

Певнева Инна Владимировна, Фомин А. Г.

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОЯВЛЕНИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ В БЫТОВЫХ СИТУАЦИЯХ КОНФЛИКТА

Статья посвящена особенностям предпочтения коммуникативных стратегий конфронтации, кооперации или нейтралитета в бытовых ситуациях конфликта. Рассмотрены базовые культурно обусловленные причины особенностей американского и русского коммуникативного поведения, нашедшие подтверждения в экспериментальном исследовании.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2008/1-1/44.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2008. № 1 (1): в 2-х ч. Ч. I. С. 135-139. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2008/1-1/

© Издательство "Грамота"

Информацию о том, как опубликовать статью в журнале, можно получить на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: voprosy_phil@gramota.net

«Доктор Живаго» такой когнитивной структурой как сцена, состоящей из трех компонентов: 'молящийся', 'прошения', 'адресат', рассматриваемых нами как концепты-элементы в составе субконцепта 'молитва'; в) графическая компаративная модель номинативного поля субконцепт 'молитва' наглядно иллюстрирует степень несоответствия параметров (глубинной и поверхностной структур) репрезентантов основополагающих компонентов исследуемой когнитивной сцены оригинала и перевода, а именно, в большей степени адаптирована структура концепта-элемента 'адресат' - план содержания репрезентантов передан симметрично на 100%, план выражения - на 50%, что обусловлено наличием исследуемого концепта-элемента в культурах как русского, так и французского и английского народов, тогда как структура концепта-элемента 'молящийся', являющаяся более субъективной в рамках рассматриваемой концептосферы, адаптирована в меньшем объеме: план содержания репрезентантов передан симметрично на французский язык - на 50%, а на английский язык - асимметрично во всех случаях. Из пяти репрезентантов концепта-элемента 'прошение' план выражения передан асимметрично на французский язык во всех случаях, на английский язык он адаптирован симметрично на 20%, тогда как план содержания передан симметрично на французский язык на 80%, а на английский язык - на 40%, что говорит о том, что структура субконцепт 'молитва' изменена в меньшей степени при переводе на французский язык, чем на английский язык и, как следствие, франкоговорящие читатели воспринимают текст менее искаженный, чем англоговорящие.

Список использованной литературы

1. **Алефиренко Н. Ф.** Язык, познание и культура: когнитивно-семиологическая синергетика слова: Монография. - Волгоград: Перемена, 2006.
2. **Арутюнова Н. Д.** От редактора // Логический анализ языка. Истина и истинность в культуре и языке. - М., 1995.
3. **Болдырев Н. Н.** Когнитивная семантика. - Тамбов, 2000.
4. **Карасик В. И.** Религиозный дискурс // Языковая личность: проблемы лингвокультурологии и функциональной семантики. - Волгоград, 1999.
5. **Кубрякова Е. С.** Когнитивные аспекты морфологии // Язык: теория, история, типология: памяти В. Н. Ярцевой. - М., 2000. - С. 22-27.
6. **Петренко В. Ф.** Основы психосемантики: Учеб. пособие. - Смоленск: Изд-во СГУ, 1997.
7. **Пиотровский Р. Г.** Моделирование в лингвистике // Вопросы романского и общего языкознания. - С.-Петербург: РГПУ им. А. И. Герцена, 1998. - С. 86-96.
8. **Попова З. Д. Стернин И. А.** Семантико-когнитивный анализ языка / З. Д. Попова, И. А. Стернин: Монография. - Воронеж: «Истоки», 2006.
9. **Слышкин Г. Г.** Дискурс и концепт (о лингвокультурном подходе к изучению дискурса) // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. - Волгоград, 2000.

Список источников примеров

1. **Пастернак Б. А.** Доктор Живаго: Роман. - М.: «Книжная палата», 1989.
2. **Pasternak B.** Doctor Zhivago. - New York: Pantheon Books, a Division of Random House, 1958.
3. **Pasternak B.** Le docteur Jivago. - P.: Edition Gallimard, 1979.

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОЯВЛЕНИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ В БЫТОВЫХ СИТУАЦИЯХ КОНФЛИКТА

Певнева И. В., Фомин А. Г.
Кемеровский филиал ГОУ ВПО «РГТЭУ»

Статья рекомендована к публикации д.ф.н., проф. Рябовой М. Ю. и к.ф.н., доц. Скорняковой Р. М.

