



Закон Каннингема и его актуализация в пространстве современных социальных коммуникаций

М. А. Южанин

*Кандидат социологических наук, доцент,
член Российского общества социологов,
ioujanin@mail.ru*

*Кафедра Социологии, психологии и социального менеджмента,
Московский авиационный институт (Национальный исследовательский университет),
Москва, Россия*

<https://orcid.org/0000-0002-6948-9380>

Аннотация: В предлагаемой статье анализируется необычное и довольно курьезное правило прикладного социально-коммуникативного взаимодействия, получившее название «закон Каннингема». Его суть заключается в установлении эффективности преднамеренного «вброса» в интерактивный офлайн или онлайн-дискурс заведомо неверной, либо дискуссионной информации, для того чтобы спровоцировать собеседника на исправление этой ошибки и активное вовлечение в диалог. Первоочередная цель данной публикации состоит в выявлении причинной обусловленности и описании механизма действия названного закона, а также в определении оптимальных областей его конструктивного практического применения в пространстве современных социальных коммуникаций. Особым образом рассматривается вопрос о социально-психологических и морально-этических ограничениях актуализации закона Каннингема ввиду наличия в нем выраженной манипулятивной составляющей. В целом предпринятое исследование призвано внести вклад в преодоление относительной малоизученности данного коммуникативного феномена и способствовать фасилитации повседневного, светского, образовательного и профессионального общения между людьми в вариативных социальных ситуациях.

Ключевые слова: коммуникация, закон Каннингема, повседневное общение, манипулирование, гарфинкеллинг, социальная интеракция.

Для цитирования: Южанин М.А. Закон Каннингема и его актуализация в пространстве современных социальных коммуникаций. Путеводитель предпринимателя. 2024. Т. 17. № 3. С. 149–154. <https://doi.org/10.24182/2073-9885-2023-17-3-149-154>.

Cunningham's Law and its actualization in the space of modern social communications

M. A. Yuzhanin

*Cand. Sci. (sociol.), Assoc. Prof.,
member of Russian Sociological Society,
ioujanin@mail.ru*

*Moscow aviation institute (National research university),
Department of Sociology, psychology and social management,
Moscow, Russia*

<https://orcid.org/0000-0002-6948-9380>

Abstract: This article analyzes an unusual and rather curious rule of applied socio-communicative interaction, called «Cunningham's law». Its essence is to establish the effectiveness of deliberately «stuffing» into offline or online interactive discourse obviously incorrect or controversial information in order to provoke the interlocutor to correct this error and actively engage in dialogue. The primary goal of this publication is to identify the causality and describe the mechanism of action of this law, as well as to determine the optimal areas for its constructive practical application in the space of modern social communications. The issue of socio-psychological and moral-ethical restrictions on the actualization

of Cunningham's law is considered in a special way due to the presence of a pronounced manipulative component in it. In general, the undertaken research is intended to contribute to overcoming the relative lack of knowledge of this communicative phenomenon and to promote the facilitation of everyday, socialite, educational and professional communication between people in various social situations.

Keywords: communication, Cunningham's law, everyday communication, manipulation, garfinkeling, social interaction.

For citation: Yuzhanin M.A. Cunningham's Law and its actualization in the space of modern social communications. *Entrepreneur's Guide*. 2024. T. 17. № 3. P. 149–154. <https://doi.org/10.24182/2073-9885-2023-17-3-149-154>.

Современные социально-коммуникативные процессы, как известно, характеризуются непрерывностью, динамичностью, гибкостью и многоформатностью. Вместе с тем вне зависимости от специфики реализации, успешное общение людей неизменно предполагает полноценный обмен необходимой информацией и достижение адекватного взаимопонимания между всеми вовлеченными сторонами. Следствием этого становится возрастающая важность знания, правильного понимания и эффективного применения основных законов социальной коммуникации, а также базирующихся на них прикладных методик и техник продуктивного общения. Примечательно, что некоторые из упомянутых законов носят довольно курьезный характер и могут быть отнесены к сфере занимательной коммуникативистики. Впрочем, этот факт отнюдь не лишает их действительности и практической применимости.

