

ББК 87.666.7
УДК 341(038)
М 30

Рекомендовано до друку вченою радою
Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ
(протокол №8 від 02.04.2015 р.)

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Лукашевич В.Г., доктор юридичних наук, професор,
Заслужений юрист України (Класичний приватний університет);
Невмержицька О.В., доктор педагогічних наук, доцент
(Дрогобицький державний педагогічний університет ім. І. Франка).

Марченко О. В.

М 30 Комуникативна культура юриста : навч. посібник / Марченко О. В. –
Дніпропетровськ : «Інновація» 2015. – 200 с.

Представлені у посібнику матеріали покликані допомогти майбутнім юристам у вивченні навчального курсу «Комуникативна культура юриста», зокрема в освоєнні філософських, етичних, психологічних основ ділового спілкування, а також способів застосування на практиці норм і правил комуникативної діяльності.

Посібник призначений студентам юридичних вищих навчальних закладів, викладачам, аспірантам й усім, хто прагне ефективно взаємодіяти з людьми.

ISBN 978 – 966 – 8676 – 55 - 7

© Марченко О.В., 2015

ЗМІСТ

Передмова.....	6
----------------	---

Частина I. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ЮРИСТА

Розділ 1. Комунікація як ціннісно-регулятивний механізм розвитку особистості

§ 1.1. Комунікація як наукова категорія.....	10
§ 1.2. Моделі, види і форми комунікації.....	14
§ 1.3. Ключові поняття теорії комунікації.....	20
§ 1.4. Філософське осмислення комунікативних процесів.....	25
§ 1.5. Комунікативні стратегії з позиції соціологічної науки.....	27
§ 1.6. Комунікативне «ядро» особистості.....	29
§ 1.7. Комунікація у сучасному світі та її вплив на ціннісні орієнтири індивіда.....	31
<i>Питання для самоконтролю</i>	37
<i>Рекомендована література</i>	37

Розділ 2. Комунікація у праві і право як комунікація

§ 2.1. Комунікативна природа права.....	39
§ 2.2. Професійна діяльність юриста у комунікативному вимірі	41
§ 2.3. Види юридичної комунікації	43
§ 2.4. Універсальні складові комунікативної підготовки юристів.....	47
§ 2.5. Співвідношення мислення і мовлення у комунікативній культурі юриста.....	52
§ 2.6. Соціально-психологічні чинники ефективної комунікації	55
§ 2.7. Конфлікти у просторі юридичної комунікації	59
<i>Питання для самоконтролю</i>	67
<i>Рекомендована література</i>	68

Розділ 3. Вербальні форми комунікативної культури юриста

§ 3.1. Текст як джерело комунікації.....	69
§ 3.2. Гіпертекст та його роль у формуванні комунікативної культури людини.....	73
§ 3.3. Правовий текст: особливості творення та інтерпретації....	75
§ 3.4. Види інтерпретації правового тексту	80
§ 3.5. Усне мовлення як інструмент професійного спілкування..	83
§ 3.6. Уміння слухати у професійній діяльності юриста.....	86
§ 3.7. Бар'єри у спілкуванні.....	89
<i>Питання для самоконтролю</i>	<i>95</i>
<i>Рекомендована література</i>	<i>96</i>

Розділ 4. Невербальні форми комунікативної культури юриста

§ 4.1. Невербальне спілкування: види та особливості застосування на практиці.....	97
§ 4.2. Жести у системі невербальних засобів комунікації.....	100
§ 4.3. Міміка та візуальний контакт у невербальному спілкуванні.....	103
§ 4.4. Поза та рухи тіла у професійній комунікації.....	106
§ 4.5. Голос як інструмент ефективної взаємодії.....	108
§ 4.6. Організація простору комунікації.....	110
§ 4.7. Інші невербальні засоби комунікації.....	114
<i>Питання для самоконтролю</i>	<i>116</i>
<i>Рекомендована література</i>	<i>116</i>

Частина II.
ПРАКТИКУМ
«СІМ КРОКІВ ДО КУЛЬТУРИ СПІЛКУВАННЯ»

Крок 1. Формуємо власний імідж.....	118
Крок 2. Пізнаємо секрети ораторського мистецтва.....	124
Крок 3. Вчимося ставити питання.....	138
Крок 4. Дискутуємо, а не сперечаємось.....	143
Крок 5. Критикуємо і сприймаємо критику правильно	154
Крок 6. Розпізнаємо маніпуляції у спілкуванні.....	159
Крок 7. Використовуємо невербальні засоби спілкування ефективно.....	166
Цитати, афоризми і висловлювання про спілкування....	175
Короткий термінологічний словник.....	184

Передмова

У ході професійної діяльності юристам, незалежно від їх спеціалізації, постійно доводиться спілкуватися з людьми, причому нерідко в екстремальних умовах, підтримувати із ними на належному рівні психологічний контакт, активно впливати на перебіг комунікативних процесів. Навряд чи юрист зможе досягти успіху на професійній ниві, якщо не володітиме мистецтвом слова, умінням грамотно і переконливо доводити свою думку, будувати продуктивний діалог. Так, адвокат досягає своєї професійної мети у ході активної вербальної комунікації, завдяки якій власне й вирає судовий процес. У промовах обвинувачення і захисту він має належним чином обґрунтувати власну позицію, здійснити аналіз й оцінку доказів, а сама промова повинна бути змістовною, лаконічною і водночас образною, емоційною, зверненою як до розуму, так і до сердець присутніх на процесі. Це, безумовно, потребує неабиякої майстерності і підготовки, адже в суді вирішується доля людей. У законотворчості також не обійтись без спеціальних знань й умінь, а саме, досконалого володіння писемним мовленням, знання жанрових особливостей юридичних документів, правових актів, законів тощо.

Слідчому теж вкрай необхідні такі комунікативні уміння і навички, як ведення діалогу (під час опитування, допиту, очної ставки), постановки запитань, уважного слухання, а також здатність долати бар'єри у спілкуванні і мовленнєву агресію, нівелювати емоційну напругу у ході бесіди, сприймати підтекст у мовленні співбесідника. Він повинен досконало володіти навичками писемного мовлення і уміти швидко оформлювати усне мовлення в писемному вигляді.

Нотаріальна діяльність також передбачає сформованість в юриста комунікативних умінь і навичок: нотаріус має бути готовим до роз'яснення проблемної ситуації клієнтам із різним інтелектуальним рівнем і соціальним статусом, до відповіді на спірні питання у дохідливій і разом з тим виваженій та однозначній, з професійної точки зору, формі.

Діяльність юриста – це тугий «вузол» проблемних аспектів соціального життя, де неодмінним фактором мовної комунікації є дотримання традиційних, вироблених століттями постулатів: «будь ввічливий», «уникай неправди», «не зашкодь». У цьому відношенні юриспруденція дуже схожа з педагогікою і медициною. Адже за допомогою Слова можна врятувати, захистити людину, вселити у неї надію на краще і бажання жити або, навпаки, знищити всі її добрі

наміри і сподівання. Необдумане слово й недостатньо аргументована фраза з боку юриста можуть стати причиною серйозної психічної травми для іншого суб'єкта комунікації.

У повсякденній практичній діяльності юрист має справу з людиною, яка приходить шукати правду. І він покликаний розв'язувати соціальні конфлікти з позиції права, тобто справедливо, на розумній основі. Ось чому пробним каменем для комунікативної поведінки юриста стає її моральність. Яка б не була цільова установка спілкування, його практичне призначення, не можна забувати, що мова йде про долю людини, її життя і свободу. Отже, можемо констатувати нерозривний зв'язок професійної, зокрема комунікативної, діяльності юриста із усталеними нормами етики, із моральними принципами справедливості, гуманності, чесності тощо. Саме в мовленнєвому акті якнайкраще розкривається моральна сутність правоохоронця, його життєві і професійні принципи та переконання.

Навіть побіжний аналіз необхідних юристу умінь, навичок, ціннісних установок та особистісних властивостей дозволяє зробити висновок: готовність до продуктивної комунікації є невід'ємною складовою професійної компетентності юриста. І незалежно від того, створює він законопроект чи проводить слідство, виносить вирок чи захищає права підсудного, йому важливо бути готовим до вербальних та невербальних контактів і обміну інформацією, до вироблення оптимальної стратегії і тактики взаємодії у власній професійній діяльності. Відповідно, чим вищий рівень комунікативної культури юриста, тим ефективніше він вирішуватиме професійні завдання.

Опитування, проведені серед студентів, свідчать про актуалізацію запиту студентської молоді на системне і ґрунтовне вивчення основ комунікативної діяльності у галузі юриспруденції. Майбутні юристи вказують на певні труднощі у спілкуванні з однолітками і педагогами, недостатньо активну позицію у професійних та соціальних стосунках, необізнаність із ефективними способами спільної діяльності в умовах вирішення професійних завдань. Відтак актуальним постає завдання формування комунікативної культури у студентів впродовж їх навчання у вищій школі із врахуванням вимог щодо професійних якостей, знань та умінь спеціалістів юридичної справи.

На жаль, дидактичне забезпечення підготовки юриста до ефективної комунікації в умовах університетської освіти є на сьогодні недостатнім. У навчальній літературі, що з'являється останнім часом, розкриваються окремі аспекти комунікативної діяльності людини у сучасному світі й подаються, як правило, несистематизовані «інструкції до дії» у тих чи інших комунікативних ситуаціях. Водночас вкрай

бракує навчальних матеріалів, які б урахували специфіку відносин і комунікативних зв'язків саме у професійній діяльності юриста.

Вирішення проблеми, яка полягає у несформованості в юриста культури мислення і мовлення, у відсутності відповідних систематизованих знань і навичок ефективної взаємодії у соціумі, можливе за умови комплексного підходу до підготовки студентів у даному напрямі. Важливо, аби усі складові комунікативного «образу» майбутнього юриста – мовлення, мислення, індивідуально-психологічні якості й ціннісні орієнтири індивіда – розвивалися у нерозривній єдності, бажано в рамках окремої навчальної дисципліни – «Комунікативна культура юриста».

Освоєння такої дисципліни дасть змогу студентам:

- здобути знання щодо філософських, етичних, психологічних основ ділового спілкування, його норм й правил, шляхів застосування на практиці, особливостей етикету в різних умовах трудової діяльності;

- навчитись аналізувати конкретні ситуації, розпізнаючи комунікативні типи людей, рівень їхньої моральності та інші індивідуальні особливості, що проявляються під час ділового спілкування;

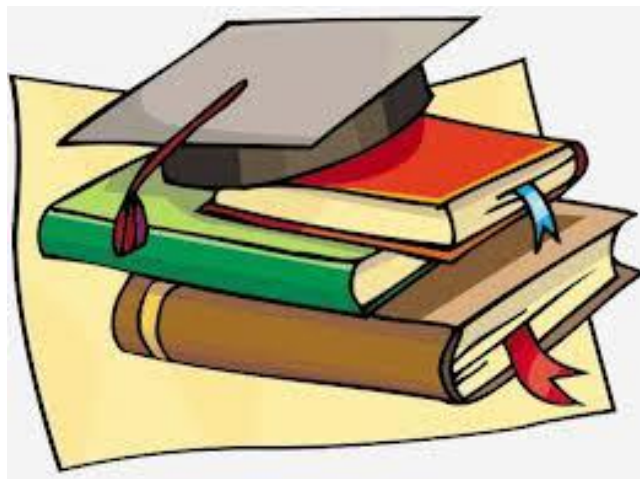
- оволодіти системою способів і засобів ділового спілкування, його стратегіями, навчитись їх обирати відповідно до психологічних і соціокультурних особливостей співрозмовників, до норм і правил гуманістичної етики;

- навчитися гнучко застосовувати обрані способи й засоби у процесі спілкування під час індивідуальної бесіди й колективного обговорення проблем, у виступах перед різними аудиторіями, на переговорах, при розв'язанні конфліктів.

У посібнику, який ви тримаєте в руках, вміщено матеріали, що покликані допомогти студентам й усім, хто прагне удосконалити свої комунікативні здібності, освоїти навчальний курс «Комунікативна культура юриста». Автором даного навчального видання власне й здійснено спробу поєднати в єдине ціле теоретичний і практичний аспекти дослідження комунікативної культури спеціаліста у галузі юриспруденції: з одного боку, розкрити суть основних термінів, концепцій, моделей і стратегій комунікативної дії, тобто узагальнити відповідні фундаментальні знання на прийнятному для зацікавленої аудиторії рівні; а з іншого – надати майбутнім юристам такий необхідний для їх професійної діяльності комунікативний інструментарій.

Частина І.

Теоретичні основи формування комунікативної культури юриста



Розділ 1. Комунікація як ціннісно-регулятивний механізм розвитку особистості

§1.1. Комунікація як наукова категорія.

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 очевидно 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 ХХ 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. Мертона, Ю. Габермаса, А. Менегетті, теорії інформації і кібернетики Н. Вінера, К. Шеннона, С. Біра, а також культурології та естетиці 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»¹.

У соціальній психології значний внесок у дослідження комунікативних процесів зробили засновники символічного інтеракціонізму Дж. Мід і Г. Блумер, які вивчали взаємодію за допомогою символів, що мають певний смисл. Завдяки символічній 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;
- *гомилетика*, що об'єднує теологію і комунікацію;

¹ Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. – М.: «РИП-холдинг», 2003. – С. 18-22

² Сорокин П.А. Система социологии. В 2 т. Т. 1. Социальная аналитика: Учение о строении простейшего (родового) социального явления. – М.: Наука, 1993., С. 29

- *риторика* як мистецтво впливу на слухача за допомогою мовлення.

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 перфомансу;
- 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.

¹ Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. — К: ВПЦ «Київський університет», 1999. — С. 31-40.

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.

§ 1.2. 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 плящі, 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 однопісного 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 привертнути 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. *advo-catus* – 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.

§ 1.3. 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), *інтерації* (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 ХХ 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 ймовірно 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

¹ Межуев В.М. Культура как деятельность // Теория и практика культуры: Альманах. Вып.3. – М. : Из-во РАГС, 2005. – С.106

(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 вміння 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.

§1.4. Філософське осмислення комунікативних процесів.

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 докантівській 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.¹ 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

¹ Кант И. Метафизика нравов // Кант И. Критика практического разума, СПб., 1995. – С.144

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.¹

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.

¹ Шеллинг Ф.В. Система трансцендентального ідеалізму // Шеллинг Ф.В. Соч. в 2-х т. Т.1. М., 1987. – С.410.

Таким, чином у двох стратегіях філософського осмислення процесу спілкування – суб'єкт-центрованої 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.

§1.5. Комунікативні стратегії з позиції соціологічної науки. 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.

§1.6. 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.¹

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

¹ Эффективная коммуникация: история, теория, практика: Словарь-справочник / Отв. ред М.И. Панов. – М. : ООО «Агентство – “КРПА Олімп”», 2005. – С.592.

² Лотман Ю.М. Будем работать для будущего // Воспитание души. СПб. : Искусство-СПБ, 2003. – С. 158.

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 індивіда обмеженість, стає можливим прорив у духовну сферу². Відчуття внутрішньої цілісності, яке набувається у духовних пошуках, стає поштовхом до переходу людини на новий щабель духовного розвитку.

¹ Спиркин А.Г. Философия. – М. : Гардарики, 2000. – С.768.

² Гуревич П.С. Целостность человека как социальная проблема // Личность. Культура, Общество. 2003. Т. 5. Спец. вып. - №1-2. – С.125.

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.

§1.7. Комунікація у сучасному світі та її вплив на ціннісні орієнтири індивіда.

У сучасному інформаційному просторі, зміст якого визначається засобами масової комунікації, людина не може в повні задовольнити комунікативні потреби через свою із цим простором змістову й структурну невідповідність. Ця проблема набуває все більшої актуальності із утвердженням у сучасній культурі чуттєвого начала, інтерес до якого підтримується і культивується засобами масової інформації. Задоволення тілесних бажань й комерційний успіх, які трапляються миттєво й без особливих зусиль, – ось визначальні пріоритети людського життя, активно насаджувані мас-медіа.

Під впливом масової культури, що розповсюджується за допомогою схем спрощеної раціональності, діяльність на усіх рівнях суспільної ієрархії набуває спрощеного й прагматичного характеру. А це, у свою чергу, призводить до поверхового освоєння цінностей і норм культури. Тож не дивно, що рушійними чинниками в діяльності сучасного індивіда виявляються прагнення задовольнити свої фізіологічні потреби й за будь-яку ціну отримати прибуток. Така тенденція свідчить про домінування «епохи інтересів», яка прийшла на зміну «епосі ідеалів», пріоритет у суспільстві інтересів меркантильних, орієнтованих переважно на матеріальні цінності.

