

УДК 304.42 + 316.4.06

ДИССЕНСУС – ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Карелин В.М.

В статье рассматривается феномен диссенсуса и его роль в социальных коммуникациях. Показана конструктивная роль диссенсуса в процессе коммуникации. Репрезентация информации не как квазиматериального объекта, а как события в контексте двойной контингентности коммуникации безоценочно раскрывает значение диссенсуса в перформативном измерении.

Ключевые слова: *двойная контингентность, диссенсус, консенсус, коммуникация, системная теория.*

1. Иллюзия консенсуса

Консенсус зачастую оценивается как высочайшая ценность коммуникации, как то, ради чего реализуется коммуникация и благодаря чему она может существовать. Однако в рамках современных представлений о коммуникации консенсус представляет собой лишь потенциально закономерный итог коммуникации, но вовсе не обязательный или неизбежный. Обыденное же представление о коммуникации может быть убедительным в силу своей «значимости-почувственности», отчего нередко проникает в научные рассуждения. Действительно, такое положение дел связано с тем, что коммуникацию представляют как нечто аксиоматическое и требующее категориального «оправдания» только *post festum*, после своего применения или при наличии представления о ее месте в той или иной картине мира. Представляемая в таком аспекте коммуникация чаще всего подразумевает некое взаимодействие наподобие соревнования, итогом которого является условная «победа» – если один из коммуникантов рассчитывает на то, что именно его сообщение, в конечном счете, изменит диспозицию. Либо же итогом может становиться условный «успех» – когда коммуникант как бы состязается сам с собой, и итоги коммуникации указывают, смог ли он и в какой мере донести свое сообщение вопреки каким-либо обстоятельствам.

Такое видение ситуации происходит из имплицитного видения и понимания коммуникативных процессов как различных вариаций спора (или спорта), общая картина которого достаточно легко постигаема интуитивно. В действительности консенсус может быть лишь условно рассмотрен в качестве условной победы коммуникантов: побеждает каждый из них по-своему (в этом случае каждый достигает определенных целей в силу тех или иных обстоятельств) либо побеждает

ситуация (в этом случае каждый из участников коммуникации конформно подстраивается к ней).

Строго говоря, консенсус может иметь место за пределами коммуникации – как оценка самой возможности достижения результата, как согласованность смыслов; таким образом, он представляет собой внекоммуникативное явление, он возможен только после коммуникации. В современных социально-философских исследованиях часто отмечается (в частности, в работах Н. Лумана, Ж.Ф. Лиотара, Б. Ридингса), что фактором достижения консенсуса является диссенсусное содержание коммуникативного процесса. В противном случае происходит только обсуждение «без объекта обсуждения»: смыслы уже согласованы изначально, и результат обретет только те контуры, которые блекло, но однозначно были очерчены заранее. То, что заключается во временном промежутке от начала до финала такого коммуникативного процесса, может быть полностью исключено или иметь любое содержание; подобного рода взаимодействие может быть описано как неподлинная коммуникация в духе понятия болтовни (*das Gerede*) М. Хайдеггера, но не через производство некоторой онтологической неаутентичности, не связанной с бытием, а как то, что вообще не имеет обязательной связи с внешними по отношению к коммуникации смыслами. «Как форма социальной коммуникации, болтовня образует характерный стиль жизни» [6, с. 157], – замечает отечественный исследователь Ю.А. Разинов. Распространяя логику коммуникации за пределы социальной повседневности и даже за пределы лингвистических структур, мы можем легко прийти к таким иллюстрациям, как, соответственно, идеолого-бюрократический новояз во всем его разнообразии или бессмысленные социальные структуры и проекты, единственным коммуникативным содержанием которых является поддержание внутренней предельно бесконфликтной стабильности во взаимодействиях между элементами в классическом жанре:

За что же, не боясь греха,

Кукушка хвалит Петуха?

За то, что хвалит он Кукушку [3, с. 203].

Надо отметить высокую эффективность подобной коммуникативной позиции, но, конечно, не с позиций процесса коммуникации, которой в данном случае нет, а с точки зрения эффективности проекта и эффективности капсулирования им определенных идеологических (в широком смысле) ценностей, которые ему предназначено охранять.

