

УДК 159:371.15

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.psych.2022.1.3>**Леонід ВЕЛИТЧЕНКО**

доктор психологічних наук, професор,  
професор кафедри сімейної і спеціальної педагогіки та психології,  
ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського»,  
вул. Старопортофранківська, 26, м. Одеса, Україна, 65020  
ORCID: 0000-0003-2077-3898

**Сюй БОЛУНЬ**

аспірант кафедри сімейної і спеціальної педагогіки та психології,  
ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського»,  
вул. Старопортофранківська, 26, м. Одеса, Україна, 65020  
ORCID: 0000-0001-8041-6222

**Leonid VELITCHENKO**

Doctor of Psychological Sciences, Professor,  
Professor at the Department of Family and Special Pedagogy and Psychology,  
South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky,  
26 Staroportofrankivska str., Odesa, Ukraine, 65020  
ORCID: 0000-0003-2077-3898

**Xu BOLUN**

Postgraduate Student at the Department of Family and Special Pedagogy and Psychology,  
South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky,  
26 Staroportofrankivska str., Odesa, Ukraine, 65020  
ORCID: 0000-0001-8041-6222

## АТРИБУТИВНА ПОВЕДІНКА ОСОБИСТОСТІ ЯК ФЕНОМЕН КОМУНІКАТИВНИХ ВЗАЄМИН І ЇЇ ДЕСКРИПТИВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ

## ATTRIBUTIVE BEHAVIOR OF PERSONALITY AS A PHENOMENON OF COMMUNICATIVE RELATIONSHIP AND ITS DESCRIPTIVE CHARACTERISTICS

*Стверджується, що атрибутивна поведінка має комунікативну природу, відповідно до якої комунікатори вибудовують свої дії відповідно з огляду на моделювання ситуації з урахуванням їхнього уявлення про особистість інших учасників. Кожен з учасників враховує особливості свого уявлення про іншого на основі уявного проникнення в його внутрішній світ: Ступінь збігу уявлення про міру відповідності бажаного розвитку подій з фактичним їх перебігом спричиняє виникнення у комунікантів асоціативних/дисоціативних психічних станів, які розглядаються в термінах єдності ставлення до іншого і вираження цього ставлення у відповідних комунікативних діях. Розгляд комунікації як процесу, регульованого комунікаторами на основі суб'єктивного трактування того, що відбувається, і того, що відрізняється певною мірою від об'єктивно даного, дозволив назвати таку поведінку атрибутивною поведінкою. Оскільки поведінкова активність не є простим обмінюванням діями в контексті об'єктивної логіки ситуації, остільки вся поведінка є, по суті справи, експлікацією внутрішнього плану, утвореного під впливом власних тактичних ходів і спроб розгадати такі ж у партнера за рахунок звернення до інтуїтивного домислення причин прийняття того чи іншого рішення. У статті розглянуто дескриптивні характеристики атрибутивної поведінки, що ґрунтуються на ознаці асоціативності/дисоціативності, які утворюють комунікативні задачі: а) асоціативного плану, де контекстуальною ознакою є ознаки конвенціоналізації, конформності, афіліації, вибачливого ставлення, певної боязкості у вираженні; б) дисоціативного плану, яким притаманні прояви відстороненості, протестності, парадоксальності, нонконформності, квазі-нонконформності, сугестивності, викривальності. Стимулом атрибутивної активності є уважність комунікатора до висловлювань.*

**Ключові слова:** атрибуція, атрибутивна поведінка, атрибутивний акт, атрибутивна дія, комунікація, взаємодія.

*It is argued that attributive behavior has a communicative nature, according to which communicators build their actions in accordance with the simulation of the situation, taking into account their perception of the identity of*

other participants. Each of the participants takes into account the peculiarities of their perception of the other on the basis of imaginary penetration into his inner world. The degree of coincidence of the idea of the correspondence of the desired development of events with their actual course causes the emergence of communicators associative / dissociative mental states, which are considered in terms of unity of attitude to another and the expression of this attitude in relevant communicative actions. Consideration of communication as a process regulated by communicators on the basis of subjective interpretation of what is happening and what differs to some extent from the objectively given, allowed to call such behavior attributive behavior. Since behavioral activity is not a simple exchange of actions in the context of the objective logic of the situation, so all behavior is, in fact, an explication of the internal plan, formed under the influence of their own tactical moves and attempts to solve the same partner by resorting to intuitive thinking about the reasons for making a decision. The article considers the descriptive characteristics of attributive behavior based on the sign of associativity / dissociativeness, which form communicative tasks: a) associative plan, where the contextual feature is the signs of conventionalization, conformity, affiliation, forgiveness, a certain timidity in expression; b) dissociative plan, which is characterized by manifestations of alienation, protest, paradoxicality, nonconformity, quasi-nonconformity, suggestiveness, exposing. The stimulus of attributive activity is the communicator's attentiveness to statements.