Революція у галузі комп'ютерно-комунікативних технологій, посилення впливу Інтернету на свідомість сучасної людини, віртуалізація життя також зробили свій внесок у трансформацію ціннісних орієнтирів молоді.

Постає проблема: як, опрацьовуючи потоки інформації, не підпасти під вплив ЗМІ і навчитися формувати власну думку щодо тих складних процесів, які відбуваються у світі?

Інформаційні потоки, які людина сприймає через екранні форми комунікації, орієнтують її на розваги, поверхове ставлення до світу. Інтернетизація робить свій внесок у «знебарвлення» життєвого простору людини, надає йому віртуального характеру. Таким чином, відбувається перенесення діяльності суб'єкта із реальної дійсності в інші (ігрові, віртуальні) простори.

Тенденція до віртуалізації життєвого простору людини – явище не тільки культурологічне, а й соціальне. Вона засвідчує вибір пересічного обивателя між реальністю, у якій він не в змозі самореалізуватися, й

екранною квазіреальністю, де є можливість, хоча б частково, в електронному варіанті, себе реалізувати.

У сучасному суспільстві людина втрачає контроль над значущими соціальними процесами. Філософи і психологи попереджають про небезпеки індивідуалізованого, «зараженого» фрагментацією суспільства, що в цілому є наслідком глобалізаційних процесів. Такий висновок має усі підстави, адже розколотий, фрагментарний життєвий простір людини є відображенням такого ж еkleктичного соціокультурного простору, в якому руйнуються моральні устої, розпадаються природні соціальні зв'язки між людьми. Суб'єкт змушений постійно змінювати свої життєві стратегії, швидко переходить від однієї діяльності до іншої, аби надати своєму існуванню хоча б видимість стабільності.

Цей процес ускладнюється системною кризою, що супроводжується радикальним «переформатуванням» ціннісно-світоглядних орієнтирів у суспільстві. У відповідності з новими ліберальними цінностями, право створювати і реалізовувати соціально значущі проекти, розпоряджатися ресурсами насправді належить вузькому колу еліти. Дух корпоративності й комерціалізації розповсюджується на усі рівні суспільної ієрархії, проникає в усі сфери життєдіяльності людей, в тому числі, у побутову й професійну, що позначається на можливостях діяльнісного самовираження індивіда. Так, залежно від приналежності до тієї чи іншої корпоративної верхівки, яка асоціює свою діяльність із вищезазначеними символами інструментальної раціональності («гроші», «влада», «успіх»), варіюються просторові межі діяльності суб'єкта, можливі варіанти його самореалізації.

Таким чином, багатогранний прояв свого «Я» у найрізноманітніших видах діяльності є прерогативою небагатьох і безпосередньо залежить від матеріальних можливостей людини. Усім іншим залишається лише спостерігати за тим, як у «паралельному», віртуальному для них (не лише у розумінні медійності), життєвому просторі вирує життя, здійснюються грандіозні проекти, які багато в чому й визначають їх (спостерігачів) майбутні життєві стратегії.

Водночас незадіяними залишаються потужні інтелектуальні ресурси, знання, досвід значної кількості людей. А якщо потенціал не затребуваний, не використовується за призначенням, то руйнується не лише цей людський потенціал, а й механізм його відтворення. Звідси формування заниженої самооцінки суб'єкта діяльності, втрата соціальних ідеалів та довгострокових, перспективних соціальних цілей, які раніше наповнювали життя людини конструктивно-новоутворюючими смислами; девальвація таких понять, як професіоналізм і високий рівень культури праці. Усе разом це

призводить до ущільнення життєвого простору суб'єкта. Комунікативне поле сучасної людини звужується до родинних відносин та нечисленних зв'язків із найближчими друзями і колегами.

Отже, визначальними для розуміння специфіки комунікативних процесів у сучасному світі є такі фактори:

- індустріалізація культури, посилена технологізацією;
- докорінна трансформація системи цінностей;
- повсякчасне розповсюдження масової культури, що породжує людину «маси»;
- утвердження споживацької культури з «ринковим» ставленням до людини;
- становлення «мозаїчної», «кліпової» свідомості сучасної людини, яка існує в еkleктичному соціокультурному середовищі;
- криза ідентичності.

Відповідним чином змінюється й діяльність людини: вона теж стає поверховою, фрагментарною, орієнтованою переважно на розваги й отримання швидкого результату. Ось чому таким проблемним є на сьогодні утвердження дійсно культурних основ життєвих стратегій індивіда, адже реальні умови життя спонукають його скоріше до виживання. Разом із тим не можна не погодитись із Е. Фроммом, який доводив: особисте щастя людина повинна вбачати не в тому, щоб мати багато. Бути тотожним світу, віддавати свої здібності оточуючому світу, а не використовувати його – саме це, на думку ученого, є наслідком руху на шляху подолання відчуження.

Сучасний світ перебуває у стані біфуркації, а отже, людство шукає нові орієнтири, нові ціннісні установки. Відповідно все більш затребуваною стає роль творчої особистості, зокрема здібності суб'єкта до вироблення інноваційних програм життєдіяльності, у тому числі й комунікативних стратегій, які допоможуть йому адаптуватися до нових умов. Складність завдання, яке з усією гостротою постає перед суспільством, полягає у тому, що подібні програми повинні бути не лише конкурентоздатними та інноваційними, але й не вузько прагматичними. Інакше інноваційність буде поглиблювати кризові процеси у розвитку цивілізації. Така постановка питання актуалізує роль духовно-моральних аспектів культури, адже саме духовна спрямованість діяльності сучасного суб'єкта здатна наповнити соціальну практику новим культурним змістом. І мова йде не про романтичне протиставлення духовного і матеріального, а про пошук основ їх гармонізації, без чого людина деградує як моральна істота.

У сучасному інформаційному просторі переважає інформація, яка виконує рекреаційну та соціально-маніпулятивну функції. Між тим, вони повинні виконувати допоміжну роль, порівняно із такими

надважливими для суспільства функціями, як регулятивна і просвітницька.

На жаль, криза цінностей у сучасному суспільстві є сприятливим ґрунтом для розвитку саме другорядних функцій. Маніпулятори прагнуть скористатися ціннісною дезорієнтацією населення для власного зиску, що значно ускладнює становище і призводить до кризи ідентичності й ситуації соціокультурної фрагментації. Окрім того, заангажованість, наявність певного «соціального замовлення» негативно впливають на змістове наповнення інформації, що транслюється ЗМІ. Такі тенденції, як зниження інтелектуального рівня, агресія, бездуховність, дегуманізація є домінуючими у вітчизняному інформаційному полі вже багато років. Небезпека для суспільства полягає у тому, що підростаюче покоління сприймає подібний соціокультурний фон як норму. І реальність екранна, трансльована засобами мас-медіа, переноситься у повсякденну реальність звичайної людини, обертаючись сплеском негативних суспільних проявів. Викликає занепокоєння те, що ці ентропійні тенденції екстраполюються у майбутнє.

Неоднозначною і суперечливою із цих позицій видається роль розважальної інформації, трансляція якої займає значно більше часу, порівняно із трансляцією інших видів інформації. Вона також має маніпулятивний характер, відволікаючи людей від соціальних проблем і створюючи ілюзію благополуччя. Водночас інформація просвітницького характеру вкрай обмежена, оскільки виявляється мало затребуваною в умовах масової культури, не «вписується» у рамки телевізійного формату.

Регулятивна функція, якщо її розглядати у системі координат масової комунікації, проявляє себе досить суперечливо, породжуючи скоріше ентропійні процеси, що цілком закономірно при відсутності контролю з боку суспільства в цілому. Між тим медійна інформація повинна задавати ціннісно-нормативні параметри, які б об'єднували глядацьку аудиторію й виступали б у якості основних параметрів процесу суспільного відтворення.

Ця вимога набуває все більшого значення, зважаючи на те, що провідним джерелом знань і виховання виступають на сьогодні не навчальні заклади, книги, телевізійні фільми, а й трансльована через Інтернет вкрай суперечлива інформація і навіть реклама. При цьому слід враховувати той загальноприйнятий факт, що способи передачі інформації та засоби її відтворення впливають на змістовий аспект новоутворених смислів, що кардинально змінює саму людину й сприйняття нею навколишньої дійсності. Нехтування цією обставиною

призвело до зростання рівня агресивності інформаційного середовища по відношенню до людини.

Технічна природа засобів масової комунікації, що передбачає використання аудіовізуального ряду, є сприятливою для «розповсюдження інформаційно-образної наркоманії»¹. Спрощена форма отримання знань привчає людину до пасивного поглинання інформації й не потребує напруження розумових і душевних сил. «Кнопочний» спосіб спілкування індивіда із технічними засобами передачі інформації змінює його сприйняття навколишньої дійсності. Можливість у будь-який момент змінити один інформаційний канал іншим спустошує чуттєво-емоційне ставлення до тих подій, які транслюються з екрану. А опція «вихід» дозволяє перервати спілкування, тим самим глядач легко знімає із себе відповідальність, якої не може уникнути у ході особистої розмови.

Технічний прийом швидкого переходу з одного сюжету на інший постійно використовується у стилістиці телевізійних трансляцій. Так, виклад соціально значущої інформації або емоційно забарвлений сюжет часто-густо переривається рекламою. Подібний «калейдоскоп» уривчастих вражень порушує ціннісно-емоційний настрій суб'єкта, цілісність сприйняття навколишнього світу, привчає його до поверхового ставлення не лише до екранних подій, але й до фактів реальної дійсності.

Небезпечним є і смислове перенасичення загальнокультурного контексту, що стало наслідком динамічного функціонування засобів масової комунікації. Викликає занепокоєння й інтелектуальне ледарство, коли основний об'єм інформації людина отримує не з першоджерел (шляхом рефлексивного аналізу явищ і фактів), а задовольняється відомостями, що надаються мас-медіа, або в кращому випадку, компіляцією інформації з Інтернету.

Усі ці явища спричинили у суспільстві фрагментацію смислів, руйнування символічної структури, порушення причинно-наслідкових смислових зв'язків. Між тим життєдіяльність будь-якої системи не можлива поза реалізацією смислового взаємообміну між внутрішньою і зовнішньою підсистемами. Якщо цей процес продуктивний, відбувається прирощення нових смислів, їх «вбудовування» у наявну систему і подальший розвиток. Чим більш упередженими і фрагментарними є відомості й оцінки – тим менше шансів на збереження гомеостазу суспільної системи. Інформаційний голод, невміння обирати об'єктивні критерії оцінки призводять до застою і розпаду системи.

¹ Тарасова О. Культурологические аспекты образования // Alma mater. – 2001. – №5. – С.27

Подібні процеси відбуваються і на особистісному рівні. У подрібненому на численні смислові одиниці соціокультурному просторі людина відчуває значні труднощі в реалізації своїх екзистенційних потреб, зокрема у самоідентифікації, визначенні життєвих цілей, повноцінній діяльності.

Для суспільства в епоху системної кризи характерним є протистояння не лише людини і природи, людини і людини, а й людини із самою собою. У цей час її свідомість, так само як і соціокультурний простір, набуває фрагментарного характеру, що підтверджується висновками філософів щодо змістово-субстанціональної тотожності людини і суспільства та ідентичності «внутрішньої форми культури» й особистісної картини світу суб'єкта¹.

Серед найважливіших завдань, вирішення яких у кризовий період покладається суспільством на освіту, першочергової уваги потребує відновлення нормативно-ціннісних ідеалів, які ґрунтуються на культурних і духовних традиціях народу. Необхідно культивувати серед молоді прагнення до духовності, зокрема здатності виходити за межі свого індивідуального існування, аби проявити любов і турботу по відношенню до оточуючого світу; розуміння краси невід'ємно від добра й відповідальності перед суспільством і собою.

Вирішення цих завдань потребує вироблення у відповідності із суспільними цінностями й ідеалами комунікативних стратегій особистості, які передбачають розвиток творчих здібностей і навичок рефлексивного мислення, відповідального ставлення до себе й інших; соціокультурної компетентності, в основі якої – знання законів розвитку сучасного суспільства й наявність високого культурного «іммунітету», здатного протистояти впливу агресивних проявів інформаційного середовища. Сформованість в особистості такого соціокультурного «ядра», цілісної світоглядної картини світу й дозволить уникнути маніпуляцій у комунікативному просторі і подолати фрагментарність життєвого простору індивіда.

¹ Барулин В.С. Человек и общественный мир как система // Личность. Культура. Общество. – 2005. Т.7. Вып. 2(26). – С.211

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Який зміст ви вкладаєте у поняття «комунікація»?
2. Що вивчає наука «комунікативістика»?
3. Які моделі комунікативних процесів ви знаєте?
4. Які можуть бути комунікації за: а) масштабом; б) спрямованістю; в) ступенем ініціативності та організованості учасників?
5. Що собою являє вербальна/невербальна комунікація?
6. Які ви знаєте форми комунікації?
7. У чому ви вбачаєте відмінність між комунікацією і спілкуванням?
8. Що таке «комунікативна культура» і «комунікативна компетентність»? Які складові комунікативної культури особистості?
9. У чому суть двох стратегій філософського осмислення комунікативних процесів – «сингуляризму» та «універсалізму»?
10. Що собою являє «комунікативне ядро» особистості?
11. З якою метою у комунікативному просторі використовуються маніпулятивні способи подачі інформації?
12. Які фактори є визначальними для комунікативних процесів у сучасному світі?
13. Що таке «кнопочний» спосіб спілкування?
14. У чому небезпека електронної реальності для сучасної людини, її комунікативного «здоров'я»?

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Барулин В.С. Человек и общественный мир как система // Личность. Культура. Общество. – 2005. Т.7. Вып. 2(26). – С. 208-234.
2. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. – М.: «РИП-холдинг», 2003. – 174 с.
3. Бодалев А. А. Восприятие и понимание человека человеком / А. А. Бодалев. – М: Изд-во Моск. ун-та, 2008. – 200 с.
4. Бороздіна Р. В. Психологія ділового спілкування / Р. В. Бороздіна. – К. : «Інновація», 2006. – 224 с.

5. Гуревич П.С. Целостность человека как социальная проблема // Личность. Культура, Общество. 2003. Т. 5. Спец. вып. – №1-2. – С. 107-125.
6. Деркач А. А. Психология развития профессионала / А. А. Деркач, В. Р. Зазыкин, А. К. Маркова. – М : РАГС, 2010. – 124 с.
7. Дьячук И. А. Социальная коммуникация / И. А. Дьячук // Социально-гуманитарные знания. – 2006. – №1. – С. 298-302.
8. Иванов В. Основи теорії масової комунікації : Навч. посібник / За наук. ред. В. Різуна – К.: Центр Вільної Преси, 2010. – 258 с.
9. Эффективная коммуникация: история, теория, практика: Словарь-справочник / Отв. ред М.И. Панов. – М. : ООО «Агентство – «КРПА Олимп», 2005. – 960 с.
10. Коноваленко М. Ю. Теория коммуникации / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко. – М : Юрайт, 2012. – 415 с.
11. Межуев В.М. Культура как деятельность // Теория и практика культуры: Альманах. Вып.3. – М. : Из-во РАГС, 2005. – с.101-129
12. Лотман Ю.М. Будем работать для будущего // Воспитание души. СПб. : Искусство-СПБ, 2003, С. 158-190.
13. Панфилова А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности / А. П. Панфилова. – СПб. : Знание, ИВЭСЭП, 2001. – 496 с.
14. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. – К: ВПЦ «Київський університет», 1999. – 308 с.
15. Соколов А. В. Общая метатеория социальной коммуникации / А. В. Соколов. – М. : Из-во Рос. нац. библиотеки, 2001. – 352 с.
16. Спиркин А.Г. Философия. – М. : Гардарики, 2000. – 815с.
17. Тарасова О. Культурологические аспекты образования // Alma mater. – 2001. – №5. – С. 26-28.
18. Халперн Д. Психологія критичного мислення / Д. Халперн. – СПб. : Пітер, 2000. – 512 с.
19. Шарков, Ф. В. Комунікологія: енциклопедичний словник-довідник / Ф. В. Шарков. – М. : ІТК «Дашков і К», 2009. – 768 с.
20. Шеллинг Ф.В. Система трансцендентального идеализма // Шеллинг Ф.В. Соч. в 2-х т. Т.1. М., 1987. – 410 с.

