

ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ КОНСЕНСУСНОГО РЕЧЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Рассматриваются понятия консенсуса и консенсусной коммуникации. Сопоставляется семантическая структура понятий консенсуса и компромисса. Анализируются факторы консенсусной коммуникации. Среди мотивационно-психологических факторов выделяются готовность к диалогу; серьезный и честный подход к обсуждению проблемы; эмпатичность; понимание установок, мотивов и намерений собеседника; допущение возможности компромисса; соблюдение статусного соотношения, процедурного сценария и правил этикета; уместная эмоциональность или снятие эмоциональности и др. Среди вербально-когнитивных факторов выделяются сходство тезаурусов коммуникантов, сходный ментальный и вербальный лексикон; одинаковое или близкое понимание значений слов и терминов, устранение неясностей и двусмысленностей; близость пресуппозиций собеседников, при несовпадении – выяснение их и попытка сближения; верное понимание импликаций и инференций из сказанного; сближение контекстов (либо деконтекстуализация), выработка общего контекста и схожей оценки ситуации и др.

Ключевые слова: коммуникация, консенсус, консенсусная коммуникация, компромисс, мотивационно-психологические факторы, вербально-когнитивные факторы.

Консенсус (лат. consensus, от лат. com, cum – «с», «совместно» и sentire – «мыслить», «чувствовать»; церк.-сл. *сьмсл, *сьмыслие, *сьчувствие; тж. рус. согласование, согласие, соглашение) – в широком смысле слова – общее согласие при отсутствии возражений по существенным вопросам; как более узкое и относительно недавно сформировавшееся понятие – способ принятия решений при отсутствии принципиальных возражений у большинства заинтересованных лиц, на основе общего согласия, без проведения голосования или при его второстепенной роли, при исключении мнения немногих несогласных участников. Понятие «консенсус» близко по смыслу понятию «компромисс» – соглашение между сторонами, разрешение некоей конфликтной ситуации путем взаимных уступок, – восходящего к лат. compromittere «давать взаимное обещание» (следовать решению арбитра), от com – «с», «совместно» и promittere «обещать, обязываться, обеспечивать». Заметим, что современное значение слова «компромисс» – «соглашение между сторонами» – появилось сравнительно недавно (конец XV в.) в результате метонимического переноса оригинального значения «судебное (арбитражное) урегулирование» [12].

Исходя из дефиниций и описания этих понятий в литературе [11 и др.], можно констатировать, что семантическая структура слова «консенсус» содержит следующие компоненты: «наличие двух или более заинтересован-

ных сторон», «согласование мнений», «второстепенная роль голосования», «возможность заблокировать решение одним и более (основным) участником переговоров», «отсутствие принципиальных возражений основных сторон или большинства», «принятие наилучшего, наиболее приемлемого для всех решения»; семантическая структура слова «компромисс» – «наличие двух или более заинтересованных сторон», «разногласия либо конфликт», «согласование (обсуждение или переговоры)», «(взаимные) уступки», «согласие на основе уступок», «принятие решения, предполагающего уступки». Как можно видеть, понятия «консенсус» и «компромисс» предполагают две или несколько заинтересованных сторон, согласование мнений и итоговое решение. Вместе с тем, компромисс предполагает наличие конфликтующих позиций и приход к согласию на основе уступок, консенсус же – приход к согласию в ходе согласования при учете мнений всех членов группы и выборе из них лучшего из возможных, приемлемого для всех, либо при усреднении всех мнений. Сферы употребления этих слов могут несколько отличаться: термин «компромисс» обычно (хотя и не исключительно) используется в сферах этики и права, а «консенсус» – права, политики, дипломатии, деловых переговоров. С логической точки зрения, эти понятия отличаются по степени обобщенности: консенсус касается мнений как смысловых единиц в целом, ком-

промисс же – отдельных их аспектов; консенсус может включать компромисс (уступки), а может и не включать его, например, при учете всех мнений в итоговом решении, при согласии всех участников переговоров в результате убеждения. Таким образом, логически эти понятия соотносятся как целое и часть, общее и частное. Компромисс предполагает консенсус, а консенсус не обязательно предполагает компромисс.

Поскольку предмет нашей статьи составляет консенсусная коммуникация (ее определение дано ниже), остановимся на понятии консенсуса в том виде, как оно трактуется в качестве способа и процедуры принятия решений. Отмечают, что консенсус использовался с древних времен, в частности, на древнерусских вече (И. Я. Фроянов), на советах ирокезов и так далее, его принципы и технология развиваются в религиозных группах (квакеры), органах экономической политики (Ганзейский союз, Polder Model), анархистские организации («Еда вместо бомб», инфошопы) и др.

В отличие от голосования, в котором определяющим для решения является большинство голосов, консенсус предполагает равный учет мнений меньшинств. Критика принятия решения голосованием, согласно статье в Википедии, указывает, что «критерий большинства часто представляется неполномочным и отчужденным, вынуждающим меньшинство подчиниться. Сторонники консенсуса утверждают, что такая «тирания большинства» нарушает сплоченность сообщества, способствует расколу и снижает его эффективность... Результатом же “редуцированной причастности” становится меньшая готовность защищать решение и действовать в соответствии с ним... Консенсус может быть определен как вариант решения, наиболее приемлемый для всех, решение, максимально удовлетворяющее максимальное число предпочтений».