Как раз об одном из таких коммуникативных феноменов, получивших название «Закон Каннингема», и пойдет речь в данной статье. Главной целью предпринимаемого исследования является аналитическое рассмотрение сути и причинной обусловленности действия названного закона, а также возможностей его прикладной реализации в континууме современных социальных коммуникаций. Наряду с этим, предлагаемая статья призвана внести определенный вклад в преодоление относительной малоизученности закона Каннингема (в рамках отечественных социально-гуманитарных наук) и помочь различным людям в их повседневной и профессиональной жизни повысить эффективность общения друг с другом.

Принято считать, что закон Каннингема впервые в явном виде сформулирован в 2010 году в качестве курьезного утверждения, согласно которому, наиболее эффективным способом получения желаемой верной информации в повседневном общении (включая интернет-коммуникации) является заведомо неправильная постановка вопроса, преднамеренно содержащая в себе ложные сведения. В подобной ситуации с весьма высокой долей вероятности собеседник поправит пишущего или говорящего и в ходе завязавшегося диалога выдаст правильную информацию по соответствующему вопросу, даже если изначально и не планировал этого делать. Аналогичный принцип, кстати, содержится и в популярном французском фразеологизме: «солгать, чтобы узнать истину». Считается, что возникновение термина «закон Каннингема» также относится к 2010 г., а само название ассоциируется с именем известного американского программиста Говарда (Уорда) Каннингема. Именно ему приписывают заслугу первооткрывателя обозначенной выше коммуникативной закономерности, выявленной в результате длительного общения с различными пользователями Интернета. Публичным же достоянием формулировку рассматриваемого закона сделал другой известный программист и по совместительству приятель Каннингема Стивен Макгиди. В его интерпретации она звучала следующим образом: для того чтобы отыскать во всемирной сети верный ответ, лучше вместо прямого вопроса написать заведомо неправильное суждение.¹

Любопытно, что сам Каннингем впоследствии отрицал свое авторство приведенной выше сентенции, однако название уже закрепилось, а собственно закон начал приобретать многочисленные эмпирические подтверждения. Еще одним примечательным фактом, дополнительно подтверждающим справедливость правила Каннингема, является использование схожей психокоммуникативной техники знаменитым древнегреческим философом Сократом. Применяя свой

¹ См.: A Psychological Trick to Evoke An Interesting Conversation. // <https://www.theladders.com/career-advice/a-psychological-trick-to-evoke-an-interesting-conversation>.

«фирменный» метод майевтики, античный мыслитель сумел «раскрыть» и вовлечь в беседу многих интеллектуалов того времени, благодаря лишь тому, что ставил под сомнение их когнитивные суждения о действительности. Результатом этого стало множество гносеологических диалогов Сократа с его визави, у которых внезапно пробуждалось желание высказаться и попытаться доказать истинность своего мнения.

Анализируя причинную обусловленность действия закона Каннингема, следует отметить, что его истоки заложены в глубинной природе психики индивида и его социальных взаимоотношений с окружающими. Человек, живущий в обществе, склонен формировать вокруг себя физическую и социально-психологическую среду, соответствующую его ожиданиям, представлениям о должном и правильном, установкам и картине мира. В случае же появления чего-то, резко противоречащего сложившемуся фрейму, у субъекта возникает своеобразное «горме», непреодолимое желание исправить когнитивно дискомфортную ситуацию. Именно поэтому, если некий человек услышит от своего собеседника откровенно недостоверную фразу, наподобие: «Земля ведь пятая планета от Солнца» или «Солнце же тоже планета...», то он, скорее всего, поправит заблуждающегося визави. Подобная поведенческая реакция, как правило, будет происходить машинально и весьма быстро, а, следовательно, этим может воспользоваться и намеренно ошибающийся коммуникатор, чтобы «вытянуть» у ничего не подозревающего собеседника интересующую его информацию. Таким образом, с одной стороны, стремление исправить и просветить явно заблуждающегося участника беседы вполне обосновано с социально-психологической точки зрения (особенно, если человек разбирается в соответствующей теме), но, с другой стороны, открывает «окно возможностей» для коммуникативного манипулирования.

