

## Критическое мышление и логика деструктивной коммуникации

Ключевым предметом науки о коммуникации является проблема о том, как осуществить коммуникацию, при каких условиях возникает коммуникация, какие инструменты для этого применяются, что сделать, чтобы коммуникация стала более эффективной. Сообщение должно дойти до адресата, быть принятым им и оказать соответствующие целям и задачам этого сообщения воздействие. В рамках существующей социально-экономической модели главным смыслом любой коммуникации становится продажа (в широком смысле – сбыт) товаров или услуг. В политической, идеологической и культурной сферах товаром выступают идеи, что можно назвать высшей формой товарного фетишизма в информационную эпоху.

В рамках критического анализа коммуникативного сообщения и современной коммуникации в целом особую актуальность приобретает вопрос о базовых условиях, при которых сообщение содержит искажённую или искажающую реальные социальные объекты и смыслы информацию. Такое сообщение может быть определено как деструктивное.

**Деструктивные сообщения деформируют мышление, а также насаждают искажённое знание и представление о социальной реальности.**

Таким образом, коммуникативная деструктивность на уровне отправителя (фактически: конструктора) сообщения возникает, когда сообщение:

- содержит заведомо ложные утверждения;
- направлено на формирование искажённого образа реальности;
- затрудняет понимание и анализ конкретных социальных объектов;
- наделяет знаки коммуникации абстрактными значениями;
- исключает логическое понимание (например, в пользу эмоционального);
- содержит (намеренно включает) избыточный информационный «шум», искажающий исходный смысл;
- «непроницаемо» для критического анализа;
- сконструировано не в пользу получателя.

Рассмотрим структуру коммуникативной деструктивности (алогичного суждения или действия) на примере простейшей логической схемы.

Универсальной функцией коммуникации является донесение сообщения  $A$  от  $X$  к  $Y$  ( $X \rightarrow Y$ ). В реальности, сообщение никогда не доходит до адресата в таком «чистом» виде:  $X \rightarrow A \rightarrow Y$ , оно проходит в процессе производства и потребления целый ряд информационных «фильтров». Такими фильтрами могут выступать: смысловые конструкции, стереотипы, ассоциации, идеология, политические взгляды и интересы, культура, знания, особенности менталитета, личный опыт, интерпретация, контекст, искажения и т. п. Поэтому в реальном коммуникативном процессе сообщение будет функционировать в таком виде:  $X \rightarrow A_1 \rightarrow A_2 \rightarrow A_3 \rightarrow Y$ . В этой конструкции не обязательно  $A = A_1, A_2, A_3$  и т.д., так как знаки коммуникации могут не соответствовать первоначальному смыслу, изменять его и присваивать новые значения:  $A < A_1, A_2, A_3$  или  $A > A_1, A_2, A_3$ .

На фундаментальном уровне деструктивное сообщение включает целый комплекс различных приё-

мов, основанных на непонимании и непреодолимости абстрактного уровня описываемых явлений, без восхождения к конкретному уровню их понимания. Как отмечает А.А. Зиновьев: «Одни и те же объекты выглядят различно, когда рассматриваются в связи с другими объектами и когда извлекаются из этой связи и рассматриваются в «чистом» (идеализированном, абстрактном, воображаемом) виде. Знания, которые исследователь получает в первом случае, – конкретные, а получаемые во втором случае – абстрактные. ... Одно дело, например, абстрактные знания о капитализме, демократии, рынке, конкуренции, коммунизме, планировании и т. п., и другое дело – конкретные знания об этих же самых явлениях в их реальности» [1].

Коммуникативная деструктивность сообщений на уровне массового сознания превращает субъект, объект сообщения и само сообщение в абстракцию по отношению к друг другу. Именно поэтому весь комплекс информации может быть с такой лёгкостью подвергнут любым трансформациям и манипуляциям.

