

Будь-яка діяльність має суспільний характер, оскільки розгортається на основі досвіду, сформованого людством у ході реалізації її колективних форм. Постійне відтворення цієї діяльності можливе лише у «просторі зв'язків взаємодії», що є необхідною умовою існування людини. Саме у комунікативному середовищі відбувається взаємний смисловий обмін між суб'єктами, який стає сприятливим ґрунтом для становлення особистості.

Взаємозумовленість процесів соціального розвитку й особистісного розвитку індивіда, за умови стійкої рівноваги між ними, є джерелом суспільного еволюціонування. Коли ж ця рівновага порушується, відбувається хаотизація символічного соціокультурного простору, руйнування зв'язків між людиною і суспільством, що вкрай негативно позначається на репродуктивній (у розумінні здатності до створення нових соціально-значущих структур) функції як на рівні особистості, так і на рівні суспільства в цілому. Як наслідок, зазнають деформації такі важливі складові, як смисли, цінності, алгоритми розвитку, набуває актуальності проблема кризи ідентичності, утруднюються процеси становлення і формування особистості, «виходять з ладу» діяльнісні й освітні механізми.

На сучасному етапі цивілізаційного розвитку очевидною стає необхідність у символічному структуруванні соціокультурного простору, формуванні стійких комунікативних зв'язків, розвитку в особистості навичок діяльності на якісно відмінних комунікативних рівнях з метою встановлення найбільш продуктивних зв'язків між людиною і суспільством.

Розглянемо докладніше поняття «комунікація» як наукову категорію. Показово, що воно споконвічно було пов'язане з юридичною практикою. Вперше зустрічаємо його у риторичних теоріях Цицерона і Квінтіліана у I тисячолітті до н. е., де це поняття застосовувалося по відношенню до особливої стилістичної фігури, призначенням якої було активізувати увагу слухачів. Їх таких чином ніби закликали брати участь в обговоренні якогось питання. Обговорення є невід'ємною частиною юридичної процедури, саме тому проблема ефективної комунікації завжди буде актуальною в юриспруденції.

Власне ж сам термін «комунікація» стали використовувати у наукових дослідженнях на початку XX ст. У своєму загальнонауковому значенні він вживався як «засіб зв'язку будь-яких об'єктів».

В подальшому, отримавши найбільш широке застосування у соціологічних дослідженнях, пов'язаних із вивченням ролі інформації в соціумі, це поняття набуває соціокультурного смислу.

У визначенні «комунікації» немає загальноприйнятої думки. Так, американські учені Ф. Денс і К. Ларсон проаналізували 126 варіантів визначення даного терміну і дійшли висновку, що цей перелік може бути продовжений.

На сьогодні «комунікація» (від лат. *communico* – робити спільним; пов'язувати; форма зв'язку, взаємодії) найчастіше розуміється як:

- 1) засіб зв'язку будь-яких об'єктів матеріального і духовного світу, як певна структура, мережа;
- 2) спілкування, у ході якого люди обмінюються інформацією;
- 3) трансляція і масовий обмін інформацією з метою впливу на суспільство та його окремі структури.

У філософському розумінні, комунікація – це специфічний для суб'єктів спосіб взаємовідносин, спосіб буття людини у відносинах з іншими людьми. Часто використовується у екзистенціалізмі та персоналізмі й означає спілкування, засноване на взаємоповазі.

Історично теорія комунікації сформувалася як альтернатива доктрині «суспільного договору», який, на думку прибічників цієї теорії, є свого роду контрактом. Люди були змушені його укласти з об'єктивних причин, аби вижити і з користю для себе співіснувати, водночас їх сприйняття одне одного в такому випадку було безликим, абстрактним, безвідносним до внутрішнього світу кожного. Тоді як комунікація – свідомо встановлена взаємозалежність – «контакт замість контракту». Засобом для побудови комунікації виступає дискусія, в ході якої люди усвідомлюють, що їх роз'єднує й водночас знаходять спільне завдяки глибинній внутрішній спорідненості.

У відповідності із таким підходом відносини, що мають меркантильну основу, є «не справжніми», на відміну від тих, що в основі своїй мають глибоко усвідомлене прагнення до спілкування з допомогою аргументів і виважених міркувань (Ю. Габермас).

На думку К. Ясперса, договірні відносини реалізувалися через систему ринкових відносин, а комунікативні – в межах ще не зруйнованої общини. У сучасному суспільстві перший тип відносин зосереджено у колективах, в які люди залучені з необхідності виконувати якусь діяльність (корпорації, інститути, робітничі бригади, студентські групи тощо), а другий – в активному вільному міжособистісному спілкуванні, в основу якого покладено духовну близькість між людьми.

Витоки теорії масової комунікації спробував простежити В. Березін.

На його думку, вона визрівала у філософії Аристотеля, Д. Локка,

Т. Гоббса, соціології та психології Г. Тарда, Г. Лебона, Л. Виготського, Т. Адорно, Г. Лассвелла, Г. Маркузе, М. Хоркхаймера, П. Лазарсфельда, Р. Мертон, Ю. Габермаса, А. Менегетті, теорії інформації і кібернетики Н. Вінера, К. Шеннона, С. Біра, а також культурології та естетики сприйняття М. Бахтіна, А. Моля, Ю. Лотмана. Особливо підкреслював дослідник роль філософії Т. Гоббса, який розглядав пізнання і мислення здебільшого як процес комунікації. Гоббс увів в обіг поняття «знаку», який робить

інформацію доступною і корисною не лише для певного індивіда, а й для суспільства в цілому.

У концепції В. Березіна обґрунтовано два історико-концептуальні підходи до поняття теорії масової комунікації. Перший підхід бере свій початок із вивчення спілкування первісних людей, яке було обумовлене виробничими потребами. Другий – пов'язаний із вивченням феномену нагромадження комунікації. Особлива увага тут приділяється поняттю «публіка».