**Key words:** attribution, attributive behavior, attributive act, attributive action, communication, interaction.

**Постановка проблеми.** Проблема атрибуції, в якій, як правило, розрізняють особистісну та ситуативну причинність (Ф. Heider, 1958; Н.Н. Kelley, 1967; G. Fletcher, J. Fitness, 2014), представлена наразі досить великим переліком досліджень, пов'язаних із розглядом, зокрема, таких явищ, як відповідальність за успіхи чи невдачу (В.С. Агеев, 1982; Гулевич О.О., 2008; О.І. Погорелова, 2013), упередженість (Т. Нельсон, 2003; Л.Ю.Олександрова, 2011), міжособистісне сприйняття (Г.М. Андреева, 1979), стиль атрибуції (М.О. Батурін, Д.О. Цирінг, 2000), мотивація діяльності (М.М. Далгатов, 2006; Х. Хекгаузен, 2003; В. Weiner, 1995, 2000) і поведінки (Р. Франкін, 2003), особистісні якості (В.О. Дмитрієва, 2007), значущість (С.В. Зоріна, 2011), прийняття рішень (О.І. Мойсеєв, 2009), соціальне пізнання (А.А. Налчаджян, 2006), емоційні стани (В. Weiner, 1985), створення іміджу іншого (А.М. Онучин, 2000), соціальний статус (М.В. Анісімова, М.С. Нафанаїлова, 2012), локус контролю (О.П. Белинская, О.О. Тихомандрицька, 2009), депресія (М. Селігман, 2006, 2010).

Явища атрибутивного плану є предметом розгляду цілого ряду теорій і концепцій. У теорії кореспондуючого висновку (Е. Джонс, К. Девіс) вважається, що комунікатор пов'язує поведінку інших з їхніми особистісними характеристиками, вбачаючи в кожному поведінковому акті дію певного особистісного механізму. У коваріаційній моделі атрибуції, запропонованій Х. Келлі, основне смислове навантаження припадає на поняття джерела вихідної інформації – об'єднання в каузальній структурі або декількох ймовірних причин (коваріація), або різних рівневих градацій однієї ймовірної причини (конфігурація). У теорії самосприйняття Д. Бема відправною точкою є уявлення про принципову подібність сприйняття іншої людини і самосприйняття, в результаті чого судження про

іншу людину виносяться не на основі аналізу її психологічних якостей, а на основі її поведінкових особливостей [4].

**Постановка завдання.** Вихідним у наших міркуваннях про атрибутивну поведінку є уявлення про її комунікативну природу, де учасники комунікацій, як правило, вибудовують свої дії відповідно до того, як вони сприймають, оцінюють і моделюють ситуацію з урахуванням їхнього уявлення про особистість інших учасників. Сказане означає, що кожен з учасників не може не прогнозувати поведінку іншого, не враховуючи при цьому особливості свого уявлення про нього. Суб'єктивний образ іншого є наслідком уявного проникнення в його внутрішній світ, в зв'язку з чим, власне, і вибудовується ланцюжок комунікативних дій, кожна з яких ґрунтується на розумінні їх міжособистісного контексту в цілому і кожного моменту окремо.

Якщо виходити з такого трактування комунікації, то напрошується судження про те, що в будь-який момент часу кожен з учасників відстежує розвиток ситуації, ґрунтуючись на зіставленні об'єктивно даного і суб'єктивно передбачуваного, в зв'язку з чим ситуація розпадається як би на дві в деякій мірі подібні, але тим не менше різні ситуації – реальну і уявлювану. Ступінь їх збігу є основою виникнення комунікативного стану, що має ознаку асоціації (об'єднання) і дисоціації (роз'єднання) комунікантів в контексті комунікативних відносин.