Розділ 2. Комунікація у праві і право як комунікація

§ 2.1. Комунікативна природа права.

Право з огляду на його соціальну природу постає як форма комунікації, але зі своєю специфікою, порівняно з іншими варіантами комунікативної діяльності.

Будь-яка правова теорія повинна розв'язувати три основні проблеми:

(1) проблема суб'єкта і його свідомості, який інтерпретує буття як текстовий простір (ключове питання: «Як відбувається інтерпретація?»);

(2) проблема правових текстів або джерел права і правових норм (ключове питання: «Що підлягає інтерпретації?»);

(3) проблема правої взаємодії або взаємозумовленої поведінки, що оформлюється у вигляді прав і обов'язків (ключове питання: «Як текст, що підлягає інтерпретації, спричиняє соціально-правову дію?»).

Звідси цілком логічно оформлюються три плани правової реальності: ментальний, текстуальний (культурологічний) і діяльнісний (праксіологічний). Їх взаємозалежність дозволяє характеризувати право як психосоціокультурну цілісність, що утворюється засобами правової комунікації.

У контексті правової структури право виникає як комплекс нормативних правовідносин. Право не може реалізуватися поза соціальною комунікацією. Адже умовою правогенезису є формування психосоціокультурних реалій, що мають комунікативний характер. І в яких знаходять свою об'єктивацію правові тексти, правові норми і правові відносини, що породжуються комунікативною діяльністю членів соціуму.

Комунікативна природа права породжує такі професійні відносини, які виникають на основі нормативно-правової інтерпретації правових дискурсів, що мають як *вербальний*, так і *невербальний* характер. Первинні правові тексти «конституують суб'єктивні» права особи, а «вторинні правові тексти» – адресні звернення із письмовою чи усною заявою та правомірні дії відповідальних осіб.

Відповідно «первинна правова комунікація» через суб'єкт права – правовий текст виводить на рівень правової семантики, а «вторинна правова комунікація» – через соціально-правову легітимацію текстуальних правил – на рівень правової прагматики.

Характер і первинної, і вторинної правової комунікації оновлює концепцію права як інтерсуб'єктивного феномена у плюралістичному суспільстві. Такий аналіз дозволяє створити нову концепцію філософсько-правового розуміння правовідносин, у центрі якої – норми професійно-комунікативної дії правового суб'єкта як правового діяча та наявні відхилення від правової норми.

Правова комунікація є не тільки феноменом права, а й спілкування. Її належить розглядати не просто як правову взаємодію, а як урегульований нормами права акт спілкування, інтерактивний діалог між суб'єктами права, реалізований за допомогою мови та інших знакових систем.

Правова комунікація забезпечує реальний зв'язок між особистістю і державою. На те, що «право є системою повідомлення, діє лише в ситуації людського спілкування, є публічним феноменом, що відкритий для пізнання й оцінки будь-якими особами», досліджуючи комунікативні характеристики права, вказує М. Козюк¹. Але не можна погодитися з думкою про те, що правова комунікація зазвичай характеризується односторонньою спрямованістю (законодавець – суб'єкт права).

Правова комунікація забезпечує зворотний зв'язок між суб'єктом права та законодавцем. Правова комунікація, на наш погляд, охоплює не тільки мовні – усні та письмові (вербальні), а й немовні (невербальні) засоби комунікативної взаємодії між суб'єктами права. Наприклад, голосування в парламенті можна розглядати як немовний формалізований канал передачі правової інформації.

Невербальні засоби комунікації відіграють велику допоміжну роль у комунікативному процесі, посилюючи або послаблюючи вербальний вплив. Інтерпретаційна діяльність при такому підході ототожнюється з правовою, текст – з правом. Принциповим моментом концепції є висунення на перший план інтерпретаційної діяльності, яка, будучи за своєю природою суб'єктивною, протистоїть уявленню про правові (судові) істини як об'єктивні категорії. Множинність інтерпретації (невідривної від мовленнєвої діяльності) є способом буття істини.

У сучасних умовах розвитку суспільства правова поведінка особи формується під впливом всієї системи соціально-економічних відносин, за умови активної ролі громадської свідомості. Ефективність комунікативних процесів, від якої істотно залежить динаміка та спрямованість самоорганізації суспільства, визначається ще й цілою низкою чинників юридичного, психологічного, соціо-психо-

¹ Козюк М.Н. Правовая культура и социальная коммуникация // Правовая культура на рубеже столетий: Материалы конф. – М., 23 авг. 2002 г. – М., 2002. – С 127.

лінгвістичного, морально-етичного та інших планів. Вивчення цих аспектів комунікації є дуже важливим як з теоретичних, так і з практичних міркувань. Адже таким чином розкриваються фактори й механізми впливу на коефіцієнт взаємодії та взаємозалежності підсистем та структурних елементів суспільної організації. А відтак, можна буде вести мову про комунікативну онтологію права, оскільки правове унормування суспільного буття ґрунтуватиметься на об'єктивних тенденціях прагнення людських взаємовідносин до оптимальної синергетичної рівноваги.

§ 2.2. Професійна діяльність юриста у комунікативному вимірі. Право у сутності своїй засноване на комунікації: між законодавцем і громадянином, між законодавцем і суддівським корпусом, між сторонами договору, між учасниками судового процесу. Аналіз правового феномену у термінах комунікації має цілу низку переваг. Він дозволяє представити право як засіб людської взаємодії, а не лише як автономний результат. Такий підхід уможливорює широкий, плюралістичний аналіз, оскільки комунікація може бути виявлена на різних рівнях і у різних формах. Важливо, що таким чином дослідженню піддається відкрита динамічна система – комунікативний процес, а не закрита й суворо регламентована – норма.

Юридична комунікація – це особливий комплекс, що включає у себе різноманітні інформаційні конструкції й безпосередньо процедуру трансляції цих конструкцій. У більш широкому визначенні, це багатовекторний процес розвитку професійних контактів між учасниками правових дій, який реалізується в усній і писемній формі у ході створення, тлумачення та застосування правових норм; цей процес спричинений потребою у спільній діяльності і вбирає у себе обмін інформацією, сприйняття і розуміння однією людиною іншої, формування єдиної стратегії і тактики взаємодії у професійній юридичній діяльності.

Поняття «юридичний» виступає синонімом до слова «правовий», а діяльність юриста, в першу чергу, пов'язана із нормами права, про що свідчать навіть назви окремих видів цієї діяльності: правоохоронна, правоустановча, правозахисна тощо.

Аналіз наукової літератури дає підстави для виділення наступних особливостей професійної юридичної діяльності:

1. Наявність владних повноважень, що є одним із найбільш вагомих факторів міжособистісної взаємодії юриста з іншими учасниками кримінального та цивільного процесів. Неадекватне сприйняття цих повноважень людьми, які спілкуються з юристом, подекуди створює ілюзію, що комунікація має однонаправлений звинувачувальний

характер. Відповідно необдумане слово й недостатньо аргументована фраза з боку юриста може стати причиною серйозної психічної травми для іншого суб'єкта комунікації. Таким чином, професійне володіння словом передбачає уміння побудувати спілкування насамперед з урахуванням цих психологічних факторів.

2. Нерозривний зв'язок професійної, зокрема комунікативної, діяльності юриста із моральними принципами справедливості, гуманності, чесності тощо. Саме в мовленнєвому акті якнайкраще розкривається моральна сутність правоохоронця, його життєві і професійні принципи й переконання.

3. Сформованість так званого «юридичного мислення», яке дозволяє з допомогою «мови закону» оцінювати правові явища і процеси й відповідним чином на них реагувати. А це вимагає уміння правильно, з лінгвістичної точки зору, оформлювати думки у відповідних юридичних поняттях і категоріях.

4. Професія юриста немислима без творчості, адже кожна нова справа для слідчого, адвоката, прокурора чи судді являє собою нову «задачу», для вирішення якої потрібні не лише аналітичний розум, увага та здатність проникнути у внутрішній світ іншої людини, а й добре розвинені комунікативні якості, а саме уміння вибрати найбільш доцільні мовленнєві стратегії і тактики, прийоми роботи у кожній конкретній професійній ситуації – у ході проведення допиту, судових дебатів, при формулюванні рішення суду тощо.

5. Юристу у ході комунікації часто доводиться мати справу із активним або пасивним спротивом з боку інших осіб або мікрогруп. До того ж спілкуватися випадає із представниками різних професій і соціальних груп різного культурного рівня. І в кожному конкретному випадку треба знаходити потрібний тон, відповідні слова, аби мовлення юриста було належним чином сприйняте.

6. В основі професійного успіху юриста – стійка мотивація до правозастосування та правотворчості, а це вимагає від нього сформованої професійної направленості. А оскільки реалізується професійна направленість в тому числі і в мовленні, то для майбутнього юриста вкрай важливо бути зацікавленим в освоєнні цієї комунікативної складової юридичної діяльності.

Окрім того, професійна діяльність юриста характеризується низкою особливостей, пов'язаних із його психологічним станом та спрямованістю соціальних контактів:

– *множинність цілей у кожному акті спілкування*. Крім отримання інформації щодо конкретного злочину, правопорушення та його учасників, у кожному акті спілкування повинне реалізовуватися завдання виховання людини, нівелювання соціально небезпечних

проявів поведінки особистості, попередження злочинів і правопорушень з боку як даного особи, так і її оточення;

– *специфічність контактів у комунікативному просторі*. У більшості випадків приводом для комунікації є вчинений або спланований злочин, правопорушення, асоціальна поведінка. Ця обставина обмежує коло учасників спілкування (постраждалі, свідки, правопорушники), визначає зміст спілкування, його цілі;

– *конфліктний характер спілкування*. Специфіка приводів для спілкування – злочин або правопорушення – веде до того, що цілі учасників комунікативного акту або не збігаються (як-от у співробітників міліції та правопорушників), або не сприймаються в повній мірі одне одним (співробітники міліції – свідки). Це спричиняє конфліктність спілкування і, як наслідок, необхідність спеціальної підготовки фахівців для успішної діяльності в даних умовах;

– *формалізація спілкування*, тобто регламентація цілей, характеру і способів спілкування різними документами (статутами, настановами, наказами, інструкціями, КПК). Формалізація може бути жорсткою, що передбачає примусовий характер регламентації спілкування (ситуація допиту), і гнучкою (оперативне спілкування). Цілі формалізації: а) захист психіки осіб, які здійснюють правоохоронну діяльність, від надмірних психологічних перевантажень; б) активізація учасників спілкування;

– *специфіка психічних станів учасників комунікації*. Для обох сторін характерні такі особливості в психічному стані, як підвищена нервова напруга, зумовлена високою відповідальністю за результати спілкування, й домінування негативних емоційних станів;

– *особливе значення психологічного контакту*. Вирішальне значення має початкова фаза взаємодії сторін, в ході якої відбувається формування тенденцій подальшого спілкування.

Таким чином, професійна діяльність юриста передбачає, з одного боку, орієнтацію на знання завдань і норм права, юридичної етики, психології і технологій спілкування, а з іншого – майстерне володінні мовою, уміння будувати своє мовлення у відповідності із умовами, змістом та цілями правової діяльності, готовність до комунікації, до взаємодії і взаєморозуміння.

§ 2.3. Види юридичної комунікації.

Залежно від виду юридичної практики, комунікація в галузі юриспруденції поділяється на такі типи:

1. *Законодавча комунікація* пов'язана із розробкою нормативно-правових приписів. Правотворча діяльність вимагає від юриста-професіонала спеціальних комунікативних знань, володіння добре

розвиненими навичками писемного мовлення, що мають забезпечити точність, змістовність і зрозумілість мови закону. Сформованість таких навичок у юриста, який займається правотворчою діяльністю, створює умови для розуміння того чи іншого закону усіма громадянами, а отже, ефективного його застосування і належного дотримання. Особливістю законодавчої комунікації є те, що вона реалізується переважно у писемній формі. Відповідно у підготовці юристів, які в подальшому планують зосередити свою діяльність у царині правотворення, слід враховувати цю специфіку мовленнєвої комунікації і актуалізувати у ході навчання жанрові особливості професійних юридичних документів: правових актів, законів тощо.

2. Судова комунікація включає у себе сукупність актів мовленнєвого спілкування, прийнятих у судах загальної юрисдикції. Це спілкування, що має місце під час розгляду і розв'язання правових суперечок у ході адміністративного, цивільного, кримінального і конституційного судочинства, а також в господарському суді. Судова комунікація поділяється на судову комунікацію: (1) у цивільному процесі, (2) у кримінальному процесі, (3) у господарському процесі.

Розглянемо детальніше кожен із цих видів.

(1) Комунікація у цивільному процесі пов'язана із вирішенням суперечок, що виникають у трудових та сімейних правовідносинах. Ефективність даного виду судової комунікації залежить від якості професійної мовленнєвої активності сторін: від уміння грамотно висловити свою позицію, від прагнення й відповідного уміння відстоювати свою позицію й аргументовано заперечувати твердження іншої сторони.

Як відомо, у цивільному судовому процесі беруть участь суд, сторона позивача й відповідача, свідки, експерти та інші особи. При цьому передбачається відносна свобода у поведінці сторін, їх рівне становище, право самостійно обирати ту чи іншу модель поведінки. Особливість судової комунікації у цивільному судочинстві полягає у діалогічності професійних дій, адже висловлювання однієї сторони передбачає відповідь або питання з боку іншої сторони, інакше кажучи, з самого початку судового процесу народжується діалог.

Отже, судова комунікація у цивільному судочинстві характеризується залежністю від принципів діалогічності, мовленнєвої суб'єктивності сторін, а також відносною свободою їх комунікативної поведінки.

(2) Судова комунікація у кримінальному судочинстві відрізняється від розглянутого вище виду такими ознаками:

– публічність спілкування, його залежністю від авторитарного методу правового регулювання у поєднанні із процесуальним принципом змагальності;

– послідовна передача інформації з однієї стадії процесу на іншу при зміні суб'єктів комунікації;

– емоційне напруження, що викликане, з одного боку, прагненням уникнути відповідальності, а з іншого – домогтися покарання;

– змішане слововживанням, в якому поєднуються елементи професійної юридичної та розмовної лексики.

(3) Господарська судова комунікація більшою мірою близька до судової комунікації у цивільному процесі. Вона також може бути представлена як діалог, в якому проявляється прагнення сторін до узгодження позицій, до розв'язання конфлікту у ході судового процесу. Проте господарський процес має на меті, перш за все, вирішення суперечок, що виникають на економічному ґрунті, відповідно комунікація близька за своєю формою до переговорів, в яких суд прагне надати допомогу конфлікуючим сторонам у пошуку компромісного варіанту вирішення проблеми.

Оскільки у судовій комунікації передбачені процесуальні ролі судді, прокурора і адвоката, то відповідно виділяють *судову комунікацію, прокурорську комунікацію і адвокатську комунікацію*.

Суддя повинен уміти ставити питання, обґрунтовувати й адекватно формулювати рішення суду, безпомилково тлумачити зміст вербальних повідомлень, які містять ту чи іншу правову інформацію, публічно виступати на судових засіданнях. Актуальними є й такі особисті якості судді, як чуйність, емоційна врівноваженість, вміння слухати.

У діяльності *прокурора* актуальним є вміння ретельно аналізувати факти й робити на їх основі висновки, що вимагає критичності й гнучкості мислення, точності й логічності мовлення, уміння чітко й змістовно висловлюватися, наприклад, в звинувачувальній промові, уміння слухати і чути, майстерно будувати діалог. Прокурор повинен виявляти неабиякі вольові якості; його професійна діяльність часто потребує особистої ініціативи, наполегливості, цілеспрямованості та організаційних здібностей.

Для *адвоката* важливо володіти мистецтвом публічного мовлення, він має бути готовим до діалогу, полеміки, уміти інтерпретувати ті чи інші факти, події, положення, надавати консультації.

Загалом у комунікативній діяльності адвоката можна виділити два аспекти:

– по-перше, комунікативний контакт із підзахисним, який виникає, як правило, до суду, у ході бесіди із підзахисним;

– по-друге, комунікативний контакт із складом суду і з усіма іншими учасниками судового процесу.

В першому випадку необхідні уміння професійно вести діалог, ставити правильно запитання, у ході бесіди встановлювати довірливі стосунки із підзахисним, у другому – уміння полемізувати, належним чином аргументувати свою думку, логічно вибудовувати комунікативні контакти з учасниками процесу, ораторські здібності.