У соціальній психології значний внесок у дослідження комунікативних процесів зробили засновники символного інтеракціонізму Дж. Мід і Г. Блумер, які вивчали взаємодію за допомогою символів, що мають певний смисл. Завдяки символній інтеракції люди обмінювалися знаннями, духовними цінностями, зразками поведінки, здійснювали функції управління. Комунікаційну діяльність досліджував і П. Сорокін, який вважав, що «взаємодія людей за своєю природою є, перш за все, взаємодія психічна, – обмін відчуттями, ідеями, вольовими імпульсами»².

Український дослідник комунікативних процесів Г. Почепцов умовно згрупував науки, які займаються проблемами комунікації, за принципом «п'яти підходів»: традиційний, загальнотеоретичний, прикладний, філологічний, а також психологічний і соціологічний підходи. До традиційного напряму належать науки, які з самого початку зосереджували увагу на вивченні комунікацій, а саме:

- герменевтика, що має на меті дослідження тексту, його правильну інтерпретацію;
- гомілетика, що об'єднує теологію і комунікацію;

До цього ж переліку Почепцов відносить також філософію і логіку.

Загальнотеоретичний підхід представлений теорією комунікації, що ґрунтується на розгляді загальних питань комунікації; теорією масової комунікації; семіотикою, яка займається знаковим аспектом комунікації.

Прикладний підхід об'єднує такі складові:

- психоаналіз, який за допомогою комунікації дає можливість «зазирнути» у підсвідоме;
- теорію перформансу;
- ділову комунікацію;
- теорію інформації;
- теорію комунікативних обмінів.

Філологічний підхід представлений у таких аспектах:

- лінгвістика, що вивчає форми, в яких відбувається комунікація;
- семантика, що зосереджує увагу на значенні мовних одиниць;
- соціолінгвістика, у якій досліджується співвідношення соціальних і мовних структур;
- психолінгвістика, що займається пошуками еквівалентів комунікаційних процесів у психіці;
- паралінгвістика, що вивчає процеси, які супроводжують комунікацію¹.

Не зважаючи на те, що теорія комунікації є на сьогодні невід'ємною складовою змісту і таких напрямів пізнання, як історія й теорія науки, сучасні теорії управління організаціями, правознавство, інформатика, соціологія і культурна антропологія, вона досі ще не знайшла свого обґрунтування в окремій галузі знань. Подекуди її називають «комунікативістика», «комунікативні дисципліни», «теорія і практика комунікації».

На Заході ця галузь соціально-наукового знання оформилася в «теорію комунікації» (Communication Studies). Її становлення там відбувалося у декілька етапів.

Так, після першої світової війни виник підхід, згідно з яким комунікація розглядалася як передача інформації в якості лінійного однонаправленого процесу, необхідними складовими якого були:

- джерела інформації;
- повідомлення;
- отримувач інформації;
- канал передачі і шум.

Усі ці складові в 1949 році були представлені у моделі комунікації К. Е. Шеннона і У. Вівера – американських дослідників, з яких один був інженером, інший – математиком. Людський фактор на даному етапі фактично не брався до уваги.

У ході наступного етапу (50-60-і роки ХХ століття) під впливом психології комунікація розглядається окремими дослідниками вже в антропологічному контексті. Як приклад можна навести дослідження каліфорнійської групи дослідників, очолюваної П. Вацлавиком, що стали поштовхом до оформлення нової дисципліни – «Міжособистісна комунікація». У комунікативній взаємодії на перший план виступають такі фактори, як зворотній зв'язок і накладання сфер особистого досвіду, у результаті яких і відбувається регенерування смислу.

Третій етап, який триває і зараз, пов'язаний із розвитком

«соціальних підходів до комунікації» (Craig, Leeds-Hurwits), згідно з якими комунікація розглядається як соціальний процес трансактивного, а не інтерактивного характеру. Трансактивність комунікацій полягає в тому, що вони – безкінечні, прокладаються через простір і час, вбираючи у себе минуле (пережитий досвід), теперішнє (конкретну ситуацію спілкування) і майбутнє (прогнозоване спілкування).

На сьогодні невпинно зростає кількість дослідницьких шкіл і напрямів у галузі соціальної комунікації, серед яких слід відзначити:

- теорію систем;
- соціальний конструкціонізм;
- символічний інтеракціонізм;
- діалогізм;
- критичну соціологію;
- теорію соціальної взаємодії.

У кожному із цих напрямів комунікація розглядається під певним кутом зору, в її специфічних проявах у конкретних галузях життєдіяльності людини і суспільства.

Моделі, види і форми комунікації.

Будь-яка модель як шлях пізнання являє собою спробу дослідника відобразити явища реального світу у поняттях абстрактної теорії.

Відповідно моделювання соціальних систем передбачає певне абстрагування, ідеалізацію і застосування їх у комплексі з іншими спеціальними методами. Моделювання комунікативних систем, у першу чергу, має на меті їх пізнання і покращення.

Вважається, що першу модель комунікації розробив Аристотель.

Запропонований ним лінійний «ланцюжок» вбирав всього три складові: оратор, промова, аудиторія.

Комунікація може осмислюватися як система або як дія, взаємодія, процес. Відповідно у кожному випадку буде своя модель комунікації.

Найпростіша комунікація, прототипом якої можна вважати лист у пляшці, що людина кидає у море, являє собою ланцюжок: джерело комунікації – сигнал – адресат . У такій комунікації зворотній зв'язок відсутній. Інший приклад найпростішої комунікації – модель американського політолога Г. Лассуелла, яка може бути представлена у вигляді питань: Хто повідомляє? –

Що повідомляє? – Яким каналом? – Кому? – З яким ефектом?

Після Першої світової війни виник підхід (на основі вивчення радіохвиль), згідно з яким комунікація розглядалася як передача інформації в якості лінійного однонаправленого процесу, необхідними складовими якого були:

- джерело інформації;
- повідомлення;
- отримувач інформації;
- канал передачі і шум;
- мета повідомлення;
- джерело поміх.

Усі ці складові в 1949 році були представлені у моделі комунікації К. Е. Шеннона і У. Вівера – американських дослідників, з яких один був інженером, інший – математиком. Людський фактор на даному етапі фактично не брався до уваги. Інший дослідник, У. Шрамм, додав до лінійної моделі ще і зворотній зв'язок: дія перетворилася на взаємодію. Однак у реальному житті комунікація – це набагато складніший процес. І суспільство – значно складніший організм, ніж телефонний кабель.

