

ПСИХОЛОГІЯ

УДК 159.9:316.6

DOI: 10.31548/hspedagog2021.01.043

ОСОБЛИВОСТІ МІЖСОБИСТІСНОЇ КОМУНІКАЦІЇ І СОЦІАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ (НА ПРИКЛАДІ МОТИВУ АФІЛІАЦІЇ)

ВАКУЛИК І. І., кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики та мовної комунікації

Національний університет біоресурсів і природокористування України

E-mail: vakulyk@ukr.net

Анотація. У роботі презентовано власне бачення мотиву афіліації як складний психологічний процес, у якому вибудовується поведінка дій та пропагуються різновиди міжособистісної комунікації. Виявлено особливості комунікативної поведінки в історичній ретроспективі на матеріалі традиційного студентського гімну, знаного у всьому світі; з'ясовано як відбувалась вербалізація емоцій та кодування чуттів у студентському середовищі раннього і пізнього середньовіччя. У статті піднімаються питання загальнолюдських цінностей, особистісного ставлення до партнера у процесі спілкування, гнучкості і галантності. Досліджено за допомогою яких ефектів досягається підсилення виразності поетичних образів. У аналізованому тексті радість презентує найвищий рівень інтенсивності емоцій, вона є джерелом формування чуттів, тобто кодовим знаком, який допомагає розшифрувати контекст системи цінностей доби. Авторська концепція демонструє складне і багатоаспектне явище – продукт комунікативної діяльності, орієнтований на сучасного читача.

Ключові слова: комунікація, міжособистісна комунікація, афіліація, кодовий знак, вербалізація, код, цінності, соціальна поведінка, свідомість.

Актуальність. Нині залишається актуальною є проблема кодування у свідомості будь-якої інформації, моделювання її мотиваційної бази, проєктування сценаріїв розгортання цієї інформації. І вирішити її, вибудовуючи або спростовуючи гіпотези, намагаються на різних рівнях – з погляду математичної логіки, із застосуванням теорій і алгоритмів, із урахуванням розвитку філософських ідей, шляхом створення моделей, за допомогою комбінованих методів та експериментів – скрізь, де домінує асиметрія знаку. Це багатоаспектне та складне явище, котре досліджувалося і досліджується на межі багатьох наук, часто називають інтердисциплінарним (див. праці Г. Клауса [4], В. О. Ситарова, К. К. Жоль,

Є. М. Панова, Ф. С. Бацевича, О. О. Селіванової, Г. Г. Почепцова).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У «Основах комунікативної лінгвістики» Ф. С. Бацевича визначається динаміка творення мовного спілкування [1, 31–45]. Автор доводить, що обов'язковою умовою будь-якого спілкування є сприйняття. Цей різновид мовленнєвої діяльності полягає в установленні смислу почутих або прочитаних повідомлень, усвідомленні авторських (дискурсивних) стратегій, інтенцій тощо. Сучасний німецький філософ Х. - Г. Гадамер наголошував на тому, що мова є універсальним середовищем, у якому здійснюється розуміння, а засобом розуміння є тлумачення [1, 97–98].

© Вакулик І. І.

HUMANITARIAN STUDIOS: PEDAGOGICS, PSYCHOLOGY, PHILOSOPHY Vol 12(1) 2021

«Головними ознаками комунікації дослідники вважають цілеспрямованість, конвенційність, наявність спільного коду повідомлення, спільність певного фонду знань (ситуаційних, соціальних, культурних, енциклопедичних), комунікативних навичок, установок», – зазначає О. О. Селіванова [8, 274]. На думку автора монографічного дослідження «Світ свідомості у мові», інтерпретуючи текст, читач веде діалог, який може бути інакше прочитаний в універсумі культури [10, 411].

«Світло Універсуму, що пропускається душею, є єдиним кінцевим джерелом її життя і одночасно основою людської свідомості, формуванням архетипів, цивілізаційного і культурного кодів. Розкриття його змісту – основа цивілізаційного коду (і типу свідомості). І від того, як Світло Універсуму пропускається крізь світлофільтр душі, маніфестується і світогляд соціуму», – стверджував О. В. Кашанський [3].

Аналіз особливостей міжособистісної комунікації і соціальної поведінки (на прикладі мотиву афіліації) ґрунтується на поєднанні методологічних засад парадигмальних **методів** (порівняльно-історичного, функціонального) та методів маргінальних галузей (психолінгвістики).

