

Содержание

Давайте поговорим?	5
--------------------------	---

МАССЫ И МЕДИА

Теория культивации	8
Софистика	12
Синдром FOMO	16
Формула Лассуэлла	20
Теория повестки дня	24
Теория информационных барьеров	28
Теория коммуникации Маршалла Маклюэна	32
Эвфемизмы	36
Феминистская лингвистика	40
Визуальная коммуникация	44
Философский конструктивизм	48
Фрейм-анализ	52
Позиционный подход	56
Теория кодирования/декодирования	60

ЛЮБОВЬ И ДРУЖБА

Аксиомы Вацлавика	66
Опросник Пруста	70
Теория игр	74
Принцип кооперации	78
Коммуникационная модель Шульца фон Туна	82
Трансактный анализ	86
Наблюдение второго уровня	90
Ненасильственная коммуникация	94
Советы по воспитанию	98

РАБОТА И КАРЬЕРА

Межкультурная коммуникация	104
Быть крепким задним умом	108
Подлый метод	112
Наука риторика	116
Прием шести слов	120
Сторителлинг	124
Тактика салями	128
Советы руководителю	132
Гарвардская концепция	136
Правила заседаний	140

МЫСЛИ И ДЕЙСТВИЯ

Теория использования и удовлетворения	146
Модель айсберга	150
Белая ложь	154
Светская беседа	158
Разговор с самим собой	162
Искусство извинения	166
Активное слушание	170
Теория речевого акта	174
Спираль молчания	178
Теория социального суждения	182
Библиография	186
Слова благодарности	190
Об авторах	191

Давайте поговорим?

Коммуникация — как любовь: все вроде бы знают, что это такое, но объяснить толком никто не может. Коммуникация — нечто само собой разумеющееся, естественное, обыденное явление, и мы имеем лишь смутное представление, как функционируют все ее составляющие. Каждый день мы что-нибудь говорим и слушаем, читаем и пишем, спрашиваем и отвечаем, обсуждаем, спорим о чем-то или же... молчим. И в то же время вряд ли хоть кто-то (и авторы здесь не исключение) владеет универсальными средствами совершенствования нашего общения. С осознания этой неприятной истины и началось наше интеллектуальное путешествие по теориям коммуникации.

Для того чтобы эта книга увидела свет, мы стряхнули пыль со старинных фолиантов, проштудировали их, адаптировали учения древности к современным реалиям, очистив от патины и наслоений, и сопоставили их с новейшими исследованиями в нашей области. Так получился путеводитель по эффективным методам коммуникации — и одновременно свод полезных советов. В нашей книге сорок три главы, содержащие рекомендации по преодолению ежедневных сложностей: в отношениях дома и на работе, в столкновении с фейковыми новостями и «информационными барьерами», в ведении светской беседы на переговорах и выступлении, посвященном годовому отчету.

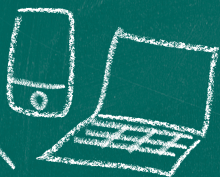
P.S. Эта книга, в сущности, является расширенной презентацией замечательной выставки в Музее средств связи (Museum für Kommunikation; Берн, Швейцария), на которой авторы наглядно представили введение в теорию коммуникации. Возьмите на заметку: до 2029 года вы можете познакомиться с историей вопроса в веселых диаграммах на интерактивной выставке в музее (www.mfk.ch).

МАССЫ И МЕДИА

1

ТЕОРИЯ КУЛЬТУРЫ

Как средства массовой информации формируют наши взгляды



Время, которое
в нашем инфор



ТИВАЦИИ

вой информации
згляды на жизнь

мы проводим
омационном пузыре

Готовность услышать
другие мнения



Как средства массовой информации формируют наши взгляды на жизнь

Одним из наиболее востребованных учений о коммуникации является «теория культивации» (*англ.* Cultivation Theory)* Джорджа Гербнера (*англ.* George Gerbner, 1919–2005), впервые представленная публике в 1976 году. По мысли американского социолога, люди, много времени проводящие перед телевизором, «культивируют» в себе веру в реальность того, что им демонстрируют на экране. Гербнер показал, что потребление ТВ-контента искажает картину мира и порождает страхи.

Массмедиа — прежде киноиндустрия и телевидение, а ныне онлайн-игры и интернет — изображают искусственный, гипертрофированный мир. Согласно гипотезе Гербнера, люди, «часто смотрящие» телевизор (или злоупотребляющие компьютером «геймеры»), начинают воспринимать действительность через призму картинки на экране. Например, мы редко видим на улице полицейских, применяющих оружие, а вот в криминальных фильмах это преподносится как стандартная ситуация. Да и в жизни вообще мы нечасто сталкиваемся с проявлением насилия, а на телеэкране оно демонстрируется постоянно. Но если долгое время потреблять подобную телепродукцию, восприятие действительности серьезно меняется. Происходит то, что психологи называют переносом: даже если люди не наблюдают воочию применения грубой силы, им начинает казаться, что мир вокруг жестокий и злой. Трансляция насилия и жестокости заставляет человека бояться всего на свете.