Комунікації у суспільстві включають у себе відносини, почуття, емоції, соціальний досвід, психологічний стан людей і багато іншого.

Нелінійну комунікацію, обґрунтовану Т. Ньюкомбом, можна представити у вигляді трикутника, в якому вершини – комунікатор, комунікант і ситуація спілкування. Якщо перші два позитивно орієнтовані одне на одного, то вони націлені позитивно і на ситуацію спілкування.

Циркулярна комунікація, запропонована німецьким дослідником Г. Малєцке, включає такі компоненти: комунікатор, отримувач, повідомлення і медіум (канал комунікації).

Двоступенева комунікація – вперше обґрунтована під час виборчої кампанії у США в 1940 році, а потім докладно описана соціологами

П. Лазарсфельдом і Р. Метроном у 1955 році. Стосується вона, в першу чергу, масової комунікації. Дослідники довели, що спочатку інформація сприймається найбільш авторитетними членами групи – формальними чи неформальними лідерами, а вже від них надходить до усіх інших.

Дифузна модель Е. Роджерса має багато спільного із двоступеневою. На думку її розробника, немає потреби доносити інформацію до усіх членів суспільства. Достатньо привернути увагу до якоїсь ідеї лише 5% населення, й далі вона сама «розтечеться» у суспільній свідомості. Будь-яка ідея, доводив Роджерс, у своєму розвитку проходить шість етапів: привертання уваги,

інтерес, оцінка, прийняття, підтвердження, закріплення.

За ступенем сприйняття нової інформації або якоїсь ідеї Роджерсом було виділено п'ять типів реципієнтів:

- (1) інноватори (одразу схоплюють, приймають нове) – 2,5 %;
- (2) ранні «приймачі» – це категорія населення, яка досить швидко приймає нову ідею і адекватно її оцінює – 13,5 %;
- (3) рання більшість складає 34 % – це категорія населення, яка приймає ідею трохи раніше, ніж усі інші пересічні громадяни;
- (4) пізня більшість – «скептики» – 34% – все-таки з часом приймають нову ідею;
- (5) пізні «приймачі» – 16 % – підозріло ставляться до нового і приймають його пізніше за інших.

Усі комунікації можна умовно об'єднати у такі види.

1. За масштабом процесу комунікації:

– масова, що відбувається на рівні великих соціальних груп, це державний і міждержавний рівень. Дозволяє донести інформацію до значної кількості людей, незалежно від їх територіального розташування (ЗМІ, Інтернет). Під масовими комунікаціями слід розуміти і одночасне спілкування (взаємодію) із формальними або неформальними лідерами груп (мітинги, віче на майдані, концерти у великих закритих приміщеннях або стадіонах);

– середнього рівня – у соціальних групах та організаціях (внутрішньоорганізаційна). В межах організації: між членом організації та іншими структурними підрозділами, а також структурних підрозділів між собою.

– локальна – на рівні родини, дружнього кола.

2. За спрямованістю процесу комунікації:

– зовнішні (міжгрупові) комунікації передбачають зв'язок певних соціальних систем з іншими соціальними утвореннями. Відсутність такого зв'язку призводить до деградації системи, утвердження у ній авторитарного стилю керівництва (прикладом можуть слугувати відлюдні поселення у Сибіру, де люди об'єднуються на релігійному або іншому ґрунті, і які врешті-решт приречені на вимирання);

– внутрішньогрупові – відбуваються всередині групи. Найбільш ефективною є комунікація у групі 5-7 осіб, що дозволяє кожному члену групи бути задіяним у процес активного спілкування. Позитивні результати може дати і група із 10-12 осіб. Якщо ж група більша, то у ній так або інакше утворюються мікрогрупи. Ймовірність зворотного зв'язку, як і при міжособистісній комунікації, тут досить висока.

За спрямованістю процесу комунікації виділяють також міжособистісні та внутрішньоособистісні комунікації.

Міжособистісні комунікації реалізуються між двома особами, кожна при цьому виступає в ролі об'єкта і суб'єкта спілкування.

Зворотній зв'язок виражається як у вербальній (відповідь), так і невербальній (жести, міміка тощо) формі.

Внутрішньоособистісні комунікації мають місце, коли людина обговорює сама із собою якісь проблеми, сама ставить собі питання і сама на них відповідає.

3. За ступенем ініціативності виділяють активні комунікації і пасивні комунікації. Якщо комунікатор впливає на реципієнта, а той ніяким чином не реагує, й не відбувається зворотного зв'язку, то в цілому комунікація є пасивною. Активною вона стає за умови ініціювання комунікації та встановлення зворотного зв'язку з боку обох учасників комунікативного процесу.

4. За ступенем організованості комунікації поділяються на випадкові (стихійні) та організовані. Навіть під час випадкових комунікацій можуть прийматися важливі рішення і обговорюватися серйозні питання.

5. Залежно від спрямування потоку інформації виділяють горизонтальні і вертикальні.

Вертикальні у свою чергу можуть бути:

- низхідними – від вищої інстанції до нижчої (спілкування начальника із підлеглим або групою підлеглих);
- висхідними – зворотній зв'язок працівників із структурами, що стоять вище за ієрархією (як правило, у письмовому вигляді ця комунікація оформлюється у вигляді рапортів, звітів, інших підсумкових документів).

Горизонтальні між членами групи, рівними за рангом, статусом, належністю до однієї соціальної групи.

6. Залежно від використання певної знакової системи комунікації поділяються на вербальні та невербальні.

Вербальна комунікація – це звичайне використання нами рідної чи іноземної мови. Існує декілька видів мовленнєвої діяльності: говоріння (оформлене у висловлювання), слухання, писемне мовлення, читання. Відповідно комунікація може бути усною і письмовою (друкована, «електронна»).

Якщо усна комунікація дає можливість швидкого реагування обох сторін та передає всі нюанси особистого спілкування, то письмова й друкована

здебільшого обслуговують публічну, організаційну та масову комунікацію. Особливу роль у цьому відіграють сучасні комунікаційні системи, такі, як Інтернет, де «електронна» комунікація досягла майже необмежених можливостей.