Как же следует подходить к пониманию эффективности коммуникации? Интерпретируя коммуникацию общепринятым образом, следовало бы сказать, что коммуникация всегда предполагает потенциальную максимизацию эффективности, а, следовательно, эффективность коммуникации нужно представить как долю информации, донесенную без потерь от отправителя до получателя. Такой ракурс предписывает коммуникации быть инструментом наиболее полной реализации цели, а значит, коммуникативную активность следует представлять исключительно как целерациональную. Подобное описание непременно требует наличия так или иначе понимаемой цели. В обиходном представлении такой целью выступает определенное свойство объекта коммуникации – того, на кого направлена

коммуникации или отдельный ее акт. Возможно и иное понимание, которое предполагает направленность не на участника, а на ситуативно внекоммуникативный объект. Так, работая над своей концепцией социальных действий, Ю. Хабермас рассматривал один из их вариантов в формате так называемого коммуникативного действия, для которого характерна общая взаимосогласованная направленность коммуникантов на внеположенную цель [8]. Рецепт эффективности в этом случае усложняется, но становится более прагматически ориентированным, т. к. включает в качестве фундаментального фактора эффективности коммуникативный консенсус.

Необходимо сразу же заметить, что консенсус предполагает определенную меру изоморфизма между характеристиками наиболее значимых состояний коммуникантов. Такая ситуация отдалена от реальности, т. к. представляет собой весьма упрощенную модель. Однако от реальности она далека не столько в силу абстракции, сколько из-за того, что именно отсутствие консенсуса служит важным коммуникативным фактором.

2. Асимметрия коммуникации

Действительно, какой бы подход к репрезентации коммуникантов ни использовался, в реальности их свойства будут различаться. Коммуниканты не представляют собой одинаковые стороны некой «коммуникативной игры», как в этом могло бы убедить распространенное представление об иллюзорной схеме «источник – информация – получатель», в которой информация предстает некоторым субстанциальным потоком, наподобие потока частиц физических взаимодействий. По всей видимости, информация и является в такой интерпретации тем, что насильственно вносит симметрию в схематизацию коммуникативного процесса. Она – своего рода сетка на игровом поле между игроками, которая может хотя бы гипотетически предполагать превращение одного коммуниканта в другого, их полную инверсию при наличии равных условий для каждого.

Иное понимание предполагает, например, теория Н. Лумана, вносящая информационную составляющую процесса внутрь коммуниканта – того, кто получает информацию. Здесь слово «получение» употребляется только в силу традиции, и не несет смысла квазиматериальной передачи: информация есть то, что объективируется внутри того, кто получил сигнал извне, она есть то, что рождается в итоге персональной интерпретации – как системы различий. Кто же тогда второй коммуникант – точнее, первый, т.е. тот, кто служит источником информации? Он – всего лишь фактор среды для получающего. Это взгляд реципиент-центричный, а не информационно-центричный. Однако такая оценка будет не вполне подходящей для описания лумановской картины коммуникации, где субъекты основополагающей роли не играют, и коммуницировать может лишь коммуникация [5]. Вообще, консенсусное сопряжение между субъектами коммуникации не представляется возможным, т. к. они не являются стабильными и детерминированными сущностями: каждый из них несет неопределенность – контингентность, которая в коммуникации возрастает, обретая конфигурацию двойной контингентности [1]. Здесь контингентность – это то, что действует не

хаотическим образом, а конструктивная «не–необязательность», которая, в конце концов, приводит к парадоксу: «без "шума" нет системы» [4, с. 167].

3. Контингентное в коммуникации

Этот парадокс делает коммуникацию невозможной, однако Луман, формулируя его, приводит и его разрешение: «При этом условии возникновение порядка (сколько бы краток или конфликтен он ни был) является нормальным, если двойная контингентность может быть познана теми, кто определяет свое действие» [4, с. 167]. То есть, может быть создана двусторонняя контингентность для коммуникантов, и соответствующие неопределенности будут придавать особую ценность редким «исключительно вероятным» точкам сопряжения коммуникации и соответствующим процедурам выбора действий.

Говорить о непредсказуемом в коммуникации требует «научная честность» всякий раз, когда та или иная коммуникативная модель проецируется на контекст реальных обстоятельств. Ведь полное описание факторов коммуникации не представляется достаточным для предсказания и объяснения любого процесса взаимодействия. Граница коммуникантов есть точка индетерминистичности, где на сцену выходит контингентная логика. Контингентное рождается там, где есть граница, а, следовательно, действует фактор дифференциации. Контингентное – место соприкосновения, где возникновение случайности амплифицируется (не обязательно строго арифметически удваивается) в силу взаимодействия двух сторон, каждая из которых несет свою меру неопределенности [2, с. 341].