**Мета статті** полягає в розробці вихідних положень, необхідних для формулювання висновку про атрибутивну поведінку як наслідок постійних атрибутивних дій у комунікативних ситуаціях в умовах різного співвідношення ставлення до іншого комуніканта та його комунікативного вираження.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Якщо міркувати в термінах концепції В.М. Мясіщева про спілкування як єдність ставлення і вираження, то зазначені комуні-

кативні стани можуть бути представлені як ставлення та відповідні ним взаємовідносини, засновані на індивідуальних системах цінностей, які є точкою відліку для оціночних суджень про поведінку іншого як наслідок тих чи інших суб'єктивних детермінант. Як би там не було, поведінка як «взаємодія з навколишнім середовищем, опосередкована їхньою зовнішньою (руховою) і внутрішньою (психічною) активністю» [3, с. 276], завжди здійснюється відповідно до її суб'єктивних регуляторів.

Оскільки будь-який поведінковий акт пов'язаний з розумінням ситуації в цілому і її окремих значущих частин на підставі їх зіставлення з її логічним суб'єктом (про що йдеться?) і логічним предикатом (що говорить?), оскільки поведінка як зовнішня активність індивіда є продовженням процесу розуміння ситуації, що передбачає «ясне «бачення» причинно-наслідкових зв'язків, коли раніше механічно перераховувані факти об'єднуються в єдину логічну систему» [3, с. 284].

У руслі міркування про розуміння як основний суб'єктивний механізм поведінкового акту і поведінки в цілому, і вбачаючи певну процесуальну схожість з явищем атрибуції (приписування), теж виконуваним як визначення причинно-наслідкових зв'язків, приходимо до висновку про можливість назвати поведінку, засновану не стільки на відображенні об'єктивних обставин, скільки на їх суб'єктивному тлумаченні, атрибутивною поведінкою.

Якщо до сказаного додати, що «до психологічних механізмів розуміння людини відносяться ідентифікація, проекція, соціальна перцепція <...>, емпатія, інсайт, інтуїція, каузальна атрибуція <...>» [3, с. 284], а в розумінні як такому вбачати дотримання необхідності визначення причинно-наслідкових відношень, то ми повинні визнати, що відповідь на питання про регулятивну основу поведінки слід шукати в її конкретній прив'язці до безпосередніх суб'єктивних явищ.

У нашій концепції особистості і діяльності ми розглядаємо їх як безпосередню конкретизацію суб'єкта, що розуміється нами як осередок базальних (організмічних), суб'єкт-суб'єктивних (особистісних) і суб'єкт-об'єктивних (діяльнісних) функцій. Якщо вважати суб'єктивність особистості вихідним моментом в саморегуляції поведінки, то звернувшись до питання про структуру і функції саморегуляції (мета активності, модель умов, програма дій, інформація про результати, оцінка результатів, корекція) [3, с. 352], ми можемо сподіватися на отримання відповіді на поставлене

питання про особливості атрибутивної поведінки, враховуючи при цьому, що вона реалізується в індивідуальній формі, залежить від особливостей нервової діяльності та особистісних якостей індивіда [3, с. 352].

На підставі сказаного ми можемо вважати, що атрибутивний акт як частина розуміння в складі саморегуляційної системи має всі її компоненти. І тому ми можемо говорити про мету атрибутування, про моделювання умов, програму, результати, оцінки та корекції результатів. Це означає, що в атрибутивному акті як частині атрибутивної поведінки присутні постановка мети, пов'язаної, як правило, з пошуком відповіді на питання про причинно-наслідкові зв'язки в конкретній частині ситуації, що мають безпосереднє відношення до конкретного комуніканта, відповідь на який міститься в суб'єктивних припущеннях кожного з учасників в залежності від ступеня розвиненості їхнього аналітичного мислення.

У цілі як усвідомленому образі передбачуваного результату [3, с. 440], якщо говорити про атрибутивний акт, міститься, як ми вважаємо, відповідь на питання, сформульоване безпосереднім моментом комунікації в «тепер і тут». Якщо брати моделювання умов, то цей компонент саморегуляції постає як передбачувана відповідь на питання про те, в якому випадку може проявитися передбачувана (атрибутована) якість. Програма містить перевірені дії, спрямовані на з'ясування дійсної ймовірності передбачуваного результату, потенційні перевірені дії і так далі.