Невербальна комунікація – це міміка, жести, пози, одяг, зачіска, інтонація та тембр голосу тощо.

До найбільш поширених форм юридичної комунікації належать дебати, дискусії, бесіди, наради, переговори, консультування, ділова переписка, телефонні переговори.

Діалог – двосторонній обмін інформацією між особами у безпосередньому спілкуванні або публічно з допомогою засобів мас-медіа. У більш широкому розумінні – горизонтальна передача інформації, в якій комунікатор і реципієнт є рівноправними учасниками процесу комунікації.

Дискусія (від лат. *discussio* – дослідження, розгляд) – різновид словесного змагання. Дискутувати означає публічно обговорювати якесь спірне питання й у ході з'ясування і порівняння різних точок зору знаходити правильне рішення цього питання. Дискусію можна також кваліфікувати як своєрідний спосіб пізнання. Вона дозволяє краще зрозуміти те, що не є достатньо чітким і зрозумілим. Навіть якщо учасники дискусії не приходять до спільного висновку, все ж таки взаєморозуміння між протилежними сторонами посилюється.

Безпосередня мета дискусії – це досягнення консенсусу між учасниками суперечки стосовно проблеми, що обговорюється.

Полеміка (від грецьк. *polemikos* – ворожий, войовничий) – це суперечка, в якій є конфронтація, протистояння, протиборство сторін, ідей і думок. У зв'язку з цим її можна визначити як боротьбу принципово протилежних думок з якогось питання, як публічну суперечку з метою захисту, відстоювання своєї точки зору і спростування протилежної.

Суттєва відмінність полеміки від інших форм комунікації полягає у тому, що учасники дискусії або диспуту, відстоюючи протилежні думки, намагаються дійти консенсусу, якоїсь єдиної думки, знайти спільне рішення, встановити істину, тоді як мета полеміки зовсім інша. Тут потрібно отримати перемогу над супротивником, відстояти і захистити свою власну позицію. Прийоми, які застосовуються в полеміці, повинні бути коректними, однак у практиці сучасної комунікації в подібного типу суперечках досить часто застосовуються і некоректні прийоми.

Диспут (від лат. *disputo* – досліджую, сперечаюсь) та дебати (від франц. *debate* – сперечатися) як види словесних змагань часто розглядаються як синонімічні поняття.

Специфічні ознаки диспуту:

- диспут – це завжди публічна суперечка;
- предметом диспуту як публічного словесного змагання виступає наукове або суспільно важливе питання.

На відміну від дискусії диспут не тільки з'ясовує підстави, а й виявляє позиції учасників суперечки. Нерідко останнє в диспуті стає визначальним.

Дебати – обговорення проблем, обмін думками, ідеями, поглядами щодо важливих державних, громадських проблем.

Для перемоги в дебатах важлива очевидна ораторська і візуальна перевага над суперником. Дебати характеризуються яскраво вираженою наступальною тактикою, тому захоплення й утримання ініціативи є найважливішим правилом для їх учасників.

Судові дебати – це частина судового розгляду, в якій особи, які беруть участь у справі, у своїх промовах підводять підсумки своїх пояснень, дають оцінку дослідженим доказам, наводять власну точку зору щодо того, яким повинен бути результат розгляду та вирішення справи.

Бесіда – це розмова двох чи більше осіб з метою отримання необхідної інформації, вирішення важливих проблем. Бесіда є чи не найскладнішим з усіх жанрів усного фахового спілкування, оскільки значною мірою це експромт, а для експромту треба мати значний життєвий досвід, достатній запас теоретичних знань, а також досконало володіти мовним етикетом.

Бесіда, як спосіб пізнання психічних процесів, станів, властивостей особистості, має давні традиції. Ще стародавні філософи Сократ, Платон, Аристотель надавали великого значення накопиченню знань про характер і поведінку різних верств населення, їх запити і потреби шляхом групових та індивідуальних бесід з людьми. Як метод юридичної психології, бесіда заснована на безпосередній взаємодії між юридичним працівником і опитуваним. Її суть полягає в тому, що одній чи кільком особам ставляться запитання, на які потрібно дати усну відповідь.

У практичній діяльності юристів бесіда в умовах процесуальної діяльності майже завжди характеризується високою психічною напруженістю осіб, які виступають у ролі співрозмовників. І це не дивно: бесіда зі слідчим чи прокурором є для людини значною подією, що змінює її психічний стан, а отже, має місце підвищена збудливість, почуття тривоги тощо. Тому використання бесіди в подібних випадках потребує ретельної підготовки, створення відповідного клімату у стосунках між співрозмовниками.

Консультування є специфічною формою ділового спілкування в юридичній практиці. Особливу роль консультування відіграє у діяльності адвоката (лат. *advocatus* – юридичний консультант), покликаного надавати професійну правову допомогу фізичним та юридичним особам, а також юрисконсульта, працівника правової служби підприємств, установ,

організацій.

Коло питань, з якими доводиться стикатися юристу у консультативній діяльності, як правило, дуже широке: це цивільне право, трудове право, фінансове право, земельне право, інші питання, що виникають у ході господарського судочинства. А отже, він повинен добре знати чинне законодавство, бути готовим дати відповідь на усі пов'язані із справою питання клієнта.

Ключові поняття теорії комунікації.

Розгляд комунікативної культури доцільно розпочинати із аналізу змістового наповнення таких загальнонаукових і міждисциплінарних понять, як «взаємодія», «спілкування», «комунікація», «культура» та ін.

Взаємодія – фундаментальна філософська категорія, яка відображає взаємообумовлені процеси впливу суб'єктів один на одного, розкриває характер безпосередніх або опосередкованих зв'язків між ними. Оскільки у ході взаємодії відбувається обмін інформації, її можна вважати універсальним джерелом освіти.

Залежно від ступеня внутрішньої «включеності» учасників у ситуацію взаємодії, вона може відбуватися на різних за глибиною рівнях: комунікації (цілеспрямований обмін інформацією), спілкування (діалог на міжособистісному рівні), спів-буття (духовне єднання).

