

<http://doi.org/10.5281/zenodo.4911375>

УДК 159.9.07

Щербаков С. В.

Щербаков Сергей Витальевич, кандидат психологических наук, доцент, Башкирский государственный университет, факультет психологии. 450074, Россия, Республика Башкортостан, г. Уфа, ул. Заки Валиди, 32. E-mail: newpharo@yandex.ru.

Теория целевого планирования и психология достижения согласия

Аннотация. В статье приводятся сведения об основных положениях концепции целевого планирования, предложенной Дж. Диллардом. Автор концепции указывает, что выбор стратегии достижения согласия зависит от двух факторов: стремления коммуникатора к эффективности и уместности планируемого воздействия в данной конкретной ситуации. В этой связи выделяется два типа целей – первичные (primary) и вторичные (secondary). Приводится классификация первичных и вторичных целей по Дилларду, описывается модель когнитивных правил (CR model), предложенная С. Уилсоном. Согласно этой модели когнитивно сложные индивиды отличаются более гибким набором эвристических правил оценок причин и последствий тех или иных ситуаций. Выдвигается предположение о том, что исследование многоцелевых аспектов межличностного общения открывает новые возможности для изучения интеллектуальной сферы человека.

Ключевые слова: межличностная коммуникация, когнитивное правило, когнитивная сложность, комплаенс, ситуация, социальный интеллект, цель коммуникации.

Scherbakov S. V.

Scherbakov Sergey Vitalyevitch, PHD, Associate Professor, Department of psychology, Bashkir State University. Russia, Republic of Bashkortostan, 450074, Ufa, Street Mr. Validi, 32. E-mail: newpharo@yandex.ru.

Goals-plans-action theory and the psychology of compliance

Abstract. The article provides information on the basic provisions of the concept of goals-plans-action theory of communication proposed by J. Dillard. The author of the concept points out that the choice of strategy for reaching agreement depends on two factors: the communicator's desire for efficiency and the appropriateness of the planned impact in this particular situation. In this regard, there are two types of intentions – primary and secondary goals. The classification of primary and secondary goals for Dillard is provided, and the cognitive rule model (CR model) proposed by S. Wilson is described. According to this model, cognitively complex individuals are more flexible in their set of heuristic rules for assessing the causes and consequences of situations. It is suggested that the study of multi-purpose aspects of interpersonal communication opens up new opportunities for studying the intellectual sphere of man.

Key words: interpersonal communication, cognitive rule, cognitive complexity, compliance, situation, social intelligence, purpose of communication.

Теория целевого планирования и психология достижения согласия. Констатируя важнейшую роль учета целей и интересов коммуникаторов в про-

цессе убеждения, современная психология достижения согласия подчеркивает многоцелевой характер межличностного общения (Дж. Диллард, Дж. Кафлин, С. Уилсон)

и др.). Один из основоположников этой области психологии (psychology of compliance gaining) Джеймс Диллард отталкивается от предположения о том, что выбор стратегии убеждения зависит от двух факторов: стремления коммуникатора к эффективности и уместности планируемого воздействия в данной конкретной ситуации. В этой связи он выделяет два типа целей – первичные (primary) и вторичные (secondary).

Первичные цели определяются содержанием конкретной ситуации и отвечают на вопрос: «Что здесь происходит?». Примерами таких целей могут быть оказание помощи, участие в том или ином виде деятельности, стремление поделиться какой-либо вещью. Таким образом, ситуация воздействия на другого человека зачастую расценивается с точки зрения реализации различных первичных целей [1, 2, 3].

Напр., в работе К. Саби и С. Уилсона изучались ситуации общения с преподавателем, в которых студенты обсуждали причины огорчительных для них оценок. Испытуемым задавался вопрос о том, что происходит в вышеуказанной экспериментальной ситуации. Все ответы разделились на четыре группы: овладение учебным курсом, попытки повысить оценку собственных знаний, стремление показать преподавателю, что низкая оценка не соответствует способностям студента и агрессивное воздействие на преподавателя в целях получения благоприятной оценки [7].

Приводим примерную классификацию первичных целей по Дилларду: получение помощи, дать совет, принять участие в совместной деятельности, содействовать изменению отношений, изменить взаимоотношения, получить разрешение, настоять на своих правах и т. д. (см. табл. 1) [2,4].

Таблица 1. Примеры первичных целей коммуникации.

