

До особливостей цілеспрямованого спілкування

Сучасне комплексне людинознавство, у наш час зосередившись на теоретико-прикладних питаннях людської взаємодії, висуває тим самим на ключові позиції *комунікативну психологію* із її науковими підходами до проблеми «Я - Інші». Вона таким чином все впевненіше набуває ролі і значення *окремого предмету сучасної психології*, оскільки кореспондується із стрижневими особливостями людської поведінки, детермінованими як фенотипними, так і особистісними чинниками. Іншими слівцями, предметом вивчення виступають особливості вчинків, тієї або іншої діяльності не тільки окремої, а й групової особистості в їхніх стереотипних й оригінальних проявах. Діапазон останніх, у цьому зв'язку має досліджуватись наймастобніше: від інтиму двох закоханих аж до геополітичних намірів «сильних світу» (олігархічних кланів, майстрів масонських лож, лідерів «Римського клубу») й екстремістських ватажків та ідеологів деструктивних рухів та ін.

У дзеркалі літературних творів, витворів різних мистецтв, праць істориків, філософів, соціологів, не говорячи вже про потуги психології подати роз'яснення цим феноменам людської взаємодії, апелюючи до соціально-біологічної природи й відповідної сутності людей, відображено невгамовний інтерес до витоків людських взаємин. До того ж він не насичується, а з кожним новим заглибленням у цю стихію стосунків «Я-Інші» загострюється через емоційне передчуття тих смислів, які нею відтворюються. Раціонально вони живляться надіями знайти технології рефлексивного управління груповою поведінкою, хоча нашоухуються на недостатність наукових підходів («спроби із нерелевантними засобими») у порівнянні із багаторівневістю та імаментністю відповідних феноменів. Факти «внутрішньої історії психології» (термін М.С. Роговіна) переконливо свідчать, що зазначена незбагненність предмету вмотивовує якщо не розуміючи констатацію її (класичний й новітній біхевіоризм, скажімо), або наукоподібний відступ у суб'єктивність інтроспекції (християнська, наприклад, психологія), або міфотворчість метапсихології (фрейдизм, екзистенціалізм).

Водночас, «практичні психологи» на відміну від дослідників (мета яких «не приз, а участь»), сповідуючи практицизм і комерціалізацію, можуть користуватись вже досягнетим. Такого гатунку «товарна психологія» (О.Г. Асмолов)», хоча і не ідентична психології науковій, а слугує її ерзацем, популярна на ринку послуг, у масовій (побутовій) свідомості не рідко сприймається саме як така, що презентує психологічну науку. При цьому й така суспільна увага сприяє, хоча і опосередковано, прогресу психологічного знання, бо воно використовується й впроваджується у практику, створюючи відповідний попит, зокрема для обслуговування «мистецтва цілеспрямованого спілкування».

На жаль воно не стільки спрямоване на гуманістично орієнтовані комунікативні результати – об'єднання людей навколо спільних глобальних

проблем виживання і процвітання людства, скільки на обслуговування егоцентричних стратегій особи (боротьба всіх проти всіх). Таке спілкування послуговується, зокрема, спеціально розроблюваними мовними патернами – висловлюваннями, що втілюють інструменталізовані наміри впливу на комуніканта. Серед мовних засобів маніпулятивного впливу все ширше цілеспрямовано використовуються останнім часом у офіційних (а тепер і не рідко у приватних) стосунках певні мілтон-мделі. Деякі, принаймні, функції останніх найбільш популярні. Це патерни, що використовуються у так званих «фатичних» контактах, де, натомість змістовому, акцентовано лише факт взаємності відносин. Неконкресність розмови, її номінальність послуговується не рідко дієслівними іменниками (*любов* замість *люблю*, *спокій*, а не *заспокоюю*, *дружба*, а не *дружу* і т. ін.); Відсутність доказів у науковій, наприклад, дискусії приховується повідомленнями про те, що дане судження стосується всіх без виключення: «Всі психологи з цим погоджуються». Такі патерни близькі до кванторів загальності (*все*; *кожен*;; *завжди* тощо). Стратегії переконувати, де натомість авторських суджень висловлюється останнє як загальне, визнане усіма (*відомо*, що ця дисертація краща, ніж ...); Упереджена думка, яка подається у логіці «подія *A* є причиною події *B*» (якщо ви неупереджено поставитесь до дослідження ..., воно вам не може не сподобатись).

Стратегії цілеспрямованого спілкування послуговуються також неконкретними дієсловами з метою применшити (чи, навпаки, перебільшити) провину суб'єкта (Іваненко попереджав, що запізниться); Ця мета може здійснюватись також за допомогою використання *номіналізації*. Таким чином можна акцентувати значущість суб'єкта (у позитивному й негативному контексті) перемістивши його на місце того, над ким виконується дія. У результаті слухач може втратити вихідну орієнтацію про суб'єкт - об'єктні відносини учасників процесу, тим самим розширюється контекст й збільшується рівень узагальнення (Засолення ґрунту призводить до того, що дерева всихають).

Патерни *модальних операторів можливості* вміло використовують нерадиві розпорядники, щоб самовиправдатись, або іншими словами, «перекласти із хворої голови на здорову». Так діспетчер, пояснюючи своє розпорядження відправити транспортний засіб на 10 хв. раніше, тим, хто через це на нього не встиг, вдається до *перевизначення відповідальності*: «А ви могли сьогодні вийти з дому раніше, той не запізнились би».

Отже, аналізуючи в психології сутність людської комунікативності, зокрема – використання мовних засобів у так званому «цілеспрямованому спілкування» (діяльна парадигма), варто мати на увазі систему мілтон-моделей, стратегічне використання котрих може ускладнювати взаємодію її суб'єктів, а не тільки сприяти взаєморозумянню й координації спільно-розодільної діяльності, адже не її мета, а *ставлення до інших комунікантів* визначає її продуктивність.