На прикладном уровне коммуникативная деструктивность создаёт условия, когда сообщение А представляет собой репрезентацию с принципиально отличными от исходного значениями:  $X \rightarrow A \rightarrow B \rightarrow C \rightarrow D \rightarrow Y$ , где А может быть = В, С, D и т. д., что делает первичное сообщение А логически непроницаемым, вернее любые формально верные логические операции ведут к заведомо ложному результату. Коммуникация в этом случае осуществляется, но происходит в поле искажения реальности, в качестве сознательного действия (политики).

Способность к логическим операциям как таковым у Y сохраняется, критическое мышление формально занято «перебором» и сопоставлением «фактов», но от-

талкивается от ложных смысловых и информационных объектов. Подобная ситуация может быть проиллюстрирована почти классическим примером специального языка для новостей о войне во Вьетнаме (1964–1973), главным принципом которого стало исключение из языка СМИ и замена слов, вызывающих отрицательные ассоциации и негативные эмоции. Может ли критическое мышление адекватно реагировать на подобного рода сообщение: «Впервые в ходе *конфликта* (войны) армия провела *операцию* (наступление) по *умиротворению* (для захвата населённого пункта), в ходе которой были организованы *санитарные кордоны* (химическое оружие) и применялись *мягкие заряды* (напалм)»? Критически осмыслить сообщение такого типа крайне сложно, оперируя изначально искажёнными смыслами.

Критическое мышление предполагает, что есть некое истинное сообщение – А, которое может быть доступно, если последовательно «перебрать» все слои фильтров. Сложность критического мышления заключается в его нетождественности критики чего-либо (критической позиции), которая может быть основана на определённой идеологической позиции:  $A > B = N$ . Критическое мышление требует анализ разных, часто антагонистических (критических и идеологических) позиций:  $A + B + C = N$ . Критическое мышление, которое сегодня становится одной из приоритетных учебных дисциплин на Западе и в России, не делает общество более устойчивым к деструктивным сообщениям и критически мыслящим, так как оно не выходит за рамки навязанных абстракций, не переходит к конкретному, а также расстраивается не как логическая операция, а скорее как элемент самосовершенствования [2].

Существенным отличием коммуникативной деструктивности нового типа является возникновение

феномена постправды, то есть обстоятельств, при которых объективные факты являются менее значимыми при формировании общественного мнения, чем обращения к эмоциям и личным убеждениям, как это слово в 2016 году определил Оксфордский словарь [3]. Фактически, коммуникация в ситуации (системе) постправды происходит, когда сообщение изначально ложно или же системно искажается.

Критическое мышление противостоит индустриям сознания: коммерческой и политической пропаганде, новоязу, технологиям внушения и вытеснения, фейкам, постправде и информационному тоталитаризму. Диалектика критического мышления по отношению к коммуникативной деструктивности проявляется в том, что не только сообщение может быть деструктивным. Так, например, сообщения массовой культуры и общества потребления не действуют на целевые аудитории с определённым культурным уровнем, с точки зрения теории классового сознания идеология правящего класса будет отвергаться (в этом смысле классический марксизм может быть отнесён к социально-коммуникативно деструктивным теориям) и т. д. В этом случае восприятие (приём) сообщения будет деструктивным, коммуникация не будет достигнута.

Коммуникативная деструктивность является диалектически обоюдоострым оружием. Коммуникативная деструктивность может создавать препятствия для коммуникации, условием отторжения, игнорирования сообщения, когда оно больше не оказывает воздействие, является его критическое восприятие, анализ и оценка. Так, например, марксистский анализ общества, равно как и любого «продукта» этого общества, буквально разрушает его на глазах и полностью лишает доверия. С точки зрения системы власти, марксист-

ский, неолиберальный и любой другой идеологический (в традиционном смысле) анализ является опасным коммуникативно, а в конечном счёте и социально деструктивным. Именно эта проблема должна лечь в основу построения социально ориентированной теории коммуникации и критического мышления.

1. Зиновьев А.А. Фактор понимания. – М.: Агентство «Социальный проект», 2011. С. 152.

2. См. напр.: *Lipman M. The Cultivating of Reasoning Through Philosophy // Educational Leadership. 1984. No 42 (1). P. 51-56.*

3. Post-truth. [URL]: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth> (дата обращения: 30.05.2017).