Беручи до уваги дані міркування, ми можемо судити про ступінь складності того ментального акту, який позначається терміном «атрибуція» – «основний механізм соціального сприйняття, що дозволяє включати сприймані об'єкти в смислову систему» [3, с. 30]. Вважаємо, що саме смислова система особистості, включена в загальну конфігурацію її поведінкової активності, яка розуміється як взаємодія з різними проявами соціального середовища, є вихідною ментальною основою, в межах якої формується вибір мети, що є в даному контексті міркувань нічим іншим, як можливим логічним предикатом до логічного суб'єкта ситуації.

Дане зауваження, будучи додатковою структуральною вказівкою на процесуальні особливості атрибутивного акту, дозволяє розглядати будь-який поведінковий акт як деяке дискретне інтерактивне явище, існування якого дає можливість трактувати поведінку як цільову послідовність саморегулятивних поведінкових актів. Кожен з цих актів підпорядкований з'ясуванню міри їх значущості

для вирішення основного завдання комунікативної ситуації, що розглядається індивідом в термінах її логічного суб'єкта.

У міру розкриття змісту логічних предикатів, що змінюють один одного, за рахунок виявлення предикатів другого, третього і т. ін. порядків, настає момент інсайту – «розуміння істотних відношень і структури ситуації в цілому» [3, с. 139], в результаті чого попередні «розуміння» піддаються зворотному переосмисленню і т. ін.

Якщо розглядати сказане тільки як ментальне явище, що відбувається стосовно тієї чи іншої ситуації, то, природно, акцент повинен був би зроблений на змісті ситуації, представленій як задача, що підлягає розв'язанню за рахунок її переформулювання, довізначення, пошуку адекватного способу [3, с. 119]. Однак, ситуація, будучи позаположною по відношенню до діючих осіб [3, с. 364], і такою, яка створює передумови до її перетворення [3, с. 364], переводить ментальну (розумову) задачу в площину поведінкової задачі. Переформулювання, визначення та інше відбувається поточним чином в реальному поточному часі, що, природно, іноді не застраховано від небажаних результатів.

Сказане означає, що явище атрибуції, розглянутої порізно в контекстах соціальної перцепції (сприйняття, розуміння й оцінка людьми соціальних об'єктів [3, с. 273]) і соціальної (інтерактивної) поведінки (взаємовідношення (взаємодія), визначається груповими нормами, ціннісними орієнтаціями, рольовими приписами [3, с. 276]), не може не проявляти специфічних ознак, зумовлених специфікою перцепції та поведінки відповідно до їх системних ознак.

Це означає, що атрибутування певною мірою залежить не тільки від особистісних властивостей індивіда і його індивідуальної смислової системи, але і від того, як і наскільки вони відповідають зовнішньому поведінковому антуражу соціумної обстановки.

Це судження підводить нас до думки про те, що поведінкова активність індивіда взагалі не існує в чистому вигляді як просте обмінювання діями в контексті об'єктивної логіки ситуації. У ній присутнє, як ми вважаємо, постійне придумування (додумування) дій партнера, що включає в тому числі і варіанти власних відповідей в кожному конкретному випадку. Якщо це так, то вся поведінка є, по суті справи, експлікацією внутрішнього плану, утвореного під впливом власних тактичних ходів і спроб розгадати такі ж у партнера. Моменти розгадування не можуть бути вільними від спроб проникнення в думки

іншого за рахунок звернення до інтуїтивного домислення причин прийняття того чи іншого рішення.

Міркуючи так, ми не можемо не прийти до висновку про те, що реальна поведінка є, в основному, поведінкою, заснованою на результатах власних інтерпретацій і припущень. Помітивши якусь ознаку, індивід за цією ознакою відносить партнера до того чи іншого типу, визначивши який він вже створює його відповідний ментальний образ і ставиться до нього як до людини, що володіє всім набором якостей, властивих даному типу. Говорячи іншими словами, одна помічена ознака перетворюється на багатоаспектний образ з багатьма іншими ознаками, притаманними збиральному (стереотипному) образу, який як би певною мірою нав'язує комуніканту спосіб поведінки, як нібито він має справу з реально існуючою людиною.

Природно, інший комунікант, відчувши на собі таке ставлення і виявляючи невідповідність власних намірів, установок, стилістики поведінки зазначеним обставинам, робить належні комунікативні дії з тим, щоб направити розвиток ситуації в бажане русло, звертаючись до пошуку додаткових ознак в партнері і так далі, що перетворює комунікативну поведінку на поведінку, здійснювану на стику обопільних атрибуцій, тобто на атрибутивну поведінку.