В практике и теории принятия решений разработан ряд функций, способствующих повышению эффективности процесса принятия решения методом консенсуса: фасилитатор, тайм-кипер, эмпат, секретарь (ноут-тейкер). Процесс принятия решения методом консенсуса не так формализован, как другие (например, Roberts Rules of Order), его основная схема включает: формулировку повестки; оговаривание общих правил ведения собрания; обсуждение пункта (во время этого обсуждения часто выявляются основные настроения группы и по-

тенциальные предложения); формулирование предложения; призыв к консенсусу (каждый член группы должен четко обозначить свое согласие с предложением, например, поднятием руки или цветной карточки, чтобы избежать ситуации, в которой молчание или бездействие будут расценены как согласие); исследование отношений к предложению; если консенсус не достигнут, высказывание несогласных своего отношения к этому предложению, чтобы передать свои сомнения другим или развеять их; изменение предложения (корректировка, перефразирование, дополнение, исходя из отношения к нему принимающих решение); возврат к призыву к консенсусу; повторение цикла, до тех пор, пока удовлетворяющее всех решение не будет найдено.

На наш взгляд, в современном мире возвышение консенсуса как метода принятия решения объясняется, в том числе, принципиальным уравниванием в правах большинства и меньшинства и их мнений. Это удовлетворяет, с одной стороны, условию либерально-индивидуалистической инициативы, с другой, – демократичности и толерантности и, с третьей, – неизбежности неравенства образования, опыта и знаний, социальных функций и пр., а следовательно – неизбежности неравенства статуса и «веса» голоса отдельного члена в «толпо-элитарном» обществе.

Нашим объектом исследования является психолингвистическая сторона консенсусной коммуникации. Консенсусная коммуникация – это эффективное взаимодействие собеседников, приводящее к выравниванию (согласованию) их концептуальных структур, к сходному образу мира, сходным личностным смыслам. Если однонаправленное речевое воздействие влияет лишь на одну из сторон, перестраивая ее концептуальные структуры и личностные смыслы, то в процессе консенсусного общения происходит выравнивание концептуальных структур и личностных смыслов обеих (всех) сторон. Такое выравнивание может быть в большей или меньшей степени равноценным и обоюдным – в зависимости от социально-статусных ролей собеседников, их авторитета, знаний и опыта, особенностей коммуникативной ситуации и др.

В данной статье мы хотели бы остановиться на факторах, способствующих консенсусной коммуникации. При этом нас интересуют преимущественно мотивационно-психологический и вербально-когнитивный аспекты проблемы.

Мы учитываем прагмалингвистическую сторону речевой коммуникации, имеющую отношение к консенсусному взаимодействию, в частности, постулаты сотрудничества Г. П. Грайса (количества, качества, способа, отношения) и вежливости Дж. Лича (такта, великодушия, одобрения, скромности, согласия, симпатии), а также выбор соответствующих речевых стратегий, тактик и языковых средств в оформлении речи, однако считаем, что анализ и прогноз коммуникации лишь с прагмалингвистической точки зрения в отношении консенсуса будет поверхностным. Этот подход применим, например, в коммерческой коммуникации, цель которой стандартна – осуществление сделки и получение выгоды, а коммуниканты однородны в ролевом отношении (это продавцы и покупатели), хотя и весьма неоднородны в личностном аспекте. В большинстве же жизненных ситуаций прагмалингвистика является лишь отражением глубинного, «сущностного» аспекта коммуникации (Т. М. Дридзе). Поверхностные речевые явления мотивированы и обусловлены целями коммуникативной деятельности, диалогом индивидуальных образов мира коммуникантов в их стремлении получить ответ на тот или иной вопрос, решить ту или иную жизненную проблему и так далее. Прагмалингвистические установки сотрудничества и вежливости, а также специальные речевые стратегии и тактики, разумеется, важны, но мы, учитывая их, будем рассматривать более глубинные речемыслительные факторы, стоящие за ними. В данной статье мы также не будем касаться физических факторов коммуникации, таких как, скажем, правильно выбранный канал связи, адекватное сочетание вербальных и невербальных кодов, отсутствие помех в коммуникации и так далее.

Рассмотрим исследуемые группы факторов консенсусной коммуникации по отдельности.

Мотивационно-психологические факторы. Собственно желание общения, совместного решения тех или иных проблем, вероятно, является первоочередным («глобальным») фактором консенсусной коммуникации. Причины нежелания общаться могут быть разными: целеобусловленные, такие как преследование эгоцентрических целей, интересов, выгод без учета факта интересов другой стороны (других сторон); нацеленность на агрессивное подавление другой стороны (других сторон) и силовое решение проблем; нецелеобусловленные, «реактивные», такие как значительное несо-

впадение жизненного опыта и взглядов (концептуальных структур, личностных смыслов) и нежелание воспринимать противоположные; избегание рассмотрения насущной ситуации в иной перспективе, чем это привычно делает каждая их сторон; уверенность в «нечестной игре» партнера; иногда – значительное несоответствие когнитивной организации сторон; нежелание менять статусно-ролевое соотношение, боязнь личностного контакта; предшествующий конфликт; внешние причины (давление третьей стороны, внешние обстоятельства) и так далее.

Однако и в случае нежелания коммуникации бывает так, что люди обязаны общаться по долгу службы или постольку, поскольку некоторые вопросы несмотря ни на что требуют обязательного решения, следовательно, необходимо так или иначе приходиться к компромиссу. В этом отношении, на наш взгляд, для достижения консенсуса важно попытаться понять причины нежелания коммуникации со стороны другого, выяснить его позицию, обсудить важность коммуникации как таковой и принять решение о том, что она должна состояться. Важно создать положительную установку к коммуникации, обсудив причины, по которым коммуникация необходима, ее цели, а также условия, при которых другая сторона будет согласна на коммуникацию.