Успішна діяльність адвоката значною мірою залежить від вміння встановити контакт із підзахисним, взаємодіяти із суддею, слідчим, прокурором. Велику роль відіграє також організаційна діяльність адвоката: підготовка до процесу й належне застосування комунікативних прийомів та засобів, сформованих практикою і професійним досвідом.

Ретельна підготовка до захисту, у ході якої адвокат повинен виробити найбільш прийнятну стратегію його здійснення, чіткий план – усе це дає адвокату можливість належним чином сформулювати свої погляди в суді, помітити неточності у висловлюваннях учасників процесу, а також внести у складений план поправки при виявленні під час процесу нових обставин. Адвокат повинен добре знати особистість підзахисного, його психологію, мотиви злочину, причини та умови скоєння злочину. Тільки вивчивши, проаналізувавши і зробивши висновки про особу підзахисного, ретельно спланувавши власну лінію захисту, адвокат може досягти позитивних результатів

У ході судової комунікації адвокату доводиться швидко приймати рішення. Тому дуже важливими є такі його риси, як самостійність, воля, вміння протистояти іншим учасникам процесу, наполегливість і рішучість. Небезпечним для адвоката є відсутність власної точки зору, невміння обстоювати свої погляди, позиції, переконання. У цьому разі адвокат буде пасивний, інертний і захист здійснюватиме на низькому рівні.

3. *Нотаріальна комунікація* має місце при здійсненні нотаріальних дій. Від сформованості відповідних комунікативних умінь залежить успішність діяльності будь-якої нотаріальної служби, адже специфіка професійної діяльності нотаріуса і полягає у постійному спілкуванні із людьми. Серед найбільш значущих у даному аспекті умінь і навичок можна виокремити розвинені навички писемного мовлення, досконале знання особливостей підготовки юридичних документів, вміння вести професійний діалог. Для кваліфікованого нотаріуса характерні такі якості, як доброзичливість, уважність, уміння слухати й переконувати.

4. *Комунікативна діяльність слідчого*. Слідчий отримує необхідну для розкриття злочину інформацію від людей у ході спілкування із ними. На допиті часто вирішується доля допитуваного та інших

причетних до справи людей. При цьому слідчому стануть у нагоді спеціальні наукові знання у сфері психології і тактики ведення допиту, а також майстерність, яка проявляється у професійному вмінні та навичках ведення допиту.

Слідчому вкрай необхідні такі комунікативні уміння і навички:

- ведення діалогу (під час опитування, допиту, очної ставки);
- постановки запитань;
- уважного слухання.

Слідчий має бути готовий подолати бар'єри у спілкуванні і мовленнєву агресію, нівелювати емоційну напругу у ході бесіди, сприймати підтекст у мовленні співбесідника.

Уся отримана в результаті пошукової і комунікативної діяльності інформація слідчого в подальшому оформлюється і передається у належні інстанції у спеціально передбачених законом формах (протокол, постанова тощо). А це вимагає від слідчого досконалого володіння навичками писемного мовлення і уміння швидко оформлювати усне мовлення в писемну форму.

§2.4. Універсальні складові комунікативної підготовки юристів.

Як бачимо, у формуванні змісту професійної комунікативної підготовки майбутніх юристів обов'язково слід враховувати специфіку процесуальних дій, які вони виконуватимуть в межах своєї спеціалізації. Водночас є і спільні, характерні для усіх без винятку юридичних спеціальностей, компоненти професійної діяльності юриста, які власне й забезпечують формуванням його комунікативної культури:

1. *Гностичний* (пошуковий або пізнавальний) компонент синтезує мисленнєву й мовленнєву діяльність, що має місце у ході пошуку і збору інформації. Уміння і навички гностичного компоненту, що в основі своїй має пізнавально-пошукову діяльність юриста, обумовлені типом слідчих дій.

Так, для успішного розслідування справи, а отже, пошуку і обробки необхідних даних, юристу потрібний цілий комплекс особистісних якостей: креативність, увага, спостережливість, відмінні пам'ять, уміння мислити логічно, гнучкість, критичність розуму. Не менш важливими є оперативність, динамічність, широта і глибина мислення, а також сміливість, оригінальність й водночас обґрунтованість думок. Що ж до мовленнєвої діяльності, то на етапі збору інформації активно використовується діалог, а потреба у писемному мовленні актуалізується у ході протоколювання показів свідків. Для зіставлення й узагальнення фактів також потрібен синтез усного й писемного мовлення у поєднанні з активною мисленнєвою діяльністю.

2. *Організаційний* компонент, як і когнітивний, має місце у всіх без винятку вимірах юридичної діяльності. Організаційна діяльність юриста у комунікативному аспекті спрямована на створення оптимальних умов для реалізації усіх інших компонентів діяльності. Її необхідність визначається такими особливостями професії юриста:

- необхідність прийняття рішень і реалізації пошукових дій щодо встановлення фактів, як правило, в обмежених часових рамках. Це стає можливим лише за умови чіткої організації, узгодження та координації дій всіх учасників цього процесу;

- складно прогнозований характер комунікативних зв'язків із стороною, що виступає для юриста протидіючою. А це вимагає готовності швидко змінювати план дій, налагоджувати нові контакти тощо;

- різний ступінь напруженості й інтенсивності діяльності, що призводить до нерівномірності повсякденного навантаження (розумового та фізичного). За відсутності організаторських здібностей юрист навряд чи зможе ефективно здійснювати у таких умовах свої професійні функції.

Особливої уваги потребує здатність юриста до самоорганізації – визначення загальної та часткових (проміжних) цілей, оптимальної послідовності дій, врахування індивідуально-психологічних особливостей, динаміки процесу, працездатності тощо. Організаційний компонент, окрім уміння організовувати людей задля продуктивного вирішення професійних завдань (інтерактивна комунікація), передбачає сформованість лідерських якостей, уміння скеровувати діяльність у потрібне русло, координувати дії учасників процесу, приймати рішення (перцептивна комунікація), переконувати у власній правоті. Таким, чином, ефективна організаторська діяльність юриста неможлива без розвинених комунікативних умінь і навичок.

3. *Конструктивний* компонент знаходить свою реалізацію у ході аналізу фактів, аргументативної бази й побудови композиції отриманого матеріалу, а також планування послідовності та змісту дій (поведінки). У ході такої діяльності здійснюється мисленнєва реконструкція події за матеріальними (зміни в матеріальному середовищі) та ідеальними (пам'ять та мислення людей) наслідками протиправних дій. Наприклад, у діяльності слідчого це може відбуватися як версифікація (висунення версії) події. Версія, перш за все, спрямована на створення своєрідної «моделі» злочину. Окрім цього, версія відіграє важливу роль у визначенні способів одержання інформації, з'ясуванні причин фактів та явищ, а також у встановленні зв'язків між обставинами події, що відбулася.

Конструювання складається з таких елементів:

- виокремлення змісту майбутньої діяльності (визначення предмету, його меж та фактичних обставин, а також заходів, що мають бути реалізовані);
- планування напрямів перевірки версій;
- вироблення послідовності власних дій (що і в якій послідовності потрібно виконувати);
- прогнозування послідовності дій учасників розслідуваної справи (підозрюваного, свідків, потерпілих, працівників правоохоронних та інших органів, які сприяють розслідуванню).

У широкому розумінні, конструктивна діяльність юриста – це плануюча і моделююча діяльність. Вона завжди тією чи іншою мірою є попереднім прогнозуванням ходу і результатів дій. Конструювання у юридичній практиці має свої відмінності: елемент передбачення завжди охоплює лише певну частину чи етап досягнення загальної мети. Така особливість зумовлена пошуковим характером когнітивної діяльності, де кожен новий факт може змінювати, доповнювати уявлення, що склалося, вносити корективи у планування наступних дій.

Конструктивна діяльність дозволяє юристу завчасно визначити лінію власної поведінки, висунути гіпотези щодо можливої поведінки інших осіб, визначати декілька варіантів своєї поведінки залежно від можливих змін ситуації, деталізувати проміжні та кінцеві цілі спілкування тощо.

Під час аналізу помилок у практичній діяльності юриста видно, що вони значною мірою є результатом ігнорування чи неповного здійснення конструювання, що може мати місце як при мисленевому відтворенні майбутніх дій по досягненню результату, так і у прийнятті рішення за результатами аналізу та синтезу зібраних фактів.

Обов'язковими у юридичній практиці є розробка та вживання активних заходів для ліквідації фактів порушень закону, покарання та ізоляції від суспільства злочинця, аби унеможливити повторення порушень закону. Усе це є проявами конструктивної діяльності у юрисдикційному процесі, спрямованої на прийняття позитивних рішень, зумовлених як правами, так і обов'язками відповідної уповноваженої державою особи.

Особливість конструктивної діяльності виявляється також у тому, що вона в усіх випадках регламентована законом. Для прийняття рішення на провадження певних дій завжди необхідне попереднє встановлення їх порядку та умов у відповідності із правовими нормами. Таким чином, конструктивна діяльність є мисленевим співставленням ситуації з певною нормою закону і прийняттям рішення щодо можливості (необхідності) застосування передбачених нею санкцій. Найбільш повно конструктивна діяльність знаходить своє застосування

при співвідношенні конкретної ситуації (встановлення обставин злочинних дій) із нормою закону, при вирішенні питання про винуватість особи, при визначенні міри покарання. Цей аспект конструктивної діяльності у найбільш завершеному вигляді реалізується у вирокі суду.

4. *Підтверджувальний* компонент – вимагає сформованих навичок писемного мовлення й документознавства. Особливість юридичної діяльності полягає у тому, що вона майже в усіх випадках потребує відповідного закріплення, засвідчення одержаних у процесі пізнання фактів. Усі досягнуті результати повинні бути закріплені, збережені для їх сприймання та оцінки в подальшому: діяльність не завершується збором фактів, вони переходять від однієї особи до іншої, від однієї стадії юридичного процесу до наступної. Пізнання в даному випадку є не самоціллю, а лише засобом досягнення мети.

Діяльність юриста в межах підтверджувального компоненту супроводжує не тільки процес пізнання істини, але й прийняття та реалізацію рішень, пов'язаних із правовими повноваженнями суб'єктів юридичної діяльності. Обов'язковість дотримання законів (Конституції України, КК та КПК України), обмеження прав людини, у тому числі й позбавлення її свободи, потребує виключної уважності та виваженості. Письмове підтвердження (аналіз фактів та співставлення їх із нормами закону) покликане виключити можливість прийняття помилкового рішення під впливом негативного емоційного стану чи будь-якої іншої причини, а також полегшити наступний процес перевірки правильності збору й оцінки фактів (доказів).

Таким чином, підтверджувальна діяльність полягає у наданні всій одержаній інформації спеціальних, передбачених законом форм (протокол, постанова тощо), причому найбільше значення вона має в слідчій та судовій діяльності як найбільш процесуально регламентованих.

При здійсненні такої діяльності слід враховувати наступні психологічні чинники:

- надходження інформації відбувається, як правило, в ситуації зовнішньомовної взаємодії. Тому надзвичайно важливою є професійна культура мовлення, яка полягає в чистоті мови, точності побудови речень, володінні тембровими та інтонаційними характеристиками, відсутності лексичних та артикуляційних дефектів;

- досить часто викривлення інформації, її спотворення виникає через неправильне розуміння жаргонних висловів і сленгів, притаманних певним соціальним прошаркам та групам. Необхідно врахувати також національні діалекти, звичаї та ритуали спілкування;

– особливі вимоги висуваються до процедури оформлення процесуальних документів: а) бездоганність мовлення у граматичному, стилістичному, юридичному відношенні, лаконічність висловлювань; б) збереження особливостей лексики співбесідника, при можливості – коментування інтонаційних характеристик мови та їх мімічного супроводу; в) небажаність одночасного вислуховування та запису, оскільки графічне оформлення думок не тільки потребує переключення уваги (це не автоматична діяльність), але й перериває психологічний контакт.

5. *Виховний* компонент передбачає сформованість в юриста уміння впливати на людину. Мова йде, у першу чергу, про вплив на правопорушників (злочинців) із метою недопущення ними протиправних дій надалі. У більш загальному плані профілактична діяльність може вважатись різновидом виховання, в якому цілі, умови та об'єкт мають свою специфіку. Відрізняються й принципи такої виховної роботи. Це зумовлюється, насамперед, особливими якостями людей, що є носіями негативних рис характеру і антисоціальних установок.

Комунікація з метою профілактики може бути спрямована на конкретну особу (правопорушника), на групу людей, на суспільство в цілому. Така діяльність потребує збору та узагальнення певних фактичних даних, здійснення загально профілактичних заходів, організації відповідних заходів у співпраці із громадськими організаціями тощо.

Профілактичний вплив на осіб із антисоціальною спрямованістю можна умовно поділити на такі види:

– вплив під час досудового слідства та судового розгляду кримінальної справи – здійснюється працівником органу дізнання, слідчим, прокурором та судом, а також особами і соціальними групами, що залучаються до даної діяльності, з обов'язковим врахуванням специфічних умов та процесуальної регламентації;

– вплив в установах виконання покарань;

– вплив у трудових колективах, де перебуває особа після відбуття покарання – як сукупність зусиль адміністративних органів, громадських організацій, колективу в цілому та окремих його представників.

З урахуванням існуючих відмінностей на різних етапах здійснення правосуддя і неоднакових можливостей щодо реалізації виховної функції, слід розрізняти: загальні та конкретні цілі профілактичної діяльності на певній стадії здійснення правосуддя.

У свою чергу, конкретні цілі характеризуються процесуальними умовами даної стадії, кінцевими завданнями, тривалістю контакту з

об'єктами профілактичного впливу, умовами цього контакту та низкою інших обставин. Виховний компонент може мати різну за об'ємом частку у загальній професійній діяльності юриста, але він залишається незмінною складовою його професійного становлення.

§2.5. Співвідношення мислення і мовлення у комунікативній культурі юриста.

Питання співвідношення мислення і мовлення неодноразово ставало предметом запеклих суперечок у наукових колах. Для нас важливо встановити залежність між мисленням і мовленням в аспекті загального зростання рівня комунікативної культури юриста.

Американський мислитель і педагог Д. Дьюї дослідив три типових погляди на співвідношення мислення і мовлення: перший, що передбачає їх тотожність; другий, прибічники якого вважають слова зовнішньою оболонкою думки; і третій, якого дотримувався сам Дьюї, полягає у тому, що відсутність тотожності між «мовою» і «думкою» все ж таки не є свідченням їхньої автономії. Адже мова потрібна як для самого процесу мислення, так і для його трансляції. Дьюї наголошує: думка має справу не з речами, а з їх поняттями або значеннями, уявленнями про них. Самі ж поняття, щоб бути сприйнятими, повинні втілитись в окремі сутності. Без поняття речі є лише беззмістовними стимулами або випадковим джерелом задоволення чи страждання¹.

У своїй фундаментальній праці «Мысль и язык» О. Потебня обстоює думку про те, що кожен акт мовлення є творчим процесом: слова мовця спонукають до розумової діяльності слухача, який відтворює почуте у свідомості вже засобами власного мислення. Слово є сполучним ланцюгом між думками тих, хто ці думки висловлює, і тих, хто їх сприймає; його сила полягає у здатності навертати людину до духовних скарбів свого минулого². На тісний зв'язок між мовленням і мисленням вказують й інші дослідники. Так, Б. Головін стверджував, що характер взаємовідносин мови і мислення, їх діалектична єдність і глибинна взаємодія свідчать про гармонію думки і мовлення, можливість забезпечити адекватне мовленнєве втілення для кожної думки. Проте, вмінням точно і ясно висловити будь-яку думку може оволодіти лише той, хто у тонкощах знає можливості лексичної системи своєї мови і постійно розвиває і удосконалює це знання.

Осмислити співвідношення «мовлення – мислення» у комунікативній діяльності юриста нам дозволяють такі якості мовлення як точність і логічність.

¹ Дьюї Дж.. Психология и педагогика мышления. (Как мы мыслим) Пер. с англ. Н.М. Никольской. – М.: Лабиринт. – 1999. – С.135.

² Потебня А.А. Мысль и язык. – К.: СИНТО, 1993. – С.94.

Так, Ю. Івлєв вказує на те, що специфіка роботи юриста полягає в послідовному застосуванні особливих логічних прийомів і методів. Тоді як В. Малахов прямо кваліфікує юридичне мислення як формально-логічне. Формальна сторона в ньому, на думку вченого, визначена самою природою права і виявляється більшою мірою, ніж в будь-якій іншій формі соціальної думки. Не зрозумівши логіко-формальної природи юридичного мислення, неможливо уявити собі його специфіку. Відомий французький юрист П. Сандевуар переконаний в тому, що право є «особливим способом мислення, вирішення проблем».

