

DOI <https://doi.org/10.51647/kelm.2021.7.1.20>

## PARADYGMAT PODMIOTOWY JAKO PODSTAWA MODELU TEORETYCZNEGO I KONCEPCJI BADAWCZEJ ATRYBUCJI KOMUNIKACYJNEJ

**Leonid Velitchenko**

*doktor nauk psychologicznych, profesor, profesor Katedry Pedagogiki Rodzinnej i Specjalnej oraz Psychologii  
Południowoukraińskiego Państwowego Uniwersytetu Pedagogicznego imienia K.D. Uszyńskiego  
(Odessa, Ukraina)  
ORCID ID: 0000-0003-2077-3898  
e-mail: leonidvelitchenko@gmail.com*

**Xu Bolun**

*aspirant Katedry Pedagogiki Rodzinnej i Specjalnej oraz Psychologii  
Południowoukraińskiego Państwowego Uniwersytetu Pedagogicznego imienia K.D. Uszyńskiego  
(Odessa, Ukraina)  
ORCID ID: 0000-0001-8041-6222  
e-mail: 1269174179@qq.com*

**Adnotacja.** Rozważenie problemu atrybucji w kontekście wzajemnego postrzegania partnerów wskazuje na znaczenie procesów przewidywania i wyjaśniania zachowania każdego z komunikatorów, które są realizowane na podstawie mechanizmów identyfikacji i empatii. Oznacza to, że cechy wyróżniane w sobie wyróżniają jednostkę w innym. W przeciwnym razie starają się określić stopień podobieństwa w skali lepszej/gorszej. Stąd sam proces identyfikacji przebiega zgodnie ze schematem „Ja = On”, „Ja > On”, „Ja < On”. Refleksyjny aspekt komunikacji zależy również od ja-koncepcji jednostki. Podobne można argumentować w odniesieniu do empatii – stawiając się w miejscu drugiego, jednostka projektuje jednak własne doświadczenia na drugim. Obecność w komunikacji identyfikacji, refleksji i empatii wpływa na przebieg atrybutu.

**Słowa kluczowe:** atrybucja, komunikacja, identyfikacja, refleksja, empatia, wzorce zachowań.

## SUBJECT PARADIGM AS THE BASIS OF THE THEORETICAL MODEL AND RESEARCH CONCEPT OF COMMUNICATIVE ATTRIBUTION

**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. Ushinsky (Odessa, Ukraine)  
ORCID ID: 0000-0003-2077-3898  
leonidvelitchenko@gmail.com*

**Xu Bolun**

*Postgraduate Student at the Department of Family and Special Pedagogy and Psychology  
South Ukrainian National Pedagogical University  
named after K. D. Ushinsky (Odessa, Ukraine)  
ORCID ID: 0000-0001-8041-6222  
1269174179@qq.com*

**Abstract.** Consideration of the problem of attribution in the context of partners' perception of each other indicates the importance of the processes of predicting and explaining the behavior of each of the communicants, which are carried out on the basis of identification and empathy mechanisms. This means that the qualities that stand out in oneself, the individual highlights in another. Otherwise, they try to determine the degree of similarity on the better / worse scale. Hence, the identification process itself follows the scheme “My = He”, “Me > He”, “Me < He”. The reflexive aspect of communication also depends on the individual's self-concept. The same can be said about empathy – putting yourself in the place of another, the individual nevertheless projects his own experiences on him. The presence of identification, reflection, and empathy in communication affects the course of attribution.

**Key words:** attribution, communication, identification, reflection, empathy, behavior patterns.

## СУБ'ЄКТНА ПАРАДИГМА ЯК БАЗИС ТЕОРЕТИЧНОЇ МОДЕЛІ І ДОСЛІДНИЦЬКОГО КОНЦЕПТУ КОМУНІКАТИВНОЇ АТРИБУЦІЇ

*Леонід Велитченко*

*доктор психологічних наук, професор, професор кафедри сімейної і спеціальної педагогіки та психології  
Південноукраїнського національного педагогічного університету  
імені К.Д. Ушинського (Одеса, Україна)  
ORCID ID: 0000-0003-2077-3898  
leonidvelitchenko@gmail.com*

*Сюй Болунь*

*аспірант кафедри сімейної і спеціальної педагогіки та психології  
Південноукраїнського національного педагогічного університету  
імені К.Д. Ушинського (Одеса, Україна)  
ORCID ID: 0000-0001-8041-6222  
1269174179@qq.com*

**Анотація.** Розгляд проблеми атрибуції в контексті сприйняття партнерами один одного вказує на значення процесів прогнозування та пояснення поведінки кожного з комунікантів, які здійснюються на основі механізмів ідентифікації та емпатії. Це означає, що якості, які індивід виділяє в собі, він виділяє і в іншому. В іншому прагнуть визначити ступінь подібності за шкалою краще / гірше. Звідси сам процес ідентифікації йде за схемою «Я = Він», «Я > Він», «Я < Він». Рефлексивний аспект комунікації також залежить від Я-концепції індивіда. Аналогічне можна стверджувати й щодо емпатії – ставлячи себе на місце іншого, індивід все-таки проєктує власні переживання на іншого. Присутність у спілкуванні ідентифікації, рефлексії та емпатії впливає на перебіг атрибутування.

