. То, что является ядром движения – внутри этой стеклянной поверхности, – это те, кто действительно активно принимает в нем участие, делает что-то организационно нужное, но на самом деле факт движения – это освещение.

Следующий момент в существовании движения: наличие конкретных, обычно легко выполнимых на некотором первом этапе его существования задач. Само по себе выполнение этих задач может быть и не столь уж значимым, но их выполнение означает успех движения. С этого и начинается появление престижа движения. Умело подобрать подобные задачи – это дело тех, кто их выставляет.

Вышеизложенное было несколько отвлечено от конкретных задач, которые перед вами стоят. Быть может, даже рисовалась картина чрезвычайно массового явления. Это неверное впечатление. На самом деле то, что я сейчас рассказываю, может быть смоделировано в очень небольшом социальном локусе, в пределах одного города, например. Это вполне выполнимая задача.

Нужно только, чтобы была активная группа, и, естественно, чтобы была некоторая социальная санкция на то, чтобы движение осуществилось. И, по-видимому, вне такого модельного варианта в пределах города, района, университета реализация движения как социального фактора была бы неосуществима. Мне представляется, что это было бы любопытным социальным экспериментом, если бы заранее была бы разработана конкретная программа, пусть небольшая, в пределах одного вуза, с точным семиотическим выражением, с точным обозначением задач и формулировкой лозунгов, и разыграть это на определенном отрезке времени, с тем, чтобы этот эксперимент принес определенные результаты (он был бы пилотажным, естественно), с тем, чтобы можно было говорить о чем-то более возможном в широком масштабе.

Что касается вводного тезиса о том, что отношение людей к охране природы есть в большей мере их отношение к самим себе, и также о том, что теми, кто принимает участие в охране природы движет не только рациональное, но и определенное чувство (доказать это легко, ведь факты, которыми вы располагаете, известны многим, но ведь они не принимают участия в охране природы, а вы принимаете, значит, по-видимому, здесь кроме чисто рациональной стороны есть какой-то другой внутренний мотор и топливом для этого мотора служит надежда на взаимопонимание).

Оптимальное решение задач охраны природы не может быть делом рук 150–200 тысяч или 500 тысяч людей. Эти задачи, по-видимому, даже не решатся в более широком масштабе, но это вовсе не лишает смысла само существование движения за охрану природы. Ибо смысл его совершенно отличен от отдельных конкретных задач, которые мы воздвигаем перед собой, занимаясь этим делом. А смысл его в том, что мы находим возможность решить эти задачи собственными усилиями, находя единомышленников, которые помогают нам эти задачи решать. Это отвечает некоторым глубинным тенденциям присутствующих как личностей. С этой точки зрения дело, которым мы занимаемся – в высокой степени осмысленное дело.

Для того, чтобы пропагандировать идеи определенного движения, мы должны прежде всего ответить на вопрос: осмысленное дело – что это значит? По-видимому, осмысленными являются те связи, которые воспроизводятся и в тех случаях, когда их первооснова стерта. Вы знаете, что могут быть связи очень прочные, очень стабильные, но вот они смяты и уничтожены и это, казалось бы прочное и стабильное, уже не восстанавливается. Прочность была, но не обладала свойством воспроизводимости. Свойство воспроизводимости – один из заключительных признаков смысла.

Почему это так важно для пропаганды? Если пропагандируемая задача осмысленная, значит она может пропагандироваться в нестереотипных формах, т. е. не обязательно должны быть заданы стереотипные формы пропагандистского выражения задачи. И поскольку она осмысленна, значит я могу найти набор вариантов для понимания, отвечающих той или иной аудитории, к которой я обращаюсь.

Можно ли поставить дело таким образом, чтобы сделать примерную модель аудитории, к которой может обращаться пропаганда и сделать один и тот же по смыслу текст в некоторых субвариантах, обращенных к данному срезу аудитории? Смоделировать это можно. Здесь я имею в виду тексты призывов, например. Текст призыва всегда рассчитан на определенный срез аудитории, ибо не может быть такого призыва (исключая экстремальные ситуации), который мог бы увлечь всю аудиторию. В качестве одной из реальных задач – составление текстов призывов и проверка их воздействия на аудиторию. Подобного рода методики существуют. Здесь речь идет о распространении текста призыва различными конкретными способами, а затем выборочного опроса тех, к кому обращен текст.