Найбільш ґрунтовно якості юридичного мислення проаналізовано В. Малаховим. Він їх поділяє на дві групи:

– якості мислення, що характеризують його як логіко-формальне: правильність/істинність мислення, нормативність юридичного мислення, системність юридичного мислення, оцінний характер юридичного мислення;

– власне логічні властивості юридичного мислення: аналітичність, дедуктивність, підвищена зв'язаність, точність, термінологічність.

Водночас хибним є розуміння ефективного мислення лише як логічно послідовного. Мистецтво правильно мислити передбачає і багато інших чинників. Перш за все, мова йде про творчий характер мисленнєвої діяльності юриста.

Хоча діяльність юриста регламентована чинним законодавством і численними нормами та приписами, вона все ж таки має творчий характер. Це зумовлено, в першу чергу, різноманітністю комунікативних зв'язків та пов'язаних із ними професійних ситуацій, які у кожній новій справі мають свою специфіку, а тому потребують нових, нестандартних підходів і способів вирішення проблеми. Відповідно креативність мислення, здатність продукувати нестандартні способи вирішення проблеми, нетрадиційно мислити, швидко розв'язувати проблемні ситуації є запорукою успіху для більшості юридичних професій.

Крім того, визначальними для характеристики креативного мислення вважаються такі показники: швидкість (кількість ідей за одиницю часу), оригінальність (уміння продукувати думки, які відрізняються від загальноприйнятих), ірелевантність (незалежність у судженнях, незв'язаність заданими умовами).

Не менш важливою для юриста є гнучкість мислення, що проявляється в умінні знайти новий підхід, нові способи розв'язання професійних завдань, співвідносні з характером і умовами поставленої проблеми. Протилежною гнучкості є інертність, шаблонність мислення. Ці якості спричиняють утворення психологічних бар'єрів, які стають на заваді ефективної комунікації у професійній діяльності.

Знайти оригінальне рішення як у звичних, так і в нових умовах дозволяє юристу і критичність мислення, що визначається сформованістю вміння критично оцінювати роботу думки, ретельно зважувати всі «за» і «проти» побудованої гіпотези, піддавати цю гіпотезу різнобічній перевірці.

Критичність свідчить про уміння фахівця правильно оцінювати як об'єктивні умови, так і власну професійну діяльність. Завдяки критичності розуму юрист в змозі оцінювати висунуті гіпотези та результати їх перевірки. Основою для розвитку критичності мислення є глибокі знання і практичний досвід.

Вагомим показником сформованості культури мислення, а отже, і комунікативної культури юриста, є самокритичність, що передбачає покладання думкою самої себе в якості предмету пізнання і аналізу. Вміння об'єктивно оцінювати власну мисленнєву діяльність свідчить про те, що людина вільна, самостійна у своїх судженнях, не знаходиться під тиском зовнішніх обставин.

Із критичністю мислення тісно пов'язана здатність виявити і сформулювати проблему. Мисленнєві дії, що передбачають «фіксацію» проблеми, встановлення її передумов і очікуваних наслідків, пошук шляхів вирішення – невід'ємна складова повсякденної діяльності юриста. Водночас саме уміння побачити проблему – рідкісна й вкрай необхідна в інформаційну епоху властивість людської психіки. Слушність цього твердження засвідчується сьогодні провідними спеціалістами у галузі штучного інтелекту, які вже усвідомили: найдосконаліші системи штучного інтелекту зможуть розв'язувати будь-які проблеми, але не зможуть їх ставити.

Таким чином, доведені філософами, психологами, лінгвістами та юристами взаємозв'язок і взаємозалежність мови і мислення дають підстави розглядати мовлення юриста як інструмент його комунікативної діяльності, якість і дієвість якого безпосередньо визначаються довершеністю мислення.

Серед основних мовленнєвих умінь, необхідних юристу для ефективної комунікації у професійній сфері першочергової уваги заслуговують:

- уміння співвідносити змістові і структурні характеристики висловлювання із мовленнєвими нормами;
- уміння грамотно і ясно висловлювати думку за допомогою мовних одиниць, які відзначаються а) правильністю, змістовністю, чистотою; б) образністю і виразністю, емоційністю; в) стилістичною єдністю і граматичною різноманітністю;
- уміння говорити виразно (обирати правильний тон розмови, розставляти логічні наголоси, знаходити точну інтонацію);

- уміння висловлюватися «цілісно», тобто досягати смислової цілісності висловлювання;
- уміння будувати стратегію виступу, самостійно розробляти план бесіди, говорити без опори на письмовий текст, спиратися на власний аналіз проблеми);
- уміння висловлюватися експромтом, без попередньої підготовки;
- уміння виражати в мовній діяльності власну оцінку фактів;
- уміння точно передати за допомогою мови побачене або почуте.

Мова юриста повинна відрізнятися послідовністю, логічною стрункністю викладу, переконливістю, правовою аргументованістю з посиланнями на різні факти, докази, правові норми; відповідністю морально-етичним правилам і нормам поведінки; експресивністю, широким діапазоном емоційних засобів впливу: від підкреслено нейтральних мовних форм до емоційно-виразних висловлювань, що супроводжуються невербальними засобами впливу; варіативністю висловлювань: від запрошення до участі в спілкуванні до вживання фраз, наповнених категоричними вимогами в залежності від різних комунікативних ситуацій.

Водночас мовлення, побудоване відповідно до існуючих норм, насичене образністю і різноманіттям смислових відтінків, граматично і синтаксично довершене, не може вважатись культурним без аналізу його змістового наповнення. Правдивість, відкритість мислення можуть слугувати передумовою його змістовності, запорукою того, що думки акумулюють в собі найважливіші істини життя і творчості.

Найголовнішим у людському суспільстві І. Кант вважав повідомлення внутрішніх переконань, що стає можливим за умови відвертості кожного у своїх думках, адже без цього втрачається будь-який сенс спілкування.

§2.6. Соціально-психологічні чинники ефективної комунікації.
 Комунікація у професійній сфері – це соціально-психологічне явище, яке детерміновано конкретно-історичними, соціокультурними та особистісними особливостями учасників комунікативного акту. Важливу роль відіграє також соціальне становище, цілі і завдання власне професійної діяльності.

Ефективність ділового спілкування юриста визначається як структурою та етапами процесу спілкування, так і розвитком у нього відповідних якостей, навичок, умінь, зокрема:

- максимально використовувати соціально-психологічні характеристики комунікативної ситуації для реалізації своєї стратегічної лінії;

- будувати спілкування у відповідності із конкретною комунікативною ситуацією;
- враховуючи психологічні особливості партнера по комунікації, стимулювати активність партнерів;
- точно визначити етап завершення спілкування;
- прогнозувати можливі шляхи розвитку комунікативної ситуації, в рамках якої розгортається спілкування, а також прогнозувати реакції партнерів на власні комунікативні дії;
- психологічно налаштовуватися на емоційний тон партнерів по спілкуванню;
- утримувати ініціативу у спілкуванні;
- уміти «спровокувати» бажану реакцію партнера по спілкуванню;
- формувати соціально-психологічний настрій партнерів у спілкуванні і керувати ним;
- стимулювати ініціативу партнера по спілкуванню.

Для юриста важливо уміти долати психологічні бар'єри у спілкуванні, зусиллям волі знімати зайву напругу, мобілізувати психофізичний апарат на оволодіння ініціативою в спілкуванні. Необхідно вчитися внутрішньо налаштовувати себе, свої думки, емоції, почуття, на ситуацію спілкування, використовувати відповідні до ситуації жести, пози, рухи та їх динаміку, а також рівномірно розподіляти свої зусилля в спілкуванні.

Слід наголосити і на умінні використовувати у ході комунікації норми мовного етикету, що відповідають конкретній комунікативній ситуації. Це, зокрема, вміння організувати знайомство із партнерами по комунікації, адекватно ситуації висловити прохання, пропозицію, докір, співчуття, побажання.

Юрист повинен уміти взаємодіяти: на рівні діалогу – з особистістю або групою; на рівні полілогу – з масою або групою; а також на рівні міжгрупового діалогу.

Однак, знання норм і правил професійного спілкування принесе успіх в тому випадку, якщо ці знання засновані на професійно важливих особистісних якостях.

Якими ж особистісними якостями повинен володіти юрист, аби успішно організувати спілкування і взаємодіяти з партнерами по комунікації?

Насамперед слід підкреслити, що юридична діяльність передбачає надзвичайно високий ступінь відповідальності особи. У руках юриста (наприклад, прокурора, судді, слідчого, оперативного працівника та ін.) зосереджені особливі владні повноваження, право і обов'язок застосовувати владу від імені держави. Як відзначає Ю. Чуфаровський, у багатьох правників розвивається «професійне почуття підвищеної

відповідальності за наслідки своїх дій»¹. З психологічного погляду, труднощі у розв'язанні юристом практичних завдань пов'язані із тим, що почуття відповідальності може гальмувати його активність, в тому числі і мисленнєву, спонукати до надмірної обережності.

Практична діяльність юриста включає у себе різноманітні інтелектуально-пізнавальні, оціночні, комунікативні дії, які передбачають аналіз поведінки, глибинних рухів тих чи інших вчинків людини, а також прийняття відповідних рішень і реалізацію їх у відповідності із встановленими процедурними вимогами. Робота слідчих, суддів, адвокатів, інспекторів митних служб та інших відрізняється наявністю значних інтелектуальних навантажень, пов'язаних зі складністю завдань, що вирішуються, врахуванням великої кількості різноманітних (часом суперечливих) факторів.

Характерна особливість комунікативної діяльності юриста – наявність у ній оціночних психічних процесів, мета яких полягає у визначенні своєї позиції, свого ставлення (позитивного чи негативного) до заяви, події, факту. Частіше оціночний процес з боку юридичного працівника являє собою розгорнуте зіставлення фактичних даних із оціночними критеріями – правовими нормами і вимогами. Проте, оціночне судження залежить не лише від об'єктивного стану справ, а й від потреб, інтересів і намірів юриста, від його особистісних якостей. Звідси можемо констатувати, що ефективна діяльність фахівця у юридичній галузі можлива за умови сформованості у нього таких якостей, як принциповість, об'єктивність, неупередженість, послідовність тощо.

Особливість юридичної комунікації полягає і в тому, що у більшості випадків результат професійних зусиль для юриста остаточно невідомий. Працівник виробничої сфери завжди має чітке уявлення про кінцевий продукт своєї праці, тоді як для юриста, скажімо слідчого, результат його роботи здебільшого має лише загальні обриси. Він шукає людину, яка скоїла злочин, вступаючи при цьому у численні комунікативні зв'язки, але не знає, кого і де знайде, чи буде цей пошук успішний. Тому в роботі юриста знання очікуваного «продукту» виступає як знання вимог, критеріїв, норм, яким відповідає власне цей результат пошуку.

Комунікативні процеси в юридичній галузі, як правило, характеризуються високим ступенем емоційної напруги і систематичною актуалізацією вольових зусиль. Такі зовнішні подразники, як вигляд убитого чи покаліченого тіла, спалений будинок

¹ Бедь В. В.. Юридична психологія: Навч. посіб. - 2-ге вид., доп. і переробл. - К.: МАУП, - с.48

чи обкрадена квартира, викликають у кожної людини, навіть якщо це звиклий до роботи у подібних умовах фахівець, негативні емоції: страждання, сум, горе, ненависть, гнів тощо. Навпаки, успішне вирішення професійних завдань, надання юридичної допомоги людям, попередження правопорушень і злочинів виявляється в позитивних емоціях: задоволення, радість, щастя.

Очікувана загроза нападу злочинця, брак інформації про наміри осіб, які проходять митний контроль, ризик для власного життя під час спілкування із маргінальними особами, розуміння відповідальності за прийняті рішення, активізують психіку юриста, мобілізують його сили і резерви. Природно, що працювати на межі розумових і фізичних сил довгий час дуже важко. У зв'язку з цим юрист повинен виховувати в собі психологічну стійкість, здатність до самоконтролю (під самоконтролем розуміється процес жорсткого регулювання вчинків, мотивів, установок) і вольових зусиль. Вольові зусилля є актуальними і на етапі мисленневої обробки інформації (коли визначаються цілі та шляхи і засоби їх досягнення, приймається рішення), і на етапі виконання прийнятого рішення.

Юристу нерідко доводиться відчувати боротьбу мотивів у вольовій сфері – між почуттям обов'язку і внутрішніми спонуканнями, які йому суперечать. Воля виявляється саме в умінні примусити себе зробити те, що вимагає почуття обов'язку, вгамувати спонукання, які суперечать обов'язку.

Таким чином, успішно організувати спілкування і взаємодіяти з партнерами по комунікації юрист зможе за умови:

(1) знання психології іншої людини. Переважно це знання ціннісних орієнтації, які знаходять своє вираження в потребах, мотивах, інтересах. Це те, що людина вважає для себе принципово важливим і значущим. Юрист повинен бути орієнтованим на людей. На жаль, багато хто орієнтується, в першу чергу, на виконання приписів і формальних вимог. Через дію негативних факторів у професійній діяльності деякі юристи орієнтуються на недоліки інших людей, на їхні слабкості, пристрасті.

(2) сформованості на належному рівні психічних пізнавальних процесів, зокрема:

- значного обсягу уваги й уміння її розподілити по всьому зовнішньому вигляду партнера по спілкуванню;
- спостережливості, здатності фіксувати зміни в настрої та поведінці партнера по спілкуванню та уміти їх пояснити;
- розвиненої пам'яті і, в першу чергу, пам'яті на обличчя, імена, факти біографії партнера по спілкуванню;

- аналітичного мислення, здатності аналізувати вчинки людини, бачити мотиви її поведінки і прогнозувати її вчинки в різних ситуаціях;
- інтуїції і уяви. Уява в даному випадку проявляється в умінні ставити себе на місце іншої людини. Недостатній розвиток уяви часто призводить до типової помилки – приписування партнеру по спілкуванню своїх думок, намірів, станів. Що ж до інтуїції, то більшість дослідників визначають її як процес безпосереднього одержання знання за допомогою цілісного схоплювання проблемної ситуації (без дискурсивного його виведення і доведення), водночас вказують на такі передумови її розвитку, як тривалі творчі пошуки і багатий соціальний досвід людини;

(3) емоційно-вольової стійкості, емоційної вихованості. Від цього залежить, чи може людина співпереживати іншим людям, тобто чи здатна вона до емпатії;

(4) уміння обирати оптимальний стиль спілкування. Неправильний спосіб спілкування породжує вчинки, небажані для ділового спілкування. Наприклад, грубість породжується безтактністю, безвідповідальність – потуранням або байдужістю, примхливість – зайвою поступливістю;

(5) креативності мислення, що дозволить «зафіксувати» проблему, виявити її передумови і запропонувати нестандартний спосіб її розв'язання.

§2.7. Конфлікти у просторі юридичної комунікації.

Дієвість комунікативного процесу визначається наявністю згоди між співрозмовниками, яка виникає у результаті повного або часткового порозуміння. Якщо ж внаслідок комунікації виникає конфлікт, то це свідчить про незавершеність комунікативного процесу, про його нецілісність, неефективність.

Конфлікт (від лат. *conflictus* – «зіткнення») – це протистояння між індивідами або ідентичними групами індивідів на основі незадоволення загальнолюдських потреб (конфлікт потреб) та інтересів (конфлікт інтересів). Конфлікт виникає у разі зіткнення протилежних інтересів, позицій, поглядів, цілей і способів їх досягнення. Однак, самої лише «поляризації» цих рушіїв комунікації замало: по-перше, суперечності повинні бути достатньо вагомими; по-друге, для конфлікту потрібні конкретні «кроки», тобто одна із сторін повинна проявити ініціативу, яка засвідчить зазіхання однієї особи на інтереси іншої, і має відбутися негативно забарвлена реакція цієї іншої сторони. Такі дії у своїй сукупності створюють інцидент. Відповідно, створюється конфліктна ситуація і конфлікт розвивається.

Конфліктна ситуація передбачає такі обов'язкові елементи:

- *учасники конфлікту* (дві або більше сторони, що мають несхожі або прямо протилежні цілі);
- *об'єкт конфлікту* (конкретне явище, причина, стан справ, навколо якого розгортається суперечка);
- *рушійна сила* – інцидент (факт зіткнення протилежних сил).

Інцидент відіграє роль катализатора у конфлікті й виникає тоді, коли для цього створені необхідні передумови.

