

СТРАТЕГІЇ МІЖСОБОВОГО ЗВОРТНОГО ЗВ'ЯЗКУ: РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

У статті розглянуто проблему зворотного зв'язку в спілкуванні; запропоновано методики вивчення зворотного зв'язку, проаналізовано результати дослідження стратегій повідомлення зворотного зв'язку експериментально організованій ситуації спілкування.

Постановка та обґрунтування актуальності теми

Дослідження зворотного зв'язку в спілкуванні є актуальною проблемою, оскільки на сучасному етапі виникла певна узгодженість щодо актуальності, практичної значущості вивчення такої ситуації спілкування та теоретичних поглядів психологів на природу процесів зворотного зв'язку в спілкуванні.

Аналіз досліджень та публікацій

Огляд основних напрямів (тренінгового та експериментального) досліджень, проведений нами, представлено в «Наукових записках НАУКМА» [1, 2]. В огляді показано, що експериментальними дослідженнями охоплено рольові та особистісні характеристики як комунікатора, так і реципієнта, а також параметри самого зворотного зв'язку, форми і способи його подачі; проаналізовані процеси сприйняття зворотного зв'язку. В психологічній літературі в якості параметрів конструктивного зворотного зв'язку для реципієнта використовують такі характеристики: *неоцінюваність, неінтерпретативність, дескриптивність, невідкладність, специфічність*.

Дослідженнями встановлені ефекти прийняття зворотного зв'язку: **стрибок достовірності** (credibility gap); **ефект Барнума** (Barnum effect). Як характеристики зворотного зв'язку, значущі для його впливу на реципієнта, вивчені насамперед такі: валентність (емоційний знак), послідовність пред'явлення, види (або форми зворотного зв'язку), стилі подачі. Проведений аналіз засвідчив, що в зарубіжних дослідженнях були визначені та через систематичне варіювання вивчені досить суттєві змінні процесу зворотного зв'язку. У вітчизняних дослідженнях під керівництвом Л.А.Петровської в Московському університеті в період 1970–1980 років вперше запропоновано варіанти методів дослідження зворотного зв'язку на емпіричному рівні, визначено зміст та форми зворотного зв'язку

для реципієнта, їх залежність від рівня групового розвитку та характеристик спільної діяльності [3, 4, 5, 6, 7].

Мета наших досліджень – побудова концептуальної схеми дослідження в іншому ракурсі [1, 2]. Запропонована концептуальна схема аналізу міжособового зворотного зв'язку в реальному спілкуванні та визначені його риси: необов'язковість зворотного зв'язку, можливість атрибуції йому сумнівної якості, поліфункціональність та функціонування як особливої форми презентації групових потреб та соціального контролю за даною особою [1, 2].

Виокремлення невирішених аспектів проблеми

Найбільш драматична проблема досліджень зворотного зв'язку – відсутність надійних валідних методів. Більшість методик дослідження зворотного зв'язку, запропонованих у 1970–1980 рр. (період активного дослідження проблеми), майже не знайшли поширення у роботах дослідників надалі. Сьогодні нам невідомі дослідження, котрі б проводилися з використанням методів, що ними послуговувались ініціатори досліджень [3, 4, 5, 6, 7].

Мета цієї статті – розробити на основі концептуальної схеми міжособового зворотного зв'язку методики дослідження, визначити їх можливості та провести на основі цих методик емпіричне дослідження стратегій повідомлення зворотного зв'язку в реальних групах старшокласників і студентів.

Завдання:

1. Визначити структуру та змістовні особливості зворотного зв'язку в реальних соціальних групах.
2. Проаналізувати феноменологію зворотного зв'язку та визначити можливості експериментальної операціоналізації його структурних і змістовних компонентів.
3. Розробити експериментальні процедури дослідження діалогічних процесів та процесів

зворотного зв'язку в експериментально організованій ситуації.

4. Провести дослідження з апробації експериментальних процедур.

Понятійний аналіз

У психологічній літературі чимало дослідників неодноразово зазначали, що при використанні поняття зворотного зв'язку виникає низка проблем: поняття має міждисциплінарний характер, є багатозначним (вказує як на процес, так і на результат) [6]. У контексті нашого дослідження під **міжособистісним зворотним зв'язком** розуміються отримані особою від оточення інформація, судження про себе та свою поведінку, про те, як її сприймають у діяльності та спілкуванні. Ми обмежуємо свій розгляд тим, що це інформація, котру подає комунікатор (особа, яка має інформацію) до іншої людини (реципієнта) (особи, якої ця інформація стосується), саме про неї та виступає як вербальне повідомлення.