Важны честность и серьезность намерения обсуждать проблему. Если одна сторона, якобы соглашаясь на коммуникацию, на деле манипулирует другой, лишь делая вид, что желает консенсуса, коммуникация не состоится. Кроме того, стороны могут пойти на сговор, имитируя переговоры и консенсус для манипуляции некой третьей стороной. Для того, чтобы состоялось честная, серьезная коммуникация, следует изменить навязываемый манипулятивный сценарий, дабы выйти на сущностное обсуждение вопросов.

Готовность почувствовать эмпатию (если понимать ее как умение поставить себя на место собеседника, то есть, **выражаясь психологическим языком, мысленно наложить Я-образ на воображаемый образ «иного»** [10]), а также понимание и учет установок, мотивов и намерений собеседника следует рассматривать как важнейший фактор коммуникации. Если стороны неправильно понимают установки друг друга или, шире, руководствуются ложными образами друг друга (ср. в этой связи «образ врага»), то коммуникация едва ли увен-

чается успехом. Так же, если собеседники неправильно понимают мотивы друг друга или приписывают другой стороне ложные мотивы, их аргументация будет вестись в неверном ключе. Во избежание этого желательно правильно понимать установки собеседника и его вероятную мотивацию, которые можно узнать заранее либо выяснить непосредственно в ходе общения.

Важнейшим фактором консенсусной коммуникации является также обоюдная готовность скорректировать имеющиеся противоречия в компромиссном ключе или принять чужую интерпретацию, если она убедительна. Возможно, эта готовность отступает перед желанием убедить или переубедить оппонента, однако компромисс или согласие с чужим мнением должны допускаться в принципе.

Важнейшим фактором консенсусной коммуникации является также обоюдная готовность скорректировать имеющиеся противоречия в компромиссном ключе или принять чужую интерпретацию, если она убедительна. Возможно, эта готовность отступает перед желанием убедить или переубедить оппонента, однако компромисс или согласие с чужим мнением должны допускаться в принципе.

Весомым фактором консенсусного взаимодействия является принятие, учет и позитивное использование собеседниками этнокультурно обусловленных когнитивных и коммуникативных стилей друг друга, совместимость их когнитивных и коммуникативных стратегий для выработки сходных интерпретаций.

Когнитивный стиль – устойчивые характеристики обработки информации и предпочтительные способы решения проблем. Это понятие включает в себя такие признаки, как полнезависимость/полезависимость; импульсивность/рефлексивность; рациональность/аффективность; аналитичность/синтетичность; ригидный/гибкий познавательный контроль; когнитивная простота/сложность; диапазон эквивалентности (обобщенность/суженность, детализированность категоризации); конкретность/абстрактность; сглаживание/заострение (стремление к различению либо к слиянию сходных событий) и др. [1; 5].

Коммуникативный стиль – характерная, повторяющаяся манера общения. Существенным параметром когнитивного стиля в нашем случае представляется адекватная соотношенность полнезависимости и полнезависимости (ригидности и гибкости), то есть фоновое влияние на

цели субъекта ранее сформированных установок и принципов и, в то же время, достаточная гибкость мышления, восприимчивость к насущным контекстам и способность, синтезируя их с прежним опытом и знаниями, ставить новые задачи и находить новые решения. В отношении коммуникативного стиля важнейшими представляются такие признаки, как адекватные ситуации тональность (серьезность/несерьезность, обиходность/ ритуальность, содержательность/ фатичность, информативность/ фасцинативность, конструктивность/ конфликтность, открытое (прямое)/ завуалированное (косвенное) выражение интенций [4]), психологическая дистанция и пристройка, их и следует продумывать прежде всего.

При оценке когнитивного и коммуникативного стилей желательно иметь в виду этнокультурно обусловленные ценностные ориентации коммуникантов и их различия (в то же время не абсолютизируя их как догму), например, разное отношение к природе, времени, обществу, природе человека, жизни и деятельности (А. Клухноп, Ф. Стродтбек); различие «дистанции» между властью и подчиненными (авторитетной личностью и гражданами, старшим и младшим и так далее), преобладание «мужского» либо «женского» способа договариваться, индивидуализм или коллективизм в качестве мировоззренческой доминанты, разные стратегии в ситуации неопределенности, долгосрочная/краткосрочная ориентация в отношении целей (Г. Хофстеде). Полезно в практическом аспекте обсуждаемой здесь проблемы учитывать и даже брать на вооружение релевантные этнокультурные модели поведения, такие как, например, китайская стратегическая модель «обходного пути», высокий либо низкий социальный «контекст» культур коммуникантов (Э. Холл). Стратегия «обходного пути» позволяет достигать замысла, используя потенциал ситуации и развивая ее в нужном направлении. Концепция эффективности, в том числе коммуникации, в Европе предполагает намечание целей, составление плана действий и его реализацию; для нее важны отношения между средством и целью, между теорией и практикой. Китайцы же исходят из того, какие условия нужны для получения эффекта: суть дела не в том, чтобы прямо и непосредственно добиваться результата как заранее поставленной цели, а постепенно создать условия, как следствие каковых он не смог бы не появиться. Другими словами, речь идет не о том, чтобы

«преследовать» какой-то эффект, а о том, чтобы дождаться – и не мешать ему наступить. Для этого достаточно научиться извлекать пользу из развития ситуации, действовать так, как она сама «несет» нас. Основу этого образа мысли, не породившего внутри себя противопоставления теории и практики, составляет проникновение в обычный ход вещей и важность стратегии как таковой. «Обходной путь» также позволяет побеждать, держа оппонента в неведении относительно своих намерений, в ситуации неопределенности, не давая ему «разглядеть себя» и выработать линию противодействия [2; 3].