Результати. Науковцями зазначалося, що такі емоційні особливості, як збудженість, імпульсивність, ефектність завжди тією чи іншою мірою проявляються у поведінці. І ступінь їхнього прояву може варіюватися від легкого імпульсу до вираженої дієвості [6, 311, 313]. Тоді ми говоримо про вияв емоційного стану у максимумі.

Завдяки своїй соціальній діяльності члени суспільства, формуючи досвід, транслюють його від покоління до покоління, ретельно оберігаючи і збагачуючи. Аби продемонструвати мотив афіліації як

складний психологічний процес, з'ясувати ролі емоцій та чуттів у процесі міжособистісної комунікації, виявити особливості комунікативної поведінки в історичній ретроспективі, ми звернулися до традиційного студентського гімну, зnanого у всьому світі [2], і проаналізували, як досягається процес зближення у поведінці однодумців на матеріалі презентованого студентського гімну, що був написаний латиною. Спробуємо декодувати цю інформацію.

Групою британських учених під керівництвом М. Аргайла було проведено ряд досліджень впливу різних видів взаємовідносин на відчуття щастя й задоволеності. У ході експерименту була виявлена ієрархія видів взаємних стосунків (між подружніми парами, що посіли перше місце, між друзями і родичами на другому місці, та співпрацівниками й сусідами – на останньому) та визначено фактори, які впливають на ступінь довірливості й саморозкриття, спільність думок, інтересів. Дружба виявилася самостійним джерелом щастя, оскільки вона надзвичайно важлива для молоді. Друзі разом п'ють, їдять, спілкуються, проводять разом вільний час. Поєднання спілкування з їжею, випивкою є характерною рисою дружніх зустрічей. Друзі моментально піднімають настрій одне одному у формі розваг [5, 43–56]. Потреба у друзях може виявлятися по-різному: для одних – це соціальна підтримка, що проявляється у пораді, співчутті, довірливому спілкуванні; для інших – спільність поглядів на оточуючий світ, спільність інтересів, спільне навчання. Згадаємо, що виконувався «Гаудеамус» під час урочистих святкувань, у німецьких пабах, на напружених революційними думками вулицях.

Вербалізація емоцій у студентському середовищі середньовіччя була викликана намаганням повідомити партнеру про

свої почуття, переживання у формі словесних послань: *«Веселімося, допоки ми молоді...»* (тут і далі по тексту переклад наш – I. I. V.) Отже, можна говорити про емоцію, закодовану у текст. *«Де є ті, які до нас жили у цьому світі? Піднімемось до найвищих (тобто: Царства Богів), спустимось до найнижчих (тобто: Царства Аїда), аби їх побачити.»*

Щодо світогляду вчених раннього середньовіччя, то він формувався під впливом переконань того, що Земля – центр Всесвіту, існує в оточенні десяти сфер, розміщених одна в одній, тяжіючих до Землі. Вважалося, що в одній із них живуть Бог і найголовніші святі, а сатана і пропащі душі – у пеклі, у центрі Землі. Згідно з релігійним уявленням, добрі і злі сили стояли за всіма подіями земної історії та долями людей. Після трудів життя всі прагнули втішитися в раю і жахалися думки про муки пекла. Такою була філософія життя. *«Життя наше коротке. Швидко минуче. Приходить смерть нищівна, Хапає нас безжалісно. Ніхто не буде помилуваний!»*

У добу пізнього середньовіччя смерть стала важливим компонентом культури, «екраном», на якому проектувались життєві цінності. Новітні історичні дослідження, присвячені заявленому періоду, зосереджувалися на полюсах людського життя, оскільки люди ставилися до смерті вже як до звичного явища, вона не лякала їх. Тому людина органічно впліталася у природу, а це свідчило про певну гармонію між двома світами.

Найважливішою внутрішньою детермінантою міжособистісної атракції є вираження особистісного ставлення до партнера у процесі спілкування [5, 206]. *«Нехай живуть усі дівчата, витончені, красиві. Нехай живуть і жінки, ніжні, люблячі, добрі, працюючі...»*. Вишукана ґречність, галантність, народжені у лицарському середовищі, стали загальним

надбанням суспільства, увійшли в культуру як значущий елемент, джерело духовних відкриттів. Настанови шанувати жінку, захищати її від лихослів'я й образ, бути вірним своїй обраниці – це суперечило церковному поглядіві на жінку як осереддя гріха й спокуси. Така інформація є надзвичайно цінною, оскільки вона відкриває завісу на появу п'ятого куплету гімну студентів, адже академічний студент XVII ст. – це кавалер. Окрім того, як ми знаємо, у навчальних закладах Німеччини вперше було дозволено жінкам отримувати університетську освіту. Це сталося завдяки прийнятому рішення на Ієнському університетському з'їзді.