Міжособовий зв'язок, що, на наш погляд, дуже суттєво, слід розуміти як передачу повідомлень між партнерами по спілкуванню чи спільній діяльності в такий спосіб, коли норми ситуації не вимагають розкриття сфери глибоких особистих переживань та встановлення взаєморозуміння в сфері особистих думок і переживань. В умовах **міжособистісного зворотного зв'язку** така міра взаєморозуміння є ціллювою й досягається партнерами через спілкування, що усвідомлено спрямоване ними на цю мету.

Виклад основного матеріалу

Розроблена концептуальна схема [1, 2] має певне призначення, вона дає змогу провести емпіричне дослідження, охоплюючи процес породження зворотного зв'язку із соціально-перцептивною інформацією, котрою володіє комунікатор. Тож, відповідно, ми можемо описати основні параметри створених нових експериментальних процедур.

У процесі комунікації зворотного зв'язку інформація, наявна у комунікатора, перетворюється на інформацію для реципієнта. Якщо припустити, що вся інформація, котрою володіє комунікатор, не повідомляється в повному обсязі, а поступово, в міру необхідності, використовується ним, тоді й певну частину інформації комунікатор поступово використовує у спілкуванні з даною особою. Цю повідомлену інформацію можна позначити як **здійснений зв'язок**. Інформацію, яка вже повідомлялась цій людині у спілкуванні, ми позначимо як **«повідомлене»** або **«реально здійснений зворотний зв'язок»**.

Решту інформації суб'єкт при нагоді зможе використати для повідомлення як зворотний зв'язок для свого партнера. Її можна позначити як **«потенційно можливий зворотний зв'язок»**. Можна також припустити, що певна частина інформації залишиться у комунікатора і він її спеціально контролюватиме та виключить можливість її використання в якості зворотного зв'язку (**«не повідомлюване»** або **«принципово неможливий зворотний зв'язок»**). Гіпотетично, цю інформацію теж поступово використовують, однак у ситуаціях, де діють особливі норми дозволу, скажімо, норма на відверте справжнє спілкування, вимога розмови начистоту, «з відкритим забралом».

Відносно кожної з визначених груп інформації можна висловити певні припущення. Звісно, щодо всіх наших партнерів по спілкуванню можна розглянути ці структури інформації і дійти висновку, що повідомлене, потенційно можливе в спілкуванні та неповідомлюване – це динамічно трансформовані структури, зумовлені змістом стосунків, ситуацією та характером взаємодії. Визначити ці структури в повному обсязі можливо лише теоретично. Можна також не сумніватись, що у певних випадках ми свідомо діємо, повідомляючи, розкриваючи свої думки та почуття іншій людині, або надовго блокуємо деякий зміст і не повідомляємо про це, думаємо про цю особу.

Термін наявна **соціально-перцептивна інформація** ми використовуємо для позначення всього обсягу інформації, вражень, суджень, оцінок, думок, переживань, образів, у яких відображається інша людина. Природа та особливості, змістовні та кількісні характеристики цієї інформації, її емоційна наповненість, значущість та регулятивна сила, її смислова організація для психології ще становлять серйозну проблему. Однак, нехтуючи внутрішньою структурою та природою цієї інформації, можна в емпіричному дослідженні виходити з таких міркувань. Частина цієї наявної інформації використовується в спілкуванні як зворотний зв'язок та може бути об'єктивована в дослідженні. Хоч які б методи використовувались, охопити всю інформацію неможливо, однак у дослідженні зворотного зв'язку доцільно припустити, що об'єктивована на прохання експериментатора інформація й є повним обсягом соціально-перцептивної інформації, що слугує основою спілкування.

Категорії **«реально здійснений зворотний зв'язок»** (*повідомлене*), **«потенційно можливий зворотний зв'язок»** (*готове до повідомлення*), **«принципово неможливий зворотний зв'язок»** (*приховуване*) можуть визначатись як структурні частини цієї повної інформації та стати окремими об'єктами аналізу.

В нашому дослідженні ми порівняли характеристики (кількісні та якісні) цих трьох категорій інформації. Перша частина включає ті судження, що легко та беззастережно повідомляються в спілкуванні, друга частина – це судження, що утворюють резерв збагачення спілкування. Третя група – судження, що не можуть за жодних (навіть критичних обставин) повідомлятися реципієнтові.

