

ПСИХОСЕМАНТИКА КОМУНІКАТИВНОЇ ГАРМОНІЙНОСТІ

Резюме

У статті розглянуто психолінгвістичні фактори комунікативної гармонійності, з'ясовано домінантні фактори у структурі емпатичної комунікації.

Ключові слова: комунікація, емпатія, психолінгвістика.

Summary

In the article, the psycholinguistical factors of the communicative harmony are considered, the dominant factors in the structure of the emphatical communication are found out.

Key words: communication, emphaty, psycholinguistics.

Репрезентація інтеріоризованих концептів зовнішньої дійсності на рівні вербально-аналогових структур актуалізується в контексті інтерактивного спілкування, яке досліджують в галузі теорії комунікації. Такі дослідження пов'язані з характерною для сучасних гуманітарних студій антропоцентричною маркованістю, орієнтованою водночас на комунітаріанські концепції в існуванні соціуму [13:255], де “основною, загальноновизнаюмою у світі цінністю є людина, особистість” [12:312]. Великої ваги в цьому аспекті набуває аналіз поняття комунікації як імманентного складника загального існування людини в континуальному просторі буття, що передбачає виокремлення та усвідомлення глибинної природи інваріантних констант і периферійних змінних комунікації, які становлять ієрархізовані комплекси в моделюванні гармонійної взаємодії, детермінованої психолінгвальними конструктами емпатії.

Феномен комунікації вважають найважливішим в ієрархічній структурі взаємодії людини з об'єктивною реальністю, оскільки “за нормальних обставин ставлення людини до навколишнього предметного світу завжди опосередковане його ставленням до людей, до спільноти” [11:289], реалізованим у процесах спілкування, яке “на три чверті складається зі спілкування мовленнєвого” [3:273]. С.Арутюнов зауважує, що “серед сукупності різноманітних комунікацій, які підтримують будь-яку спільність людей, вербальні комунікації, здійснені природною мовою, посідають найважливіше місце” [2:6]. У сучасних гуманітарних дослідженнях

також наголошено на органічній природності комунікативної взаємодії індивідуумів і доведено наявність глибинного зв'язку інтеракцій із біологічним та еволюційним розвитком особистості й соціуму. До того ж, у галузі психофізики та біології зафіксовано явище т.з. депривації — органічної людської потреби в безперервному інформаційному надходженні та у наявності зв'язків із довкіллям (див. праці Т.Чернігівської), що, у свою чергу, засвідчує філогенетичну необхідність природного оточення, яке живить і пов'язує особистість комунікативними мережами зі світами реальності та інших осіб, інтегруючи її до загальної площини соціалізованих контекстів і визначаючи подвійну (індивідуалізовану й колективну) природу людської сутності.

Комунікація є багатофакторним феноменом, остаточно дефінування якого є вельми складною проблемою, що і спричиняє полівекторність її аналітичних реконструкцій, представлених у галузі філософії, психології, психіатрії, етології, соціології, інформатики, лінгвістики тощо, де це поняття має специфічне й оригінальне наповнення. На нашу думку, об'єктивне тлумачення комунікації та усвідомлення її функціональних доміант передбачає необхідність врахування комплексу відповідних складників, до яких ми уналежнюємо фактори формальної екстерналіки (поверхневі формотворчі елементи дискурсу — учасники, актуальний контекст та ін.) й інтернальні характеристики, які становлять глибинне підґрунтя комунікативної взаємодії, корелюючи з площинами культуральних та психолінгвістичних когніцій індивіда, орієнтованих на підсвідоме тяжіння до гармонійності буття (див. праці С.Лур'є, Б.Паригіна, А.Шторм та ін.), що пов'язане з емпатичним субстратом комунікації. У такому разі неподільна єдність та взаємозумовленість глибинних і поверхневих комунікативних структур забезпечує корпоративність спільного й специфічного, де виокремлення безпосередніх складників вимагатиме аналітичної реконструкції їх глибинних терміналів. Тоді концептуальними компонентами комунікативної взаємодії можна вважати функціонування інтерперсональної континуальності особистісних світів, інтегрованих до контекстуальних сегментів реального буття через посередництво сенсово інформативних вербальних та невербальних феноменів, скерованих передусім на здійснення впли-

вового реконструювання психологічної структури об'єкта комунікації. Це корелює із сучасним розумінням комунікативних процесів як комплексних явищ, що містять не лише зовнішню інформаційність, а й усю амплітуду характеристик, властивих об'єктивованій ментальній моделі учасників спілкування (Р.Ділте, Г.Почепцов, Я.Радевич-Винницький та ін.) й пов'язаних з ідентифікацією їх глибинної інтернальної сутності, екстрапольованої в невимірність психолінгвістичних та етногенетичних універсалій.