Вважаючи початок будь-якої комунікації не тільки у ставленні до іншого, найчастіше в позитивному, ніж негативному, але і в самоставленні, що виникає у відповідь як на власну самооцінку взагалі, так і в порівнянні з іншим в даній ситуації (я > він, я < він, я = він), ми вбачаємо на початку кожного комунікативного акту присутність певного оцінювання іншого на підставі особливостей його габітуса, що розуміється як «система диспозицій, що породжує і структурує практику агента і його уявлення» [2], проникаючи тим самим в простір його суб'єктивної реальності. Говорячи іншими словами, суб'єктивна реальність кожного з комунікантів у спілкуванні взаємно відкрита не стільки за рахунок індивідуальної самопрезентації, скільки в результаті атрибутивної розшифровки ознак соціальної перцепції.

Якщо в наших міркуваннях про атрибутивну поведінку взяти за точку відліку суб'єктивно-оцінне ставлення індивіда до дійсності, що розуміється як «інтеріоризований досвід взаємин <...> з іншими людьми в умовах соціального оточення» [3, с. 258], то, природно, на перший план вийде строгий поділ ставлення на позитивне і негативне. Різні

варіанти позитивного / негативного ставлення створюють відповідну атмосферу взаєморозуміння / нерозуміння і асоціативної / дисоціативної поведінки [див. 1, с. 180].

Природно вважати, що при позитивному ставленні інша людина сприймається як носій позитивних якостей, і навпаки. Однак, цілком закономірним є питання про причину позитивного ставлення, відповідь на яке передбачає вказівку на соціальну перцепцію як причину позитивного оцінювання. Інакше кажучи, особа, що сприймає, перебуваючи під сугестивним впливом первинного перцептивного враження, формує у себе подумки вторинне враження, що поширюється і на вихідний образ, і на його суб'єктивне тлумачення в подальшому, що, власне, і становить сутність розуміння суб'єктивної реальності іншого.

Однак, «інтеріоризований досвід взаємин» цілком виразно відсилає комунікатора до використання соціально схвалюваного «коду» з метою маскування свого негативного ставлення, що, хоча і згладжує загальне враження про комунікації, але тим не менш не забезпечує достатнього рівня взаєморозуміння, залишаючи місце для відповідних спроб проникнути в підтекст формулювань іншого учасника. В даному випадку ми можемо говорити про атрибутивну поведінку з використанням формул етикетного спілкування, де кожен з комунікантів намагається розгледіти їх прихований сенс, ґрунтуючись на атрибутивній розшифровці не тільки фраз, але і їх паралінгвістичного і екстралінгвістичного супроводу.

Якщо взяти випадок, коли один з комунікантів позитивно ставиться до іншого і висловлює це ставлення в комунікативних діях, а інший, хоча і в деякій мірі негативно налаштований, але тим не менше нічим не виявляє цього, маскуючи це в мові і пантоміміці, то атрибутивна поведінка набуває вже інші риси з боку обох комунікантів. Спільною рисою такої комунікативної дії є прагнення до встановлення атмосфери взаємної толерантності – перший підлаштовується під другого, хоча і кілька відчуваючи негатив, що виходить від нього, за інтонацією мімікою, фразеології і т. ін. Другий змушує себе демонструвати позитивне ставлення, навмисно акцентуючи відповідні способи вираження, спостерігаючи при цьому за тим, як вони сприймаються співрозмовником.

Якщо говорити іншими словами, перший не може не ставиться до іншого не інакше, як позитивно, при цьому віддаючи собі звіт в тому, що його, просто кажучи, не люблять априорі. Тому кожне слово і кожний комунікативний рух інтерпретується ним в руслі

вихідного знання про це ставлення. Основним прагненням обох комунікантів є досягнення деякої комунікативної рівноваги, коли позитивне ставлення і вираження одного супроводжується ще й толерантністю щодо негативного ставлення іншого, задовольняючись тим, що той не виявляє цього зовні.

Вважаємо, що наявність хоча б у одного з учасників позитивної установки на комунікацію, викликаній потребою в афіліативних взаємовідносинах з іншим, і її відповідний вираз є суттєвою передумовою для відповідних квазі-позитивних реакцій, хоча і заснованих на приховуванні дійсного ставлення.

Попутно замітимо, що атрибутивна поведінка в даній діаді визначається загальною комунікативною установкою на позитивні інтерактивні взаємовідносини, що як ціле відповідно впливає і на окремі атрибутивні акти.