Немаловажным мотивационно-психологическим фактором консенсусной коммуникации является истинность пресуппозиций собеседников относительно статусов друг друга, а также относительно процедурного сценария и этикета. Если одна из сторон воспринимает собеседника как неравного себе по статусу и обращается к нему соответственно, а другая воспринимает статусы как равные и ведет коммуникацию на равных, то коммуникация может быть нарушена. Случается также, что внешние или психосоциальные параметры человека противоречат статусно-ролевому стереотипу (к примеру, на ритуальное мероприятие человек приходит несоответствующе одетым, неподобающе себя ведет; директор крупной компании оказывается необязательным, ненадежным), или поведение одной из сторон коммуникации противоречит этикету (молодой человек настойчиво навязывает свое мнение более опытным и сведущим коллегам). Все это также может негативно сказаться на коммуникации. При этом если неверные пресуппозиции относительно статусов собеседников, этикета и процедурного сценария являются простой ошибкой, ситуация достаточно легко может быть скорректирована. Если же пресуппозиции верны, а указанные параметры нарушаются умышленно, то это можно расценивать как преднамеренную помеху продуктивной коммуникации. В любом случае, во имя коммуникации и достижения консенсуса, вероятно, следует сосредоточиться на предмете обсуждения, отбросив личностный модус, статусные, процедурные и этикетные формы, и игнорируя их всякий раз, когда собеседник их нарушает.

В отношении консенсусной коммуникации также полезен учет индивидуальных психосоциальных черт собеседника, таких как темперамент и характер, установки, связанные

с гендерными, возрастными и социальными, национальными характеристиками, общая направленность личности, индивидуальные интересы, привычки, убеждения, ценности, значимые жизненные цели и др.

Среди мотивационно-психологических факторов консенсусной коммуникации мы отдельную роль отвели бы эмоциональности. Уместная, адекватная, тактичная эмоциональность и снятие конфликтной эмоциональности в обсуждении могут сыграть значительную роль в достижении консенсуса. Первое важно для выделения наиболее существенных моментов и более живого представления информации, для того, чтобы заинтересовать собеседника. Второе очень важно в условиях конфликтной коммуникации сторон, видящих ситуацию по-разному.

Таким образом, мы выделяем следующие мотивационно-психологические факторы консенсусной коммуникации: готовность к диалогу, принятие решения о коммуникации; серьезность и честность в обсуждении проблемы; эмпатичность; понимание установок, мотивов и намерений собеседника; допущение возможности компромисса или согласия с другой стороной; учет этнокультурных особенностей, когнитивного и коммуникативного стилей, ценностных ориентаций собеседника; соблюдение статусного соотношения себя и собеседника, процедурного сценария и правил этикета, в случае нарочитого их несоблюдения – игнорирование нарушений, сосредоточение на предмете обсуждения; учет психосоциальных черт личности собеседника; уместная эмоциональность или снятие эмоциональности.

Вербально-когнитивные факторы. Мы объединили когнитивные и вербальные факторы консенсусной коммуникации в одну группу, поскольку в речемыслительной деятельности человека они неразрывно связаны. Прежде всего, сюда следует отнести общие факторы, обусловленные когнитивной развитостью и языковой компетенцией коммуникантов, такие как собственно способность к пониманию речи и владению ею; развитой интеллект, обеспечивающий понимание смысла сообщения; четкое изложение собственной мысли, понимание адекватности того или иного речевого поведения; способность к когнитивному диалогу, то есть к продуктивной переработке своих и чужих смысловых структур в зависимости от когнитивных задач и пр.

Кроме того, в эту группу входят частные, но важные когнитивно-лингвистические фак-

торы, которым мы уделим больше внимания: это достаточное для коммуникации совпадение (пересечение, наложение) тезаурусов собеседников, сходный ментальный (и вербальный) лексикон; это одинаковое или близкое понимание коммуникантами значений слов и терминов; это достаточное совпадение пресуппозиций, знаний относительно предмета обсуждения, контекстов, в которые включен предмет обсуждения, наконец, это способность верно понять импликации (побочные смыслы) и инференции (подразумеваемый вывод) сказанного.

Фактор совпадения тезаурусов коммуникантов, схожий «ментальный лексикон», очевидно, весьма важен для консенсуса. Продолжая мысль Е. Ф. Тарасова о том, что важной предпосылкой успеха речевого общения является изначальное сходство структур сознания у адресанта и адресата [10. С. 13], можно сказать, что консенсус, то есть выравнивание концептуальных структур коммуникантов, возможен на основе схожих компонентов их тезауруса, интерпретируемых в более или менее единообразном ключе. Эти компоненты в совокупности с относящимся к ним вербальным оформлением, образуют те «опорные точки», вокруг которых происходит коммуникация, выравнивание смысловых структур собеседников в процессе их взаимодействия, взаимного информирования и коррекции. При этом в ходе коммуникации представления собеседников подвергаются разнообразным преобразованиям, результатом которых может быть концептуализация (реконцептуализация) и категоризация (рекатегоризация): ассоциация и диссоциация, идентификация и растождествление, контекстуализация и деконтекстуализация, отнесение к классу и исключение из класса, атрибуция признаков и отрицание атрибуции, сверка с эталоном и заполнение смысловых пустот, центрация и децентрация, стереотипизация и дестереотипизация, генерализация и конкретизация, метафоризация, сравнение, метонимия, проведение аналогий, аксиологизация (реаксиологизация) и др.