4. Коммуникация как происходящее

Речь о контингентном следует вести, опираясь на оригинальное представление о ней как о том, что вносит непредсказуемость в план событийности. Контингентность следует отделять от случайности как того, что не обязательно влияет на процесс, и от вероятности, которая имеет только статистическую конфигурацию (особенно если говорить о вероятности в смысле ее классического математического определения), и в целом относится только к модусу возможности, при котором всякая процессуальность находится за пределами [1].

План событийности, вносящий перформативное измерение, ставит под вопрос эссенциалистский подход к коммуникации. В этом случае исчезает, прежде всего, возможность эссенциалистской интерпретации информации, о чем шла речь выше. Метафора материальной субстанции в качестве модели информации и соответствующая метафора переноса оказываются несостоятельными: «передать информацию» означает только спровоцировать некоторый процесс внутренней психической активности субъекта по интерпретации (различению) сигнала в соответствии, в целом, с собственными интерпретативными стратегиями, а не с содержанием поступающего сигнала; «передача» информации не убавляет ничего у «отдающего» и не прибавляет ничего у «получающего».

Коммуникация не есть то, что может быть измерено оценочно как «плохое» или «хорошее», «истинное» или «ложное» и т.п. Коммуникацию, вслед за Н. Луманом, можно оценить только с позиции факта ее совершения: она есть или ее нет.

Всякая идея смысла в эссенциалистском освещении в такой интерпретации коммуникативного взаимодействия теряется. На смену пропозиционально-эссенциалистскому взгляду приходит перформативный взгляд. Здесь коммуникация представляет собой даже не то, что «есть» (как «есть» информация), а то, что происходит, перформативно реализуется в момент контингентного созидания.

Нерелевантным перформативному описанию коммуникации оказывается и утверждение ценности консенсусного состояния субъектов. Событийность в коммуникации присутствует именно в силу описанного выше лумановского парадокса: коммуникативная нестройность, «шум», изначально присутствующая несопряженность кардинально увеличивают ценность кратких мгновений сопряжения, провоцируя пролиферацию перспектив выбора и стремление коммуникантов как можно сильнее «хвататься» за них. Это не фундаментально рассогласованный процесс, в котором нет изначальной схожести смыслов, но наличествует «шум» непрерывного контингентного аутопойетического становления коммуникации. Надо заметить, что в лумановской интерпретации рассуждения о коммуникации описывают процессы, происходящие в системах, и пригодны для диалогического речевого общения лишь как частного случая, где субъекты есть системы.

По Луману, информация – это событие, которое определяет или изменяет состояния системы [4, с. 107]. И нет никакой разницы между тем, движет ли это событие системы к консенсусному взаимосогласованию или диссенсусному рассогласованию. Более того, исходная рассогласованность может послужить импульсом к коммуникации, призванной минимизировать гетерогенность. Впрочем, это вовсе не означает, что согласование обязательно произойдет. В идеальной картине, использующей метафору единичного акта коммуникации, имеющего начало и конец, согласование может быть единственной и основной целью. Однако если видеть коммуникацию как процесс в системах с «контингентным шумом», то абсолютный консенсус можно допустить в качестве вероятного, локального и лишь транзитного пункта. При этом не следует сводить возникающие конфликты «к неполадкам в коммуникации (как будто коммуникация есть что-то «хорошее», что может разрушиться). Коммуникация – это аутопойетический процесс социальных систем, продолжающийся через все эпизоды кооперации или антагонизмов, пока он происходит. Таким образом, конфликты служат как раз для продолжения коммуникации путем употребления одной из возможностей, которая поддерживает ее открытость, – через использование отказа. Тем самым понятие конфликта четко отделяется от лишь предполагаемых, лишь наблюдаемых противоположностей» [4, с. 508.]

5. Возможно ли увеличить эффективность коммуникации?