Американський психолог Мілгрем відзначав: *«Ми всі тенденційні створіння, опутані павутинням соціального примушення»*. Це передбачає, що люди повинні додержуватися соціальних правил (або норм), їм слідувати. Це умовності (конвенції, домовленості) повсякденного життя, які роблять нашу взаємодію з іншими передбачуванішою і упорядкованішою [11, 87–88]. Дослідник і психотерапевт Л. Горовиц виділяв два типи поведінки, що закладені в основі міжособистісних стосунків. Перший тип орієнтований на зближення, другий тип поведінки орієнтований на віддалення [5, 36].

Колись Горацій та Овідій у своїх творах закликали до щохвилиної радості, повноти земного життя. Поступово такого типу заклики узаконювалися у XIII ст., а згодом набули спільних рис для пізньосередньовічної латинської лірики. Тому вони логічно увійшли до студентського університетського вжитку, заклавши його підвалини буття.

Майже сто років тому Г. Мюреєм було визначено мотив афіліації як *«Здатність товаришувати, відчувати приязнь, радіти іншим, жити разом із ними, співпрацювати, спілкуватися, любити, належати до одного*

товариства» [Там само]. Такий фундаментальний підхід до міжособистісної комунікації мав свої переваги – отримувати насолоду від спілкування, захоплюватися іншими, виявляти здатність вести за собою, взаємозбагачуватися. При цьому важливим елементом виступав пошук дружньої підтримки і симпатії. У такий спосіб відбувається вияв позитивних, об'єднуючих емоцій, котрі виникають при задоволенні соціальних потреб. Таким чином, можна говорити про прояви соціальної поведінки: люди впливають одне на одного, викликають певні психологічні реакції, а ті, у свою чергу, спричиняють відповідні соціальні дії (наприклад, ідентифікуючи себе з членами групи).

Висновки і перспективи. Мотив афіліації, презентований гімном студентської молоді, використовується для підсилення виразності поетичних образів і досягається шляхом застосування різних ефектів: змішування високого і низького, нагромадження важливих і незвичних подій, компонентів сміху, ефекту калейдоскопу чеснот та використання фігур (анафори – тричі повторюється *regreat*, вісім разів *vivat*: «*Нехай згине сум, Зникне печаль, Щезне диявол..*», «*Нехай процвітає (чи будуть у розквіті)*» академія, професори, кожен зокрема і усі члени суспільства, наша держава, спільна справа (республіка), милість меценатів; антитези *post* «*Після бурхливої молодості, Після обтяжливої старості...*»; риторичних питань «*Де є ти...?*»; нагромадження синонімічних сполучників зі значенням «і» *et, que, atque* та їх постпозиційне розташування, тощо).

«Гаудеамус» виконував і виконує роль каналу комунікації за соціально-психологічних та часових умов існування. Завдяки йому здійснюються міжкультурна та міжособистісна комунікації. Контекст доби написання гімну визначає закони і норми середньовічного соціуму, впливає на

його зміст загалом, надає поетичному тексту конкретної спрямованості – бути гімном, тобто уславлювати, любити, насолоджуватись, відчувати задоволення. Це і є проявом мотиву афіліації в аналізованому тексті: адже радість презентує найвищий рівень інтенсивності емоцій, вона є джерелом формування чуттів, тобто кодовим знаком, який допомагає розшифрувати контекст системи цінностей доби.