* В русскоязычной литературе также принято обозначение «гипотеза культивации». — *Примеч. ред.*

Таким образом, медиа оказывают на нас безусловное влияние — но насколько мощное? Значит ли это, что компьютерные игры в жанре action, такие как шутеры от первого лица, неизбежно вызовут желание начать отстреливать окружающих? Конечно, нет. Медиа не формируют наши взгляды и убеждения. Но — они укрепляют их! Тот, кто всегда превозносил культ силы и власти, найдет в интернете массу подтверждений своим взглядам. А тот, кто придерживается миролюбивых принципов, вряд ли в одночасье превратится в серийного убийцу, даже если ночь напролет он смотрел триллеры или хоррор.

Между тем наше поведение определяет тот момент, что мы всё-таки предпочитаем иметь дело с информацией, которую считаем интересной и важной. Это наглядно иллюстрирует разработанная Куртом Левином (*нем.* Kurt Lewin, 1890–1947) «теория информационных барьеров» (*англ.* Gatekeeping Theory), основываясь на которой говорят об эффекте, известном как «пузырь фильтров» (подробнее об этом в главе **«Теория информационных барьеров»**). Суть в том, что в интернете используются алгоритмы, прогнозирующие запросы информации, основанные на наших интересах и предпочтениях. Следовательно, возможность изменить какое-то наше мнение на противоположное ничтожно мала, поскольку масса информации до нас попросту не доходит.

В то же время теория культивации часто вызывает критику из-за предвзятого отношения к рядовым пользователям медиа: телезритель и интернет-пользователь рассматриваются здесь как пассивная сторона, легко поддающаяся манипуляции (противоположная точка зрения на предмет изложена в главе **«Философский конструктивизм»**).

2

СОФИСТИКА

Как практически

ПОЗИЦИОННОЙ КОРРЕКЦИИ



К

ОТ

А
и всё объяснить
яцмелі

колебания курса акций
- Роджера Федерера



Рождение
близнецов в Базеле



Как практически всё объяснить ложной корреляцией

В античной Греции центральным моментом образовательного процесса были дебаты. При этом проводились четкие различия между «хорошей» и «плохой» аргументацией.

- ♦ «Хорошая» аргументация должна не только убеждать оппонента, но и оставлять «задел» для того, чтобы и вас можно было в чем-то переубедить. Проще говоря, она служит поиску истины.
- ♦ «Плохая» аргументация используется в том случае, если истина вам безразлична. Здесь всё предназначено для того, чтобы утвердить вашу правоту и поражение противника.

«Плохие» аргументы Платон называл софизмами. Софисты утверждали, что любую позицию можно обосновать аргументированно и с видимостью логики. Они пытались победить противника в дебатах с помощью риторических приемов и демагогии (об этом в главе «**Наука риторика**»). Софистов презирали, они были непопулярны и... успешны.

Широко известен «софизм Эватла». Некий Эватл обучался у Протагора софистике. Они договорились, что ученик оплатит уроки, если выиграет свой первый судебный процесс. Но по завершении образования Эватл выбрал другое ремесло и, следовательно, не мог выиграть никакого процесса, а потому платить отказался. Тогда Протагор подал на него жалобу, аргументировав ее софистически: «Эватл должен заплатить в любом случае: если он выиграет процесс, значит, хорошо обучен и обязан платить по договору; если проиграет — то по предписанию суда».

На что Эватл, хорошо усвоивший софистику, возразил учителю: «Я в любом случае не должен буду платить: если я выиграю, то я не должен платить по решению суда; если проиграю — то согласно договору». Аргументация выглядит остроумной и логичной, но умышленно приведенный ложный вывод по существу является софизмом.

Однако не стоит думать, что софистика ушла вместе с античностью. Напротив, ею пользуются и поныне. Вот современный образчик так называемой ложной корреляции: «Весной с юга возвращаются аисты. По статистике, весной повышается рождаемость. Следовательно, аисты влияют на рождаемость». А вот и нет! Оба высказывания совпадают в отдельных пунктах, но не коррелируют каузально. В действительности между ними нет ничего общего.

НА ЗАМЕТКУ

Софизм — это на первый взгляд логический аргумент, в котором, однако, нет логики.

3 СИНДРОМ FU

Что произойдет,
не посмотрит

Всё, что вы
пропускаете,
читая этот текст.

ОЛЛО

если вы

е. на смартфон



...НО ЧТО

ПО-НАСТОЯЩЕМУ

ВАЖНО