Концепция пропаганды охраны природы

Может ли существовать подобного рода концепция и в чем она должна выражаться? Особенность подобного рода концепции заключается в том, что она должна быть привязана к определенной системе конкретных действий, т. е. это должна быть концепция действия, что это должна быть пропаганда

осмысленности некоторых конкретных мер, направленных на охрану природы. У нас, как правило, пропаганда охраны природы сводится отнюдь не к этому, а к тому, что мы объясняем, что ее надо охранять и что это очень хорошо – это никогда ни на кого не действует, это и так хорошо известно. Пропагандистская концепция должна строиться в основном на том, чтобы оправдывать или описывать некоторые конкретные меры, направленные на решение этой и так всем понятной задачи. Во-вторых, концепция должна быть обращена не к тем, кто сейчас этим занимается, а к тем, кто представляет базу роста, к тем, кто придет этим заниматься с тем, чтобы они встали в готовую концепцию.

Последняя особенность: чтобы концепция находила одновременную реализацию в совокупности средств массовой коммуникации. По-видимому, для того, чтобы охрана природы действительно приобрела определенный престиж в глазах людей, она должна быть непосредственно связана с деятельностью средств массовой коммуникации, причем с параллельным воздействием на широкую аудиторию: и радио, и телевидения, и прессы. Естественно, что постоянное воздействие на радио, телевидение и прессу выходит за масштаб задач присутствующих. Но некоторую локальную акцию можно предпринять, она вполне выполнима. Здесь речь идет о том, чтобы представить, как это можно было бы сделать; я сейчас приведу пример такого рода. Во Франции надо было организовать туристскую базу в районе бухты Грасс. Средств на это не было, дело это было исключительно инициативой группы энтузиастов. Возникла идея организовать большую группу людей, чтобы помочь 25–30 организаторам турбазы (надо было собрать человек 200–300 из двух близлежащих городков). Организовано это было таким образом, что одновременно выступления на эту тему были сделаны и по радио, и по телевидению и в прессе, причем выступление в прессе обогнало выступление по телевидению, а выступление по радио обогнало выступление в прессе. Это деталь техники, но она сработала очень хорошо. Радио сориентировало всех на обращение к прессе, пресса рассказала о том, что будет в телепередаче, и аудитория на телевизионную передачу была привлечена максимальная. А задача-то была проста: надо было выкопать котлован для фундамента. И пришли люди – им было нечего делать в воскресенье – там устроили угощение, и они выкопали этот котлован. Самое интересное, что другим способом эту задачу в тех условиях выполнить было просто невозможно.

Существует техника выполнения подобного рода акций – она проста и вполне выполнима в наших условиях, тем более, что с чисто социальной стороны движение за охрану природы встречает самое благожелательное отношение, требуется только наша активность. Беда заключается в том, что наша активность не является целенаправленной – она не построена.

Информация

Известно, что охрана природы – некоторый странно текущий процесс, при котором существуют локальные группы людей, выполняющие свое дело, вне этих локальных групп существует спонтанный процесс, осуществляемый большим количеством неорганизованных людей, которые противодействуют деятельности этих групп. Эти силы встречаются друг с другом исключительно локально, типа: “А вот там это произошло”. “А вот там были браконьеры”. Если посмотреть с точки зрения теории, должна существовать система информационного обмена между противодействующими силами; обычно одна сторона что-то знает о намерениях другой, или, по крайней мере о том, что другая сторона делает. Можно ли сказать, что в рамках ныне существующей борьбы за охрану природы существует такая хорошо поставленная информационная программа, говорящая о том, когда именно будут осуществлены акции, которым движение намерено противостоять. Этого нет. Собственно движение существует как преодоление некоторого противодействия, а преодоление этого противодействия возможно при условии информации о противодействующей силе. Наличие информации – некоторая гарантия дальнейших успешных действий.