**Ключові слова:** атрибуція, комунікація, ідентифікація, рефлексія, емпатія, патерни поведінки.

**1. Комунікативна поведінка як системне явище.** За традицією дослідник, перш ніж приступити до вивчення того чи іншого явища, звертається до викладу суті питання на підставі розгляду теоретичних положень, що містяться в різних концептуальних та аналітичних публікаціях із проблеми. У результаті він виявляється в ситуації людини, що назбирала деяку кількість суджень, в яких вона повинна знайти щось, що об'єднує їх.

По суті, людина опиняється в становищі наукового працівника, який, перебуваючи перед Монбланом думок, повинен піднятися над ним із тим, щоб, оглядаючи таке різноманіття, побачити в кожному з них раціональне зерно, а зібравши їх всі разом, одержати не суму частин, а певну систему, підпорядковану отриманню того чи іншого результату.

Розглядаючи поняття «результат» як основну детермінанту будь-якої системи (Анохін, 1978), ми, природно, маємо праві сформулювати питання про те, хто є його «замовником»? Для того, щоб відповісти на нього, ми повинні звернутися до пошуку більшої системи, існування якої залежить від «продукту», виробленого «первинною» (досліджуваною) системою. У нашому випадку – результату потенційного акту атрибуції.

У теоретичному плані ми повинні в такому разі визначитися з вибором *родового поняття* для поняття, що позначає досліджуване явище. Наприклад, атрибуція є процесом ...; атрибуція є результатом ...; атрибуція є приписуванням ... тощо. Уважаючи, що родове поняття надає відповідне апріорне значення та, отже, вказівку на *імпліцитні ознаки*, що містяться в понятті, яке є предметом теоретичного аналізу, наприклад, ознаки процесу, результату, приписування, ми повинні під час аналізу літературних джерел із проблеми особливу увагу приділити питанню про родове поняття в дефініції (дефініціях), тобто вказати на точну теоретичну прив'язку поняття.

Визначаючи через родові поняття функціональне значення шуканого поняття (предмет розгляду), ми немов відповідаємо на питання про те, що досліджуваний предмет дає явищу, позначеному родовим поняттям. Тобто що атрибуція дає приписуванню, наприклад. У такому випадку визначається поняття (атрибуція), будучи окремим випадком поняття родового (приписування), додає йому додаткові ознаки, які розширюють сферу його застосування під час трактування відповідних явищ такого класу, – приписування з'являється з набором додаткових ознак.

Убачаючи в кожному психологічному явищі певний зв'язок із суб'єктом – організуючим началом психічного, – ми маємо повне право вважати будь-який прояв активності таким, що є носієм ознаки суб'єктності (тобто атрибутивне приписування відбиває ознаки суб'єктності й, отже, суб'єкта).

Сказане вище є нашою вихідною позицією в процесі розгляду питання про те, як слід трактувати явище атрибуції. Так, наприклад, якщо атрибуція визначається як «приписування соціальним об'єктам (людині, групі, соціальній спільності) характеристик, не представлених у полі сприйняття» (Психологія. Словарь, 1990: 29), то на першому плані виявляється безликий процес без вказівки на діяча. Однак далі йде уточнення щодо того, хто є тим, хто здійснює цей процес: «Необхідність атрибуції зумовлена тим, що інформація, яку може дати людині (тут і далі підкреслено нами – Л.В., С.Б.) спостереження, недостатня для адекватної взаємодії із соціальним оточенням і потребує «добудови» (Психологія. Словарь, 1990: 29). Завдяки такому

уточненню безликий процес отримує адресну прив'язку не тільки стосовно носія, але і його активності – взаємодії. І тоді ми отримуємо, відповідно, конструкт «Людина, що взаємодіє».

З таких міркувань випливає, що атрибуція присутня за умови реальних або уявних інтерактивних взаємовідносин, які передбачають відповідну суб'єктну поведінку учасників, засновану на індивідуальному моделюванні інтерактивної ситуації. У такому разі конструкт перетворюється на конструкт «Людина, що взаємодіє, моделює інтерактивну ситуацію».

Оскільки моделювання ситуації передбачає звернення як до індивідуального досвіду, так і до соціального інтелекту, то склад атрибуції починає «обростати» новими ознаками, до яких ми повинні віднести ознаки, які входять у зміст понять «досвід» і «взаємодія».

Уважаючи, що досвід у такому випадку є пам'яттю-уявленням про результативні й програшні схеми поведінки, а взаємодія – «процес безпосереднього або опосередкованого впливу об'єктів (суб'єктів) один на одного, що породжує їх взаємну зумовленість і зв'язок» (Психологія. Словарь, 1990: 51), ми можемо перелік аспектів, пов'язаних із поняттям «атрибуція», розширити шляхом включення в нього явищ, що розкривають суть інтерактивних взаємовідносин, загальний зміст яких зводиться до двох основних задач – задачі на самозбереження та задачі на самоствердження, які розуміються в найширшому сенсі. Приписуючи іншому можливі якості, особа неусвідомлено виходить із цих двох екзистенціальних імперативів – зберегти свою вітальну й соціумну цілісність із претензією на певний соціальний статус здорової людини.