Статья посвящена особенностям предпочтения коммуникативных стратегий конфронтации, кооперации или нейтралитета в бытовых ситуациях конфликта. Рассмотрены базовые культурно обусловленные причины особенностей американского и русского коммуникативного поведения, нашедшие подтверждение в экспериментальном исследовании.

Изучением коммуникативных стратегий занимается множество научных направлений современной науки о языке, а национальные и культурные особенности их проявления являются предметом изучения этнолингвистики, лингвокультурологии и этнопсихоллингвистики. Согласно классификации культур Эдварда Холла, американская культура принадлежит к типу культуры с низким контекстом, поэтому американской коммуникации свойственно стремление получать вербальную реакцию практически во всех сферах [Hall 1990]. Можно утверждать, что принцип позитивности (приветливость и улыбка) является одним из центральных принципов американской коммуникативной культуры: быть открытым, излучать позитивное настроение, доброжелательное отношение к окружающим. Улыбка, несомненно, является ликообразующим элементом американской культуры. В бытовой и профессиональной сферах общения она означает отсутствие агрессивности, заинтересованность в коммуникации, готовность к сотрудничеству, готовность оказать услугу и почтение, преуспевание и удачливость, достойный уровень благосостояния [Токарева 2005]. Улыбка помогает американцам преодолевать трудности и не сдаваться. Девиз «keep smiling» - есть лучшее отражение принципа позитивности американской коммуникации. Образ «лузера», человека-неудачника вызывает не сочувствие, а скорее настороженность, так как неудача считается «заразной». Принцип вежливости и

коммуникации американцев занимает важнейшее место в кодексе общения. Вежливое обращение, не вторжение в личное пространство человека, сохранение «лица» собеседника, отсутствие давления на принятие решений, соблюдение политической корректности - все эти правила зафиксированы в рамках американского кодекса поведения и, соответственно, отражаются в языке.

С целью демонстрации уважения и избегания конфликтности в речи, в англоязычных культурах часто используются стратегии отдаления для подчеркивания взаимного уважения. Языковыми средствами зачастую служат такие конструкции, как: I think, I guess, I suppose, I am afraid. Они помогают избежать категоричности и прямолинейности высказывания. Как справедливо подчеркивает Т. Ларина, прямая просьба, пусть даже с присутствием маркера вежливости «please», будет интерпретирована как команда и может привести к нежелательным коммуникативным последствиям [Ларина 2003: 59].

Таким образом, рассмотренные особенности и ценности национальной американской культуры обуславливают выбор и приоритет коммуникативных стратегий в речевом общении. Так, принцип бесконфликтного общения сводит к **минимуму употребление стратегии речевой агрессии**, стратегия манипулирования возможна, но не приветствуется кодексом поведения, поскольку ставится под угрозу базовая ценность личности («лицоугрожающий акт») и приватность. Принципы позитивности и вежливости способствуют реализациям конструктивных моделей коммуникативного поведения, в частности, **стратегиям компромисса и сотрудничества**. Несмотря на то, что дух соперничества и любовь к успеху может провоцировать конфликтные ситуации, согласно общим принципам американской коммуникации **деструктивная или конфронтационная модель не является желательной и одобряемой**. Принцип индивидуализма и умение действовать самостоятельно зачастую реализуются в коммуникативных **стратегиях отдаления или дистанцирования**.

В отличие от не конфронтационной коммуникативной политики американского общения, **особенностями русской коммуникативной модели** поведения можно назвать стремление к **речевой доминантности** (приоритет стратегии манипулирования, речевой агрессии), **эмоциональности общения** (тактики возмущения, оскорбления, давления, сочувствия, поддержки), **повышенной оценочности** (стратегии речевой агрессии и манипулирования, тактики упрека, критики, совета, требования), **любви к спорным обсуждениям** (склонность к конфронтационным стратегиям в целом). Использование коммуникативного давления представляется нам характерным проявлением особенностей русского коммуникативного поведения. В тактику давления мы включаем следующие наиболее характерные для русской коммуникации тактики: угроза, требование и другие тактики, характерные как для реализации стратегии манипуляции, так и для речевой агрессии в рамках общей деструктивной или конфронтационной стратегии коммуникации. Являясь жесткой тактикой коммуникации, коммуникативное давление не предполагает сохранение «лица» собеседника (face-threatening), навязывание своего приоритета. Кроме того, применение жестких тактик, в частности, тактики давления угрожает самолюбию речевого партнера, вызывает у него отрицательные эмоции. Носителям русской коммуникативной культуры тактика давления свойственна как в вербальной, так и невербальной форме, причем игнорирование правил сохранения коммуникативного баланса при горизонтальной или вертикальной коммуникации (более высокий или равный социальный статус собеседника) не ограничивает выбор вербальных средств воздействия.