Говоря о термине «тезаурус», следует отметить, что на национально-культурном уровне тезаурус понимается как мнемоническая структура вербально-концептуальных единиц, организованная ассоциативно-образными и ассоциативно-признаковыми связями между словами и концептами и отражающая языковое сознание народа. Индивидуальный же тезаурус представляет собой мнемоническую

вербально-концептуальную структуру, воплощенную в индивидуальном лексическом запасе, синтагматических и парадигматических ассоциациях, устойчивых сочетаниях слов. Индивидуальный тезаурус характеризует неполнота по сравнению с реальным фондом культуры, его субъективное переосмысление, ценностно-иерархический характер, родство с другими индивидуальными тезаурусами, вариативность и изменчивость, ориентирующий и воспитывающий (социализирующий) характер и другие особенности. Тезаурус субъекта строится от «своего» к «чужому», причем «свое» выступает в структуре тезауруса заместителем общего, «чужое» же занимает место частного. Чтобы стать своим, общим, «чужое» должно быть осмыслено, интериоризировано (усвоено) и воспринято как «свое» [7].

Тезаурус как культурно и социально обусловленный набор имен и устойчивых фраз, номинирующих концепты, имеет интертекстуальную природу, это цитатный фонд (Б. М. Гаспаров), «словарь усвоенных текстов» (И. В. Толочин). В аспекте речепроизводства тезаурус, имеющийся на момент речи у индивида, активизируется и порождает речевые произведения, когда к этому побуждают те или иные стимулы или мотивы. В аспекте восприятия речи, интертекстуальное взаимодействие тезаурусов читателя/слушателя и пишущего/говорящего ведет к интерпретации, пониманию и осмыслению содержания сообщений. Любой произведенный и воспринятый текст является частью интертекста – совокупности текстов, производимых той или иной социальной и культурной средой, вобравших в себя ментальные представления, культуру и идеологию ее носителей и, в свою очередь, оказывающих воздействие на эту среду. В результате коммуникации имеющиеся у коммуникантов концептуальные структуры, как формы отражения и существования некоего интертекста, видоизменяются, видоизменяя и сам интертекст.

В лингвистической традиции тезаурус понимается как структура парадигматических (ассоциативно-признаковых, ассоциативно-образных) связей вокруг имен концептов. Но нельзя не учитывать и линейные синтагматические связи между словами. А. Р. Лурия, соотносящий парадигматические связи с «выражением отношений», а синтагматические – с «описанием событий», подчеркивает: «каждая речь, являющаяся средством общения, яв-

ляется не столько комплексом лексических единиц (слов), сколько системой синтагм» (цит. по [6. С. 111]). Современный исследователь С. А. Осокина, исходя из концепции И. Е. Аничкова, предлагает свою методику тезаурусного исследования, основанную на выявлении в текстах наиболее частотных устойчивых словосочетаний. При этом, по ее утверждению, свидетельством возможности достижения договоренности между собеседниками может являться факт сходства или совпадения словосочетаний в репликах собеседников более чем на 50 % [9]. Вероятно, к устойчивым элементам тезауруса можно отнести и целые повторяющиеся высказывания-диктемы, то есть элементарные тематические (тематизирующие, топикальные) единицы связной речи (М. Я. Блох). Их наличие в речевых произведениях собеседников может свидетельствовать о сходном понимании ситуации и являться показателем достижимости консенсуса. Можно сказать, что сходство тезаурусов – более или менее одинаковые слова, устойчивые словосочетания и фразы, используемые коммуникантами – обеспечивает «узнавание» в речи собеседников знакомых смыслов, сигнализирует о сходстве их концептов и тем самым является важной предпосылкой консенсуса.

Далее, важным вербально-когнитивным фактором консенсусной коммуникации является одинаковое или близкое понимание коммуникантами значения слов и смысла терминов. Как отмечает Е. Ф. Тарасов, для успешного речевого воздействия нужно говорить на языке, понятном аудитории, употреблять слова, доступные аудитории. Значения используемых коммуникантами слов могут обладать разной степенью четкости и нечеткости (*exactness and fuzziness*). Факты и события на уровне *modus operandi* могут обсуждаться с помощью конкретных слов, как правило, обладающих четким, структурированным значением. Однако и здесь может возникнуть коммуникативный диссонанс, чему способствуют непонимание терминов, двусмысленность, неясность или некорректность формулировок. При более абстрактной, рефлексивной коммуникации, включение соответствующих концептов в смысловые структуры требует использования более отвлеченных слов, которые как правило имеют нечеткое значение. Обладая широким, общим содержанием и объемом, соответствующие понятия допускают разнообразие контекстов и интерпретаций, смещение акцентов с

одних сем на другие, наполнение дополнительной семантикой.

Некоторые абстрактные концепты/понятия, несмотря на кажущуюся простоту и устойчивость, могут быть соотнесены с референтами, схожими с соответствующими гештальтами, но с выхолащенным содержанием и извращенной сущностью. Это может касаться понятий, относящихся к эмоциональным состояниям, психологическим характеристикам, отношениям и социальному поведению (любовь, успех, честность, насилие, свобода и др.). Например, понятие «любовь» и ее формальное проявление зачастую эксплуатируется в сектах (ср. «Свидетели Иеговы объединены во всемирное братство неразрывными узами любви») или в социоинжиниринговых манипуляциях, где оно представляет собой ни что иное, как симуляцию, имитацию реальности.