Якщо розглядати взаємодію в термінах задачі, що розглядається як «подана в певних умовах <...> мета діяльності, яка повинна бути досягнута перетворенням цих умов згідно з певною процедурою» (Психологія. Словарь, 1990: 119), то на перший план висувається розуміння умови завдання, яке спирається не тільки на об'єктивно подане, але й на суб'єктивно гадане. Ми вважаємо, що саме останнє пов'язане з моментом безпосереднього (інтуїтивного) прочитання окремих елементів завдання. До таких елементів задачі відносять вимоги (мету), умови (відоме) і шукане (невідоме) (Психологія. Словарь, 1990: 119).

Як бачимо, вже сама структура задачі містить у собі апіорну причину добудовування, автор якого як «вирішувач» виходить або з об'єктивних вимог завдання (ситуації), або з власних уподобань, заснованих на ідеї «подобається / не подобається». У такому випадку на перший план виходить явище атракції, супроводжуване відповідною гамою почуттів і формуванням соціальної установки на іншу людину (Психологія. Словарь, 1990: 31).

Основним пафосом наведених вище міркувань є прагнення відповісти на питання про детермінацію атрибуції. Попередньою нашою відповіддю на питання може бути таке. Детермінанта атрибуції міститься в бажанні індивіда розв'язати насамперед комунікативну задачу, дотримуючись основного імперативу свого існування – самозбереження як живої істоти й самоствердження в певному соціумному середовищі. Розв'язуючи її, індивід стикається з необхідністю аналізу умови, що вимагає отримання додаткової інформації, яку й отримують шляхом атрибутивного домислювання тих моментів, які, як він вважає, можуть бути корисними в процесі розв'язання.

У такому випадку він, розуміючи основний сенс ситуації як задачну умову в цілому, висуває відповідні припущення та будує здогади, ґрунтуючись на своєму минулому досвіді, і приписує учаснику (учасникам) ситуації ті якості, мотиви й таке інше, що впливають зі змісту ситуації, в якій він бере участь як діяч.

Однак це зовсім не означає, що таке добудовування може бути правильним. Але, будучи використаним, воно не може не вплинути на хід самого розв'язання, приводячи в такому випадку до неправильних висновків, що впливають урешті-решт на остаточний результат.

Міркуючи так, ми необхідним чином доходимо висновку про те, що розв'язання задачі ґрунтується на індивідуальному почерку розв'язання, висхідному до деякої кількості подібних розв'язань, в яких, власне, і вироблявся алгоритм рішення на кшталт індивідуального стилю діяльності як специфічної індивідуальної системи способів і прийомів (Психологія. Словарь, 1990: 132), що використовуються в комунікаціях.

Уважаючи, що основною (базовою) потребою людини є її потреба в самозбереженні й самостверженні як суб'єкта життя, про якість якого вона судить у міру свого минулого досвіду, ми можемо стверджувати про те, що добудовування деякої інформації за допомогою атрибуції ґрунтується на її власному розумінні умов самозбереження. Інакше кажучи, в кожному атрибутивному акті присутнє імпліцитне прагнення забезпечити себе й в екзистенціальному (буттєвому), і в соціальному (статусному) плані.

Сказане означає, що кожна окрема особа, виробляючи свої власні індивідуальні способи комунікування, ґрунтується на своїх власних вихідних особистісних даних, використовуваних як для аналізу комунікативної ситуації, так і для побудови її ментальної моделі на підставі об'єктивно даного й того, що суб'єктивно добудовується, якщо це необхідно.

Уважаємо, що суб'єктивні переваги у виборі способу добудовування та, отже, атрибутування мають цілком певну суб'єктну «прив'язку», висхідну до досвіду використання поведінкових схем, заснованих на особливостях емоційно-динамічного патерну, які пройшли перевірку практикою комунікативних взаємовідносин.

Як вдається, сказаного досить, щоб дійти висновку про деякий ланцюжок детермінант атрибутивного процесу – «емоційно-динамічний патерн – сукупність (система) поведінкових патернів – сукупність поведінкових результатів – сукупність відповідностей / невідповідностей у розрізі власної Я-концепції, яка, на наше переконання, є відрефлексованим відбиттям власної суб'єктності, висхідної до центрального імперативу власного буття – суб'єкта як осередку вітальних та активнісних функцій».

Якщо розглядати Я-концепцію індивіда як відрефлексовану сутність його екзистенціальних інтенцій, породжуваних суб'єктом як осередком відбивних, оцінювальних і цілепокладних функцій живої людської істоти, то ми вже починаємо наближатися до формулювання відповіді на питання про те, хто є «замовником» атрибутивного результату? Це вже не просто людина як біосоціальна істота (Психологія. Словарь, 1990: 444), а індивід із цілком певною історією життєвого шляху (Абульханова-Славская, 1991), із цілком сформованими системами відтворення, оцінювання, цілепокладання.

У такому плані досить значущі часові характеристики придбання комунікативного досвіду (чим старший індивід, тим більше часу в нього було на набуття комунікативного досвіду), залежні від його особистісного функціонування в просторі міжособистісних взаємовідносин, пов'язаних з як безпосереднім існуванням, так і з перебуванням у соціумних ситуаціях, що належать насамперед до провідної діяльності, яка й визначає специфіку суб'єктного розвитку індивіда.