У спілкуванні як процесі послідовних взаємоорієнтованих у часі та просторі дій, реакцій, поведінкових актів відбувається обмін інформацією та її інтерпретація, взаємсприйняття, взаємопорозуміння, взаємооцінка, співпереживання, формування симпатій та антипатій, характера взаємостосунків, уподобань, поглядів, психологічний вплив, спільна діяльність тощо. Проте навички, набуті кожною людиною в процесах спілкування, не є тотожними, що зокрема зумовлює виникнення різноманітних бар'єрів непорозуміння, які переважно “мають соціальний чи психологічний характер” [1:87], реалізований у вербально-акціальної площині, де власне мовна інформація також зазнає викривлення за певних умов [14]. Ці явища характеризують і міжіндивідуальну (аксіальну), й опосередковану (ретіальну) комунікацію, ускладнену неактуалізованістю узагальненого суб'єкта спілкування, що, у свою чергу, вимагає врахування набагато більшої кількості ідентифікаційних елементів аудиторії для досягнення комунікативної гармонії.

Типологія стилів та внутрішньоструктурних складників спілкування передбачає варіативність дефінувань, породжену різновекторною акцентуацією актуальних для аналізу елементів комунікації, де за основу можна взяти “характеристики суб'єктів спілкування, цілі спілкування, предмет спілкування, ставлення до партнера в спілкуванні або сполучення цих характеристик” тощо [10:206]. На нашу думку, пріоритетним фактором у досягненні емпатичної (гармонійної) взаємодії виступає модально-векторна психосемантична інтеграція, що насамперед передбачає актуальність ставлення до співрозмовника — реального партнера або ж квазісуб'єкта, спілкування з яким має віртуальний, безпосередній чи опосередкований характер і реалізується в кооперативно-кон-

курентній скерованості загальної комунікативної аксіоматики. У такому разі будь-який комунікативний жанр орієнтуватиметься на універсальні тенденції, детерміновані або позитивною суб'єкт-об'єктною настановою, або ж такою, що відбиває субдомінантні відношення, які, у свою чергу, передбачають наявність маніпулятивних, некоректних ефектів, реалізованих на вербальному чи невербальному рівнях. У цьому аспекті актуальною вважаємо позицію Дж.Стейнберга і Дж.Міллера, згідно з якою розрізняють дві основні орієнтації, можливі для учасників спілкування: орієнтацію на контроль та орієнтацію на розуміння [19]. На думку дослідників, перша позиція передбачає прагнення контролювати ситуацію, підпорядковувати власним бажанням поведінку співрозмовників, загальну е?оцентричну комунікативну настанову. Для другої позиції характерним є глибинне усвідомлення суб'єктивних настанов та аксіосистемних доміант іншої людини, і саме з цих гуманістичних позицій відбувається комунікативна взаємодія. Наведена комунікативна типологія корелює з дихотомією кооперативно-конкурентної взаємодії, де “у першому випадку аналізують такі вияви, що сприяють організації спільної діяльності, є “позитивними” в цьому зв'язку. До другої групи потрапляють взаємодії, які в той чи інший спосіб “розхитують” спільну діяльність і становлять певну перепону для неї” [1:105]. В останній моделі на перший план висунуто поняття емпатичної інтеракції (див. праці С.Лур'є, Т.Шибутані, У.Крейка та ін.), характерною ознакою якої є загальногуманістична скерованість, дефінована нами як імманентна ознака комунікативного буття людини, співвідносна з кооперативністю спілкування. Наведене розуміння сенсової архітекτονіки комунікації співвідносне з духовним рівнем спілкування, який “забезпечує не відбір тем, а глибину “діалогічного проникнення” людей один в одного” [6:132]. Таке тлумачення комунікативного процесу спирається на концепції гуманістичної психології, орієнтованої на дослідження сенсових структур людини, де основним предметом аналізу виступає феномен міжособистісного спілкування (див. праці А.Маслоу, Р.Мея, К.Роджерса та ін.). Основні методологічні постулати гуманістичних концепцій та й гуманітарної традиції в науці пов'язані з визнанням особистісної цінності й пояснюють особистісне буття як єдиний процес, де ключовою пси-