Большую нечеткость (размытость) проявляют также социально-философские, духовные, этические категории (либерализм, консерватизм, демократия, тоталитаризм; благо и зло, мораль и аморальность и т. п.), в значительной степени зависящие от культурно-исторического контекста, их породившего, а также от наличия или отсутствия у оперирующих ими коммуникантов той или иной социально обусловленной метафизики – системы ценностных взглядов о первоосновах бытия, которая выстраивает концептуальные структуры личности и этноса в систему и обосновывает духовные и моральные принципы. В этом отношении показательны понятия демократии и свободы, которые весьма различаются в зависимости от экономического и политического устройства общества (античная, буржуазная, советский «демократический централизм»), и которые стали в буквальном смысле «пустыми понятиями», жупелами для политического деления на «своих» и «чужих». Например, при утверждении о том, что в России нет свободы и демократии, мы испытываем определенный когнитивный диссонанс между этим заявлением и реальностью, данной нам в ощущениях. А изучение фактов углубляет сомнения в том, что прав и свобод в России меньше, нежели, скажем, в европейских монархиях или «демократиях». Такое несоответствие обыденного знания и объективных фактов обусловлено длительной манипуляцией понятиями «свободы» и «демократии» западным политическим дискурсом: выхолащиванием их сути и применением их и их противоположностей как

симулякров с целью навешивания ярлыков. При этом, Россия часто предстает в нем как в большей или меньшей степени «тоталитарное общество», а русские – как привыкшие подчиняться люди, народ с «тоталитарным сознанием» или даже «рабы». Жупел «рабство», «рабы» в отношении российской политической системы и русских, вероятно, существовал в западном политическом дискурсе уже давно. В XX в. он использовался в отношении советского строя и граждан, в том числе во многих речах и документах. Например, в Директиве СНБ 68 (NSC 68) 1950 г. США в отношении сущности СССР и целей «Кремля» неоднократно упоминается термин “slavery”, с другой стороны, свобода провозглашается источником силы и жизнеспособности американского общества, ср. “The Kremlin regards the United States as the only major threat to the conflict between idea of slavery under the grim oligarchy of the Kremlin, which has come to a crisis with the polarization of power described in Section I, and the exclusive possession of atomic weapons by the two protagonists. The idea of freedom, moreover, is peculiarly and intolerably subversive of the idea of slavery. But the converse is not true. The implacable purpose of the slave state to eliminate the challenge of freedom has placed the two great powers at opposite poles. It is this fact which gives the present polarization of power the quality of crisis», и то, что должно быть поддержано любой ценой (NSC 68: United States Objectives and Programs for National Security, 14 April 1950, URL: <http://www.fas.org/irp/offdocs/nsc-hst/nsc-68.htm>)

Более или менее одинаковое понимание значений слов, схожее отражение в представлениях коммуникантов соответствующих понятий, близость индивидуальных гештальтов общепринятым (эталонным) представлениям, например, о демократии, тирании и так далее, способствует консенсусному взаимодействию. Если же такой близости нет, следует выяснять, в каком смысле и контексте собеседник рассматривает то или иное слово, что имеет в виду под той или иной характеристикой или свойством, приписываемым объекту обсуждения.

Помимо понятийно-номинативных сложностей, существенно учитывать двусмысленности, возникающие непосредственно в речи, скажем, когда собеседник допускает в высказываниях вербальные манипуляции, которые призваны скрыть или затушевать по какой-либо причине неудобные или неясные моменты,

прибегает к эвфемизации и перефразированию, чрезмерно обобщая смысл, например, «необходимо вывести организацию на качественно новый этап развития». Двусмысленность возникает также, когда собеседник, не вербализуя какое-либо отношение, эмоцию или мысль, намекает на них, создает определенный подтекст, тем самым приращивая дополнительный смысл, например, «когда, наконец, мы создадим четкую структуру, организация заработает как следует», «я не могу работать, поскольку у нас ничего нет».

Прояснению значений незнакомых терминов, нечетких или амбивалентных понятий, а также обсуждению слишком общих, неконкретных высказываний должно уделяться достаточно внимания собеседниками, если они хотят достичь консенсусного взаимодействия в коммуникации. Например, касательно упомянутых выше фраз, уместно предложить дать разъяснение: «Что Вы имеете в виду под “вывести на качественно новый этап развития”? Какой Вы видите новую структуру и как ее, по Вашему мнению, следует налаживать? Что Вы имеете в виду под “как следует”, “у нас ничего нет”? Что Вы лично могли бы сделать для налаживания организации и создания структуры управления? Как предлагаете регулировать, контролировать, корректировать работу?» и так далее.

Наличие двух упомянутых вербально-когнитивных факторов – сходство тезаурусов, сходство понимания значений слов и смысла фраз – является минимальным условием консенсусного взаимодействия. Оно обеспечивается выравниванием (согласованием) смыслов слов и вербально-когнитивных структур коммуникантов через информирование, дискуссии, проясняющие вопросы и изложение своего представления о предмете обсуждения, о центральных понятиях и терминах, объяснение неоднозначно понимаемых фраз.