Поняття «комунікація» і «спілкування» подекуди вживаються як синонімічні. І комунікація, і спілкування є формами відображення одного фундаментального явища – взаємодії людей. В обох випадках мова йде про механізми, які мають на меті об'єднання, утворення певної спільноти. У гуманітарних науках спілкування розглядається в єдності трьох його аспектів: комунікації (передачі інформації), інтеракції (взаємодії), перцепції (взаємосприйняття).

Відмінність спілкування і комунікації розкривається у теоретичній позиції М. Кагана (1987 рік), який виділяє такі їх специфічні ознаки:

- спілкування – це зв'язок рівних партнерів, які, об'єднавши зусилля, прагнуть до засвоєння або продукування інформації;
- комунікація передбачає функціональну нерівність сторін;
- комунікація монологічна, а спілкування діалогічне;
- у ході комунікації канал зв'язку «знекровлюється», під час спілкування обсяг інформації зростає;
- комунікація є облігаторною (обов'язковою) за своєю суттю,

спілкування передбачає вільне «входження» і «вихід» його учасників;

– акт комунікації безликий, тоді як спілкування обов'язково є інтенціональним, персоналізованим і воно завжди пов'язане із прийняттям індивідуальності партнера, орієнтацією на його світогляд, тезаурус, його ставлення до себе.

Концепція М. Кагана (пам'ятаємо, що вона побачила світ наприкінці 80-х років XX століття) викликає багато запитань. Складається враження, що людина ніби весь час переключає усередині себе якийсь тумблер: ось «Я» – суб'єкт, а ось «Я» – об'єкт. Але ж людина не комп'ютер, вона є одночасно і тим, хто діє, і тим, хто сприймає інформацію. Ця вимога бути або суб'єктом, або об'єктом спілкування ще менше може стосуватися колективного суб'єкта: електорату, публіки, читацької аудиторії. Тут змішування одночасних ролей і суб'єкта, і об'єкта ще більш ймовірне і навіть необхідне. Хоча кожен представник колективного суб'єкта, напевно, діятиме все-таки як окремий суб'єкт, на власний розсуд.

Безсумнівно, у 1987 році ні писати, ні думати інакше було неможливо. Потрібно було понад двадцять років існування нашої держави у зовсім інших соціальних умовах, аби дійти висновку, що нормальним, органічно притаманним людині є саме суб'єктне становище у світі. Аналіз історичного розгортання даної світоглядної позиції дає підстави стверджувати: спочатку до усвідомлення цієї думки прийшли найкращі представники роду людського – мудреці, герої, вожді. Але зі зростанням культури, через тяжкі муки численних революцій та світових війн людство підійшло до масового усвідомлення істини: «кожен дорівнює кожному».

Отже, життя у суспільстві потребує вміння діяти одночасно як у позиції суб'єкта, так і об'єкта діяльності, бути як учасником інформаційного процесу (адресатом або адресантом), так і партнером у спілкуванні. Процеси спілкування (міжособистісної взаємодії) і процеси комунікації – сприйняття і передавання вербальної інформації (як безпосередньо, так і через засоби інформації) – виступають ланками єдиної комунікативної діяльності. Водночас «комунікація» є ширшим поняттям, оскільки охоплює не лише інформаційно-обмінні взаємодії.

Перш ніж перейти до розгляду поняття «комунікативна культура», необхідно дослідити етимологію і змістове наповнення поняття

«культура».

У первісному значенні латинське слово «cultura» означало обробку землі, догляд за нею з метою зробити її придатною для задоволення потреб людини. У Цицеронівському розумінні культура сприймалась, перш за все, як «обробка», плекання душі. Новоутворююча функція культури полягає у присвоєнні форми чомусь такому, що досі було хаотичним і безформним. Саме тому культура – це «інформатизація» у первісному латинському значенні

цього слова – утворення, надання певного образу, форми.

У такому випадку не викликає сумніву думка стародавніх філософів, що «культурна душа» характеризується освіченістю, сформованістю. А оскільки кожна форма передбачає певну структуру, то культура є процесом структурування «душі» або, іншими словами, її ієрархізації. «Культурна душа» завжди має сформовану ієрархію норм, цінностей, прагнень, а її відсутність свідчить про відсутність форми, а отже і культури.

У дослідженнях окремих науковців (А. Арнольдов, Е. Баллер, М. Злобін) представлена концепція культури, що ґрунтується на її аксіологічному розумінні й утвердженні фундаментальної ролі особистості як творчого начала в історії людства. У відповідності з іншою концепцією культури, яку пов'язують з іменами В. Давидовича, Ю. Жданова, М. Кагана, В. Межуєва, культура осмислюється як специфічний спосіб людської діяльності. У контексті дослідження комунікативно-діяльнісної природи освітнього простору нам видається найбільш прийнятною концепція В. Межуєва, яка, враховуючи основопокладаюче значення людської діяльності, зокрема її технологічний і творчий аспекти, все ж зосереджує увагу на її суспільнозначущому аспекті.

На думку філософа, «культура постає як система людських відносин, що продукуються самою людиною, а не лише як система притаманних їй видів чи способів діяльності. У цьому розумінні, культура – це продукт творчості самої людини у всій багатогранності її суспільних зв'язків і відносин, у всій цілісності її суспільного буття.

При такому підході суспільні відносини не виокремлюються з культури, а власне й утворюють її суть».¹

Це так само стосується і комунікативної культури як необхідної складової загальної культури особистості.

Комунікативна культура – система духовно-матеріальних цінностей у сфері функціонування комунікативних зв'язків різного рівня і різного профілю. Є складовою загальної культури. Охоплює всю сукупність найважливіших смислових та ідеально-змістовних аспектів соціальної взаємодії, сприяє ефективному, толерантному і плюральному обміну інформацією у різноманітних процесах спілкування. Це визначальна складова інтелектуального професійного спілкування (стосується, зокрема, комунікативної культури юриста) як сукупності зв'язків і взаємодій людей, суб'єктів, особистостей, об'єднаних спільністю професійних інтересів і спільним прагненням здійснювати обмін професійною інформацією, ділитися досвідом і вміннями, навичками, повідомляти про результати своєї діяльності.