У такому випадку суб'єктність ми розуміємо не просто як властивість суб'єкта – носія діяльності й пізнання (Философский энциклопедический словарь, 1983: 661), а як конкретизацію переживання ним певної потреби, що, будучи усвідомленою, перетворюється на *мотив* у вигляді відповіді на питання «навіщо?». Відповідь на таке питання визначається особистісним змістом комунікації, висхідним до спрямованості особистості індивіда, що в найзагальнішому плані детермінується соціальною ситуацією розвитку, співвідносною з провідною діяльністю для такого вікового періоду.

Якщо для індивіда, що знаходиться на початку свого життєвого шляху, відповідь на питання безпосередньо пов'язана зі сприйнятою ситуацією, оскільки в його досвіді вона як така виникає вперше й не має якогось прихованого підтексту, то для індивіда, за плечима якого є вже певний набір аналогічних ситуацій, в яких брали участь інші індивіди, що переслідували свої особисті цілі, та які могли бути зрозумілими лише з розуміння прихованого підтексту, шукана відповідь можлива лише на підставі зіставлення окремих варіантів із загальним змістом ситуації. У такому випадку ми маємо справу з необхідністю звернення індивіда до деякої кількості припущень типу «Якщо ..., то ...», які, по суті, є імовірнісними судженнями.

Зі сказаного випливає, що проблему атрибуції слід розглядати не просто як процес, а як психічне явище, присутнє практично в кожному комунікативному акті у вигляді інформаційного аспекту випереджаючого відбиття (антиципації), який має імовірнісний характер.

У такому випадку виникає питання про інстанцію, яка санкціонує вибір остаточного варіанту імовірнісного судження. На таке питання ми схильні відповісти, що такою інстанцією є суб'єкт не просто як вітальне начало екзистенційних функцій індивіда, а як осередок таких вітальних і соціумних функцій, що володіють високою результативністю. Саме суб'єктна впевненість індивіда в результативності є основою остаточного вибору з деякої сукупності імовірнісних суджень.

**2. Особистісні фактори як основа комунікативної атрибуції.** Уважаючи, що особистісні якості індивіда є результатом його типових інтерактивних дій у системі взаємовідносин, ми маємо всі підстави стверджувати, що саме особистісні якості, які мають безпосереднє відношення до комунікації, є можливим індикатором щодо індивідуальних особливостей атрибутивного процесу. Якщо до сказаного додати ще судження про те, що міжособистісне сприйняття здійснюється з опорою на «добудовування» «образу іншої людини на основі наявної, нерідко обмеженої інформації про неї» (Психологія. Словарь, 1990: 68), в якому беруть участь механізми отождолення, роздуми за неї, емоційного проникнення в її переживання ((Психологія. Словарь, 1990: 68), то маємо висновок про те, що образ іншої людини, створюваний на основі зазначених механізмів, має, природно, насамперед основні ознаки його творця, який проєктує їх на об'єкт сприйняття.

Міркуючи в такому ключі, ми необхідним чином доходимо висновку про існування деякого протиставлення процесів проєкції (перенесення індивідом власних властивостей на об'єкт сприйняття) (Психологія. Словарь, 1990: 295) та атрибуції (приписування об'єкту характеристик, не поданих у сприйнятті) (Психологія. Словарь, 1990: 29).

Зі сказаного випливає, що ментальне добудовування можливо шляхом як проєкції, так і атрибуції, розглядаючи які як протилежності, можна дійти висновку про них як про такі, що утворюють функціональну систему (Анохин, 1978), спрямовану на отримання результату – добудовування образу сприйманого об'єкта.

Оскільки таким образом є образ іншої людини взагалі і як учасника ситуації, то добудовування образу об'єкта знаходиться як би між двох полюсів – об'єкту як людини, з одного боку, та об'єкту як діяльного учасника ситуації. Але хай там що, за будь-яких обставин об'єкт сприймається за схемою  $Він = Я$ ,  $Він > Я$ ,  $Він < Я$ . У першому випадку в іншому вбачаються власні якості, у другому – якості, присутні в ідеальному «Я», але відсутні в «Я» актуальному, а в третьому – пошук в об'єкті якостей, що є предметом гордості спостерігача, але відсутні в іншого.

Зауважимо, що ситуативний образ іншого є більш інформативним у порівнянні з безпосередньо поданими вже хоча б тому, що містить вказівки на систему ціннісних характеристик, які визначають спрямованість особистості.

На підставі наведених міркувань доходимо висновку про можливість побудови теоретичної моделі атрибуції як деякого поведінкового явища, ґрунтуючись на понятті «взаємодія з навколишнім середовищем» як основній ознаці в понятті «поведінка». Розглядаючи поведінку в цілому як деякий перманентний інтерактивний процес у буттєвому просторі індивіда, пов'язаний із формуванням образу-уявлення в цілому й образів окремих ситуацій, ми вважаємо можливим перетворення послідовності ситуацій на деякий

диференційований образ, що володіє певним набором узагальнених характеристик діячів у таких ситуаціях, які містять не стільки статичні, скільки динамічні ознаки, що вказують на потенційні суб'єктні функції іншого учасника ситуації. Говорячи іншими словами, в інтеракціях партнери атрибуують не стільки властивості один одного, скільки потенційні дії, які є логічним продовженням їхніх особистісних якостей.