В рамках экспериментального исследования были изучены вербальные реакции американских и российских студентов (496 чел.) на рече-ситуативную конфронтационную модель общения в бытовом общении, под которым мы понимаем личностно-ориентированное взаимодействие, в отличие от делового общения, предполагающего социально-ориентированный характер общения [4: 74]. Каждый из предложенных вариантов вербальной реакции соотносится с определенной тактикой в рамках коммуникативных стратегий кооперации, конфронтации и дистанцирования. Полученные данные о распределении вербальных реакций в рамках коммуникативных стратегий представлены на Рис. 1.

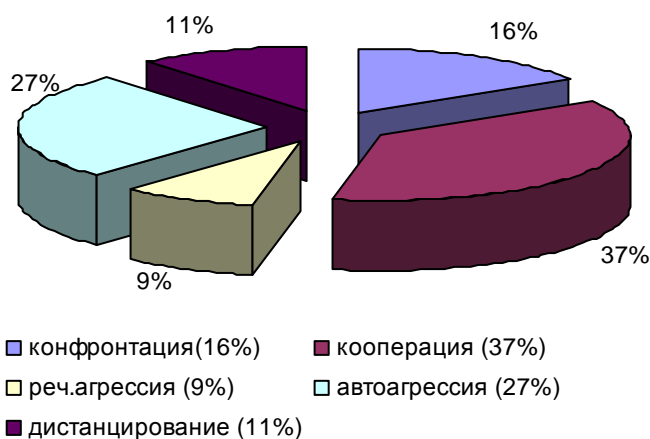


Рис. 1. Коммуникативные стратегии в ситуации бытового конфликта американских студентов

Безусловным приоритетом обладает реализация конструктивной модели общения (37%), ставящей целью учет собственных интересов, а также интересов собеседника. Довольно существенный процент реализации стратегии конфронтации и агрессии (16% и 9%), по нашему мнению, связан с особенностью восприятия правил обслуживания в секторе товаров и услуг. В американской культуре особую ценность представляет качество обслуживания, поэтому представление о низком уровне сервиса неизбежно вызывает негативную эмоциональную реакцию, вербальная репрезентация которой может иметь форму речевой агрессии или иную форму в рамках конфронтационной стратегии коммуникации. Именно по этой причине нежелательная для американской коммуникации стратегия давления может реализовываться в тактиках жалобы или апелляции к власти. Данный тезис находит подтверждение в результатах эксперимента: во всех предложенных рече-ситуативных моделях, касающихся сферы торговли или обслуживания процент использования конфронтационной стратегии довольно высок. Интересно отметить также, что подавляющее большинство американских респондентов, предпочитающих стратегию конфронтации в рамках бытовых конфликтных ситуаций, являются женщины (тактику апелляции к власти использовали более 73 % женщин и лишь 21 % мужчин). Данный факт может быть объяснен повышенной эмоциональностью реакций, свойственной женской природе, а также тем, что женщины отводят особое внимание качеству обслуживания и товаров. К реализации тактики дистанцирования или нейтралитета, по результатам нашего эксперимента, более склонны респонденты мужского пола, так, например, вариант пассивно-нейтральной позиции предпочли 64 % мужчин и более 30 % женщин.