Можно ли сделать коммуникацию более эффективной, отсекая перспективы диссенсусных состояний, перетекающих в конфликт? Если исходить из такой постановки задачи, то это недоступно даже системе права. Луман по этому поводу замечает: «Право не служит избежанию конфликтов, оно даже приводит к непомерному расширению их возможностей – в правовых обществах конфликты не

подавляются в отличие от обществ, основанных на интеракции <...>. Право пытается избежать лишь насильственного разрешения конфликтов и обеспечить каждому из них подходящую форму коммуникации. <...> Право служит продолжению коммуникации иными средствами. Оно адекватно обществу не только тогда, когда схватывает возникающие конфликты, но и прежде всего тогда, когда может производить множество конфликтов, предоставляя достаточную для их разрешения собственную комплексность» [4, с. 490].

Вопрос в другом – как подходить к пониманию к неэффективности коммуникации? Если рассматривать конфликт как наиболее проблематичный фактор снижения эффекта коммуникации, то надо обратить внимание на то, что конфликтная коммуникация – равно как и неконфликтная – может затягиваться. Иными словами, она может аутопойетически творить себя, и, таким образом, конфликты – это действительно социальные системы, причем функционирующие самостоятельно, а причиной их является также двойная контингенция, но формулируемая в негативном виде: «я не сделаю того, чего ты хочешь, если ты не сделаешь того, чего хочу я» [4, с. 509]. Что же касается разрушительного влияния конфликта, то она возникает не из самого конфликта, «а в отношении к системе, в которой конфликт нашел повод и выход» [4, с. 510].

Тех, кто пытается отыскать практические решения проблемы эффективности коммуникации, следует предостеречь от принципиальной «охоты на диссенсус» в управлении организацией. К примеру, действия в области командообразования (teambuilding) в практике корпоративного менеджмента, порой превращающиеся в панацею, вовсе не гарантируют универсального улучшения коммуникации и годятся далеко не всегда: скажем, нет ничего такого в улучшении навыков взаимодействия между технически не взаимодействующими отделами, что улучшило бы их несуществующую коммуникацию; «принудительная оптимизация» коммуникации может сыграть негативную роль в масштабе предприятия, если посредством такого действия были разрушены перспективы назревающего продуктивного диссенсуса (который мог бы стимулировать эффективную в определенных условиях конкуренцию). Подобные действия должны, скорее, реализовываться в области некоторых внешних целевых установок или, как было сказано ранее, – в отношении к системе.

Приблизиться к прогнозированию эффективной коммуникации можно, пытаясь взять под контроль контингентное, – но не тотальным образом, способным полностью обозреть и абсолютно детерминистично интерпретировать ситуацию, запрещающим непредсказуемые явления (это невозможно), а посредством построения стратегических направлений решения задач, реализуемых в процессе коммуникации. Здесь крайне важно уточнить, что является ключевым итогом коммуникации: соревновательная победа или конструктивное раскрытие проблемы. Если в итоге есть «победитель коммуникации», то он выступает в роли «тотализующего» субъекта; если в итоге есть «решение проблемы», то он возможен только как комплекс альтернативных решений. Действительно эффективная коммуникация представляет собой «ячеизацию», дискретизацию решений, которые представляют собой компромисс между двумя стратегиями; относительно любого

из субъектов одну из них можно назвать тотализующей, вторую – дестабилизирующей (т.е. дестабилизирующей тотальность). В этом случае будет достигнут консенсус, суть которого, однако состоит не в сопряжении смыслов, а в перформативном сопряжении стратегий. Однако такой консенсус вовсе не окончательное идеальная точка – это такой же транзитный пункт, как и диссенсусное состояние.

В эффективной коммуникации возможно существование консенсуса только при условии принципиального расхождения языков обсуждения, т.е. наличия проблемы, которая заостряется при расширении поля языковых игр (Л. Витгенштейн). Подобная экспансия пропорциональным образом увеличивает и число возможностей коммуникативного выбора – тех самых редких точек потенциального сопряжения в процессе коммуникации.