Конфлікт – це така ж природна форма взаємодії індивідів і соціальних груп у суспільстві, як співробітництво і кооперація. Проте відкритим залишаються питання: Що є основним спонукальним фактором конфлікту? Чому ми конфліктуємо?

Усі теорії причин значних соціальних конфліктів можна умовно об'єднати у дві великі групи: (1) *предметні* – зовнішні по відношенню до людини; (2) *функціональні* – ті, що пов'язані з іманентно притаманними людині якостями і властивостями.

Щодо першої групи одразу спадають на думку причини, пов'язані з інтересами економічними. Ж.-Ж. Руссо, а за ним К. Маркс та їхні численні послідовники були переконані, що необхідно ліквідувати приватну власність, яка породжує експлуатацію й грабунок у суспільстві, а отже, є причиною усіх конфліктів між людьми. Петро Кропоткін оголосив «вузлами світового зла» великі міста, в яких загострюються людські пороки. Усі ці причини є зовнішніми по відношенню до людини. Існує ще одне предметне уявлення про першопричину конфліктів – воно настільки наївне, що жоден серйозний мислитель не висловив його чітко. Мова йде про те, що якби усі люди були схожі: мали б одну релігію, одну мову, однаковий менталітет, то життя б на планеті стало б безконфліктним. Водночас психологічні дослідження доводять, що стирання культурних відмінностей між людьми не може бути панацеєю від конфліктів, а ненависть до «ближнього» – більш розповсюджене явище, ніж ворожнеча із «дальнім».

Конфлікт тим ймовірніший, чим більшою є схожість між представниками соціальної групи, які вже стають конкурентами у боротьбі за одну і ту саму нішу у соціальній ієрархії (це те саме, якби екосистема складалася переважно з однієї популяції тварин – вони врешті-решт знищили б одне одного у боротьбі за одну і ту саму здобич). Саме тому громадянські війни жорстокіші і запекліші, ніж війни міжнародні. Ще у 20-х роках ХХ століття письменник-емігрант Марк Алданов висловив думку, що якби більшовики ненавиділи буржуазію так само, як ненавиділи одне одного, то капіталізму настав би кінець.

Лауреат Нобелівської премії з економіки, видатний австрійський філософ, соціолог, економіст Ф. фон Хайек довів, що демографічний ріст тим небезпечніший, чим менший показник соціокультурного різноманіття (багато «однакових» людей). Коли більшість людей прагнуть одного й того ж, володіють одними і тими ж навичками, вони створюють напругу на ринку праці, конкурують за ресурси і професійні ніші. Якщо збільшується кількість «різних» людей, із різними навичками й уміннями, паралельно збільшується й кількість послуг. Виникає підґрунтя для співробітництва, взаємодоповнення.

Функціональні причини конфліктів пов'язані із глибинними, як правило, підсвідомими потребами людей, та певними їх властивостями. Томас Гоббс ще у XVII столітті довів, що кожним індивідом у природному стані рухають суто егоїстичні мотиви, й лише із появою Держави кількість конфліктів зменшилася і стало можливим мирне співіснування людей.

Ще більш жорстку версію функціональної причини конфліктів зустрічаємо у Ф. Ніцше. На його думку, війна – це нормальний стан природи і суспільства. Усьому живому притаманна так звана «воля до влади», і саме вона підтримує фізичну і духовну життєздатність нації. Тривалий же мир являє собою штучно викликану патологію, яка позбавляє людей духовного поривання і веде людство до виродження. Мораль пацифізму – це інструмент, який використовують слабкі і хворі для придушення сильних і здорових.

У 70-х роках XX століття ученим вдалося розкрити нейрофізіологічні механізми потягу людини до таких психічних станів, яких зазвичай прийнято уникати. У лімбічній системі людини були виявлені комплекси нейронів, які відповідальні за емоції страху, гніву, люті. Виявилось, що вони, як й інші нейрони, потребують періодичного подразнення.

Виходить, що людина повинна переживати усі емоції, потенційно закладені в нейропсихологічному апараті. Водночас емоційне наповнення війни, як найбільш активного прояву соціального конфлікту, не зводиться до ненависті, злості і тому подібне. На війну йдуть цілком осмислено, розуміючи, що ризикують життям. І бійці, захищаючи свої родини і рідну землю від супротивника, керуються, у першу чергу, не інстинктом агресії або економічним інтересом, а любов'ю до своїх рідних, своєї батьківщини і бажанням їх захистити.

Серед соціальних конфліктів особливе місце посідає *юридичний конфлікт*. На думку В. Кудрявцева, юридичний конфлікт можна визначити як протиборство суб'єктів права у зв'язку із застосуванням, порушенням або тлумаченням правових норм. Дослідник стверджує, що «юридичним є будь-який конфлікт, в якому суперечка так чи інакше

пов'язана з правовими відносинами сторін (їх юридично значущими діями або станами), і суб'єкти або мотивація їх поведінки, або об'єкт конфлікту мають правові ознаки, а конфлікт тягне юридичні наслідки»¹.

Існують власне юридичні конфлікти, і конфлікти, що не є юридичними в прямому розумінні цього слова, але містять правовий компонент. У соціології права юридичним називають конфлікт між соціальними суб'єктами, що виникає внаслідок відмінності їх правових інтересів і неузгодженості позицій щодо їх правового статусу. Правовий статус суб'єктів, таким чином, виступає предметом юридичного конфлікту.

Однак, не всі юридичні конфлікти спочатку є такими. Правовий компонент може виникнути у процесі неюридичного конфлікту, коли сторони вчиняють дії, що тягнуть за собою юридичні наслідки. Конфліктуючі сторони, наприклад, можуть не знайти рішення самостійно і звернутися в судові інстанції. Так відбувається трансформація неюридичного конфлікту в правовий. Наприклад, у ході сімейної сварки (побутовий конфлікт) подружжя може прийняти рішення про розлучення і звернутися до суду (юридичний конфлікт).

Таким чином, юридичний конфлікт являє собою вторинне за походженням утворення, в основі якого лежать звичайні соціальні, політичні, національні, економічні, ідейні, сімейні та інші конфлікти. Базовий зміст конфлікту лишень набуває юридичної форми в разі його переростання в правовий. Вирішення конфліктів засобами трансформації їх в юридичні конфлікти характерне для правових держав, де переважна більшість відносин мають правове оформлення. Правовий шлях вирішення конфлікту – найбільш цивілізований. У той же час існують і неправові, насамперед силові, форми і способи вирішення конфлікту.

Юристу для ефективної комунікації необхідно мати уявлення про:

- структуру конфлікту;
- його функції;
- динаміку;
- типологію конфліктів.

У психологічній *структурі* конфлікту окремі дослідники, як-от І.Пономарьов, виділяють наступні компоненти:

(1) *Пізнавальний компонент*: інтелектуальні способи обробки інформації і прийняття рішень, ступінь включення особистості у конфліктну ситуацію та рівень самоконтролю учасників конфлікту на різних етапах його розвитку; самопізнання і самоусвідомлення

¹ Кудрявцев В. Н. Юридический конфликт / В. Н. Кудрявцев // Госуд. и право. – 2005. – № 9. – С. 13.

індивідом себе як учасника конфлікту, об'єктивність учасників конфлікту в оцінці своїх можливостей.

(2) *Емоційний компонент* являє собою сукупність емоцій і переживань учасників конфлікту.

(3) *Вольовий компонент* об'єднує зусилля учасників конфлікту, спрямовані на подолання труднощів, що виникають на певному етапі конфліктної ситуації.

(4) *Мотиваційний компонент* є свого роду «ядром» конфлікту, адже розкриває сутнісні розбіжності у позиціях учасників протистояння.

До структури конфлікту дослідники відносять і сам предмет конфлікту – те, з приводу чого виникла суперечка. Предмет конфлікту може мати ідеальне або матеріальне втілення, але за ним завжди прихована внутрішня психологічна проблема.

У професійній діяльності юристів конфлікти неминучі. Власне в основі своїй ця діяльність зорієнтована на виявлення і подолання (або надання допомоги у подоланні) конфліктів у різних соціальних вимірах.

Конфлікт може виконувати як *деструктивну* (руйнівну), так і *конструктивну* (позитивну, відновлювальну) *функцію*. Все залежить від напрямку конфлікту, його вектора зі знаком «мінус» або «плюс». Так, конфлікт може бути викликаний суперечністю між належним і наявним, що спонукає людину до самовдосконалення. Прикладом може слугувати ситуація, коли співробітник (особливо це стосується недосвідчених працівників) установи, яка надає юридичні послуги населенню, виявляє недостатній рівень підготовки до такого роду діяльності, що може спричинити конфлікт з клієнтами, колегами, керівництвом тощо. Загострення відносин змушує людину переосмислити недоліки у своїй роботі і приблизно у третині випадків веде до суттєвих змін у поведінці, до удосконалення професійного рівня, а в кінцевому підсумку – до зняття конфлікту. В такому випадку можна говорити про відновлювальну функцію конфлікту, коли констатація існуючих суперечностей і усвідомлення необхідності їх подолання викликає активізацію психічних процесів, призводить до формування необхідних професійно-значущих умінь і навичок.

Лінкольн, шістнадцятий президент США, серед найбільш значущих позитивних впливів конфлікту, які власне й роблять його конструктивним, називав такі:

- сприяє усвідомленню єдності з групою, яка вже являє собою спільноту однодумців;
- сприяє розрядці соціальної напруги у групі, створює умови для безпечного і навіть конструктивного виходу емоцій;
- викриває існуючі проблеми у житті організації;

– дозволяє утвердитися новому, більш прогресивному, й позбутися старого, віджилого;

– сприяє створенню нових соціальних інститутів;

– під впливом конфлікту відбувається утвердження нових або закріплення вже існуючих у групі ціннісних орієнтирів.

Що ж до динаміки конфлікту, то прийнято виділяти від двох до семи стадій його протікання:

(1) передконфліктна стадія;

(2) виникнення конфліктної ситуації;

(3) інтелектуальний етап;

(4) критичний (емоційний) етап;

(5) згасання напруги;

(6) оцінювання поведінки у конфлікті;

(7) розв'язання конфлікту, в тому числі й вихід із нього однієї із сторін.

Зауважимо, що ця схема більш характерна для міжособистісних (або позиційних) конфліктів, а не для ділових. Якщо перший вид передбачає зміни у відносинах учасників конфлікту, то другий – звернення до суто предметного змісту комунікації між юристом та іншою особою, яка протидіє йому.

Для юридичного конфлікту більш прийнятною є наступна градація стадій розгортання:

I. *Передконфліктна* стадія, що включає дві фази: 1) нагромадження і загострення протиріч, що включає ідентифікацію, тобто визначення суб'єктів, які перешкоджають досягненню мети, вважаються винними, а також формування стратегії та тактики розвитку конфлікту; 2) інцидент, якась зовнішня подія, що зрушує конфлікт з місця.

II. *Власне конфліктна* стадія, що проходить у своєму розвитку три фази: 1) перехід до конфліктної поведінки, що має відкритий або прихований характер; 2) досягнення у розвитку конфлікту критичної точки, тобто його максимальної гостроти, сили та напруги; 3) переоцінки цінностей або вибору, коли конфліктуючі сторони остаточно вибирають певну модель поведінки (досягнення своїх цілей за рахунок іншої сторони і доведення конфлікту до ще більшого напруження або перехід у приховану форму за рахунок поступок, або пошук способів остаточного розв'язання конфлікту)

III. *Розв'язання конфлікту* внаслідок зміни умов конфліктної ситуації, установок суперників, односторонніх або двосторонніх поступок, усунення протидіючої сторони, втручання третьої сили. Воно може бути часткове або повне.

Методи подолання конфліктів поділяються на *прямі, опосередковані та методи усунення причини конфлікту*. Зупинімося детальніше на перших двох видах.

До прямих методів можна віднести відкриту дискусію між учасниками конфлікту у присутності авторитетних осіб, у ході якої заслуховуються аргументи кожної із сторін. Обов'язкова вимога – уникання емоційних реакцій, зосередження на фактах та прийнятних у суспільстві установках. Прямим методом вважаються санкції, які застосовують до обох або однієї із конфліктуючих сторін, а також «розведення» учасників конфліктів у просторі, усунення можливостей для їх спілкування.

Опосередковані методи подолання конфлікту засновані на таких принципах:

(1) *принцип «сплеску почуттів»*. Якщо людині надати можливість проявити свої негативні емоції, то поступово вони трансформуються у позитивні. Важливо, аби той, хто «виплескує» емоції, не сприйняв уважне ставлення іншого учасника конфлікту за згоду;

(2) *принцип «емоційного заміщення»*, що ґрунтується на позиції, яку зазвичай займає якась конфліктуюча сторона – це позиція «безпідставно ображеної людини». Якщо висловити щире співчуття такій людині з приводу «незвичного» для неї способу поведінки й акцентувати увагу на її кращих особистісних якостях (це має бути не лестощі, а прояв поваги і розуміння), то відбудеться заміщення у сприйнятті свого «образу» – із негативного на позитивне;

(3) *принцип «авторитетного третього»*, згідно із яким одна конфліктуюча сторона має почути від авторитетної для неї особи схвальні відгуки щодо себе, висловлені іншою стороною;

(4) *принцип «оголення агресії»*, коли відбувається навмисне загострення конфлікту у замаскованій формі: у інтелектуальному двобої, спортивних змаганнях тощо;

(5) *принцип «примусового слухання»*, який передбачає, що відповіді на претензію опонента передуватиме дослівне повторення його репліки. В такому випадку увага переноситься на зміст того, що говорить опонент. Більшість конфліктів переходять у стадію загострення саме через те, що конфліктуючі сторони не в змозі почути одне одного;

(6) *принцип «обміну позиціями»* полягає у тому, що одному з опонентів пропонується подумки зайняти позицію іншого і від його імені висловити собі претензії. Тим самим конфліктуючі сторони отримують можливість подивитися на проблему очима іншого учасника конфлікту;

(7) *принцип «розширення духовного горизонту»*, суть якого полягає у демонстрації сміховинності, абсурдності, безпідставності конфлікту.

Завдання полягає у тому, щоб сторони переконалися у відсутності перспектив протистояння;

(8) *принцип «пошуку спільного ворога»*, у відповідності із яким опоненти приймають рішення «припинімо сваритися між собою, аби об'єднати зусилля для боротьби з тим, хто є для нас ворогом». У романі письменника-фантаста Г.Уелса «Війна світів» є іронічне зауваження: «Тільки поява ворожих марсіан змогла б припинити багатовікову ворожнечу між французами та англійцями».

За іншою класифікацією способи вирішення конфліктів зводяться до п'яти варіантів типу поведінки, що їх має обрати людина при перших симптомах конфліктної ситуації. Це зокрема:

1) *ухилення* – людина (група людей) прагне уникати дій, які провокують інцидент. Така роль пасивного спостерігача притаманна особам, які не зацікавлені у змінах, прагнуть уникнути загострення суперечностей;

2) *згладжування* – тип поведінки, який має багато спільного з попереднім. При цьому не помічаються ознаки майбутнього конфлікту, йде активна профілактика його вияву, ліквідовуються чи завуальовуються суперечності сторін;

3) *примус* – контроль над ситуацією і регулювання її розвитку. При небажаному напрямі розвитку конфлікту особа, яка наділена владою і повноваженнями, втручається і силовими методами впливає на ситуацію, спрямовує конфлікт у бажане русло;

4) *компроміс* – тимчасове або нейтральне вирішення проблеми, що умовно задовольняє усі сторони, які беруть участь у конфлікті. Опоненти йдуть на взаємні поступки, частково погоджуються із точкою зору іншої сторони або ж відкладають вирішення питання на майбутнє, залишаючи його відкритим;

5) *вирішення конфлікту* – найбільш бажаний і радикальний шлях розвитку конфліктної ситуації. Сторони детально ознайомлюються з аргументацією як «за», так і «проти», йдуть на взаємні поступки, вузлові питання вирішують колективним ухваленням рішень.

Тисячоліттями вироблялися різноманітні техніки пом'якшення конфліктів, серед яких найдавніша – віртуалізація. Вона передбачала «програвання» конфлікту, його інсценування. Прикладом можуть слугувати Олімпійські ігри у давньому світі, гладіаторські бої, лицарські турніри, що дозволяли знімати напругу і давали вихід імпульсу агресії. Сучасна людина намагається дати вихід емоціям за допомогою екстремальних видів спорту.