Вибудувавши послідовний поняттєвий ряд «*комунікативна поведінка – комунікативна взаємодія – комунікативна задача – комунікативні умови – комунікативне розв'язання – комунікативний досвід – комунікативна поведінка*», ми отримуємо можливість визначити місце для явища атрибуції, використовуючи ближнє поняття як родове, яке не тільки містить системоутворювальні ознаки, а й саме збагачується внаслідок ознак, що містяться в понятті «атрибуція».

Звідси можуть бути такі варіанти дефініцій. Атрибуція – це процесуальна складова частина:

- а) комунікативної поведінки, яка характеризується приписуванням поведінкових якостей іншому;
- б) комунікативної взаємодії, яка характеризується приписуванням інтерактивних якостей іншому;
- в) комунікативної задачі, яка характеризується приписуванням задачі додаткових задачних умов;
- г) комунікативної умови ...;
- д) комунікативного розв'язання ...;
- е) комунікативного результату ...;
- є) комунікативного досвіду ....

Розглядаючи проблему атрибуції в розрізі системного підходу, ми ґрунтуємося на ідеї суб'єкта (суб'єктності) як базисній основі, що виступає основою для таких конкретизацій суб'єкта, як Я-концепція, особистісні смисли, мотиви, цілі, дії, спрямовані на отримання шуканого результату, який, будучи отриманим, підсилює переживання своєї суб'єктності індивідом.

Допускаючи, що самою загальною детермінантою атрибуції в плані її виникнення, розвитку і наступних трансформацій є поведінкова активність індивіда протягом послідовності вікових періодів, вважаємо за можливе припустити, що з дорослішанням і, природно, набуттям досвіду, особистісні якості змінюються та оформлюються в деяку вихідну основу насамперед поведінкової атрибуції.

Оскільки людина в соціумних умовах існування знаходиться практично в постійному потоці комунікативних зіткнень, в яких у кожен момент часу відбувається взаємне відтворення, що породжує ті чи інші емоції, почуття, думки й таке інше, що утворюють індивідуальний ментальний фон комунікації, остільки сказане належить певною мірою поведінці як взаємодії з навколишнім середовищем, опосередкованим зовнішньою та внутрішньою активністю.

До внутрішньої активності ми відносимо моменти самопрезентації на початку комунікативного акту, розшифровку й оцінювання самопрезентації візаві, в ході яких актуалізуються механізми атрибуції та проєкції як засобу проникнення в підтекст комунікації. Уважаючи, що будь-яке об'єктивне явище викликає відповідний емоційний відгук, в якому проявляється така функція свідомості, як функція ставлення, що спирається на відповідну систему оцінок, висхідних до ціннісних орієнтирів особистості, ми маємо право висновувати, що практично будь-яке сприймане явище не залишається без відповідної оцінки, яка згодом стає відправною точкою приписування тих чи інших якостей, якщо того вимагає суб'єктивне прочитання комунікативної ситуації в цілому.

Здається цілком виправданим судження про те, що тільки у виняткових випадках, коли сприймане не пробуджує в індивіда ніяких емоцій, об'єкт сприймається як щось об'єктивно подане, якому належать ті якості й властивості, що знаходяться безпосередньо в полі зору.

Як правило, людина в процесі життєдіяльності знаходиться в перманентному процесі оцінювання, який є не просто важливою частиною її існування, а безпосередньою психологічною умовою, що сигналізує їй про ступінь безпеки й, отже, психологічної комфортності існування в хронотопі «тут і тепер».

Крім перманентного оцінювання, здійснюваного безпосередньо з надходженням об'єктивної інформації про об'єкт, вважаємо за можливе назвати й цілеспрямовані орієнтовні дії індивіда як сукупність дій, «спрямованих на активне орієнтування в ситуації, її обстеження та планування поведінки» (Психологія. Словарь, 1990: 254), основне призначення яких полягає в аналізі ситуації, встановленні відношення між її компонентами, побудові плану дії, її контролі й корекції (Психологія. Словарь, 1990: 254) відповідно до власного уявлення про належне в ситуації. Сказане означає, що атрибуція як процес присутня в орієнтовній діяльності як підготовка до виконання комунікативної дії.

Розглядаючи комунікативну поведінку в системі «суб'єкт<sub>1</sub> – суб'єкт<sub>2</sub>» як основу не тільки особистісного й комунікативного досвіду, але і як передумову розвитку відповідних особистісних якостей, ми вважали можливим припустити, що особливості минулого досвіду осіб, що належать до підліткового та юнацького віку, не тільки допоможуть нам встановити загальне й різне в особистісних факторах таких вибірок, а й виявити особистісні фактори, які ними використовуються як базис, ґрунтуючись на якому індивід шукає в іншому аналогічну якість і, не знаходячи, приписує об'єкту оцінювання якість протилежну.