Тип цели	Описание цели	Пример
Получить помощь	Получить материальные или иные ресурсы	Можно я возьму твою машину?
Дать совет	Предоставить консультацию	Я полагаю, что тебе не следует так много потреблять антидепрессанты
Участвовать в совместной деятельности	Содействовать совместным усилиям	Как насчет того, чтобы сходить завтра на концерт?
Изменить чье-либо мнение	Изменить мнение оппонента по политическому вопросу	Есть и другая более реалистичная точка зрения по этому вопросу
Изменить взаимоотношения	Изменить характер отношений между партнерами	Я считаю, что нам надо поддерживать друг друга
Получить разрешение	Гарантировать получение разрешения от авторитетного человека	Можно ли получить назначение на день позже?
Добиться соблюдения прав и обязательств	Заставить собеседника выполнить свои обязанности или должностные требования	Вы обещали выключить музыку, не так ли?

В отличие от первичных целей вторичные цели придают окончательную форму (shape) и задают рамки первичным намерениям. Согласно Дилларду, вторичные цели – это потребности, актуализирующиеся в ходе реализации первичных целей. Диллард и соавторы предлагают пять видов вторичных целей:

1. Цели укрепления идентичности (identity goals), предполагающие поддержку Я-концепции коммуникаторов;

2. Интеракционные цели (conversation management goals), отражающие стремление к созданию благоприятного впечатления;

3. Стремление к улучшению взаимоотношений (relational resource goals);

4. Стремление к достижению личного благополучия (personal resource goals);

5. Контроль за состоянием коммуникаторов (affect management goals), напр., снижение нервозности и агрессивности партнеров по общению.

Вторичные цели могут стать первичными, если они перейдут в категорию ведущих мотивов деятельности. Например, стремление к созданию благоприятному впечатлению о самом себе (интеракционная цель) является первичным для студентов с выраженным стремлением к позитивной самопрезентации. Важную роль в ходе коммуникации играет оценка соотношения актуальности первичных и вторичных целей. Гипотетически можно задать три варианта соотношения между ними:

1. Несовместимость. Например, попытка повлиять на оппонента предполагает нарушение его автономии;

2. Неуместность. Так, первичная цель – сходить в кино с другом никак не связана с сохранением его здоровья;

3. Совместимость. Просьба оказать любезность и купить продукты в бакалейной лавке предполагает, что в следующий раз вы должны оплатить за любезность.

Процесс реализации задуманного плана зачастую происходит в относительно автоматизированной форме и предполагает оценку поведения оппонента и выбор

соответствующей тактики. В случае неудачи реализации задуманного плана общение прекращается [2, 3,4]. Развитием концепции Дилларда является модель когнитивных правил (CR model), предложенная С. Уилсоном. Он предполагает, что знания и представления коммуникаторов об инструментальных и межличностных целях и об особенностях ситуаций, связанных с этими целями, репрезентированы в виде иерархически организованной нейронной сети. Эти сети состоят из узлов, состоящих из представлений о людях, ролях, сеттингах, взаимоотношениях и т.д. Каждое когнитивное правило связывает интеракционную цель с различными узлами, отображающими особенности ситуации, относящиеся к данной цели и актуализируется при сопоставлении оценки текущей ситуации и актуальной цели [8].

В этой концепции предполагается наличие порога активации ситуативного распознавания. Цели актуализируются в случае преодоления порога схожести между данной ситуацией и ее прототипом. Например, мы склонны сформулировать сообщение типа «выполнить обязательство» в тех случаях, когда оппонент, обладающий равным или меньшим статусом, не выполняет сделанные им и нужные мне обещания.

В итоге Уилсон приходит к выводу, что высокодифференцированные испытуемые более чувствительны к информации, непосредственно содержащейся в текущей ситуации. Он выдвигает предположение о том, что когнитивно сложные индивиды руководствуются более гибкими схематическими представлениями, позволяющими связывать реализацию целей с теми или другими особенностями ситуации. Так, цель «защитить другого человека» может связываться с большим или меньшим числом аспектов ситуации (намерения оппонента, нюансы взаимоотношений и т.д.).

Кроме того, когнитивно сложные индивиды обладают более дифференцированной системой категорий, отражающих особенности личности и межличностных отношений, способы воздействия на дру-

гих людей и т.д. Автор модели когнитивных правил полагает, что высокодифференцированные личности отличаются и более гибким набором эвристических правил оценок причин и последствий тех или иных ситуаций [9,10].

Мы полагаем, что исследование многоцелевых аспектов межличностного общения открывает новые возможности для изучения интеллектуальной сферы челове-