Реальна ли возможность расширения активного ядра движения? В чисто социально-психологическом плане: как осуществляется расширение активного ядра? Из истории движений (она изучена не очень широко) известно, что в значительной степени расширение активного ядра движения осуществляется за счет личных контактов. Когда речь идет о тех, кто входит в активное ядро, они приходят в движение не случайно, а за счет контактов с теми, кто уже ядро до этого составлял. Отсюда вытекает некоторая практическая рекомендация об усилении системы личных контактов ядра движения. Описаны даже случаи, когда движение, осознав себя как движение, ставило эту задачу на определенном этапе как первостепенную и каждый участник ядра должен был добавить еще одного. Это ставилось как конкретная задача. Сама по себе проблема личных контактов – это в большей степени проблема организации, а не личной инициативы. Какие именно могут быть применены организационные средства для увеличения личных контактов? Это вопрос достаточно сложный.

Специфика пропаганды задач движения

В процессе пропаганды чрезвычайно существенна не только пропаганда задач, не только пропаганда действия, но и пропаганда, построенная на выдвижении определенных конкретных лиц, которые осознали значение задач и выполнили соответствующие действия. Т. е. это не только пропаганда того, что должно быть сделано и что делается, но и пропаганда тех, кто делает. Определенная ступень развития конкретного социального движения этого не предпринимает потому, что количество участников обычно очень невелико и если бы они стали хвалить друг друга, это даже выглядело бы несколько нелепо. Но на определенном этапе развития этого процесса выдвижение конкретных лиц, которые это поняли, это сделали и у них это получилось, является одним из наиболее эффективных способов для решения поставленной задачи.

До определенного конкретного этапа развития движение работает на тех, кто находится вне его, так как оно само по себе достаточно мало, то внутри движения все отлично понимают, чем они занимаются и важность поставленной задачи, они сами делают все, что могут, в крайнем случае обмениваются опытом, но, в основном, то, что они делают, обращено к другим: вовлечение других в свои ряды, противодействие каким-то силам, которые мешают движению. Но с определенного этапа развития начинается пропаганда внутри самого движения, какая-то консолидация. Это чрезвычайно интересный этап в развитии самой пропаганды. Пока пропаганда исключительно и только рассчитана на тех, кто находится вне движения, сами движущиеся предстают в глазах аудитории как группа энтузиастов, как только смелые, хорошие ребята (хобби у них такое), или может быть они просто чудаки, но они выступают как некоторая слитная группа. Но когда движение достигает некоторого этапа развития, внутри самого движения начинается дискуссия о его задачах, о методах достижения этих задач. Эта пропаганда, казалось бы, направленная на решение задач, поставленных внутри движения, оказывается мощным средством вовлечения в ряды движения новых участников. Дело в том, что когда обсуждаются две точки зрения на методы решения одной и той же задачи, то читатель невольно выбирает одну из них: он ставит себя в позицию участника. Это эффект вовлечения непредусмотренный, вторичный, но чрезвычайно сильный.

Одна из наиболее существенных ошибок, которые мы предпринимаем в процессе охраны природы, заключается в том, что мы строим пропаганду не на достигнутом успехе. Есть некоторое страдающее начало. Мы выступаем как защитники (и это хорошо), это позиция сильная, это еще привлекает внимание. Но на самом деле привлечь подлинное внимание может только одно – успех. Это должно служить ведущим пропагандистским тезисом.

История спасения экипажа ледокола “Челюскин”. По существу это было бедствие: погиб корабль, люди мерзли на льду и их с огромным трудом спасли. Однако все знают, что в истории это осталось (и справедливо) как победа. Это действительно была победа – спасение людей. Не гибель этого ледокола осталась в памяти, а страдания тех, кто остался на льду и успех тех, кто их спас. Это единственно точная и правильная постановка задачи.

Так именно и нужно строить пропагандистское воздействие. Если действительно было там плохо и что-то удалось сделать, чтобы стало не так плохо – это (т. е. что удалось сделать) должно стать в центр пропагандистского воздействия, и оно достигнет своей цели потому, что ничто так не ведет людей вперед, как достижение пусть минимального успеха.

Радостная сторона того, чем мы занимаемся, это то, что очень много делается без шаблона, без модели, впервые. И самое замечательное, что это осуществимая вещь. Это тот редкий случай, когда ставится выполнимая и социально санкционированная, обществом поощряемая задача, рассчитанная на личную инициативу людей.