В емпіричному аналізі такого питання ми використовували методику багатофакторного дослідження особистості Р.Б. Кеттелла, адаптовану для роботи з китайською вибіркою (Лі Сін'янь, 1998), до якої увійшли 44 підлітки у віці 12–13 років із середньої школи Харбінського технологічного інституту (неповна середня школа) і стільки ж молодих людей віком 17–19 років із Харбінського інженерного університету.

Пристаюючи до емпіричного етапу нашого дослідження, ми виходили з того, що особливості провідної діяльності в підлітковому та юнацькому віці (навчально-професійна діяльність) як детермінант психічного

розвитку дадуть відповідний вплив на результати тестування. Що між цими вибірками виявляється відмінності – це не викликало ніякого сумніву. Однак питання полягало в тому, які це будуть відмінності.

Слід було очікувати, що спілкування, будучи провідною діяльністю підліткового віку, вплине на вираженість тих особистісних факторів, які досліджувані використовували в комунікаціях найбільш інтенсивно. Ми також вважали, що і в юнацькій вибірці найбільш виражені показники особистісних факторів відтворюють особливості їхніх комунікативних взаємин, пов'язаних зі здійсненням навчально-професійної діяльності.

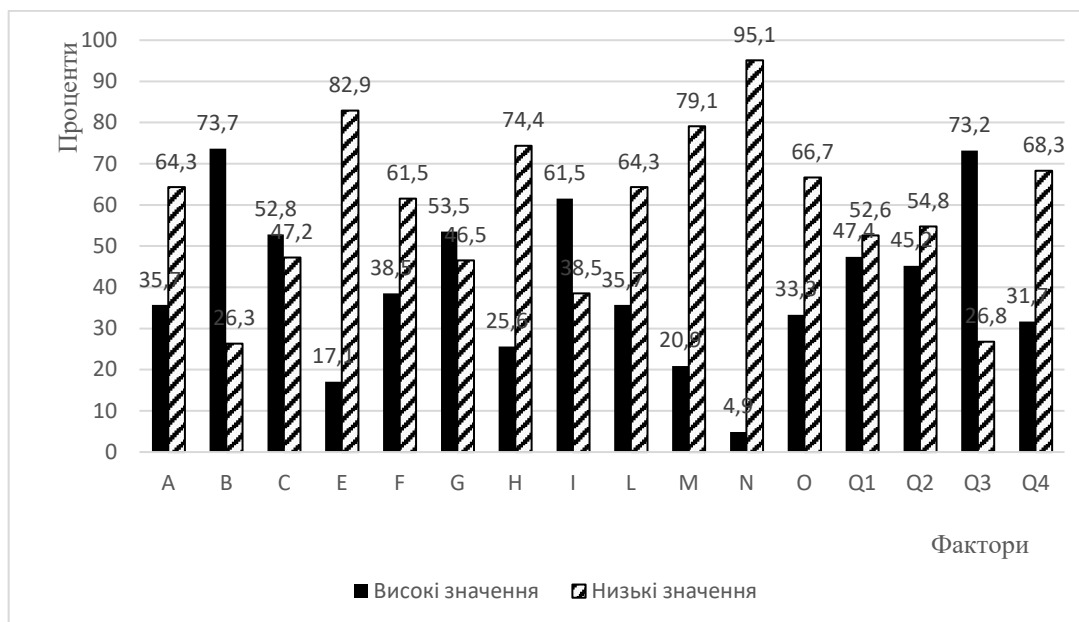


Рис 1. Розподіл високих і низьких значень факторів у підлітковій вибірці

Отримано зведення про поведінку підлітків у соціумному оточенні, де вони досить стримані, хоча часом і виявляють певну легкість у спілкуванні (фактор А). Більшість молодих людей розумна й кмітлива, хоча є такі, які не відрізняються високим інтелектом (фактор В). У співвідношенні емоційної стабільності / нестабільності спостерігається переважання першого, хоча й присутні прояви емоційної нестабільності, наївності й імпульсивності (фактор С). Меншою мірою недисциplinовані, ніж дисциplinовані (фактор Е), більш помірковані, ніж комунікабельні (фактор F).

Для більш ніж половини підлітків характерним виявилось дотримання моральних правил. Менша частина все ж виявилась схильною до зниженого почуття соціальної відповідальності (фактор G). Співвідношення розкутості й урівноваженості виявилось на користь останнього (фактор Н).

Більшості підлітків притаманні емоційна чутливість, нерішучість, невпевненість у собі (фактор I). Менша частина підлітків проявляє обережність і недовірливість у комунікаціях на противагу тим, хто більш терпимо ставиться до спілкування (фактор L). Безтурботність і легковажність притаманна меншій частині підлітків, у той час, як інша частина проявляє реалістичність та обережність у комунікаціях (фактор M).

Серед досліджуваних підлітків досить мало є осіб із високими показниками за фактором N, що вказує на здатність добре пристосовуватися до комунікативного оточення. Водночас більша частина підлітків досить прямолинійна, безкомпромісна й часом жорстока.

Третина досліджуваних підлітків демонструє у своїх відповідях на судження тесту Кеттела невпевненість, занепокоєння, занижену самооцінку. В інших відповідях проглядаються ознаки, що вказують на впевненість, спокій, миролюбність, претензійність, легку пристосовність до навколишнього середовища (фактор O).