Процедура дослідження

Учасники дослідження (старшокласники та студенти, члени реальних груп, які в повному складі взяли участь у дослідженні) створювали психологічний портрет одне одного на прохання експериментатора. В другій частині експерименту вони писали портрет для того, щоб повідомити його реципієнтові.

Аналіз результатів

Створюючи портрет, студенти та школярі, відповідно, передусім описують особистісні риси (40,2 % та 38,3 %), емоційні прояви особи (25,8 % і 18,6 %), особливості зовнішності (11,4 % та 20,6 %), здібності людини (10,7 %, 16,6 %) та сферу стосунків (11,9 %, 5,7 %). Дані свідчать, що старшокласники більше уваги приділяють зовнішності та менше аналізують взаємовідносини, ніж це роблять студенти, однак школярі значно більше уваги приділяють аналізу здібностей. Для студентів особливості взаємодії є важливішими, і коли об'єднати судження про взаємодію та емоційні прояви, то разом вони становитимуть 37,7 % від кожного опису. Можна пояснити цю відмінність тим, що у фокус уваги старшокласників більшою мірою потрапляють добре відомі ознаки – зовнішність та здібності, судження про які вочевидь ґрунтуються на даних успішності. Попри те, що судження про зовнішність становлять у студентів меншу частину, вони все ж описують зовнішність більш диференційовано і в цьому фрагменті (про зовнішність) можна виділити описи обличчя та фізичних даних (40 %), опис стилю одягу та оформлення зовнішності (15,6 %), судження про антиципацію ставлення до своєї зовнішності (22,6 %). У школярів судження щодо зовнішності розділились на приблизно однакові групи – опис фізичних даних та ставлення до зовнішності партнера (39,1 % та 37,8 %), а також стиль оформлення зовнішності.

Враховуючи, що такий змістовний фрагмент «як особа сама себе сприймає» стосується передбачення змісту Я-концепції партнера, є властивий студентам, і беручи до уваги, що вони більше аналізують взаємодію та емоційні прояви, можна дійти висновку, що студенти активніше

спілкуються та залучаються у обмін зворотним зв'язком, тож вони мають у своєму розпорядженні більше значущої інформації.

Якщо проаналізувати зміст вже реалізованого зворотного зв'язку, то із складеного портрета, на думку старшокласників, вони використали 20,1 %, а студенти – 28,8 % всього актуалізованого обсягу.

У студентів обсяг того, що не може повідомлятися за жодних умов, досить значний, а у старшокласників потенційно можливе для повідомлення значно більше за обсягом. Тож у старшокласників ще не сформувались настанови на обмеження процесів зворотного зв'язку, і вони володіють значним обсягом інформації, яку можуть повідомити в майбутньому один одному.

Структура повідомленого, як у студентів так і у школярів, відповідає базовій інформації, однак найбільш повно повідомляється інформація про емоційні прояви партнера. В структурі повідомленої інформації у школярів судження про особистісні риси становлять 50,4 %. Це свідчить про те, що зворотний зв'язок відбувається відповідно до значущості інформації. Тож хоча повідомлена інформація в цілому відповідає базовій, оскільки провідні категорії залишаються на тому ж рівні значущості, разом з тим відбуваються «периферійні зміни», а загальна структура повідомлення трансформується і врешті-решт повідомлення набуває цілковито іншого змісту: деякі категорії змінюють своє значення. Таким чином, у процесі реального спілкування відбувається переструктурування окремих категорій суджень, вони набувають іншої значущості: у школярів у повідомленому питома вага суджень про емоційні прояви більша, ніж у базовому портреті.

Найактивніше обидві групи досліджуваних повідомляють свої судження про емоційні прояви партнера, студенти більш активно порівняно зі школярами обговорюють здібності. Можна дійти висновку, що категорія емоційних проявів є найбільш легка для комунікації інформацією. Судження щодо емоційних проявів іншої людини є, напевно, найбільш відкритою інформацією, яку легко повідомити (принаймні для дослідженої вибірки).

Якщо проаналізувати інформацію, що входить до принципово закритої, то у студентів залишилося лише 2,3 % повідомлень, які стосуються емоційної сфери партнера, а у школярів вона відсутня. На їхню думку, ця інформація повністю увійшла в повідомлене в реальному спілкуванні.

