

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ В КОНФРОНТАЦИОННЫХ СИТУАЦИЯХ ОБЩЕНИЯ

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

Ключевые слова: коммуникативное поведение; конфликт; конфронтационное общение.

Изучением особенностей коммуникации занимается множество научных направлений современной науки о языке. Культурные и национальные особенности коммуникации представляют интерес для этнолингвистики и этнокультурологии. Рассматривая национальные характеристики общения, можно утверждать, что принцип позитивности является одним из центральных принципов американской коммуникативной культуры [1]. Вежливое обращение, невторжение 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. 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 ставит под угрозу базовую ценность личности («ликоугрожающий акт») и приватность. Принципы позитивности и вежливости способствуют реализациям конструктивных моделей коммуникативного поведения, в частности стратегиям компромисса и сотрудничества. Принцип индивидуализма и умение действовать самостоятельно часто реализуются в коммуникативных стратегиях отдаления или дистанцирования.

В отличие от неконфронтационной коммуникативной политики американского общения, к особенностям русской коммуникативной модели поведения можно отнести: стремление к речевой доминантности (приоритет стратегии манипулирования, речевой агрессии); эмоциональность общения (тактики возмущения, оскорбления, давления, сочувствия, поддержки); повышенную оценочность (стратегии речевой агрессии и манипулирования, тактики упрека, критики, совета, требования); любовь к спорным обсуждениям (склонность к конфронтационным стратегиям в целом). Носителям русской коммуникативной культуры тактика давления свойственна как в вербальной, так и в невербальной форме, причем игнорирование правил сохранения коммуникативного баланса при горизонтальной или вертикальной коммуникации не ограничивает выбор вербальных средств воздействия.

Нами были изучены вербальные реакции на речеситуативные модели в конфронтационной коммуникации американских студентов (г. Лок-Хейвен, США) и представителей российской молодежи (студентов государственных высших учебных заведений г. Кемерово) в бытовом общении, под которым мы понимаем лично-ориентированное взаимодействие, в отличие от делового общения, предполагающего социально-ориентированный характер общения [2. С. 74]. Общее

количество респондентов – 498 человек. Результат анкетирования мы подвергли математической обработке, а для доказательства достоверности результатов исследования использовали статистический критерий углового преобразования Фишера.

Каждый из предложенных вариантов вербальной реакции мы соотнесли с определенной тактикой в рамках коммуникативных стратегий кооперации, конфронтации или нейтралитета. Полученные данные о распределении вербальных реакций американских респондентов представлены на рис. 1.

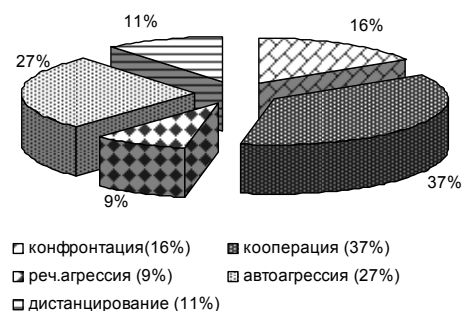


Рис. 1. Коммуникативные стратегии в ситуации бытового конфликта американских студентов

Безусловным приоритетом обладает реализация конструктивной модели общения (37%), ставящая 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 речеситуативных 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, – 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 американские 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. 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 недеlegation ответственности, что вполне вписывается в общие американские ценности индивидуализма и принцип позитивности.

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%; реакцию, соответствующую проявлению автоагрессии, – 12,5% и собственные варианты предложили 22% респондентов. Общее процентное распределение вербальных реакций российских студентов в рамках основных коммуникативных стратегий приведено на рис. 2.

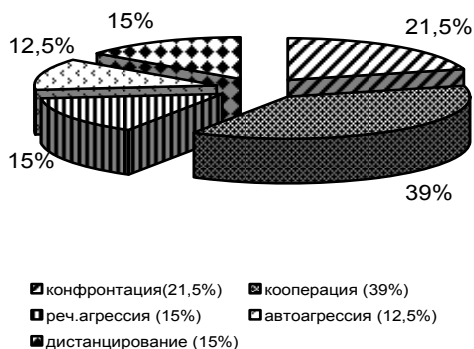


Рис. 2. Коммуникативные стратегии в ситуации бытового конфликта российских студентов

Интересно отметить, что среди русских респондентов большая склонность к автоагрессии и стратегии дистанцирования выявлена у женщин (в три раза больше, чем у мужчин). 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 может быть связана с чувством ответственности, которое испытывает на себе женщина (семья, дом и т.д.).

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», именно этим объясняется возможное использование инвектив в речи, запугиваний. 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.

Проанализировав экспериментальные данные вербальных реакций американских и российских студентов на речеситуативные 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». Вербальное проявление агрессии или иной формы конфронтационного коммуникативного поведения возможно, если под угрозу ставятся личность и достоинство говорящего. Подобные реакции являются ярким языковым проявлением основных культурных и этических принципов американской коммуникации: индивидуализма, сохранения личного достоинства в рамках прав человека. Однако приоритет вербальных реакций отдается стратегии кооперации как реализации принципов вежливости и 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 признаку. 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 показан 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, спецификой русского национального характера.

ЛИТЕРАТУРА

1. Токарева М.А. Улыбка в русской и западной культурах. Сравнение двух моделей поведения // Россия и Запад: диалог культур: Сб. ст. 11-й междунар. конф. М., 2005. Вып. 13, ч. II. С. 292–301.
2. Харченко Е.В. Модели речевого поведения в профессиональном общении. Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2003. 336 с.

Статья представлена научной редакцией «Филология» 26 октября 2008 г.