Не менее важным вербально-когнитивным фактором консенсусной коммуникации является близость пресуппозиций – знаний о референте – и контекстов, связанных с референтом. Соответствие пресуппозиций собеседников требуется для равнозначной компетентности в обсуждаемом вопросе, знания предмета, обоюдного понимания когнитивных структур и личностных смыслов (отношений), которые стоят за теми или иными единицами тезауруса собеседника. В этом отношении представляется существенным, что монадой языкового

опыта является не просто значимое слово (словосочетание, фраза), но сопряженный с ними «коммуникативный фрагмент» (Б. М. Гаспаров) и «ситуативный фрагмент» (А. А. Леонтьев) – контекст, с которым ассоциируется слово / группа слов, ситуация, на фоне которой «высвечивается» обозначаемый этим словом / группой слов референт. Таким образом, не просто слово (сочетание слов), но ассоциативный комплекс, состоящий из объекта (референта), соответствующего понятия, образа, слова (словосочетания, фразы), вербально-ситуативного контекста, указывает на знания и личностные смыслы говорящих, весь этот комплекс и следует учитывать в качественном анализе тезауруса.

Возьмем в качестве примера эволюцию идеологического концепта «левизна», предопределившую разницу пресуппозиций левых на Западе и в России. Если еще 50 лет тому назад левое движение предполагало борьбу за права трудящихся, обобществление средств производства, имущественное равенство и социальную справедливость, то современные умеренные левые на Западе ратуют за идею государства с развитой социальной системой (welfare state), социальный договор между имущими и неимущими, а маргинальные левые сместили круг актуальных вопросов до отставания прав меньшинств (расовых, этнических, сексуальных и пр.), проведения антиглобалистских митингов, выступлений за легализацию легких наркотиков и так далее. Что касается постсоветских российских левых, то они разделяют «устаревшее» понимание левой идеологии как борьбы за права трудящихся, обобществления средств производства и пр., однако, в отличие от западных коллег, выступают за сильную государственную власть, крепкое российское государство, традиционные религии и традиционные ценности («консервативный социализм»). Разная эволюция этого идеологического концепта на Западе и в России предопределяет разницу пресуппозиций между западными и российскими левыми и может явиться источником непонимания и неприятия в коммуникации.

Если объем и нюансировка знания о референте и референтной ситуации у собеседников недостаточны, коммуникация может не иметь успеха. Например, в целесообразности перехода расчетов на рубли можно убедить тех, кто имеет хотя бы какое-то представление о том, как работает современная финансовая система, знает о существовании в России режима «карренси борд», о привязке рубля к доллару

и, следовательно, привязке экономики РФ к добывающей промышленности (Россия продает за доллары сырье), о зависимости Центробанка от МВФ, о запрете кредитования Центробанком государства и, соответственно, невозможности долгосрочных инвестиций в реальную экономику, о весьма высокой, по сравнению с западными странами, ставке кредитования бизнеса и т. п.

Равным образом, если различаются перспективы и ракурсы рассмотрения объекта, это затрудняет коммуникацию. Например, если одна из сторон в руководящих органах некой партии считает первейшими условиями функционирования партии с целью прихода во власть финансирование и спонсирование, оплачиваемые должности, знакомство с влиятельными людьми, а другая – работу с широкими массами на общественных началах, популяризацию соответствующих политических взглядов, регулярные общественные мероприятия, то деятельность партии будет пробуксовывать. Для налаживания работы следует договориться об общих приоритетах, разделить сферы ответственности, распределить обязанности и работать в соответствии с решениями.

Для успеха коммуникации при несходстве пресуппозиций следует их «выровнять» с помощью обмена важными аспектами знаний о референте, чтения информационных материалов о нем, дискуссий. В ходе коммуникации также требуется выяснение индивидуальных контекстов коммуникантов и попытка их сближения, выработка общего контекста, а также выработка сходной оценки ситуации. Если же противоречия слишком велики и сближение невозможно, необходима деаксиологизация и деконтекстуализация предмета обсуждения, то есть снятие оценочности и сведение описания ситуации до тезисов, по которым стороны не имеют противоречий. Идеалом должна стать выработка непротиворечивых суждений о предмете разговора, принятие совместного решения и выстраивание деятельности в соответствующем ключе.

Помимо пресуппозиций, следует анализировать собственно смыслы, которые выражает собеседник, верно понимать и осмысливать импликации (побочные смыслы) и инференции (подразумеваемый вывод) из сказанного. Приведем пример такого осмысления, не связанный непосредственно с темой консенсусного взаимодействия, но достаточно показательный. Евгений Супер проанализировал

высказывание министра экономического развития РФ А. В. Улюкаева, в котором тот признает необходимость экстраординарных мер по преобразованию российской экономики, хотя и поясняет, что имеет в виду не мобилизацию, а «разумную либерализацию» [13]. Эта либерализация предполагает «не ухудшение налоговых условий»: мораторий на повышение ставок налогов и на введение новых налоговых сборов, изменение условий налогового администрирования, оптимизацию надзорной деятельности, переход к рискоориентированному способу контроля, ограничение тарифов («Все это необходимые условия того, чтобы сама наша экономическая политика, наше регулирование приглашало бизнес к тому, чтобы активно работать, а не заставляло его...»). В ходе анализа журналист отмечает, что тем самым: «министр признает, что за 20 лет условия для бизнеса так и не были созданы (что рождает вопрос – кто за это ответит?); г-н министр по-прежнему верит, что бизнес сможет исправить копившиеся десятилетиями «косяки» экономической власти; в нынешней ситуации он не имеет других предложений, кроме <...> либеральных мантр» [14]. Анализ и интерпретация неявных смыслов и подразумеваемых выводов из высказываний позволяет выявить установки и мотивы говорящего, сделать прогноз о качестве коммуникации и заключение о выборе стратегий в переговорах для достижения консенсуса.