Практично порівну високі й низькі оцінки підлітків за фактором Q<sub>1</sub>, що дозволяє судити про рівну представленість у них схильності дотримуватися / не дотримуватися соціумних правил і традицій. Аналогічне можна сказати й про дані за фактором Q<sub>2</sub> – прояв залежності / незалежності в поведінці. Дані за фактором Q<sub>3</sub> (самодисципліна) вказують на тенденцію в більшій частині досліджуваних до прояву самоконтролю, сили волі, прагнення до власних ідеалів. За фактором Q<sub>4</sub> (напруженість) велика частина досліджуваних підлітків виявляє байдужість до того, що відбувається навколо них.

Судячи з даних, представлених на рис. 1, у досліджуваних підлітків спостерігається досить висока представленість інтелектуальних (фактор В) та емоційно-вольових характеристик (фактори I та Q<sub>3</sub>). Найменше виражені в них характеристики міжособистісного спілкування (фактори Е та N).

В юнацькій вибірці показник товарищескості (фактор А) значно перевищує показник, який вказує на низький рівень товарищескості в представників цього віку (рис. 2).

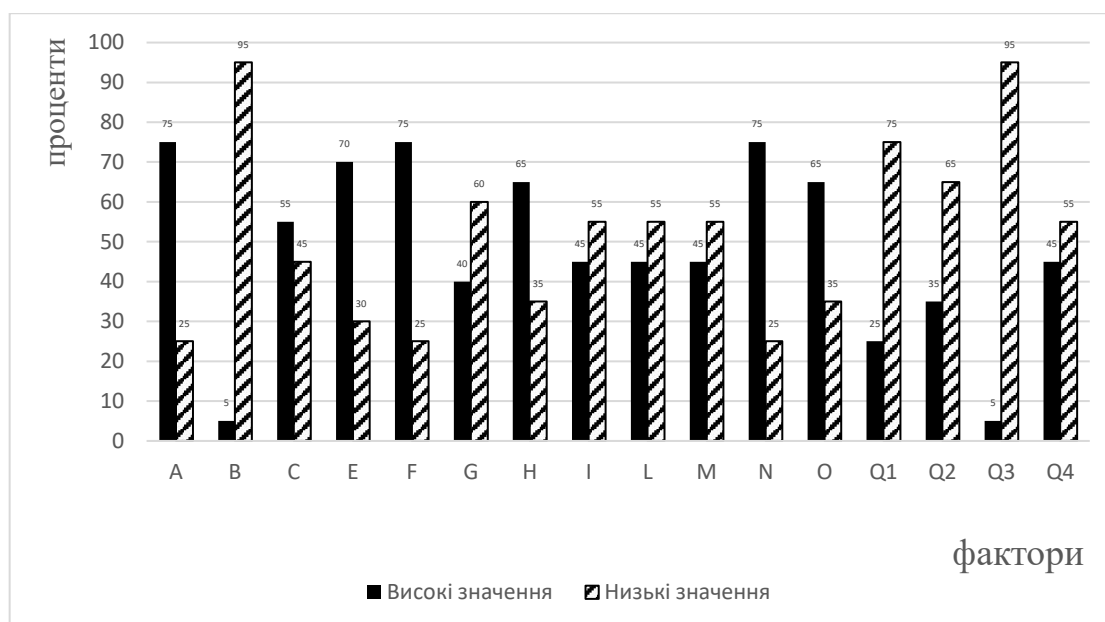


Рис 2. Розподіл високих і низьких значень факторів в юнацькій вибірці

Звертає на себе дуже низький показник за фактором В, який у підлітковій вибірці виражений найбільшою мірою. Співвідношення високих і низьких показників за фактором С практично однаково з невеликим перевищенням високих показників.

Досить високий і показник за фактором Е, що свідчить про значне зростання тенденції до змагальності в поведінці й спілкуванні. Аналогічне спостерігається і щодо показників за фактором F (жвавість). Повага до батьків значно нижче в порівнянні з неповагою (фактор G).

Комунікабельність перевищує показник некоммунікабельності (фактор Н). Показники за факторами I, L, M знаходяться практично на одному рівні, дещо поступаючись їм низьким значенням.

Значно зростає показник за фактором N (здатність добре пристосовуватися до комунікативного оточення), зрівнявшись із показниками факторів А (товариськість) і F (жвавість). Показник за фактором О (пристосовність до оточення) перебуває практично на одному рівні з показниками за факторами Е (змагальність) і Н (коммунікабельність).

Серед невеликих показників за факторами Q<sub>1</sub> (дотримування соціумних правил), Q<sub>2</sub> (залежність / незалежність у поведінці), Q<sub>3</sub> (самодисципліна), Q<sub>4</sub> (напруженість) найменше значення має фактор Q<sub>3</sub>.

Уважаючи всі фактори з показниками 70 і вище такими, що визначають особистісні відзнаки досліджуваних в юнацькій вибірці, ми маємо право зробити висновок про те, що психологічний вигляд середньої особи юнацького віку визначається впливом таких факторів, як А (товариськість), Е (змагальність), F (жвавість), N (пристосовність).