ка. Так, один из ведущих исследователей социального интеллекта М. Форд, определяя социальный интеллект как способность к эффективной реализации целей в социальных ситуациях, полагает, что интеллект в самом общем виде можно определить как способность к достижению целей в определенном контекстуальном диапазоне [5,6].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Caughlin J. P. A multiple goals theory of personal relationships: conceptual integration and program overview // *Journal of Social and Personal Relationships*. 2010. V. 27(6). P. 824-848. <https://doi.org/10.1177/0265407510373262>.
2. Dillard J. P. The goals-plans-action model of interpersonal influence // Seiter & R. H. Gass (Eds.). *Perspectives on persuasion, social influence, and compliance gaining*. Boston: Allyn & Bacon, 2004. P. 185-206. doi:10.4135/9781483329529.n5.
3. Dillard J. P. Goals-plans-action theory of message production // L. Baxter & D. O. Braithwaite (Eds.). *Engaging theories of interpersonal communication: multiple perspectives*. Los Angeles: Sage, 2008. P. 65-76.
4. Dillard J. P., Segrin C. & Harden J. M. Primary and secondary goals in the production of interpersonal influence messages // *Communication Monographs*. V. 56. 1989. Issue 1. P. 19-38. doi:10.1080/03637758909390247.
5. Ford M. E. Intelligence and personality in social behavior // D. H. Saklofske & M. Zeidner (Eds.). *International handbook of personality and intelligence*. New York: Plenum, 1995. P. 125-142.
6. Ford M. E. and Tisak M. S. A Further search for social intelligence // *Journal of Educational Psychology*, 1983. V. 75. No. 2. P. 196-206. <https://doi.org/10.1037/0022-0663.75.2.196>.
7. Sabee C. M. and Wilson S. R. Students' primary goals, attributions, and facework during conversations about disappointing grades // *Communication Education*, 2005. V. 54. Issue 3. P. 185-204. <https://doi.org/10.1080/03634520500356154>.
8. Wilson S. R. Elaborating the cognitive rules model of interaction goals: the problem of accounting for individual differences in goal formation // *Annals of the International Communication Association*, 1995. V. 18. Issue 1: *Communication Yearbook 18* P. 3-25. <https://doi.org/10.1080/23808985.1995.11678905>.
9. Wilson S. R. *Seeking and resisting compliance: why people say what they do when trying to influence others*. Thousand Oaks, CA: Sage, 2002. 408 p.
10. Wilson S. R. and Feng H. Interaction goals and message production: conceptual and methodological developments // *Communication and social cognition: theories and methods* / D. R. Roskos-Ewoldsen, J. Monahan (Eds.). Mahwah, New Jersey - London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2007. P. 219-236.

REFERENCES (TRANSLITERATED)

1. Caughlin J. P. A multiple goals theory of personal relationships: conceptual integration and program overview // *Journal of Social and Personal Relationships*. 2010. V. 27(6). P. 824-848. <https://doi.org/10.1177/0265407510373262>.
2. Dillard J. P. The goals-plans-action model of interpersonal influence // Seiter & R. H. Gass (Eds.). *Perspectives on persuasion, social influence, and compliance gaining*. Boston: Allyn & Bacon, 2004. P. 185-206. doi:10.4135/9781483329529.n5.

3. Dillard J. P. Goals-plans-action theory of message production // L. Baxter & D. O. Braithwaite (Eds.). Engaging theories of interpersonal communication: multiple perspectives. Los Angeles: Sage, 2008. P. 65-76.
4. Dillard J. P., Segrin C. & Harden J. M. Primary and secondary goals in the production of interpersonal influence messages // Communication Monographs. V. 56. 1989. Issue 1. P. 19-38. doi:10.1080/03637758909390247.
5. Ford M. E. and Tisak M. S. A Further search for social intelligence // Journal of Educational Psychology, 1983. Vol. 75. No. 2. P. 196-206. <https://doi.org/10.1037/0022-0663.75.2.196>.
6. Ford M. E. Intelligence and personality in social behavior // D. H. Saklofske & M. Zeidner (Eds.). International handbook of personality and intelligence. New York: Plenum, 1995. P. 125-142.
7. Sabee C. M. & Wilson S. R. Students' primary goals, attributions, and facework during conversations about disappointing grades // Communication Education, 2005. V. 54. Issue 3. P. 185-204. <https://doi.org/10.1080/03634520500356154>.
8. Wilson S. R. Elaborating the cognitive rules model of interaction goals: the problem of accounting for individual differences in goal formation // Annals of the International Communication Association, 1995. V. 18. Issue 1: Communication Yearbook 18 P. 3-25. <https://doi.org/10.1080/23808985.1995.11678905>.
9. Wilson S. R. Seeking and resisting compliance: why people say what they do when trying to influence others. Thousand Oaks, CA: Sage, 2002. 408 p.
10. Wilson S. R. and Feng H. Interaction goals and message production: conceptual and methodological developments // Communication and social cognition: theories and methods / D. R. Roskos-Ewoldsen, J. Monahan (Eds.). Mahwah, New Jersey - London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2007. P. 219-236.

Поступила в редакцию 18.05.2021.

Принята к публикации 21.05.2021.

Для цитирования:

Щербаков С. В. Теория целевого планирования и психология достижения согласия // Гуманитарный научный вестник. 2021. №5. С. 115-119. URL: <http://naukavestnik.ru/doc/2021/05/Scherbakov.pdf>