Следует учесть, что такое неудобное свойство диссенсуса как неинституализируемость, может быть одним из важнейших развивающих факторов. Как пишет Б. Ридингс, «в горизонте консенсуса никакой консенсусный ответ не способен снять вопрос, поднимаемый социальной связью (фактом существования других людей, языка). Никакое универсальное сообщество не воплотит собой ответ; никакой рациональный консенсус не заставит просто согласиться с ответом. Сохранять за социальной связью статус вопроса – значит допускать различие, не прибегая к идее идентичности» [7, с. 241]. По мнению Б. Ридингса, ярким примером диссенсусного сообщества является университет. Описанные выше свойства коммуникации совпадают с утверждением этого автора о том, что значимое для университета «"мышление вместе" – это диссенсусный процесс; он соотносится, скорее, с диалогизмом, чем с диалогом» [7, с. 247]. В этом случае диссенсус выступает фундаментальным фактором эффективности как в интеллектуально-эвристическом смысле, так и в аспекте развития социальной системы, внутри которой он функционирует.

Список литературы

1. Карелин В.М. Двойная контингентность и «мистика» коммуникации // Гуманитарные чтения РГГУ – 2014. Теория и методология гуманитарного знания. Россиеведение. Общественные функции гуманитарных и социальных наук. Гуманитарное знание и образование. – М.: РГГУ, 2015. – С. 221–229.
2. Карелин В.М. Рациональная мистика субъекта в системной теории (о понятии двойной контингентности Н. Лумана) // Коммуникативные стратегии информационного общества: Труды VI Международной научно-теоретической конференции. – СПб.: Санкт-Петербургский политехнический университет, 2013. – С. 340–341.
3. Крылов И.А. Полное собрание сочинений И.А. Крылова. Т. 3: Басни. Стихотворения. Письма. – М.: Государственное издательство художественной литературы, 1946. – 618 с.
4. Луман Н. Социальные системы. Очерк общей теории. – СПб.: Наука, 2007. – 641 с.
5. Луман Н. Что такое коммуникация? // Социологический журнал. – 1995. – № 3. – С. 114–125.
6. Разинов Ю.А. Банальная ложь обыденной речи: болтовня и красноречие // Вестник РГГУ. – 2014. – № 10. – С. 156–163.
7. Ридингс Б. Университет в руинах. – Минск: БГУ, 2009. – 248 с.
8. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. – СПб.: Наука, 2000. – 380 с.

Karelin V.M. Dissensus – A Factor of Effective Communication // Scientific Notes of Crimea Federal V.I. Vernadsky University. Philosophy. Political science. Culturology. – 2015. – Vol. 1 (67). – № 1. – P. 46-53.

The article deals with the phenomenon of dissensus and its role in social communications. The constructive role of dissensus in the process of communication is proved. First of all it needs to be said that dissensus is not a mere disagreement between communicants or a reason for any communicative conflicts either. Representation of information not as quasi-physical object (as it traditionally is often being represented), but as an event in the context of double contingency, enables the non-evaluative development of the meaning of dissensus in the performative dimension. Thus, communication is not a thing that exist through propositional description, but it is a thing that happens. That's the very different mode of existence, which lies aside from well-determined prognosis and strict management as well. That conception of dissensus is about the principal divergence of languages of discussions. That idea is fundamentally significant for education and especially for the future tendencies of modern university.

Key-words: communication, consensus, dissensus, double contingency, systems theory.

References

1. Karelin V.M.. Double Contingency and “Mystics” of Communication// Humanitarian readings in the RSUH – 2014. Theory and methodology of humanitarian knowledge. Rossiology. Social Functions of humanitarian and social sciences. Humanitarian knowledge and education. – M.: RSUH, 2015. – P. 221–229.
2. Karelin V.M. Rational Mystics of Subject in the Systems Theory (on N. Luhmann’s Double Contingency) // Communicative strategies of information society: Proceedings of VI International scientific and theoretic conference. – Saint-Petersburg.: The Saint Petersburg polytechnic university, 2013. – P. 340–341.
3. Krylov I.A.. Complete Works of I.A. Krylov. V. 3: Fables. Verses. Letters. – M.: State publishing house for belles-lettres, 1946. – 618 p.
4. Luhmann N. Social Systems. Outline of General Theory. – Saint-Petersburg.: Nauka, 2007. – 641 p.
5. Luhmann N. What is Communication? // Journal of sociology. – 1995. – No 3. – P. 114–125.
6. Razinov Ju.A. Banal Lie of Everyday Speech: Gossip and Eloquence // The RSUH bulletin. – 2014. – No 10. – P. 156–163.
7. Ridings B. University in Ruins. – Minsk: BGU, 2009. – 248 p.
8. Habermas J. Moral Consciousness and Communicative Action. – Saint-Petersburg: Nauka, 2000. – 380 p.