Розглядаючи таку установку як вихідну основу атрибутивної поведінки, що спирається на передбачуване розуміння причин поведінки іншого в руслі власного трактування діадних обставин в системі «людина – людина», ми отримуємо можливість стверджувати про існування деякого гіпотетичного простору, розташованого в комунікації між полюсами «добре / подобається» і «погано/ не подобається», що визначає ступінь взаємовідповідності їхніх суб'єктивних реальностей в психологічному конструкті «асоційованість/дисоційованість», що розуміється як об'єднаність спільною комунікативною атмосферою в першому випадку і її відсутність у другому.

Це означає, що, опиняючись в іншій комунікативній діаді, індивід проявляє вже інші атрибутивні установки по відношенню до іншого в силу різної розстановки ставлення і його вираження, здійснюючи при цьому інші атрибутивні дії.

Кожен раз, слухаючи іншого комунікатора, він вносить ментальну поправку в сенс його судження, враховуючи модальність ставлення – ступінь позитивності/негативності свого ставлення до нього. Свої ж судження він оформляє не стільки як вираз істинного ставлення до співрозмовника, стільки як його маскування з навмисним акцентуванням зворотного. Залежно від ступеня успішності такого маскування йому або вірять, або не вірять. І тоді факт невіри перетворюється на стимул, що спонукає людину до повторної перевірки за рахунок використання додаткових ознак, що підтверджують чи не підтверджують правильність припущення.

У разі начебто підтвердження виконуються комунікативні дії, відповідні розшифрованому

припущенню. Кінцевий результат обміну такими атрибутивними діями визначається все ж не самими діями, взятими в самостійному значенні, скільки вихідними комунікативними установками, представленими в парадигмі «ставлення – вираження».

Якщо виходити з ідеї асоційованості в комунікації, заснованої на апріорному прагненні комунікантів до отримання шуканого результату, то можна думати про можливе існування такого співвідношення ставлення і вираження, коли один з них стримує свої негативні реакції, побоюючись негативних наслідків для себе, ставлячись при цьому негативно до іншого за те, що той негативно і ставиться до нього, і висловлює це на ділі.

Можна припускати також можливість асоціативної комунікації, коли один з комунікантів висловлює своє позитивне ставлення до іншого, не дивлячись на погане ставлення до нього і його вираження з боку іншого комуніканта.

Вважаємо за можливе стверджувати про системотвірне значення вихідної установки на асоціативні взаємовідносини, присутньої у обох комунікаторів або хоча б у одного з них при наявності з його боку зусиль, що вживаються для досягнення спільного позитивного результату.

Відсутність такої установки у комунікаторів заважає отриманню спільного результату. Воно пов'язане з можливістю таких комунікативних варіантів, коли:

а) незважаючи на обопільне позитивне ставлення комунікатори уникають застосувати його позитивне вираження (відсторонено-дисоційована взаємодія); б) відсутність вираження позитивного ставлення розпізнається іншим комунікатором як негативне; в) комунікатор не приховує свого негативного ставлення до іншого, що викликає у нього негативні дії у відповідь при наявності у нього позитивного ставлення до першого (парадоксально-дисоційована взаємодія); г) зведений у принцип негативізм одного протиставляється позитивному ставленню і вираженню іншого (нонконформно-дисоційована взаємодія); д) позитивне ставлення до іншого приховується і замінюється на негативне вираження під впливом якихось негативних причин (квазінонконформно-дисоційована взаємодія); е) маскуванню одним комунікатором щирого ставлення до іншого, яке здійснює на нього сугестивний вплив, відповідно до якого він починає негативно ставитись до першого, але ж продовжуючи виражати позитивне ставлення (сугестивно-дисоційована взаємодія); є) один комунікант незадоволений вербаль-

ною поведінкою іншого з метою покращити власний імідж, що провокує у першого відповідну реакцію (викриваюче-дисоційована взаємодія); ж) один комунікант негативно реагує на невміння або небажання виражати позитивне ставлення до себе з боку іншого, що все ж таки не призводить до негативних наслідків в інтеракціях (конформно-дисоційована взаємодія).

Виходячи з уявлення про значення вихідної установки кожного з комунікаторів на конкретну ситуаційну даність в плані отримання деякого результату, що передбачає участь іншого, ми маємо повне право стверджувати про те, що саме врахування кожним з учасників вимог цієї умови є запорукою отримання шуканого, що, власне, і створює спільну асоціативну установку в комунікації.