хологічною реальністю є детерміновані зовнішніми факторами та інтернальною характерологією переживань відкритої для само-реалізації людини. Така ж позиція є характерною для досліджень Б.Паригіна, де наголошено на комплексному характері спілкування, зазвичай презентованому комунікативним (у такому разі комунікацію розуміємо вузько і співвідносимо насамперед із передаванням інформації), інтеракційним та перцептуальним компонентами [14]. Перцептивний бік гуманістичної комунікації має “свої механізми сприйняття, розуміння іншого, а також сприйняття і представлення себе” [10:262]. Дослідники в галузі психології та теорії комунікації вичленовують зовнішні фактори, які формують конкретне ставлення до потенційного співрозмовника. Це фактори перевершування, привабливості та ставлення до власної особи. Перший із цих факторів зумовлений впливом “зовнішнього оформлення” людини (одяг, атрибутика) та її поведінкових манер (як вона ходить, розмовляє тощо) [19]. Наступним фактором, що формує наше уявлення про співрозмовника, є рівень його привабливості як “ступінь наближення до того типу зовнішності, що максимально схвалений тією групою чи групами, до яких ми належимо” [10:36]. Тут актуальними вважають зовнішні дані — тип, статуру тощо. Фактор ставлення зумовлений тим, що “нам подобаються люди, схожі на нас” [16:63], і ті, які добре ставляться до нас. За твердженнями психологів Д.Каррі та Ф.Кені, що ближча позиція іншої людини до нашої власної, то вище ми оцінюємо таку людину незалежно від об’єктивних даних [18]. Цей факт, пов’язаний з егоцентричною орієнтованістю особистості, дуже часто використовують у рекламі. Достатньо пригадати зміну рекламного слогана фірми “Л’Ореаль” з тез, висловлених відомими (на Заході) акторками, моделями про те, що вони гідні пропагованих парфумів, помади та ін., на “*Ви цього гідні!*”. На нашу думку, така зміна зумовлена й національним контекстом. Зокрема в Україні попередній складан не міг бути оптимальним саме через особливості національного сприйняття, детермінованого ментальними характеристиками соціуму (зокрема відповідна егоцентричність, до якої додано внутрішню знегативованість у ставленні не тільки до професії манекенниці, а й певний рівень недовіри до реклами, виконаної за допомогою закордонних представниць).

До перцептивного боку комунікації уналежнюють і явище стереотипізації, експліковане через автостереотипи (уявлення про себе) та гетеростереотипи (уявлення про інших) в системі національної ментальності, що передбачає актуальність психонетичного принципу відповідних досліджень, який “поширює галузь усвідомленої маніпуляції смислами” [4:25] за рахунок фіксації таких межових понять психічного комплексу, як підсвідоме, чи ж колективне підсвідоме, де “утримано весь духовний спадок людської еволюції, що відродився в структурі мозку кожного індивідуума” [17:168], реалізуючись почасти у процесах мовлення. Отже, до аналізу ментальних орієнтирів обов’язково має бути залученим лінгвістичний аспект, який згідно з принципом експансіонізму є невід’ємним від усієї загальнонаукової методології, орієнтованої на багатомірний, комплексний аналіз феноменів людського буття. Поліаспектність аналізу ідіоцентричної кодифікації та репрезентації інформаційного континууму визначена синкретичним характером феномену комунікації, який природно поєднує узальність соціально-генетичних констант з оказіональним характером особистісної поведінки, детермінованої індивідуальною оригінальністю психофізіологічної структури. У наших попередніх дослідженнях ми відзначали, що певні метапрограми (див. [9]) як актуалізовані сегменти ментальності ідентифікують суб’єктивні цінності, пріоритетні засоби обробки зовнішньої інформації та актуальні напрямки інтерактивного спілкування, що почасти відбиває особистісну та колективну психоструктуру в її співвіднесенні з реальністю і дає підстави вважати указані метапрограми релевантним інструментом у дослідженні специфіки лінгвокультурних спільнот та моделюванні гармонійних дискурсів.

Глибинна нейропсихологічна детермінованість метапрограм (МП) як специфічних індикаторів особистісної психоструктури реалізована в поверхневих структурах мовлення, аналіз яких, на нашу думку, доцільно проводити, спираючись на метапрограмні та метамодельні квантори, представлені в теорії нейролінгвістичного програмування (НЛП). Метамодельні маркери в НЛП слугують засобом для поновлення глибинного сенсу інформації і вважаються певними позначками сенсових лакун поверхневої структури повідомлень, концептуальне оформлення яких співвідносне,

як зазначалося, з первинними процесами мисленнєвої діяльності, що діють у площині “архетипів колективного безсвідомого” [17]. У такому разі можна припустити, що мовленнєва ідентифікація (через метамодель та метапрограми зокрема) сприятиме не тільки реконструкції актуальної інформативності, а й виокремленню афектованих, за термінологією І.Канта, сенсових зон, які лексикалізуються відповідними номенами чи сигнатурами і корелюють з ментальними орієнтирами особистості-соціуму. Уживаність певних елементів метамоделі ми пов’язуємо з усталеною динамікою в процесах вербалізації мисленнєвої континуальності, що і надає специфіки мовленнєвим об’єктиваціям, ототожнюваним із поняттям лінгвоментальності. Тоді маємо ланку ментальність (МП) — лінгвоментальність (через метамодельну мережу зокрема), де ментальні домінанти відбиті в метапрограмах, вербалізація яких передбачає метамодельну маркованість, що допомагає зрозуміти особливості акцентованих зон.