В умовах переживання у щоденній професійній діяльності численних конфліктних ситуацій різного рівня складності юристу слід пам'ятати: вихід із конфлікту є необхідним комунікативним ефектом,

що забезпечує основну функцію комунікації – встановлення й підтримання контакту між комунікаторами. Найбільш ефективними для розв'язання конфлікту є прояв доброзичливості, розуміння іншої людини, готовність до співробітництва і врешті-решт – гумор. Бернар Шоу говорив: «Розсмішіть людину, якщо ви хочете відвернути її від бажання Вас повісити».

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Як ви розумієте поняття «правова комунікація»?
2. У чому особливість комунікативної діяльності юриста?
3. Які ви знаєте види юридичної комунікації? У чому їх специфічність?
4. Які види судової комунікації ви знаєте?
5. Яких комунікативних умінь вимагає від спеціаліста правотворча діяльність?
6. Які два аспекти можна виділити у комунікативній діяльності адвоката?
7. У чому полягає відмінність судової комунікації від нотаріальної?
8. Як ви розумієте співвідношення мислення і мовлення у комунікативній культурі юриста?
9. Як ви розумієте вислів П. Сандевуара, що право є «особливим способом мислення, вирішення проблем»?
10. Які якості мислення юриста є визначальними для ефективної комунікативної діяльності?
11. У чому полягає складність в організації юристом професійних контактів?
12. Які мовленнєві уміння і навички необхідні юристу для виконання професійних завдань?
13. Дотримання яких соціально-психологічних умов дозволить юристу успішно взаємодіяти із партнерами по комунікації?
14. Яку роль у діловому спілкуванні відіграє емоційно-вольова стійкість юриста?
15. У чому особливість конфліктів у комунікативних процесах?
16. Які види конфліктів ви знаєте?
17. Які компоненти виділяють у структурі конфлікту?
18. З яких обов'язкових елементів складається конфліктна ситуація?
19. Які способи подолання конфлікту у комунікативних ситуаціях ви знаєте?

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Бедь В. В.. Юридична психологія: Навч. посіб. – 2-ге вид., доп. і переробл. – К.: МАУП, – 436 с.
2. Бодалев А.А. Психология общения: Избр. Псих. Труды. – 2-е изд. – М. : «МОДЭК», 2002. – 256 с.
3. Боднар Ю. Ціннісні аспекти юриспруденції // Наук. вісник Чернівецького ун-ту. Філософія. Вип. 350-351. Чернівці, Рута, 2007, – с.184-187.
4. Ващук В. М. Конфліктологія. – К. : Знання, 2003. – 302 с.
5. Герасіна Л.М., Панов М.І. Проблеми правої конфліктології: феноменологічний, гносеологічний та праксеологічний аналіз: Монографія. – Х.: Право, 2004. – 112 с.
6. Гречин А.С. Социология правового сознания: Учеб.пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 256 с.
7. Дьюи Дж. Психология и педагогика мышления. (Как мы мыслим) Пер. с англ. Н.М. Никольской. – М.: Лабиринт. – 1999. – 192 с.
8. Дьячук И. А. Социальная коммуникация / И. А. Дьячук // Социально-гуманитарные знания. – 2006. – №1. – С. 298-302.
9. Еникеев М.И. Юридическая психология: Учебник для вузов. - М.:Издательство НОРМА, 2000. – 517 с.
10. Козырев Г. И. Введение в конфликтологию / Г. И. Козырев. – М. : ВЛАДОС, 2000. – 235 с.
11. Конфликтология: Учебник. Изд.2., испр. /Под ред. А.С.Кармина. Серия «Учебник для вузов. Специальная література». – С.Пб.: Из-во «Лань», 2000. – 448 с.
12. Конфліктологія: Підручник для студентів вищих навчальних закладів юридичних спеціальностей/ За ред. Л.М.Герасіної та М.І.Панова. – Харків: Право, 2002. – 256 с.
13. Конфлікти в суспільствах, що трансформуються //Збірник наукових статей (за матеріалами XI Харківських політологічних читань). – Харків.: «Право», 2001. – 196 с.
14. Кудрявцев В.Н. Юридическая конфликтология. – РАН, Центр конфликтологических ис-ний. – М., 1995. – 320 с.
15. Кудрявцев В. Н. Юридический конфликт / В. Н. Кудрявцев // Государство и право. – 2005. – № 9. – С. 13 -17.
16. Потенция А.А. Мысль и язык. – К.: СИНТО, 1993. – 198 с.
17. Сердюк О.П. Основи управління комунікативним процесом. – К., 1998. – 280 с.

Розділ 3. Вербальні форми комунікативної культури юриста

§3.1. Текст як джерело комунікації.

Засоби комунікації радикально перетворюють середовище, в якому живе та спілкується людина. Так, коли суспільство кількісно збільшилося настільки, що діяльності глашатаїв на міській площі стало вже недостатньо для його інформування, коли виникла потреба в документуванні різних законів та вимог верховної влади, тоді людство почало використовувати, окрім усного, ще й мовлення писемне.

Винахід книгодрукування – це, між іншим, також відповідь на тодішні суспільні проблеми в галузі комунікацій. Із поширенням протестантизму в Західній Європі виникла потреба виготовлення сотень і тисяч ідентичних примірників Біблії. Процес механічного друкування книжок не тільки успішно вирішив це конкретне завдання, а й зробив значно більше – створив належні засоби для поширення засобів масової комунікації: газет, книжок, журналів.

У ХХІ столітті нові форми візуальної комунікації не лише витісняють вербальні форми культури, але й деформують усталені процеси сприйняття і мислення, що були притаманні епосі книжної культури. «Легкість» сприйняття аудіовізуальної інформації, відсутність у людини, яка сприймає інформацію з екрану монітору, потреби у напруженій інтелектуальній «увазі», у духовних зусиллях, необхідних для глибокого проникнення у текст, відвертають людину від мисленневої та емоційної «роботи». Калейдоскоп зображень, кольорів, звуків і тексту робить таке сприйняття поверховим, надає йому присмак розваги.

Разом з тим масове споживання неякісної у змістовому відношенні аудіовізуальної інформації спричиняє деградацію вербальної культури, що позначається на рівні писемного й усного мовлення, призводить до втрати навичок сприйняття і засвоєння книжних текстів, зниження читацького смаку.

Суттєва соціально-психологічна відмінність друкованих текстів від різних видів звукового, мовного повідомлення полягає в максимальній індивідуалізації сприйняття, яке має дещо інший характер, ніж, скажімо, в кіно. Текст сприймається очима і безшумно. Читання не втягує інших присутніх в комунікацію, як усна мова, не створює перешкод і не відволікає їх. Читач відсторонюється від навколишнього середовища,

повністю заглиблюючись у специфічний світ, відображений в змісті тексту.

Таким чином, друкований текст розвиває індивідуальність читача, врівноважуючи інтегруючий вплив аудіовізуальних засобів і сприяючи тим самим гармонійному та всебічному розвитку особистості.

Дослідивши специфіку соціальних функцій читання порівняно з аудіовізуальними засобами, М. Ханін наголошує на перевагах друкованої продукції (саме книжної) в організаційних і ціннісно-орієнтуючих функціях. Друковані джерела, звертаючись спочатку до розуму читача, а потім до почуттів, дозволяють йому більш свідомо, активно, цілеспрямовано, систематично і творчо засвоїти культурні цінності і досягнути соціальні норми.

Незамінною є друкована продукція і в навчанні, освіті і вихованні, скрізь де необхідна самостійна творча робота для засвоєння, накопичення знань, навичок, вмінь, для пізнання тих чи інших проблем, аспектів дійсності. Особливо важлива роль друкованого слова у виконанні притаманних засобам масової комунікації кумулятивних функцій, включаючи накопичення, збереження, впорядкування і систематизацію духовних цінностей, вироблених людством протягом його історії. Друковані тексти є найбільш простою, зручною для відтворення і ефективною формою родової пам'яті людей.

Характерними для сучасного стану нашого суспільства дослідники вважають такі соціокультурні тенденції:

- зниження інтересу до друкованого слова та престижу читання в цілому;
- скорочення часу, який людина приділяє читанню;
- зміна характеру читання: воно стає більш прагматичним і поверховим;
- «ділове» читання превалює над читанням для «душі», а отже, відходять на другий план шедеври вітчизняної і зарубіжної літератури.

На жаль, йде із нашої культурної практики і сприйняття читання, що за твердженням Ю. Лотмана, є приємною, але все ж таки роботою. «Користь приносить лише те читання, яке є відносно важким. Що якимось чином пробуджує внутрішній супротив у читача, змінює його. Тобто, коли є контакт між автором і читачем. При цьому книга виявляє ознаки живого організму! Вона змінюється – залежно від контактів. І те, що легко, до чого заздальгідь готовий – все у кращому випадку, є марним. А частіше за все і шкідливим: відбиває бажання мислити»¹.

¹ Лотман Ю.М. О ценностях, которым нет цены // Воспитание души. – СПб.: Искусство-СПБ, 2003. – С.236.

Поняття «текст» має досить широке тлумачення. Дослідження філософів-постструктуралістів і представників різноманітних постмодерністських течій значно розширили значення даного терміну. До «текстів» було віднесено не лишень літературні твори, але й витвори мистецтва, музики. В якості тексту розглядалася людина, її тіло, внутрішній світ, її вчинки. З'явилися стійкі словоформи, в яких розкриваються нові смисли тексту: світ як текст (Ж. Дерріда), текст-задоволення і текст-насолада (Р. Барт), текст як шлях (У. Еко). Текст вже осмислюється як повідомлення, що має певний «культурний об'єм» – багатозначність смислових і амбівалентність змістових прочитань, які вимагають ґрунтовних герменевтичних зусиль.

Смисл тексту – це свого роду деякий «квант знання», згусток культури у свідомості людини, ментальне утворення, базові одиниці картини світу. Залежно від того, який саме «квант» (позитивно чи негативно значимий) є домінуючим, текст може набувати позитивного чи негативного забарвлення. Таким чином, сила вияву ціннісної ознаки тексту значною мірою зумовлена енергетичною потужністю його ключових концептів.

Про наповненість тексту «енергією людської культури» говорив і В. Вернадський у своєму обґрунтуванні ноосфери як особливої форми біогенезу, що являє собою планетарний розум. «Енергетичне наповнення» людської мови досліджували й інші філософи. Зокрема, О. Лосев наголошував на тому, що «слово є... легким і невидимим повітряним організмом, наділеним магичною силою щось особливе означати, у якісь особливі глибини проникати та незримо творити великі події. Ці невагомі та невидимі для безпосереднього сприйняття організми літають майже миттєво... вони пробиваються до глибин нашого мозку, виробляють там небувалі реакції, і вже через це одне є щось магичне у природі слова»¹.

Інший відомий мислитель і мовознавець ХХ століття М. Бахтін сприймав текст як втілення «чужих думок, смислів і значень» і вбачав за ним особистість іншої людини – автора тексту. Стикаючись із текстом, одна особистість вступає у діалог з іншою особистістю, і саме у цей момент особистісного проникнення реалізується нове життя тексту. Точкою відліку в цьому випадку стає не лише автор (дослідник, художник чи просто мисляча людина), але й саме буття культури, самі тексти. Вони перестають бути об'єктом, а виступають вже учасниками діалогу.

У розумінні М. Бахтіна текст – не об'єкт, не безлике Воно, це – співбесідник (герой), який несе у собі прояви особистісних рис автора і

¹ Лосев А.Ф. Философия имени. – М. : Из-во МГУ, 1990. – С. 67

по суті є суб'єктом культури. Такий підхід до розуміння тексту (що більшою мірою стосується творів художньої літератури) вкрай важливий для сучасної людини, «центр тяжіння» якої зміщується до раціонального начала, в міру заповнення особистісного середовища електронними, комп'ютерними варіантами текстів.

Коли людина бере в руки книжний текст, який несе в собі відбиток особистості автора, відбувається взаємонаправлений обмін (по відношенню до книжного тексту цей обмін полягає у діалогічному спілкуванні читача з автором твору) думками, емоціями, ціннісно-смысловими установками. У результаті такого спілкування читач має можливість «приміряти» на себе певні моделі поведінки, моральні позиції, світоглядні орієнтири, втілені автором в образах героїв свого твору. В даному випадку важливим є оціночний погляд автора на описувані ним події, який суттєво впливає на свідомість читача.

Саме через особистісне начало й виявляється ціннісна, аксіологічна функція книжного тексту. За твердженням М. Бахтіна, «кожен текст (як висловлювання) є чимось індивідуальним, і в цьому полягає увесь його смисл (задум, заради якого він створений). Це те, що має відношення до істини, правди, добра, краси, історії»¹. Залучення молодого людини до цих категорій відбувається через авторську «відповідальну активність», через той чи інший вчинок особистості, осмислений у вимірі морального.

Аксіологічний вплив тексту на читача посилюється за рахунок емоційної компоненти, що має діалогічну природу: «по відношенню до людини любов, ненависть, співчуття і загалом будь-яка емоція у тій чи іншій мірі є діалогічною»². Підготовлений читач із багатою індивідуальною культурною пам'яттю, яку, згідно із концепцією Юрія Лотмана, можна розглядати як «складний текст», вступаючи у контакт із смисловим різноманіттям книжного тексту, здатен пережити цілу поліфонію емоцій, відчути на собі етичний й естетичний вплив тексту, що може значно перевищувати вплив у вербальному спілкуванні. Такий контакт спричиняє творчі зміни в інформаційному полі читача, у результаті яких утворюються нові смисли у його свідомості, і які в подальшому він буде транслювати через певні моделі поведінки, ціннісні й моральні установки.

¹ Бахтин М.М. К методологии гуманитарных наук // Эстетика словесного творчества. – М. : Искусство, 1988. – С. 305

² Бахтин М.М. Проблема текста // Собр. Соч.: В 7 т. Т.5. – М. : Русские словари, 1996. – С. 320.

3.2. Гіпертекст та його роль у формуванні комунікативної культури людини.

На відміну від звичайного тексту, пересування у просторі якого є лінійним, обмеженим однією площиною, різноморфний гіпертекст відкриває нові «поперечні» виміри у текстовому універсумі. Читаючи книгу, ми не в змозі перейти в інший текстовий простір, не відклавши її убік, тоді як гіпертекстова реальність дозволяє «подорожувати» від одного текстового фрагменту до іншого, не втрачаючи просторових обрисів жодного з них.

Спосіб організації текстового простору у мережі Інтернет узгоджується з основними ідеями номадології, розробленими мислителями постмодерної епохи Делезом і Гваттарі у «Тисячі поверхней». З точки зору номадизму, текстовий простір Інтернету нагадує безмежні степи кочівників, тоді як книжна галактика Гутенберга – це територія осілих народів, обмежена стінами, помережена дорогами і кордонами.

У просторі Інтернету людина справді стає номадом – кочівником, місце якого у просторі постійно змінюється разом із «трасою». Мешканець Всесвітньої мережі рухається і водночас залишається на своєму місці – подібно кочівнику, він мандрує сидячи, але не в сідлі, а за комп'ютером. Отже, від територіально обмеженого і лінійно побудованого книжного тексту модерної епохи ми перейшли до номадичних інформаційних систем постмодернізму.

Однією з ознак гіпертекстового простору є його інтертекстуальність, що у широкому розумінні, означає розмивання кордонів тексту, внаслідок чого він втрачає свою завершеність і стає внутрішньо неоднорідним і множинним. Саме у гіпертекстах Інтернету цей феномен здобув своє найповніше вираження.

На ці особливості гіпертексту звертає увагу Ж. Дерріда, відзначаючи, що лінійний принцип побудови тексту, який втілений в книжній культурі, не відповідає запитам сучасної культури. Для лінійного, тобто витягнутого в рядок письма, втіленого в книжній культурі, характерна ієрархічна структура, послідовність втілених у тексті смислів.

В одній із своїх робіт – «Розсіювання» (1972) – Дерріда піддає нищівній критиці саму форму та принцип книги, показуючи переваги нелінійного тексту. Філософ був переконаний, що в наступну епоху нелінійне письмо стане реальним фактом культури, позбавивши монополії лінійний текст. Він доводив, що нелінійний текст є принципово відкритим та незавершеним і створює таку структуру, в якій можна рухатися не прив'язуючись до накресленого автором маршруту, а за власним бажанням. В такому випадку читач самостійно

будує траєкторію свого руху в багатомірному смисловому просторі. Крім того, гіпертекст – принципово відкритий для поповнення його новими елементами, новими текстами та смисловими фрагментами, поява яких не може зруйнувати його структуру, розширюючи лише його текстову тканину¹.