Однак, це можливо за умови, якщо обидві сторони бажають результату, що влаштовує їх обох. В даному випадку від учасників очікується прояв розсудливості, що спирається на загальний і соціальний інтелект. На жаль, практика часто показує зворотне, де кожна зі сторін відмовляється від компромісного рішення, наполягаючи на своєму варіанті розв'язання ситуації, переслідуючи тільки свої власні інтереси.

Поки не вдаючись в подробиці процесу формування атрибутивного стилю, звернемося до поняття комунікативної задачі, найбільш загальною ознакою якої в даному випадку є прийняття або неприйняття її до розв'язання одним або обома комунікантами («задача стає логіко-психологічною категорією, коли вона пред'являється іншому суб'єкту і приймається ним до розв'язання» [3, с. 119]).

Якщо взяти за основу ідею асоціативності в комунікації, то можна назвати наступні варіанти комунікативних задач в залежності від співвідношення вихідного відношення і його вираження: а) асоційовані (обопільно асоційована, конвенційно-асоційована, конформно-асоційована, афіліативно-асоційована, вибачливо-асоційована, боязко-асоційована, парадоксально-асоційована); б) дисоційовані (відсторонено-дисоційована, протестно-дисоційована, парадоксально-дисоційована, нонконформно-дисоційована, квазінонконформно-дисоційована, сугестивно-дисоційована, викриваюче-дисоційована, конформно-дисоційована).

Контекстуальні особливості комунікативних задач, отриманих на основі зіставлення позитивних і негативних варіантів ставлення і вираження в обох комунікантів, ми вбачаємо в першій частині наведених назв. Якщо взяти комунікативні задачі асоціативного плану, то

основною контекстуальною ознакою в *конвенційно-асоційованій* задачі є ознака конвенціоналізації. Вона вказує на прагнення до досягнення консенсусу, яке отримує обопільну підтримку в процесі комунікації за рахунок звернення до позитивного досвіду міжособистісного спілкування. *Конформно-асоційована* задача як така визначається здатністю одного комуніканта до переходу на позицію іншого з тим, щоб отримати шуканий результат.

*Афіліативно-асоціативна* задача реалізується на тлі постійної потреби одного з комунікаторів бути в товаристві інших людей, яка накладає відбиток і на даний конкретний випадок. *Вибачливо-асоціативна* задача розв'язується за участю моментів вибачення іншому за негативне вираження в спілкуванні позитивного ставлення.

*Боязко-асоційована* задача пов'язана з побоюванням натрапити на негативний вираз негативного ставлення іншого. Вона вирішується шляхом позитивного мовного маскуванню свого фактично негативного ставлення. Можливий ще один варіант комунікативної задачі, коли негативному ставленню і його негативному вираженню одного комуніканта протистоїть і позитивне ставлення, і позитивне вираження, пережиті комунікантом щиро – *парадоксально-асоційована* задача.

Як би там не було, основою комунікативної задачі є її прийняття для вирішення, що передбачає певне єднання комунікантів. У розглянутих вище варіантах таке єднання супроводжують явища конвенціоналізації, конформності, афіліації, побоювання, кожне з яких, по-своєму впливаючи на комунікацію, може бути розглянуто як мотив атрибутивності, що спонукає шукати в габітусі і вербальній поведінці іншого ознаки, що сприяють їм.

У комунікативній задачі загального дисоціативного плану можна назвати варіанти дисоціативності, які засновані на комунікативній: а) *відстороненості* (при позитивному обопільному ставленні ініціатора і співучасника відсутнє відповідне їм вираження); б) *протестності* (відсутність комунікативної демонстрації реального позитивного ставлення ініціатором породжує негативне ставлення до нього співучасника і, як наслідок, відповідне вираження); в) *парадоксальності* (відсутність позитивного ставлення і вираження в ініціатора при відсутності позитивного вираження позитивного ставлення у співучасника); г) *нонконформності* (позитивне ставлення і його вираз у ініціатора нашоухується на негативне ставлення і вираз у співучасника); д) *квазі-нонконформності* (незважа-

ючи на позитивне ставлення і його вираження у ініціатора, співучасник відповідає негативним вираженням, незважаючи на своє позитивне ставлення до нього); е) *сугестивності* (ініціатор маскує негативне ставлення позитивним виразом, на що співучасник відповідає внутрішньо позитивним ставленням, хоча і при зовнішньому негативному вираженні); є) *викривальності* (негативне ставлення ініціатора, що маскується позитивним вираженням, нашоухується на негативне ставлення і вираження у співучасника); и) *конформності* (співучасник приховує своє негативне ставлення до ініціатора за допомогою позитивного вираження, не бачачи за його негативним вираженням позитивного ставлення до себе).