Якщо порівнювати підліткову та юнацьку вибірки за факторами тесту Кеттела з боку комунікативних вимог, то юнацька вибірка постає як така, що володіє більшою ресурсністю та, отже, може демонструвати вищу варіабельність комунікативної поведінки.

Якщо розглядати сказане в задачній парадигмі, тобто вбачаючи в кожній комунікативній ситуації ознаки задачі (мети), то, природно, можна вважати, що менша ресурсність підліткової вибірки зажадає під час розв'язування більшого добудовування, ніж в разі з юнацькою вибіркою.

Сказане дає нам можливість екстраполувати таке судження на ширше коло комунікацій, вважаючи ресурсність комунікатора основною детермінантою потреби в добудовуванні комунікативних умов шляхом залучення додаткових ознак, в тому числі й унаслідок атрибутування.

**Висновки.** Міркування про системність будь-якого психологічного явища, що має, як правило, солідне багатостороннє теоретичне опрацювання, завжди пов'язане з обов'язковим зверненням до поняття «система», яке служить деяким імпліцитним виправданням бажанню дослідника підійти до проблеми як явища, властивому індивіду як цілісній живій істоті.

Дотримуючись такого бажання, і ми виявилися не виключенням, постулюючи положення про те, що атрибуція, розглянута, як правило, як процес, повинна обов'язково мати відповідну системну прив'язку як до явища, які тою чи іншою мірою стосуються питання про приписування об'єктам якостей, прямо не пов'язаних із безпосереднім сприйняттям, так і до більш віддалених, висхідних до питання про безпосереднього носія діяльності й пізнання – про суб'єкта.

Розглядаючи проблему в такому ключі, ми доходимо висновку про те, що здійснення будь-якої активності індивідом відбувається в процесі використання відповідних психологічних механізмів, якими, по суті, є функції, сформовані під час здійснення індивідом поведінки, продиктованої континуумом життєвих ситуацій.

Якщо розглядати ситуацію як задачу (комунікативну, інтерактивну, пізнавальну, діяльнiсну), в якiй мiстяться вимоги (мета), умови (вiдоме) i шукане (невiдоме), то, природно, бiльше поведiнкове навантаження, що припадає на невідоме, вже через свою невідомiсть вимагає вiдповiдної когнiтивної пiдтримки, здiйснюючи яку, iндивiд звертається до свого минулого досвiду, трансформуючи його вiдповiдно ситуацiї, що розглядається як задача.

Звертаючись до свого минулого досвiду, сформованого вiдповiдно до власних суб'єктних установок, в яких ми вбачаємо детермiнiтивнi ознаки, що стосуються конкретної задачі, дослiджуванi пiдлiткової та юнацької вибiрки повиннi, як ми вважаємо, використовувати рiзнi за обсягом ресурси. Пiдлiтки звертаються до iнтелектуалiзацiйних мiркувань (фактор В), супроводжуючи їх емоцiйно-вольовими додаваннями (фактори I та Q<sub>3</sub>), у той час, як представники юнацької вибiрки мають бiльше можливостей для добудовування шляхом використання досвiду, пов'язаного з факторами А (товариськiсть), Е (змагальнiсть), F(жвабiсть), N (присосовнiсть). Такий факт дає нам можливiсть висновувати про бiльшу категоричнiсть пiдлiткової атрибутцiї в порiвняннi з атрибутивними процесами в юнацькому вiцi.

#### Список використаних джерел:

1. Абульханова-Славская К.А. Стратегия жизни. Москва : Мысль, 1991. 299 с.
2. Анохин П.К. Избранные труды. Философские аспекты теории функциональной системы. Москва : Наука, 1978. 400 с.
3. Li Xintian. Medical psychology. Beijing: United Press of Beijing Medical University and Peking Union Medical University, 1998. С. 700–730.
4. Психология. Словарь / под общ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. Москва : Политиздат, 1990. 494 с.
5. Философский энциклопедический словарь / гл. ред. : Л.Ф. Ильичев, Н.Н. Федосеев, С.М. Ковалев, В.Г. Панов. Москва : Советская энциклопедия, 1983. 840 с.

#### References:

1. Abulhanova-Slavskaja, K.A. (1991). Strategiji zhizni. [Life strategy]. Moscow: Myslj. 299 p. [in Russian].
2. Anohin, P.K. Izbrannyje trudy. Filosofskije aspekty teoriji funkcionalnoj sistemy [Selected works. Philosophical aspects of functional system theory]. Moscow: Nauka. 400 p. [in Russian].
3. Li Sinjtjanj. (1998). Medical psychology. Beijing: United Press of Beijing Medical University and Peking Union Medical University, 1998. pp. 700–730. [in Chinese].
4. Psihologija. Slovarj. (1990). [Psychology. Dictionary] / pod obshchej redakcijej A.V. Petrovskogo, M.G. Yaroshevskogo. Moscow : Politizdat. 494 p. [in Russian].
5. Filosofskij enciclopedicheskij slovarj. (1983). [Philosophical Encyclopedic Dictionary] / glavnaja redakcija: L.F. Iljichov, N.N. Fedoseev, S.M. Kovaljov, V.G. Panov. Moscow: Sovetskaja enciklopedija. 840 s. [in Russian].