В процессе изучения действия закона Каннингема наибольший интерес представляет рассмотрение вопроса о потенциале его прикладного применения в различных сферах общения между современными людьми. В частности весьма полезным данное правило может оказаться в области образовательных коммуникаций, способствуя их оптимизации, большей динамичности и интерактивности. Так, например, достаточно высокую эффективность приобрел основывающийся на законе Каннингема педагогический метод намеренного допущения преподавателем ошибок и неточностей во время занятий с учениками или студентами. При этом подобные ошибки должны быть довольно очевидными для учащихся, легко обнаруживаемыми и исправляемыми. Как показывает зарубежная и отечественная практика, возможность «подловить» преподавателя на неточностях и искажениях истины весьма увлекает учеников и студентов (от детей до взрослых), мотивирует их, заметно повышая уровень вовлеченности, активности и заинтересованности в предмете. Данная методика, при условии, что намеренные ошибки преподавателя будут достаточно легко выявляемыми и оспариваемыми, способствует, в том числе, и увеличению степени дискурсивности «неразговорчивых», пассивных и застенчивых учащихся. Согласно результатам социального эксперимента, предпринятого американским лектором и исследователем Р. Трипати, благодаря использованию подобного подхода, уровень инклюзивности и активности студенческой аудитории на его занятиях возрос на 80 процентов. В любом случае, превратить скучную, будничную лекцию в увлекательную интеллектуальную игру по поиску и устранению ошибок можно, как неожиданно применяя закон Каннингема, так и заранее предупреждая слушателей о планируемой на занятиях периодической дезинформации².

Умелое использование рассматриваемого правила и базирующейся на нем техники межличностного воздействия способно оказать неоценимую помощь и в осуществлении различного рода деловых коммуникаций, в особенности, когда требуется «выудить» у контрагента необходимую информацию, которой он не спешит делиться. Для того, чтобы переломить подобную ситуацию в свою пользу, можно прибегнуть к социально-психологическому трюку, применяемому еще легендарным Шерлоком Холмсом, исходившим из того, что люди не горят желанием делиться с собеседником многими конфиденциальными (и не только) сведениями, однако с готовностью отвечают, возражают и спорят, если имеют шанс доказать свою правоту, компетентность или интеллектуальное превосходство. Таким образом, для получения интересующей информации вновь

² См.: Cunningham's Law: The satisfying benefits of feigning stupidity. // <https://bigthink.com/thinking/cunninghams-law/>.

достаточно высказать заведомо и очевидно неверное суждение, поскольку с высокой долей вероятности отыщется «умник», поправляющий «незадачливого» визави. Желание самоутвердиться и продемонстрировать свою интеллектуальную компетенцию в данном случае превалирует над изначальным отсутствием склонности что-либо рассказывать или помогать другому. Все это может оказаться весьма полезным для участников различного типа деловых переговоров, работодателей и соискателей при трудоустройстве, способно пригодиться работникам той или иной организации в ходе профессиональных интеракций с другими сотрудниками, а также социальным исследователям, собирающим информацию для своих аналитических целей.

Еще одной значимой сферой прикладного применения закона Каннингема является область повседневных коммуникаций. Так, например, в ходе светских бесед, дружеских встреч, знакомств или свиданий нередко «повисает» молчание, затянувшиеся паузы, связанные с ослаблением интереса к разговору, либо нехваткой общих тем и, как следствие, снижением вовлеченности всех сторон в коммуникативное взаимодействие. «Реанимировать» подобный затухающий разговор и избавить собеседников от скуки, спровоцировать дискуссию и обмен мнениями между ними, поможет намеренный вброс в дискурс некой ошибки, исправление и последующее обсуждение которой способно оживить и придать новый импульс в какой-то момент незадавшегося общения. Одновременно подобная техника коммуникативного воздействия часто позволяет собрать разностороннюю, а потому достаточно полную информацию по обсуждаемому вопросу.³

Аналогичным образом целенаправленное прикладное применение закона Каннингема способно помочь вербально раскрепостить замкнутого и малообщительного визави в случае, если возникает подобная необходимость. Время от времени в различных ситуациях формального и неформального межличностного взаимодействия требуется разрядить обстановку, растопить «лед» в отношениях, преодолеть барьер односложных ответов на вопросы и создать комфортную коммуникативную атмосферу. С этой целью вновь можно использовать нарочито «наивные» и далекие от истины предположения и утверждения, относящиеся к сфере компетенции собеседника, чтобы позволить ему раскрыться и просветить «невежду», которому остается только заинтересованно слушать и демонстрировать это тем или иным фактическим способом.