При анализе вербальных реакций в бытовых конфликтных ситуациях был выявлен довольно высокий процент реакций в рамках речевой автоагрессии, под которой мы понимаем разновидность речевой агрессии, направленной не на речевого партнера, а выраженной в самообвинениях или самоупреке. Довольно высокий процент (27 %) использования американскими респондентами вербальных реакций в рамках умеренной автоагрессии в конфликтных ситуациях «человек - предмет» («человек-компьютер», «человек-телевизор» и т.д.) можно объяснить особенностью коммуникации, не предполагающей переадресацию обвинения другим людям в ситуации их отсутствия, принципом не делегирования ответственности, что вполне вписывается в общие американские ценности индивидуализма и принцип позитивности. Кроме того, речевая автоагрессия может быть реализована в конфликтной ситуации «человек-человек», что объясняется большей эмоциональной закрытостью, действиями в рамках принципа вежливости и сохранения чужого «лица», так как любое обвинение собеседника, обоснованное или нет, предполагает степень нарушения личного пространства (privacy) и унижение достоинства партнера по коммуникации.

И. А. Стернин, описывая основные особенности русской коммуникации, отмечает, что кроме высокой общительности и эмоциональности, русским коммуникантам свойственно допущение грубости, причем вне зависимости от категории и особенностей коммуникативной ситуации. Такое общение является проявлением эмоциональности и бескомпромиссности русского человека. Кроме того, в отличие от американского коммуникативного стремления сохранить имидж собеседника, русской коммуникации данное правило не свойственно. В практике русского общения собеседники не дают сохранить «лицо», стараясь оставить проигравшим партнера и торжествовать победу самому [Харченко 2003: 65]. Многие исследователи подчеркивают, что русскому сознанию, сформировавшемуся в советские времена, было свойственно стремление к победе, а не к компромиссу или поиску кооперативного решения. Возможность продемонстрировать свое превосходство (продавца над покупателем, водителя над пассажиром и т.д.) могла выражаться в вербальной грубости, упреках, поучениях или стратегии манипулирования.

Анализ приоритета коммуникативных стратегий российских коммуникантов в конфронтационных ситуациях показал следующие результаты: более 39% опрошенных предпочли реакцию в рамках конструктивной коммуникативной стратегии кооперации; реакцию, соответствующую реализации стратегии конфронтации предпочли более 21% респондентов; реакцию речевой агрессии - 15%; речевое поведение в рамках стратегии нейтралитета или дистанцирования - 15 %; реакции, соответствующие проявлению автоагрессии - 12,5 %; собственные варианты предложили - 22% респондентов. Общее процентное распределение вербальных реакций российских студентов в рамках основных коммуникативных стратегии приведено на Рис 2.

С одной стороны, очевидно изменение сознания современной молодежи в сторону позитивного мышления по сравнению с советским периодом, о чем свидетельствует довольно существенный процент (39%) кооперативных реакций на конфликтные ситуации в бытовом общении. Несомненно, происходящее изменение языкового сознания молодых людей и школьников во многом находится под влиянием американской и европейской культуры. Однако следует отметить высокий уровень применения коммуникативной стратегии конфронтации (21,5%), включающей в себя и любые проявления агрессивного вербального поведения. Интересно, что среди русских респондентов большая склонность к автоагрессии и стратегии нейтралитета выявлена у женщин (в три раза больше, чем у мужчин).

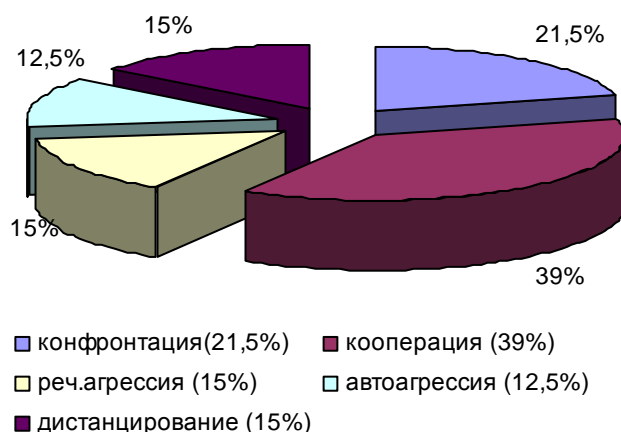


Рис. 2. Коммуникативные стратегии в ситуации бытового конфликта российских студентов

Даже в конфронтационных ситуациях «человек-человек» в сфере обслуживания **русские женщины предпочитают речевое поведение в рамках стратегии нейтралитета** чаще, чем мужчины. Возможно, это объясняется тем, что русские женщины не были избалованы сервисом в сфере товаров и услуг. Значительная доля автоагрессии, превосходящая автоагрессию у мужчин более чем в три раза, может быть связана с большим чувством ответственности, которое испытывает на себе русская женщина (ответственность за себя, семью, детей, мужа, дом и т.д.). Несмотря на то, что средний возраст испытуемых составляет 20 лет, многие российские молодые женщины уже имеют опыт семейной жизни, кроме того, на формирование их сознания и мировоззрения оказывали непосредственное влияние матери, воспитанные в атмосфере советского режима.