Спираючись на психологічні концепції особистості психогенетичного підходу (Л.Зіґлер, С.Рубінштейн, З.Сікевіч, Л.Хьєлл, А.Шварц, К.Юнґ), відповідні експериментальні методики, дослідження класиків української та світової філософської думки, а також релевантні лінгвістичні концепції (Ю.Апресян, О.Артем’єва, Ф.Бацевич, Н.Болотнова, О.Бондарко, І.Гальперін, О.Сорокін), ми проаналізували провідні ознаки особистісної та національної ментальності, що дало змогу визначити актуальні орієнтири національної аудиторії (докладніше див. [8]). Спроба експериментального виявлення певних ментальних орієнтирів (МП) українців, актуалізованих у площині вербаліки та власне психологічних мотивацій, спрямована на реконструкцію автостереотипів, тому що загальна емпатична комунікації передбачає насамперед розуміння себе “самого як іншого” [15], уміння розкодувати внутрішню систему власної “самості”. Результати експерименту зокрема засвідчують культурологічну орієнтованість до метисованого типу з “гарячою” домінантою, пріоритетність тяжінь до самовизначення, універсалізму та гедоністичних уподобань порівняно з невисоким рівнем конформності, традиційності та безпеки. Відзначимо також акцентованість “веселої вдачі” українців як вияв психо-семантичної категорії пластичності (див. праці Е.де Боно). Харак-

терною ознакою української аудиторії є її комунікативна толерантність, емпатична орієнтованість, ґрунтована передусім на повазі до іншої людини. Так, інформанти за патріотичної переваги “власного” над “чужим” схильні були вважати типовими для українців соціокультурну адаптованість, індивідуалістичні характеристики, щирість, сміливість і гордовитість, релігійність, волелюбність, національну терплячість тощо. В аспекті метапрограмної ідентифікації ментальних орієнтирів зафіксовано перевагу екстернальних альтернатив, щоправда, за певної актуальності інтернальних тенденцій, а також домінування проактивних настанов порівняно з відцентровими.

Інтерактивний бік спілкування враховує ситуативно-контекстуальні фактори. У широкому розумінні інтеракцію витлумачують як контекст, у межах якого відбувається комунікація, де учасники виконують певні ролі в певних ситуаціях. Позиційну стратегію інтерактивних дискурсів описав всесвітньо відомий психолог Е.Берн, що запропонував теорію трансактного аналізу комунікації, згідно з якою людині як комунікантові властиві щонайменше три особистісних позиції, що співіснують у межах цієї особистості, доповнюючи одна одну [5]. Учений виокремив комунікативну позицію Дитини, Дорослого та Батьків, відмінності між якими полягають у поведінкових стратегіях та глибинних мотиваціях, де кожному его-стану відповідають певні вербальні показники. Так, для стану Батьків характерне вживання формул, які містять елементи категорійності, пов’язані з використанням мовленнєвих операторів необхідності, універсальних квантифікаторів тощо: *ти повинен / не повинен, ніколи цього не роби, я забороняю тобі* та ін., що співвідносне з відповідним інтонаційним забарвленням та акціальною специфікою. Відзначимо, що внутрішнє несприйняття такого стилю зумовлює низький рівень його комунікативної впливовості. Стан Дорослого експлікований толерантнішими формулами вербаліки, у межах яких актуальними є припустові конструкції, що засвідчують кооперативний характер спілкування, а отже, його емпатичне орієнтування (*можливо, на мою думку, спираючися на мій досвід* та ін.), що виступає позитивним показником у виборі саме такої поведінкової стратегії. У вербальному оформленні стану Дитини переважає категорійність егоцентрич-

них тенденцій (*я хочу, мені треба...*), емотивні конструкції з афективним компонентом (*круто, неперевершено, вищий клас*) з відповідно скерованими пара- та невербальними елементами. На нашу думку, перспективним є аналіз комунікації (національної специфіки — також) з використанням зазначеної теорії, що уможливить ідентифікацію індивідуально-колективних психокомплексів та відповідне моделювання ефективної комунікації.