Беручи до уваги можливість відмінності в індивідуальних вихідних позиціях, ми схильні вважати можливими і суто індивідуальні тактичні дії при розв'язанні стратегічної (особистісно значущої) задачі, відповідної системі смислів даної особистості. Інакше кажучи, індивідуальна комунікативна дія передбачає наявність відомостей про те, наскільки вона буде успішною щодо конкретної особи, що в свою чергу вимагає врахування її особистісних властивостей взагалі і в даній ситуації, зокрема.

Слід зазначити те, що все це відбувається в поточному часі і вимагає, отже, поточного прийняття рішення щодо того чи іншого варіанту і його реалізації в атрибутивній поведінці, здійснюється швидше за все за типом проб і помилок, ніж шляхом застосування раціонально зважених правил.

Але як би там не було всі ці варіанти знаходяться в задачному полі, окресленим знаком (позитивним, негативним) вихідної комунікативно-особистісної установки, яка сходить до практики спілкування і сформованим узагальненням, що є основою сукупності готових рішень, виконуваних за схемою «якщо ..., то ...». Вже сама ця схема, будучи, по суті справи, каузальною схемою, дає підставу для твердження не просто про каузальність комунікативних дій в іншого, а про передбачувану можливість вплинути (впливати) на них в подальшому.

**Висновки з проведеного дослідження.** Зі сказаного випливає, що присутність раціонального в ситуації є скоріше винятком, ніж нормою. Як правило, будь-яке комунікативне зіткнення ґрунтується на винятковій увазі до свого «Я» у контексті даних конкретних обставин і, отже, до своєї суб'єктності як осередку власного (ситуативного) «хочу». Все, що заважає цьому «хочу», викликає негативні емоції, які в підсумку не можуть не впливати

на ставлення індивіда до іншого комуніканта, що супроводжується відповідною емоційно забарвленою оцінкою, яка провокує відповідне їй комунікативне вираження.

Це вираження викликає в іншого теж відповідні емоції, які переводять комунікацію з практично взаємопозитивної площини в кінцевому рахунку у взаємнегативний план, який, однак, нівелюється за рахунок використання ресурсів «ввічливого» (етикетного) спілкування. Підтекст таких формулювань

проте має на увазі відповідні натяки, можливість яких спонукає учасників до їх розкриття, звертаючи увагу на ті чи інші нюанси.

Спираючись на ідею про залежність атрибутивних актів від модальності комунікативного завдання, що визначається вихідними установками асоціативного/дисоціативного плану, вважаємо перспективним докладне вивчення атрибутивних дій у ініціатора та співучасника у складі загального механізму розв'язання поведінкової задачі.

#### Література:

1. Велитченко Л.К. Психологічні основи педагогічної взаємодії: дис. ... д-ра. психол. Наук : 19.00.07. Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова, Київ, 2006. 508 с.
2. Габитус (соціологія). URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Габитус\\_\(соц...\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Габитус_(соц...))
3. Психология. Словарь : под общ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. М. : Политиздат, 1990. 494 с.
4. Теория атрибуции. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Теория\\_атрибуции](https://ru.wikipedia.org/wiki/Теория_атрибуции)

#### References:

1. Velitchenko, L.K. (2006). *Psychologichni osnovy pedahohichnoji vzajemodiji*. [Psychological foundations of pedagogical interaction]. *Doctor's theses*. Nacionalnyj pedagogichnyj universitet imeni M.P. Dragomanova, Kyiv. 508 p. [in Ukrainian].
2. Gabbitus (sociologija) [Habitus (sociology)]. Retrieved from: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Габитус\\_\(соц...\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Габитус_(соц...)) [in Russian].
3. Psihologija. Slovarj. (1990). [Psychology. Vocabulary] / pod obshchej redakcijej A.V. Petrovskogo, M.G. Yaroshevskogo. Moscow: Politizdat, 1990. 494 p. [in Russian].
4. Teorija atribuciji [Attribution theory]. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Теория\\_атрибуции](https://ru.wikipedia.org/wiki/Теория_атрибуции) [in Russian].