До структури неповідомлюваного насамперед входять судження про зовнішність. Однак якраз у цьому проявилися відмінності між школярами та студентами. Для школярів спілкувати-

ся про зовнішність не становить проблеми, а для студентів – це закрита інформація, щодо зовнішності вони спілкуються неохоче. Одночасно і судження про зовнішність становлять 43,8 % всієї інформації, що її школярі визначили як закрити (перший ранг з неможливості повідомлення, тобто з неможливості потрапити у зворотний зв'язок). У студентів у структурі закритої інформації на першому місці – судження про особистісні якості, на другому – зовнішність, на третьому – характеристики взаємодії).

Найпотужнішу частину повідомлюваного (реально здійсненого зворотного зв'язку) становлять, поряд з емоційними проявами, судження про особистісні риси. До зворотного зв'язку студентів увиходить інформація про взаємодію та здібності. До зворотного зв'язку школярів – судження про особистісні риси, емоційні прояви та зовнішність, що їм поступаються судження про здібності та особливості групової поведінки.

Таким чином, між структурою базової (наявної), повідомленої та закритої інформації відмінності не такі вже суттєві. Та сама інформація, значуща за змістом, є тією ж мірою повідомлюваною і відповідно тією ж мірою контролюваною. В чому ж різниця і який чинник сприяє розділенню цих категорій інформації в процесі спілкування? Принципова відмінність полягає в валентності та рівні складності інформації. Закрита інформація містить судження переважно в негативному ключі. Із неповідомленого 81,8 % становлять судження негативного змісту, 11,4 % – позитивні судження і 5,8 % – нейтральні за змістом. Головна риса закритої інформації – її негативний характер. Обмеження позитивної інформації трапляється досить рідко, хоча дослідження свідчить, що існує також і позитивна інформація, яку відхиляють від повідомлювання. Із нашої досліджуваної групи з 56 студентів приховували позитивну інформацію лише 6 осіб (12,5 % вибірки). Авповідомленому (здійсненому зв'язку) позитивна інформація становила 57,4 % усього обсягу.

У повідомлюваному містяться головним чином дескриптивні судження (52,5% (в порівнянні з оцінковими – 47,5 %), а у закритій інформації переважають оцінкові судження (61,4 %, дескриптивних відповідно – 38,6 %). У повідомлюваному переважають аргументовані судження (18,6 %) та позитивні оцінкові судження (32,8 %), а в закритій інформації неаргументовані (50 %) та негативні оцінкові судження (50 %). Тож для повідомлення більш підходять дескриптивні судження, ніж оцінкові, разом з тим оцінкові позитивні більше повідомляються, ніж дескриптивні позитивні. Оцінкові судження відображають передусім ставлення до партнера, тож було

з'ясовано, що при повідомленні змісту характеристики досліджувані не мали проблем, а намагалися приховати саме ставлення до визначеної характеристики. Наприклад відхилили від включення до зворотного зв'язку зміст особистісних характеристик 16,6 % вибірки, а своє ставлення до рис відхилили від повідомлення 38,9 %.

При аналізі змісту різних характеристик картина повторювалась. Опис зовнішнього вигляду майже повністю входить до зворотного зв'язку, а судження про своє ставлення виключаються з повідомлення. Інформація про емоційні прояви легко повідомляється партнерові, однак це стосується зовнішніх емоційних проявів, а інформація про зумовленість емоцій особистісними та мотиваційними особливостями та власні інтерпретації залишаються закритими від партнера.

Цікавим є те, що така характеристика, як замкнутість, розглядається як негативна; у 88 % всіх проаналізованих нами описів має місце визначення іншої людини як замкнутої. Це можна інтерпретувати як високу зацікавленість у зворотному зв'язку, про «опосередковане» дорікання партнерові, що спілкування обмежене, та як потребу у більш відкритій комунікації. Це скоріше вимога до оточення бути зрозумілішими та відвертішими у комунікації, вільно і зрозуміло виявляти свої реакції, психічні особливості та не приховувати свої думки. Вочевидь учасники нашого дослідження відчували труднощі в інтерпретації поведінки своїх однолітків. Тож можна дійти висновку, що відкритість у поведінці особи її внутрішнього змісту (автентичність особи) виступає певною цінністю для досліджуваної нами вибірки.

Отримані нами в низці серій емпіричних досліджень результати знову потверджують, що формування обсягу перцептивної інформації та використання цієї інформації в якості зворотного зв'язку – фундаментально відмінні за змістом психологічні процеси. Як зворотний зв'язок використовується насамперед інформація позитивної валентності, дескриптивна, аргументована, «когнітивно нескладна». Виключають із зворотного зв'язку негативно валентну інформацію, оцінкову, неаргументовану та когнітивно складну.