Любопытной практической модификацией закона Каннингема, соответствующей вышеописанному принципу действия, является намеренно неточное или небрежное выполнение каких-либо заданий и поручений бытового, учебного или рабочего характера. Расчет в данном случае делается на то, что родитель, наставник, преподаватель, научный руководитель или начальник, давшие поручение, в итоге сами начнут исправлять допущенные оплошности и, в конечном счете, выполнят всю работу за своих подопечных-манипуляторов.

Активное инструментальное применение закона Каннингема можно наблюдать и в пространстве современных интернет-коммуникаций. Ради привлечения внимания, создания социального резонанса и увеличения своей аудитории нынешние блогеры и прочие медийные персоны нередко публикуют сомнительные, недостоверные, скандальные материалы и высказывания, призванные вызвать поток ответных опровергающих комментариев. Результатом этого, в полном соответствии с принципом, сформулированным еще выдающимся античным философом Аристотелем (если хотите быстро стать знаменитым, начните ругать самых знаменитых), становится на первых порах своего рода Геростратова слава, которая, впрочем, впоследствии может конвертироваться в публичное признание и принести вполне материальные дивиденды. Ныне, в эпоху Интернета и социальных сетей, количество подобных эрзац-звезд, жаждущих любой известности, неуклонно возрастает.

Наряду с описанной выше практической пользой от применения закона Каннингема, необходимо признать наличие ряда социально-психологических и морально-этических ограничений подобного воздействия на коммуникативных партнеров. Прежде всего, рассматриваемый закон не «срабатывает» в ситуациях, когда ваш визави по тем или иным причинам снисходителен либо индифферентен к неосведомленности и общему уровню когнитивных способностей собеседника. Подобные случаи, разумеется, не являются наиболее распространенным коммуникативным

³ См.:РБК тренд. Закон Каннингема: что это такое и как он помогает получить верные ответы.

сценарием, однако вполне вероятны. Помимо этого, эффективность реализации рассматриваемой интерактивной техники предполагает учет ситуационного контекста и всякий раз требует верного соотнесения «провокационных» реплик с культурно-образовательным уровнем конкретного адресата, сферой его интересов и компетенции.

Другим осложняющим применением закона Каннингема фактором является потенциальный ущерб репутации соответствующего коммуниканта, которого окружающие могут счесть недалеким или невежественным и впредь воспринимать подобным образом. Данная опасность утрачивает свое социальное значение лишь в ситуациях, когда человеку, применяющему правило Каннингема, нет дела до чужого мнения, а ценна лишь добытая информация, либо единовременная коммуникативная реакция собеседника.

Весьма важным негативным фактором, осложняющим использование рассматриваемой интерактивной методики, является ее ярко выраженный манипулятивный характер. Вследствие этого возникает серьезная морально-этическая дилемма: приемлемо ли вообще (либо нет) подобное злоупотребление естественной психологической реакцией человека с целью «разговорить» его и заполучить интересующие манипулятора сведения. Ответ на данный вопрос представляется далеко не однозначным. В некоторых случаях злонамеренное применение закона Каннингема может использоваться для несанкционированного сбора определенной информации или, иначе говоря, для различного рода шпионажа, что, разумеется, является недопустимым и заслуживающим всяческого осуждения. В иных обстоятельствах, например, в описанных ранее ситуациях оптимизации образовательных коммуникаций между преподавателями и учащимися, либо при проведении легального детективного расследования (или научно-практического исследования), реализация подобной коммуникативной методики, напротив, полезна и оправдана. В случаях же, когда требуется оживить унылую беседу и развить незадавшийся межличностный диалог, обращение к закону Каннингема также становится своего рода «спасательным кругом», использование которого безвредно и безобидно. Однако и здесь сохраняется потенциальный риск репутационных издержек для инициировавшего применение данной методики коммуникатора, если вдруг о его манипулятивных замыслах однажды станет известно его собеседникам. Получивший огласку сам факт того, что некий человек, руководствуясь скрытыми мотивами, практикует целенаправленное социально-психологическое воздействие на своих знакомых и друзей, способен надолго скомпрометировать соответствующего субъекта, сформировать у окружающих недоверчивое и предвзятое отношение к нему. В связи с этим уместно предложить следующую экспертную рекомендацию: в ходе неформального межличностного общения прибегать к активизации закона Каннингема лишь в ситуациях ни к чему не обязывающих и не предполагающих продолжения светских бесед с малознакомыми людьми, и только в тех случаях, когда данному дискурсу, действительно, требуется «живительный» импульс.