Итак, среди вербально-когнитивных факторов консенсусного взаимодействия мы выделяем: собственно способность к пониманию и изложению собственной мысли; способность к когнитивному диалогу; достаточное пересечение (наложение) тезаурусов коммуникантов, схожий ментальный и вербальный лексикон; одинаковое или близкое понимание значений слов и терминов, устранение неясностей и двусмысленностей понимания; близость presupпозиций собеседников, как ситуативных, так и константных (фреймы и сценарии, прецедентные тексты, специальные знания и так далее), при несовпадении – выяснение их и попытка сближения; сближение контекстов или выработка общего контекста и схожей оценки ситуации; деконтекстуализация и деаксиологизация предмета обсуждения, если это поможет снять противоречие; принятие совместного решения о предмете обсуждения, выработка компромиссных решений, выстраивание деятельности в соответствующем ключе; верное

понимание импликаций (побочных смыслов) и инференций (выводов) из сказанного собеседником.

Список литературы

1. Гордон Олпорт. Становление личности: избранные труды [Электронный ресурс] / под общ. ред. Д. А. Леонтьева. М., 2002. URL: <http://www.voppsy.ru/issues/1989/896/896140.htm>.
2. Жюльен, Ф. Путь к цели: в обход или напрямик? Стратегия смысла в Китае и Греции. М., 2001. 360 с.
3. Жюльен, Ф. Трактат об эффективности. М. ; СПб., 1999. 235 с.
4. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград, 2002.
5. Корнилова, Т. В. Подходы к изучению когнитивных стилей: двадцать лет спустя / Т. В. Корнилова, Г. В. Парамей // *Вопр. психологии*. 1989. № 6. С. 140–146.
6. Леонтьев, А. А. Основы психолингвистики. М., 1997. 287 с.
7. Луков, Вал. А. Тезаурусы: субъектная организация гуманитарного знания / Вал. А. Луков, Вал. А. Луков. М., 2008. 784 с.
8. Осокина, С. А. К построению лингвистической теории тезауруса // *Вестн. Челяб. гос. ун-та*. 2010. № 21 (202). Филология. Искусствоведение. Вып. 21. С. 86–90.
9. Слово о человеке [Электронный ресурс] : энцикл. слов. URL: <http://www.slovochel.ru/empatija.htm>.
10. Тарасов, Е. Ф. Речевое воздействие как проблема речевого общения // *Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации* / отв. ред. Ф. М. Березин, Е. Ф. Тарасов. М., 1990. С. 3–14.
11. Seeds for Change. Настольная книга по консенсусу [Электронный ресурс]. М., 2014. 248 с. URL: http://www.seedsforchange.org.uk/translations/conshandbook_russian.pdf.
12. URL: <http://etymonline.com>.
13. URL: <http://ria.ru/economy/20141126/1035247033.html>.
14. URL: <http://www.odnako.org/blogs/inache-nas-somnut-etu-elitu-nado-zamenit-mobilizacii>.

References

1. Allport, G. (2002) *Stanovleniye lichnosti. Izbrannyye trudy* [=The formation of personality. Selected Works], Moscow, 462 p., available at:

<http://www.voppsy.ru/issues/1989/896/896140.htm> (in Russ.).

2. Julien, F. (2001) *Put' k tseli: v obkhod ili napryamik? Strategiya smysla v Kitaye i Gretsii* [=The path to the goal: bypass or straight. Strategy of meaning in China and Greece], Moscow, 360 p. (in Russ.).

3. Julien, F. (1999) *Traktat ob effektivnosti* [=Treatise on efficiency], Moscow, Saint Petersburg, 235 p. (in Russ.).

4. Karasik, V. I. (2002) *Yazykovoy krug: lichnost', kontsepty, diskurs* [=Linguistic Circle: Personality, Concepts, Discourse], Volgograd (in Russ.).

5. Kornilov, T. V. Paramei, G. V. (1989) "Approaches to the study of cognitive styles: twenty years later", in: *Voprosy psikhologii* [=Questions of psychology], № 6. pp. 140–146 (in Russ.).

6. Leontiev, A. A. (1997) *Osnovy psikholingvistiki* [=Fundamentals of psycholinguistics], Moscow, 287 p. (in Russ.).

7. Lukov, Val. A.; Lukov, Vl. A. (2008) *Tezaurusy: Sub'yektnaya organizatsiya gumanitarnogo znaniya* [=Thesauri: Subjective organization of humanities], Moscow, 784 p. (in Russ.).

8. Osokina, S. A. (2010) *K postroeniju lingvističeskoj teorii tezaurusa* [=Construction of the linguistic theory of thesaurus], in *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta* [=Bulletin of Chelyabinsk State University], № 21 (202), pp. 86–90 (in Russ.).

9. *Slovo o cheloveke* [=Word about the person], available at: <http://www.slovochel.ru/empatija.htm> (in Russ.).

10. Tarasov, E. F. (1990) *Rechevoe vozdeystvie kak problema rechevogo obshhenija* [=Speech influence as a problem of speech communication] // *Rechevoye vozdeystviye v sfere massovoy kommunikatsii* [=Speech influence in the field of mass communication], Ed. F. M. Berezin, E. F. Tarasov, Moscow, pp. 3–14 (in Russ.).

11. *Seeds for Change* (2014), Moscow, 248 p., available at: http://www.seedsforchange.org.uk/translations/conshandbook_russian.pdf.

12. Available at: <http://etymonline.com>.

13. Available at: <http://ria.ru/economy/20141126/1035247033.html>.

14. Available at: <http://www.odnako.org/blogs/inache-nas-somnut-etu-elitu-nado-zamenit-mobilizacionnoy>.