Список використаних джерел:

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ: Видавничий центр «Академія», 2004. 344 с.
2. Вакулик І. І. Джерела походження культу старовинної студентської пісні. *Studia Linguistica*, 2011. Вип. 5. С. 64–70.
3. Кашанский А. В., Магомедов М. А., Недосекин А. О. Триалектика Универсума. URL: <http://www.trinitas.ru/rus/doc/0226/002a/02261106.htm> (дата звернення: 20.07.2020)
4. Клаус Г. Сила слова. Гносеологический и прагматический анализ языка. Пер. с нем. Н. Г. Комлева. Москва: Прогресс, 1967. 216 с.
5. Куницина В. Н., Казаринова Н. В., Погольша В. М. Межличностное общение. СПб.: Питер, 2001. 544 с.
6. Общая психология. Под ред. В. В. Богословского, А. А. Степанова, А. Д. Виноградова и др. Москва: Просвещение, 1981. 383 с.
7. Почепцов Г. Г. Терия коммуникации. Москва: Рефл-бук; Київ: Ваклер, 2006. 656 с.
8. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава: Довкілля-К, 2010. 844 с.
9. Селіванова О. О. Основи теорії комунікації. Черкаси: Вид-во Чабаненко Ю. А., 2011. 350 с.

10. Селіванова О. О. Світ свідомості у мові. Черкаси: Ю. Чабаненко, 2012. 488 с.

11. Цигульська Т. Ф. Загальна та прикладна психологія. Київ: Наукова думка, 2000. 191 с.

References

1. Batsevych, F. S. (2004). *Osnovy komunikatyvnoi linhvistyky* [Fundamentals of communicative linguistics]. Kyiv: Vydavnychiy tsentr «Akademiia». 344 s.

2. Vakulyk, I. I. (2011). *Dzherela pokhodzhennia kultu starovynnoi studentskoi pisni* [Sources of the origin of the cult of ancient student songs]. *Studia Linguistica*. Vyp. 5. P. 64–70.

3. Kashanskyi, A. V., Mahomedov, M. A., Nedosekyn, A. O. (2011). *Tryalektyka Unyversuma* [Trialectics of the Universe]. Available at: <http://www.trinitas.ru/rus/doc/0226/002a/02261106.htm>

4. Klaus, H. (1967). *Syla slova. Hnoseolohycheskyi y prahmatycheskyi analiz yazika* [The power of words. Epistemological and pragmatic analysis of language]. Moscow: Progress. 216 s.

5. Kunytsyna, V. N., Kazarynova, N. V., Pohlsha, V. M. (2001). *Mezhlychnostnoe obshchenye* [Interpersonal communication]. St. Petersburg: Pyter. 544 s.

6. Bohoslovkoho, V. V., Stepanova, A. A., Vynohradova A. D. (1981). *Obshchaia psykholohyia* [General psychology]. Moscow: Prosveshchenye. 383 s.

7. Pocheptsov, H. H. (2006). *Teryia kommunkatsyi* [Theory of communication]. Moscow: Refl-buk; Kyiv: Vakler. 656 s.

8. Selivanova, O. O. (2010). *Linhvistychna entsyklopediia* [Linguistic encyclopedia]. Poltava: Dovkillia-K. 844 s.

9. Selivanova, O. O. (2011). *Osnovy teorii komunikatsii* [Fundamentals of communication theory]. Cherkasy: Vydvo Chabanenko Yu. A. 350 s.

10. Selivanova, O. O. (2012). *Svit svidomosti u movi* [The world of consciousness in language]. Cherkasy: Iu. Chabanenko. 488 s.

11. Tsyhulska, T. F. (2000). *Zahalna ta prykladna psykholohiia* [General and applied psychology]. Kyiv: Naukova dumka. 191 s.

PECULIARITIES OF INTERPERSONAL COMMUNICATION AND SOCIAL BEHAVIOR (ON THE EXAMPLE OF AFFILIATION MOTIVATION)

Vakulyk I. I.

Abstract. *The paper presents one's own vision of the motive of affiliation as a complex psychological process in which the behavior of actions is built and the types of interpersonal communication are promoted. Peculiarities of communicative behavior in historical retrospect are revealed on the material of the traditional student anthem, known all over the world; found out how the verbalization of emotions and the coding of feelings in the student environment of the early and late Middle Ages was held. The article raises issues related to universal values, personal attitude to the partner in the process of communication, politeness and gallantry. It is investigated by means of which effects the strengthening of expressiveness of poetic images is reached. In the analyzed text, joy presents the highest level of intensity of emotions, it is a source of feeling, i.e. a code sign that helps to decode the context of the value system of the historical period. The author's concept demonstrates a complex and multifaceted phenomenon – a product of communicative activity, focused on the modern reader.*

Key words: *communication, interpersonal communication, affiliation, code sign, verbalization, code, values, social behavior, consciousness.*