Подводя итоги, следует в очередной раз обратиться к известному философскому тезису о палке, всегда имеющей два конца, иллюстрирующему амбивалентность и неоднозначность окружающей нас действительности. Сказанное в полной мере относится и к носящему имя Г. Каннингема курьезному коммуникативному закону, рассмотренному в данной статье. Несмотря на свой прикладной характер и не вполне академическую формулировку, он имеет как валидное социально-психологическое обоснование, так и многочисленные эмпирические подтверждения. По существу, охарактеризованный коммуникативный феномен можно рассматривать не только как пример «сократовской иронии», но и как прикладную разновидность так называемого гарфинкелинга (другое наименование — «эксперимент, проламывающий брешь»), смысл которого заключается в преднамеренном нарушении фоновых ожиданий и устоявшихся норм повседневного общения с целью получения и последующего изучения спонтанной ответной реакции адресата.

Подобно любому научному знанию, закон Каннингема способен применяться двойственным образом: как во благо (для оживления и оптимизации различных видов диалога между людьми), так и во зло, в корыстных манипулятивных целях (ради «выуживания» информации из ничего не подозревающего собеседника). Разумеется, в каждом конкретном случае решающее значение приобретают субъективные мотивы и морально-этические принципы использующего данную технику воздействия коммуникатора. Вместе с тем обусловленные благородными побуждениями (либо, по крайней мере, безобидными для прочих участников общения соображениями) конст-

руктивные варианты актуализации закона Каннингема обладают не только немалым практическим потенциалом, но и ощутимой пользой, превращая посредством несложного психологического трюка вялотекущее и тоскливое подобие разговора в полноценную, оживленную, интересную и увлекательную социальную интеракцию.

Список литературы

1. Комиссарова Е. Закон Каннингема: простой психологический трюк, который заставит людей разговариваться. [Эл. ресурс] // <https://lifehacker.ru/zakon-kanningema>, 2022.
2. Левин Р.В. Механизмы манипуляции: защита от чужого влияния: Пер. с англ. — М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2016.
3. РБК тренд. Закон Каннингема: что это такое и как он помогает получить верные ответы. [Эл. ресурс] // <https://trends.rbc.ru/trends/social/64256d479a794750e7d81a78?>, 2021.
4. A Psychological Trick to Evoke An Interesting Conversation. [Эл. ресурс] // <https://www.theladders.com/career-advice/a-psychological-trick-to-evoke-an-interesting-conversation>.
5. Cunningham's Law: The satisfying benefits of feigning stupidity. [Эл. ресурс] // <https://bigthink.com/thinking/cunninghams-law/>.

References

1. Komissarova E. Zakon Kanningema: prostoy psikhologicheskiy tryuk. kotoryy zastavit lyudey razgovoritsya. [El. resurs] // <https://lifehacker.ru/zakon-kanningema>, 2022.
2. Levin R.V. Mekhanizmy manipulyatsii: zashchita ot chuzhogo vliyaniya: Per. s angl. — M.: ООО «I.D. Viliams», 2016.
3. RBK trend. Zakon Kanningema: chto eto takoye i kak on pomagayet poluchit vernyye otvety. [El. resurs] // <https://trends.rbc.ru/trends/social/64256d479a794750e7d81a78?>. 2021.
4. A Psychological Trick to Evoke An Interesting Conversation. [El. resurs] // <https://www.theladders.com/career-advice/a-psychological-trick-to-evoke-an-interesting-conversation>.
5. Cunningham's Law: The satisfying benefits of feigning stupidity. [El. resource] // <https://bigthink.com/thinking/cunninghams-law/>.