Комунікативна культура передбачає сформованість в індивіда комунікативних стратегій і володіння комунікативними правилами, максимами, постулатами і конвенціями спілкування. Комунікативна культура

– це не лише здатність індивіда встановлювати і підтримувати необхідні контакти з людьми, а й узгодженість між його ціннісними орієнтаціями, знаннями, практичними вміннями та реальною поведінкою, що виявляється в процесі спілкування.

Від успішної реалізації цього потенціалу професіоналом великою мірою залежить не тільки визнання його фахових можливостей, конкурентоздатність на ринку послуг, а й вирішення життєво важливих суспільних проблем.

Суб'єктами комунікативної культури є особа і суспільство, які перебувають у взаємному зв'язку.

Комунікативна культура знаходить своє вираження у трьох (умовно визначених) вимірах:

- а) комунікативних культурних орієнтаціях; б) діяльності з їх реалізації;
- в) результатах такої діяльності та їх значенні для суспільства.

Перший – передбачає оволодіння високим рівнем комунікативної грамотності – сукупністю комунікативних знань, умінь і навичок, які дають змогу ефективно спілкуватися у відповідному професійному середовищі; відповідним чином реагувати (вербальними засобами) на запити й водночас дотримуватися правил комунікативної поведінки в процесах спілкування.

Другий – пов'язаний із власне професійною діяльністю відповідно до загальноприйнятого комунікативного кодексу – системи принципів, правил і конвенцій спілкування, що регулюється комунікативними нормами і традиціями; спрямовуванням цієї діяльності на досягнення комунікативних намірів (комунікативних завдань) не лише своїх особистих, а й інших комунікантів (осіб, які беруть участь у спілкуванні, взаємодії).

Третій – засвідчує внутрішній потенціал комунікативної культури, показником її є сформованість комунікативної компетентності.

У своєму загальному визначенні компетентність є результатом освітньої діяльності, який свідчить не лише про рівень набутих професійних знань, умінь і навичок, а ще й про уміння й готовність використовувати їх у професійній діяльності. Окрім вказаних складових «компетентність» вбирає у себе ще й особистісне ставлення індивіда до предмету діяльності.

Загальновідомою є концепція ключових компетентностей, яка включає такі складові:

- соціальну компетентність (готовність брати на себе відповідальність у прийнятті професійних рішень, корпоративність, уміння адаптуватися до тих чи інших соціокультурних умов);
- комунікативну компетентність (володіння технологіями спілкування);

- когнітивну компетентність (готовність до пізнання, до самостійного пошуку нових знань, до реалізації свого інтелектуального потенціалу);
- соціально-інформаційну компетентність (володіння інформаційними технологіями та усвідомлення їх значущості для успішної професійної діяльності);
- спеціальну компетентність (готовність до виконання професійних функцій).

Детальний аналіз змісту і спрямованості цих компетентностей дозволяє зробити висновок, що всі вони мають безпосереднє відношення до процесу становлення комунікативно компетентного юриста, адже особистість професіонала не може розглядатися поза діяльністю і спілкуванням (в нашому випадку – професійним спілкуванням).

Із переліку ключових компетентностей щонайменше три мають безпосереднє відношення до професійної діяльності юриста: комунікативна, когнітивна і спеціальна. За обсягом поняття комунікативна компетентність вбирає у себе когнітивну і спеціальну, адже вміння здобувати нові знання, ненастанно пізнавати світ формується у взаємодії із цим світом, іншими суб'єктами пізнання. А готовність до виконання професійних обов'язків, зокрема й у галузі юриспруденції, формується завдяки здійснюваним у просторі освіти взаємонаправленим мовленнєвим актам, комунікації.

Таким чином, комунікативна культура юриста передбачає сформованість у нього комунікативних знань, умінь, навичок (а також здатність їх застосовувати й удосконалювати), ціннісних орієнтирів і мотивів, стратегій мислення і поведінки у різних професійних ситуаціях, які у своїй сукупності стають внутрішньо зумовленим і стійким «образом» професійної комунікативної діяльності із індивідуальною «програмою» дій в системі соціальних відносин і власним комунікативним «стилем» життя індивіда.

Філософське освоєння «комунікативної» проблематики і становлення теорій соціального спілкування розпочалося в епоху «філософської класики». На Заході такою епохою стала еволюція німецької філософії у період від І. Канта до К. Маркса.

У докантивській європейській філософії існування інших індивідів як суб'єктів – там, де про це заходила мова, констатувалося як емпіричний факт і не розглядалося як важлива філософська проблема. Кант вперше заговорив про наявність підстав «визнавати, окрім свого існування, ще й існування усіх інших істот» як «суто метафізичне», тобто таке, що вирішується умоглядно, без звернення до досвіду. І слід мати на увазі, що метафізичним у даному контексті є не питання про необхідність співіснування інших мислячих істот (адже питання про існування будь-кого, включаючи й Бога, не може

вирішуватися апіорно, без звернення до наявного або потенційного досвіду), а питання про визнання їх можливого співіснування як моральних особистостей.

Проблема взаємного визнання у процесах соціального спілкування, започаткована Кантом, в подальшому стала однією з провідних для філософських досліджень. У розмірковуваннях Канта про існування інших мислячих індивідів як моральних суб'єктів мова йшла не про реальну взаємодію суб'єктів та їх свідомості, а лише про мисленнєві орієнтації суб'єкта на «можливих інших». Спілкування ж у широкому розумінні, як синонім взаємодії (і не лише людей), філософ представив як одну із категорій чистого розуму, а його необхідність (як неможливість існування явищ, не включених у процеси взаємодії) ним постульована у третій «аналогії досвіду» як всезагальний закон природи.

Предметом прагматичної антропології, як це видно із пізньої роботи Канта «Антропологія із прагматичної точки зору», є людина, яка впливає на інших людей і на саму себе, а також зазнає впливу з їхнього боку, тобто перебуває у взаємодії з ними. Різноманітні процеси такого спілкування утворюють неповторну палітру суспільного життя, необхідні для нього умови і механізми існування.