Анализируя конфликтные ситуации российского обслуживания, отсутствие клиентоориентированного поведения в сфере товаров и услуг можно назвать одной из конфликтообразующих причин, что проявляется в явной демонстрации усталости, недовольства или подчеркнутой официальности роли [Харченко 2003: 110]. Наличие непрофессионального, а иногда и грубого поведения в ситуациях, связанных с торговлей и обслуживанием, возможно, объясняется еще и привилегированным положением продавца над покупателем (вертикальная коммуникация), сформировавшейся за годы дефицита продуктов и услуг в советской России [Харченко 2003: 138]. Русские коммуниканты проявляют большую терпимость в потенциально конфликтных ситуациях общения, связанных с обслуживанием, чем американцы. Наблюдается довольно низкий процент проявления агрессии у женщин в конфронтационных ситуациях обслуживания. Однако при выборе конфронтационной стратегии **общения русские коммуниканты стремятся, как можно сильнее нанести удар по имиджу «противника»** (face-threatening devices), именно этим объясняются возможные использования инвектив в речи, запугиваний вплоть до физической расправы. Термин «инвектива» понимается в широком значении как любое обличение, резкий выпад в адрес собеседника или оскорбительная речь, возможно с присутствием табуированной лексики. Инвективу в узком смысле можно определить как способ осуществления вербальной агрессии, воспринимаемой в определенной социальной группе, как резкий или табуированный [Желвис 2003: 90]. Несмотря на то, что среди предложенных вариантов вербальных реакций был ответ в рамках конфронтационной стратегии (речевой агрессии или манипулирования), значительное число российских коммуникантов предпочли выбрать собственный вариант ответа в конфликтной ситуации (22%), используя инвективные выражения различной степени жесткости. Так, например, на ситуативную модель о проезжающем мимо автобусе, были предложены следующие варианты вербальных реакций: «Козел!», «Дурак!», «Думаю о том, почему у меня с собой нет камня, который можно в него зашвырнуть», «Громко выругалась бы», «Сматерюсь и кину камень вдогонку», «Вот черт!», «Вот урод!», «Прокляну водителя», «Буду ругаться матом» и др.

Таким образом, проанализировав экспериментальные данные вербальных реакций американских и российских студентов на рече-ситуативные модели конфликта в бытовом дискурсе, можно сделать следующие выводы. У американских коммуникантов в бытовых конфликтных ситуациях возможно обращение к конфликтогенным коммуникативным стратегиям речевой агрессии или давления, если ситуация имеет место в сфере обслуживания, товаров и услуг в ситуации «человек-человек», а также вербальное проявление агрессии или иной формы конфронтационного коммуникативного поведения возможно, если под угрозу ставится личность и достоинство говорящего. Подобные реакции являются ярким языковым проявлением основных культурных и этических принципов американской коммуникации: индивидуализма, сохранения личностного достоинства в рамках прав человека. Однако, приоритет вербальных реакции отдается стратегии кооперации как реализации принципа вежливости и принципа позитивизма. Анализ вербальных предпочтений российских студентов на потенциально конфликтогенные ситуации в сфере бытового общения и сферы услуг позволяет сделать вывод о **существенной дифференциации речевого поведения по гендерному при-**

знаку. Российские молодые женщины склонны к приоритету стратегии кооперации, нейтралитета и автоагрессии как в ситуациях «человек-человек», так и в конфликте «человек-предмет». Молодые люди стремятся к выражению конфронтационной коммуникативной стратегии (в виде грубой вербальной агрессии) в бытовых конфронтационных ситуациях, не скупясь на табуированную лексику и физические угрозы. Проявление конфронтационных коммуникативных стратегий во многом связано с отсутствием в кодексе русского поведения принципа сохранения «лица» собеседника. **В то же время продемонстрирован довольно существенный процент предпочтений в рамках коммуникации конструктивного плана**, что говорит о стремлении к кооперации в общении и позитивному мышлению. Подобная противоречивость русского коммуникативного поведения объясняется стремлением к крайностям, противоречивостью и неоднозначностью русского национального характера.