В експерименті нами встановлено феномен високої самооцінки досліджуваних як реципієнтів зворотного зв'язку: пересічний учасник дослідження демонструє високу зацікавленість у зворотному зв'язку щодо себе і демонструє готовність до прийняття всієї інформації, заперечує необхідність обмежувати щодо себе якусь інформацію. Тобто пересічний комунікатор вважає, що є компетентним у ситуації прийняття зворотного зв'язку. Разом з тим, це парадоксально поєднується із неспроможністю комунікації

власної інформації. Досліджувані визнають, що у них є значний обсяг інформації, який вони посилено контролюють і не згодні повідомляти за жодних умов. Такі позиції ми визначаємо, як **феномен високої компетентності як реципієнтів** та **феномен некомпетентності як комунікаторів**. Обидва феномени проявляються в таких стратегіях: досліджувані визнають, що мають значні проблеми в тому, щоб виступити в ролі комунікаторів зворотного зв'язку, повідомляють, що нездатні повідомити партнеру значну частину викликаних ним оцінок та суджень навіть позитивної валентності, однак вважають, що могли б прийняти щодо себе інформацію іншого комунікатора без проблем.

Висновки

Отримані результати показують емоційну значимість такої ситуації спілкування, як зворотний зв'язок, та суперечливий характер переживань, пов'язаних із нею, своєрідні парадокси усвідомлення цієї ситуації та формування стратегій комунікації зворотного зв'язку, різноманітну феноменологію цього процесу (приховування інформації, переструктурування, прагнення до

об'єктивності). В дослідженні виділені такі стратегії комунікації зворотного зв'язку: *стратегія максимальної об'єктивності* (базується на прагненні повідомити реципієнтові свої справжні оцінки та судження щодо особистості партнера); *стратегія максимальної чутливості* (базується на узгодженні повідомлення із гіпотетичною самооцінкою партнера), *стратегія максимальної позитивної валентності* (базується на узгодженні зворотного зв'язку із ціннісними еталонами самого комунікатора); *стратегія максимальної ідентифікації* (базується на прагненні обґрунтувати об'єктивність повідомленого власною самооцінкою).

Перспективи подальшого дослідження

Процеси міжособового зворотного зв'язку вивчені недостатньо і причина тому – відсутність методів дослідження. Тож запропоновані нами підходи до розробки методів дослідження зворотного зв'язку мають перспективу в сучасній психології і дають змогу перейти до більш точного аналізу стратегій зворотного зв'язку, їх феноменології, класифікації та парадоксального усвідомлення учасниками спілкування.

1. Гордієнко В. І. Проблема діалогу в умовах реалій «психологічного суспільства» / В. І. Гордієнко // Наукові записки НАУКМА. Педагогічні, психологічні науки та соціальна робота. – 2008. – Т. 84. – С. 38–44.
2. Коpecь Л. В., Гордієнко В. І. Зворотний зв'язок в процесах спілкування : оновлення підходів та методів дослідження / Л. В. Коpecь, В. І. Гордієнко // Наукові записки НАУКМА. Педагогічні, психологічні науки та соціальна робота. – 2008. – Т. 84. – С. 49–54.
3. Арутюнян М. Ю., Петровская Л. А. Обратная связь в системе восприятия человека человеком / М. Ю. Арутюнян, Л. А. Петровская // Психология межличностного познания / Под ред. А. А. Бодалева. – М. : Педагогика, 1981. – С. 42–53.
4. Петровская Л. А. Обратная связь как феномен социально-перцептивных процессов в группе / Л. А. Петровская // Межличностное восприятие в группе / Под ред. Г. М. Андреевой, А. И. Донцова. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1981. – С. 152–168.
5. Петровская Л. А. Теоретические и методические проблемы социально-психологического тренинга / Л. А. Петровская. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1982. – 168 с.
6. Соловьева О. В. Обратная связь в межличностном общении / О. В. Соловьева. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1992. – 112 с.
7. Коpecь Л. В. Влияние обратной связи на самоконтроль личности в общении. Автореф. дис... канд. психол. наук. – М. : 1987. – 20 с.

L. Kopets, V. Gordienko

STRATEGICS OF INTERPERSONAL FEEDBACK: RESULTS OF RESEARCH

The article presents problem of feedback in interpersonal communication, results of empirical research's and presents diagnostics new methodology of intercommunication feedback.