Перспективними для подальших теоретичних розвідок у даному напрямі стали ідеї Фіхте і Шеллінга, які обґрунтували значущість спілкування для становлення індивідуальної самосвідомості.

Співіснування «інших Я» і взаємне визнання індивідів було оголошено необхідною передумовою формування індивідуальності, індивідуальної самосвідомості і практичної свободи індивідів. Так, Шеллінг обстоював думку, що індивідуальність і усвідомлення власної неповторності може сформуватися лише у процесі спілкування з іншими людьми, без нього не мислиме саме існування світу і його пізнання.

Універсальна теорія спілкування представлена у працях К. Маркса. Спілкування осмислюється ним як мережа різнорівневих взаємодій між індивідами у процесах відтворення суспільного життя, зокрема матеріального виробництва. Суб'єкти спілкування й самі комунікативні процеси (їх конкретний зміст, типи, форми, способи і засоби спілкування), таким чином, отримали суспільно-історичну визначеність. Поширення марксизму обумовило в період з II половини XIX століття до середини XX століття становлення «системно-функціонального підходу» не лише по відношенню до спілкування, а й до суспільної діяльності в цілому.

Проте переважаючими в означений період, як у кількісному плані, так і за ступенем впливу, були теорії соціального спілкування, в яких утверджувалися «суб'єкт-центровані» комунікативні стратегії.

Більшість теорій – від екзистенціальних і феноменологічних до

прагматичних і позитивістських – втілювали у найрізноманітніших варіантах саме цю модель.

Системно-структурні або функціональні стратегії філософського осмислення комунікативних процесів набули поширення після так званої «структуралістської революції», яка пов'язується із працями К. Леві-Стросса. Визнання права на існування за «безсуб'єктними»

суспільними структурами – «дискурсами» і «життєвими практиками», які не мають «автора-творця», призвело до того, що місце взаємодіючих суб'єктів посіли самодостатні і самовідтворювані системи.

У контексті таких передумов Ж. Дерріда і М. Фуко, при усій відмінності їх ідей, виявилися солідарними у бажанні «позбавитись» суб'єкта. Як наслідок, з'являється самодостатній «текст», у якому і автор (художник, письменник), і реципієнти (публіка) виявляються лише його функціями.

Слід зауважити, що можливість системно-структурних (нібито безсуб'єктних, а насправді функціональних) стратегій дослідження комунікативних процесів не має однозначного зв'язку із пост-структуралістськими чи постмодерними конструктами. Показовою у цьому плані є теорія соціальних систем Н. Лумана, у якій суспільство, соціальна система найвищого рівня, постає як комунікаційна суперсистема, що здійснює автопоезис (самовідтворення) і не передбачає в якості своїх елементів живих індивідів. Таким чином у двох стратегіях філософського осмислення процесу спілкування – суб'єкт-центрованій та функціональній – виявляються дві протилежні теоретико-методологічні установки, що й визначили усю історію соціально-філософської думки. Перша – це «сингуляризм» або «соціальний атомізм», що виходив з первинності індивідів та їх діяльності по відношенню до суспільства, друга – соціальний «універсалізм», який постулював примат суспільства над індивідом.

Соціологія пропонує три типи комунікативних стратегій: презентація, маніпуляція, конвенція. Вони мають суттєві відмінності за рівнем відкритості, симетрії і способом комунікації. Так, презентаційний тип є пасивною комунікацією, маніпуляційний – активною, а конвенційний – інтерактивною комунікацією. Основними засобами для презентації є послання, для маніпуляції – повідомлення, для конвенції – діалог.

Окремими дослідниками виділяється ще й опозиційний тип комунікативних стратегій, однак «опозицію» навряд чи можна вважати самостійною комунікативною стратегією. Опозиція – реакція контрагента на маніпуляційні дії агента впливу. Вона не є конструктивною і смислоутворюючою, а являє собою реакційну (з точки зору напрямку руху смислів) структуру комунікації. Іншими словами, опозиційний смисловий простір завжди перебуває всередині маніпулятивного комунікативного простору, до певної міри йому протидіючи, але ніколи не здобуває першості. Концептуально комунікативні дії опозиції завжди є реагуванням.

Конвенціоналізація, як процес застосування конвенціональної комунікативної стратегії у просторі взаємодії індивідів, має принципові відмінності від маніпуляції щодо змісту, об'єкту діяльності і характеру використовуваних інструментів. Так, об'єктом діяльності конвенціональних комунікативних дій є не суб'єкти (як у випадку маніпуляції), а певні проблемні питання, вирішення яких потребує партнерських відносин. Інструменти конвенціональних комунікативних дій мають відкритий, прозорий характер, а змістом конвенціоналізації є деліберативний процес, тоді як зміст маніпулятивної комунікативної стратегії зосереджений на управлінні поведінкою.

Визначальною ознакою конвенціональної стратегії є те, що даний тип комунікації позбавлений ідеологічного забарвлення й не обмежується рамками певної наукової картини світу. Власне кажучи, цілісна картина світу віддається у повне володіння особистості, куди суспільна свідомість при посередництві владних структур та відповідної ідеології має досить обмежений доступ.

Найбільш розповсюдженою є конвенціональна комунікація, яка здійснюється у рамках неідеологічних соціальних проектів, ініційованих і реалізованих в демократичному суспільстві при підтримці тих чи інших громадських організацій, корпорацій. Сама ж конвенція (як суспільний договір) є динамічним діалогом, що відбувається між різними структурними ланками проекту у ході його реалізації.

Маніпулятивні технології мають на меті управління ситуацією через управління поведінкою людей. Конвенціональні – передбачають управління ситуацією через взаємодію й узгоджену поведінку людей. Для конвенціональних технологій інструменти комунікації не є інструментами управління, більш того, замість терміну «управління» використовується поняття «модерація» комунікації, а викладач, як координатор комунікативних процесів в освітньому просторі, виступатиме «модератором».