Список использованной литературы

1. Желвис В. И. Инвектива: объем и дефиниция // Языковое сознание: устоявшееся и спорное. XIV Международный симпозиум по психолингвистике и теории коммуникации: Тезисы докладов / Редактор Е. Ф. Тарасов. - М., 2003. - С. 90.
2. Ларина Т. В. Категория вежливости в английской и русской коммуникативных культурах: Монография. - М.: Изд-во РУДН, 2003. - 315 с.
3. Токарева М. А. Улыбка в русской и западной культурах. Сравнение двух моделей поведения // Россия и Запад: диалог культур: Сборник статей 11 международной конференции. - М., 2005. - Выпуск 13. - Ч. II. - С. 292-301.
4. Харченко Е. В. Модели речевого поведения в профессиональном общении. - Челябинск: Издательство ЮУрГУ, 2003. - С. 336.
5. Hall Edward Twitchel. Understanding Cultural Differences: Germans, French and Americans. - Intercultural Press, 1990. - 208 p.

СПЕЦИФИКА ЭМОЦИЙ КАК ВИДА КОГНИТИВНЫХ СОСТОЯНИЙ

Подлесова О. А.

Самарский государственный технический университет

Статья рекомендована к публикации д.ф.н., проф. Савицким В. М. и к.ф.н., доц. Филоненко Т. А.

В статье исследуется специфика эмоций как вида когнитивных состояний; проводится граница между эмоциональными, интенциональными и эпистемическими состояниями.

В рамках данной статьи не представляется возможным рассмотреть эмоции во всем многообразии их аспектов. В соответствии с ее темой мы ограничимся анализом когнитивного аспекта эмоциональных состояний.

По А. Т. Ишмуратову [1987], человеческая личность включает в себя интенциональную сферу (сферу желаний, стремлений, намерений), рациональную сферу (сферу мышления) и эмоциональную сферу (сферу чувств, эмоций, аффектов, страстей, настроений и т. п.). «Ядром» личности является первая из вышеперечисленных сфер, называемая также интенционалом. Содержанием желаний являются ценности, а содержанием намерений - цели. Мышление, с одной стороны, и переживания, с другой, в той или иной мере определяются содержанием интенционала личности.

Все три упомянутые сферы связаны с отражением действительности, которое составляет их когнитивный аспект. Таким образом, когнитивный мир личности имеет интенциональную, эмоциональную и рациональную грани. Нас в первую очередь интересует когнитивное содержание эмоций.

Чувства определяются с когнитивных позиций как «устойчивые... психические образования (структуры, схемы), которые характеризуются прежде всего содержанием (любовь к Родине, привязанность к домашнему очагу, боязнь воды), то есть могут быть представлены как описания» [Ишмуратов 1987: 53]. Эмоции же суть «проявления чувств в определенных ситуациях» [там же: 54]. Возникновение той или иной эмоции определяется соответствующим чувством, а также «когнитивным окружением» субъекта эмоции. Итак, эмоции возникают в определенных ситуациях и детерминируются их структурой. Эта структура и есть когнитивное содержание эмоции, подлежащее анализу и описанию. Так, страх возникает в ситуации, в которой субъект прогнозирует высокую вероятность ущерба для себя или близких ему людей (в последнем случае говорят, что человек боится ЗА кого-то).

А. Т. Ишмуратов называет проявления эмоций *эмотивными событиями*, подразумевая под событиями все то, что длится во времени. Мы, однако, предпочитаем использовать наименование *эмоциональные состояния*, как более употребительные.

Эмоции тесно связаны с желаниями, содержанием которых являются ценности. Этим обусловлено фундаментальное деление эмоций на положительные и отрицательные. Если воспринимаемое субъектом положение дел совпадает с содержанием его интенции, он испытывает положительную эмоцию. Например, если желание быть вместе с любимым человеком наконец-то осуществляется, субъект испытывает радость. Если же наблюдаемое положение дел рассогласовано с содержанием интенции, субъект переживает отрицательную эмоцию. Например, если некто хочет быть вместе с любимым человеком, но вынужден с ним расстаться, он испытывает огорчение.