Отже, можна констатувати, що глибинну природу комунікативних процесів визначають насамперед імпліковані фактори, пов'язані з психолінгвістичними характеристиками інтерактивних учасників, реалізованими на рівні дискретно-аналогових сигнатур, та з універсальними комунікативними настановами, скерованими на досягнення гармонійності спілкування. У сучасних гуманітарних дослідженнях зазначену комунікативну гармонійність співвідносять із феноменом емпатії як комплексним психолінгвістичним явищем, що базується на рівноправному поєднанні раціонально-емоційних домінант особистості, експлікованих на рівні вербального та невербального спілкування. Наведене дає змогу витлумачити емпатію як таке сприйняття й розуміння іншої людини, що природно пов'язане з ідентифікацією не лише окремого емотивного сегмента індивідуальної сутності співрозмовника (як пропонують психологи), а і його загальної ментальної орієнтованості, що досягатиметься через глибинне усвідомлення та психологічну налаштованість комунікатора на світоглядні настанови Іншого, почасти реалізовані через вербаліку.

В емпатичній, гармонійній комунікації доцільно виокремити основні компоненти, комплексне врахування яких сприятиме, на нашу думку, адекватному конструюванню відповідних комунікативних контекстів. У цьому аспекті пропонуємо вважати загальними емпатичними конструктами інваріантні складники комунікативного процесу: особистісну презентацію, актуалізацію диференційних ознак індивідуума як детермінант його ідентифікаційно-ототожнювальних характеристик, співвідносних з оригінальністю раціонально-аксіосистемних репрезентацій в інформаційному кодуванні, та, з іншого боку, декодувальні, перцептивні особливості, пов'язані з вибіркоким характером діакритизованих сенсорних сегментів у загальній значеннєвій континуальності комуні-

кативного простору. Наведене орієнтує на виокремлення узагальнених емпатичних імплікатур, які обумовлені психологічними особливостями мовця — адресата, сконцентрованими у площині філософського усвідомлення національної ментальності як інтеріоризованих домінант концептуального буття людини.

Узагальнюючи, відзначмо, що усвідомлення й об'єктивна наукова кваліфікація всієї амплітуди складників комунікації сприятимуть загальній оптимізації процесів спілкування й уможливатимуть прогнозоване моделювання гармонійної взаємодії.

1. **Андреева Г.М.** Социальная психология. — М., 1998.
2. **Арутюнов С.А.** Народные механизмы языковой традиции // Язык. Культура. Этнос. — М., 1994.
3. **Атватер И.** Невербальное общение // Психология влияния. — СПб., 2001.
4. **Бахтияров О.Г.** Постинформационные технологии: введение в психонетику. — К., 1997.
5. **Берн Э.** Игры, в которые играют люди (Психология человеческих взаимоотношений). Люди, которые играют в игры (Психология человеческой судьбы). — М., 1988.
6. **Добрович А.** Общение: наука и искусство. — М., 1996.
7. **Китайгородская М.В., Розанова Н.Н.** Русский речевой портрет. Фонохрестоматия. — М., 1995.
8. **Ковалевська Т.Ю.** Вербальні вияви автостереотипів // Записки з українського мовознавства. — Одеса, 2001. — Вип.11.
9. **Ковалевська Т.Ю.** Лінгвоментальні репрезентації метапрограм // *Ukrajnistika na prahu noveno stoleti a tisicileti. Problemy jazyka, literatury a kultury. Sbornik prispevku.* — Olomouc: Univerzita Palackeho, 2001.
10. **Крижанская Ю.С., Третьяков В.П.** Грамматика общения. — М., 1999.
11. **Леонтьев А.А.** Общение как объект психологического исследования // *Методологические проблемы социальной психологии.* — М., 1975.
12. **Людина** в сфері гуманітарного пізнання. — К., 1998.
13. **Майерс Д.** Социальная психология. — СПб., 1998.
14. **Парыгин Б.Д.** Анатомия общения. — СПб., 1999.
15. **Рікер П.** Сам як інший. — К., 2000.
16. **Чалдини Р.** Психология влияния. — СПб., 2000.
17. **Юнг К.-Г.** Архетипи колективного несвідомого // Читанка з історії філософії у 6 книгах. — Кн.6. — К., 1993.
18. **Aronson E., Golden B.W.** The Effect of Relevant and Irrelevant Aspects of Communicator Credibility on Attitude Change // *J.Pers.* — N.Y., 1962.
19. **Darley S.M., Glucksberg S., Kamin L.S., Kinchla R.A.** Psychology. — N.Y., 1981.