Завдання конвенціональної комунікативної стратегії тексту чи усного мовлення – забезпечити комунікацію між різними сегментами аудиторії, яка сприймає цей текст або усну промову, й за допомогою цілої низки консенсусів отримати результат – конвенцію, тобто такий змістовий договір, який дозволить, з одного боку, втілювати у життя певні практичні задачі, а з іншого боку, сприятиме відтворенню комунікативного процесу вже на новому щаблі розвитку, а також захисту від маніпуляцій.

Маніпулятивні технології не придатні для створення сталої, на рівні громадянського суспільства, структури комунікаційного середовища.

Для підтримки їх життєздатності завжди буде потрібна влада (політична, фінансова, ідеологічна). Інакше кажучи, маніпулятивне комунікативне середовище не здатне до самовідтворення й руйнується при першому ж послабленні влади або в моменти її кризи.

В цілому ж, необдумані або навмисно використовувані маніпулятивні способи подачі інформації, непропорційне співвідношення комунікативних повідомлень щодо їх функціональних ознак відчужують суб'єкта, який сприймає інформацію, від реалій життя, порушують цілісність і глибину сприйняття ним навколишньої дійсності, сприяють деформації картини світу у свідомості індивіда, що врешті-решт призводить до його соціокультурної дезорієнтації, а далі – до руйнівних процесів у суспільстві.

Комунікативне «ядро» особистості.

В даному підрозділі мова піде про формування комунікативної культури юриста як цілісної особистості із притаманним їй комплексом властивостей, прагнень і ціннісних орієнтацій і смислів, що у своїй сукупності становлять своєрідне «ядро» професіоналізму.

Одна із складових такого комунікативного ядра особистості – здатність до децентрації, що дозволяє їй виходити за межі свого власного «Я» і переносити центр уваги на інших людей, спільні із іншими справи, інтереси. У такій комунікації індивідуальне переживання колективності стає культурним смислом, а отже, виробляється потреба в спів-діяльності і здатність до спільних дій, коли людське спілкування осмислюється як найважливіша суспільна цінність.

Розвиток в особистості здатності до децентрації важко уявити поза культивуванням такої складової комунікативного ядра особистості, як здатність до емпатії. За твердженням М. Бахтіна, емпатія передбачає відповідальне ставлення індивіда до своїх вчинків, слів, а також тих смислів, до утворення яких він причетний. Такий комунікативний процес спрямований на реалізацію модусу «буття» (Е. Фромм) і має виражений ступінь особистого «включення» учасників комунікації у цей процес, що є свідченням їх взаємної зацікавленості, небайдужого, творчого характеру спілкування.

Позитивна спрямованість на спілкування – не менш важлива, ніж попередні, складова комунікативного ядра особистості. У зв'язку з цим Ю. Лотман зазначав: «Усяке спілкування є вихованням, адже ті, хто хоче спілкуватися, повинні налаштуватися на спільну хвилю, прагнути до взаєморозуміння, а отже, де в чому уподібнитись одне одному» 2.

Такий комунікативний процес цінний тим, що він реалізується у відповідності із принципом еволюції, який в даному випадку виявляється у якісній зміні внутрішнього світу суб'єкта: він стає глибшим, багатшим, удосконалюється в ході спілкування.

Аби процес комунікації був продуктивним, його учасники повинні бути відкритими для точки зору інших, усвідомлювати, що діалог може збагатити кожного з них, розширити горизонти взаємодії. Якщо ж в основу діалогу покладено принцип «володіння», то учасники комунікації ставляться до своєї точки зору як до власності. По завершенні такого діалогу кожен з них, як

правило, залишається «при своїй думці», що є свідченням непродуктивної комунікації, яка не має культурологічної основи, а тому позбавлена можливості смислоутворення. Навряд чи такий тип комунікації можна назвати діалогом, адже її учасники не в змозі «почути» одне одного, вони переконані в існуванні однієї-єдиної точки зору, яку ототожнюють із власною позицією.

Важливою для формування комунікативного ядра особистості є здатність до рефлексії, без якої неможливі подальший розвиток й самовдосконалення індивіда. Рефлексія, як одна із ознак людини розумної, її соціальної спрямованості, виявляється саме через механізми комунікації¹. У ході рефлексії індивідом здійснюється аналіз своїх емоцій, почуттів і переживань, а також виявляються наявні проблеми і можливі напрями їх вирішення.

Здатність до рефлексії тісно пов'язана із прагненням кожної особистості до ідентифікації, що забезпечує реалізацію сутнісних потреб людської екзистенції, і являє собою ще один компонент комунікативного ядра особистості. Цілком очевидно, що об'єктивацію свого «Я» людина в змозі здійснити лише у конструктивній, спрямованій на взаєморозуміння комунікації, в ході якої суб'єкти отримують і продукують нові знання про навколишній світ, про себе, своє місце у соціокультурному середовищі.

Таким чином, у результаті комунікації відбувається формування суб'єктивної цілісності образу «Я». Набуття ідентичності, хоча б у часткових проявах, а отже, становлення і розвиток цілісної особистості, й має бути результатом комунікативної діяльності.

До переліку розглянутих нами складових комунікативного ядра особистості, а саме: здатності до децентрації, емпатії, рефлексії й ідентифікації, слід додати ще й такий аспект, як сформованість моральних основ комунікації. До них слід віднести усвідомлення цінності людського взаєморозуміння, спів-діяльності, комунікативного єднання; відповідальне ставлення до Слова й Дії; рефлексивне ставлення до світу.

Зазначені цінності мають діяльнісну, динамічну природу й спонукають людину до «вічного напруження» й пошуку. У цьому внутрішньому русі й відбувається становлення Особистості, реалізуються її устремління до цілісності, долається індивідна обмеженість, стає можливим прорив у духовну сферу 2. Відчуття внутрішньої цілісності, яке набувається у духовних пошуках, стає поштовхом до переходу людини на новий щабель духовного розвитку. Неперервність даного процесу забезпечується незгасаючим прагненням особистості задовольнити свої комунікативні потреби, до яких поряд із орієнтувальною, пізнавальною та потребою в емоційному контакті, слід віднести ще й потребу в усвідомленні й реалізації життєвого смислу.