Відповідним чином відбувається й процес комунікативної взаємодії «людина – гіпертекст», у якому ініціатива цілковито належить користувачу електронного пристрою. З його боку творчість виражається у пошуку й моделюванні необхідної інформації, завдяки яким і відбувається утворення нових смислів.

Творчість у даній комунікації набуває інструментального характеру, на відміну від рефлексивного, що має місце у комунікації індивіда із художнім текстом. А отже, й текст не може вважатися суб'єктом комунікативного процесу: він є скоріше «інструментом» у вирішенні індивідом його прагматичних завдань.

Така комунікація позбавляє людину головного – духовного обміну. «Спілкуючись» із текстом в мережі, вона не в змозі отримати оціночні знання про себе, що дає нам підстави говорити про відсутність у гіпертекста аксіологічної (а також і меморіальної) функції.

Будь-який процес комунікації покликаний дати людині можливість здійснити власну самоідентифікацію. Вступаючи в контакт із гіпертекстом, людина намагається відтворити свою цілісність у віртуальному середовищі, що зобов'язує її до постійного вибору. Саме тому успішність спілкування у гіпертекстовому просторі багато в чому залежить від світоглядної і моральної зрілості індивіда.

Сучасні дослідники застерігають: «індивідуальне «Я» в Інтернеті здатне множитися, розпадатися на окремі імена й адреси. Користувачі можуть мати цілий набір імен у різних ланках мережі. У звичайному житті людина прагне управляти власними образами, тоді як у випадку мережного спілкування ситуація змінюється, адже мій образ вже ніяк не пов'язаний із моїм тілом, у певному розумінні він існує поза мною. Штучна реальність Інтернету є реальністю численних віртуальних образів»².

У гіперпросторі, заповненому візуальними зображеннями, розуміння комп'ютерного тексту полягає у сприйнятті віртуальних образів, зображених на екрані. Читаючи книжний текст, людина також зосереджує увагу на пізнанні запропонованих автором образів, проте сутність цих процесів є принципово відмінною.

¹ Derrida J. *Differance*. in: *Margins of Philosophy*. Chicago, 1982, P.7

² Москалев И.Е. Организация коммуникативных процессов в информационном обществе // Синергетика и образование : Сборник научных статей. – М. : Гнозис, 1997. – С.52

Так, сприйняття книжного тексту відбувається в декілька етапів. Перший етап – це зорове сприйняття, у ході якого мислення читача отримує й обробляє загальну, вихідну інформацію. Далі включається образний вимір, коли мислення намагається розгадати сутність предмета, явища, особи, що поступово розкривається автором у висловлюваннях про нього. І лише на третьому етапі, що є вже результатом роботи уяви, у читача формується остаточна картина авторського задуму.

Під час сприйняття комп'ютерних текстів описаний вище процес, як правило, залишається незавершеним. Людина, сприймаючи екранний варіант тексту, не встигає зосередитись, ретельно проаналізувати отриману інформацію. Вона лише в змозі зорово зафіксувати у своїй свідомості матеріальне втілення тексту, не завжди встигаючи при цьому повністю осягнути його смисл. Так втрачаються навички аналітичного, критичного мислення, рефлексії, які не можуть сформуватися в умовах швидкої зміни звуків, зображень, дій.

Спосіб організації інформаційного обміну (чи це книжний текст, чи гіпертекст в Інтернеті) суттєво впливає на формування комунікативної культури індивіда. Якщо легко засвоювана аудіовізуальна інформація «осідає» у свідомості користувача у вигляді фрагментарних, розрізнених, несистематизованих відомостей, то друкована інформація, для засвоєння й запам'ятовування якої необхідно більше зусиль, як правило, краще структурована й забезпечує формування цілісної картини світу у свідомості читача.

§3.3. Правовий текст: особливості творення та інтерпретації.

Правовий текст може бути інтерпретований як комунікативно-пізнавальна одиниця (Т. Дрідзе), без якої право існувати не може. Право в цьому аспекті постає як порядок комунікативних відносин, що виникають на основі нормативно-правової інтерпретації різних правових текстів, що мають як вербальний, так і невербальний характер. Правовий текст створюється за допомогою специфічних мовних засобів, а тому необхідно спочатку розібратися, що являє собою мова права.

У науковій юридичній літературі «мова права» або «юридична мова» переважно розуміється як певний набір специфічних засобів, призначених для об'єктивації того чи іншого юридичного змісту.

Однак, кожен дослідник наповнює це поняття власним змістом. Одні вважають, що мова права – це, перш за все, мова закону, інші – що «мова права виражає думку законодавця», хтось доводить, що мова права (або мова законодавства) несе на собі відбиток природного для кожної людини мовлення й водночас є «специфічною за будовою і

виступає ніби проміжною ланкою між науковим викладом правових питань і популярними текстами на правові теми»¹.

Таким чином, можемо констатувати у даному питанні відсутність термінологічної єдності: Т. Ван-Дейк, І. Грязін, Т. Губаєва вважають синонімічними такі поняття, як «мова права», «мова закону», «юридична мова», «правова комунікація», розуміючи під ними хоча й близькі, проте не завжди тотожні за змістом і об'ємом поняття, тим самим пропонуючи різні підходи до класифікації мовних систем у праві.

Викликає інтерес концепція Т. Губаєвої, в якій обґрунтовано класифікацію символічних (мовних) систем у галузі права. Цей підхід дозволив врахувати усі типи слововживання, які функціонують у праві. Юридична мова розглядається дослідницею не у статиці, а в динаміці, як певна семіотична система, яка функціонує у процесі правового регулювання суспільних відносин. Засобами цієї системи здійснюється інформаційний вплив на суб'єктів права з метою впорядкування соціальних зв'язків і задоволення позитивних соціальних інтересів.

Оскільки правовий текст створюється за допомогою саме юридичної мови, або іншими словами, системи вербальних і невербальних символів, які позначають різні сторони і явища правової дійсності, відповідно, сама мова права може бути представлена як сукупність чотирьох типів слововживання:

– *мова закону*, або система словесних символів, які використовуються у ході спілкування законодавця із суб'єктами права засобами правових установок;

– *мова юридичної практики*, або система словесних символів, що використовуються у процесах реалізації права – у судочинстві, у роботі органів законодавчої та виконавчої влади, а також у діяльності органів місцевого самоуправління;

– *мова юридичної науки*, або система словесних символів, що використовуються спеціалістами у галузі права з метою пояснення і обґрунтування правових норм і побудови різноманітних теорій;

– *мова правової освіти*, або система словесних символів, які використовуються у процесах масового спілкування з метою правового виховання особистості.

Таким чином, юридична мова – сукупність граматичних, логічних і інших способів передачі та оформлення понятійного змісту права.

В силу специфічної сфери реалізації вона має такі особливості:

– історично тривалий процес формування, що включав поетапне формування юридичної мови в окремих регіонах країни (партикулярний

¹ Черданцев А.Ф. Логико-языковые феномены в праве, юридической науке и практике. – Екатеринбург, 1993. –С.27.

рівень), у різних країнах (національний рівень), в окремих частинах світу (зокрема, мова європейського або мусульманського права), і вироблення світовою спільнотою загальних правових понять;

- професійне спрямування, оскільки юридична мова (як і мова медиків, політиків, дипломатів, моряків тощо) створюється в інтересах певної групи людей, покликаної на постійній основі обслуговувати право як суспільне явище;

- штучність, пов'язана з прив'язкою правових понять і термінів до цілей і завдань правотворчості і правозастосування;

- інтернаціоналізм, який визначається, в першу чергу, римською правовою спадщиною, а також впливом країн, що зробили істотний внесок у становлення і закріплення в національному законодавстві загальноприйнятої юридичної термінології;

- консерватизм, що виявляється в обережності застосування нової юридичної термінології;

- стабільність, яка є гарантом тривалого використання постійних форм юридичної мови;

- складність, що вимагає з'ясування не тільки справжнього змісту правової норми, але і різних аспектів її зовнішнього оформлення.

Мова права дійсно складна і здається багатьом надмірно казуїстичною. Недарма поява нових нормативних правових документів, навіть загального характеру, тягне за собою численні коментарі правознавців-науковців і практиків. Вони не тільки пояснюють, як діятиме закон, але і що означає той чи інший термін, в якому юридичному сенсі використано певне поняття, що мав на увазі законодавець, закріплюючи в окремих юридичних нормах ті чи інші права та обов'язки суб'єктів правовідносин, і як слід інтерпретувати дію нового припису в часі, у просторі або по відношенню до певних осіб.

Не викликає сумніву ні у науковців, ні у практиків, що юрист повинен володіти умінням інтерпретувати юридичний текст.

Інтерпретація, тлумачення правових текстів належить до царини *юридичної герменевтики* (від грецької – «пояснення» або «трактовка»), що є окремим напрямом досліджень в юриспруденції, мета яких полягає у з'ясуванні смислу текстів, виходячи як з об'єктивних, так і суб'єктивних критеріїв. Призначення юридичної герменевтики – пошук і реалізація смислу правової норми, вивчення проблеми множинності смислів, які здійснюються на основі граматичного, стилістичного, предметного та інших видів аналізу.

Для юриста уміння інтерпретувати правовий текст вкрай важливе, адже адекватність вербального відображення права у тому чи іншому тексті ми розглядаємо як ідеальний результат, кінцеву і найвищу мету законодавчої діяльності.

Однак, очевидно, що між «буквою» (мовою) і «духом» закону не можна ставити знак рівняння, і яким би досконалим не було законодавство, розуміння смислу закону завжди залишатиметься насущною, незмінно актуальною проблемою. Відповідно студентам юридичних ВНЗ навчатися мистецтву інтерпретації необхідно системно і безперервно.

Яким же має бути той мінімальний необхідний об'єм знань, умінь і навичок у галузі юридичної герменевтики?

В якій би країні не створювалися обов'язкові для усіх громадян норми соціальної поведінки, основне завдання законотворця – сформулювати текст закону таким чином, аби те коло осіб, яким адресований цей закон, зрозуміли його правильно й усвідомили саме той зміст, який вклав у нього автор.

Складність тлумачення закону полягає в тому, що слова і вирази, якими пишеться закон не є якимись штучними – саме цими словами і виразами користується кожен пересічний громадянин у повсякденному житті. Водночас саме повсякденне мовлення, в силу своєї динамічності, має безліч смислових відтінків, які у поєднанні із індивідуальним життєвим та мовленнєвим досвідом конкретної людини можуть створити ефект нерозуміння, спотворення змісту висловлювань, в тому числі й тих, які належать до класу норм права.

На сьогодні сприйняття смислу норм права ускладнюється інколи не виправдано поспішними кроками у законодавчій діяльності, коли закони приймаються без належного опрацювання відповідними спеціалістами. Крім того, на ефективності правотворчої діяльності негативно позначається низький рівень правової культури населення, невідповідні часу стереотипи у ставленні до закону тощо.

Освоєння юридичної герменевтики дозволить студентам не лише усвідомити смисл норми, але й акумулювати цей смисл у коректних висловлюваннях таким чином, аби не виникало ніяких сумнівів відносно доречності цієї норми у конкретній ситуації на практиці.

Юридична герменевтика, як відомо, займається тлумаченням:

- (1) тексту законів;
- (2) правових фактів.

Розглянемо ці напрями докладніше. Тлумачення правових норм має на меті їх уніфіковане сприйняття і застосування. У наукових працях, присвячених проблемі юридичної інтерпретації, наголошується на складності та багатогранності цього процесу.

По-перше, тлумачення закону розпочинається із сприйняття і усвідомлення його змісту, а це означає, що у свідомості суб'єкта відбувається досить складний внутрішній мисленнєвий процес. По-друге, тлумачення передбачає роз'яснення цієї норми іншим суб'єктам

суспільних відносин, учасникам певної правової ситуації. Юридичне значення має не осмислення, вивчення або аналіз правової норми, а її застосування у конкретних умовах. І по-третє, засвоєння норми та її роз'яснення із подальшим застосуванням є нерозривним процесом. Розмежування цих складових може бути виправданим лише в методичних цілях, з метою більш повного аналізу того чи іншого аспекту в інтерпретаційній діяльності. Зауважимо, що роз'яснення має конкретні форми прояву: писемну (офіційний акт, документи, правовий акт) або усну (поради, рекомендації тощо).

Таким чином, *тлумачення правової норми* – це «діяльність по з'ясуванню змісту правового акту задля його практичного застосування»¹. Між тим, адекватність практичної реалізації правової норми юристом-початківцем залежатиме від того, наскільки він буде підготовлений до даного виду правової діяльності. Ефективність такої підготовки зумовлюється багатьма чинниками.

Так, не можна не враховувати той факт, що розуміння норми права має в своїй основі досвід попереднього індивідуального тлумачення та відповідний досвід інших суб'єктів, на що справедливо вказує О.Черданцев. Цей процес не виключає і певний суб'єктивізм, особливо у випадку, коли нормативний акт тлумачиться різними інтерпретаторами. Однак, неприпустимим є прийняття протилежних по суті своїх рішень стосовно тотожних предметів на основі однієї й тієї ж норми права, адже така практика суперечить основоположним правовим засадам держави.

Безсумнівно, що смисл у норми, яка піддається інтерпретації – єдиний. Але в інтерпретаторів може бути різний рівень мовленнєвої підготовки і відповідно різний рівень грамотності. Як уникнути розходжень у тлумаченні норми за таких умов?

Окремі дослідники і юристи-практики пропонують використовувати спеціальні комп'ютерні програми, пристосовані для різних галузей законодавства. На користь такого підходу говорить те, що «мова» комп'ютера є уніфікованою, має вже готове мовне кліше. Можливо, що раціональне зерно у таких пропозиціях є, але це не може бути панацеєю у ситуаціях, коли юрист через невідповідний рівень мовленнєвої і правової підготовки не в змозі належним чином інтерпретувати правову норму.

Норми права – ідеальні об'єкти, «одягнені» у матеріальну оболонку, і тільки опосередковане пізнання – мислення, яке оперує поняттями, судженнями, умовиводами, може досягнути смисл норми права. Таке

¹ Карташов В.Н. Юридическая практика в правовой системе общества // Общая теория государства и права / Под ред. М.Н. Марченко. Т. 2. – М. : Из-во «Зерцало», 1998. С. 46.

розуміння розпочинається із сприйняття словесних норм, за допомогою яких і виражається у правовому тексті воля законодавця.

Тобто інтерпретація правових актів розпочинається з аналізу тексту, складовими якого є:

(1) знаки (елементи), з яких і формується текст, і які виконують роль носіїв певних смислових значень;

(2) логічні, лексичні, морфологічні, синтаксичні, графічні та інші зв'язки між знаками;

(3) цілісність тексту, яка свідчить про те, що текст як ціле завжди «більше» суми своїх частин, а зміст тексту не можна сприймати як звичайну суму окремих смислів;

(4) функціональне призначення тексту як системи.

Отже, в основі інтерпретаційної діяльності предметом вивчення має стати текст в усіх його вимірах як формалізоване, мовленнєве вираження права.

На початковому етапі такої підготовки студенти – майбутні юристи – знайомляться із специфікою юридичного тексту: особливостями стилю юридичних мовних конструкцій, внутрішньої будови (наприклад, вступна, описова, резолютивна складові правоустановчого акту) та змісту (як-от, необхідність введення у текст договору зобов'язань сторін). В подальшому необхідно дослідити усі етапи аналізу юридичного тексту: лексико-морфологічний (полягає у тому, щоб встановити значення і функції термінів, які мають місце у тексті) і синтаксичний (передбачає встановлення способів поєднання слів у словосполучення і речення, простих речень – у складні тощо).

Таким чином, мовленнєві форми, через які власне й подається для сприйняття правова норма, є інструментом тлумачення.

§3.4. Види інтерпретації правового тексту.

До основних видів тлумачення правових текстів належать: *філологічне* (граматичне), *логічне*, *спеціально-юридичне* (формально-юридичне), *соціально-історичне*, *функціональне*. Використання цих способів інтерпретації текстів у юридичній діяльності відбувається із різною послідовністю. Водночас не викликає сумніву первинність словесного аналізу тексту, якого, зазвичай, достатньо для виявлення об'єму і змісту правової норми. Розглянемо детальніше способи, що мають найбільш виражений зв'язок із комунікативною діяльністю юриста.

Філологічна (граматична) інтерпретація спрямована на встановлення з допомогою засобів мови та зв'язків, які існують між ними у тексті, смислових параметрів правової норми, що дозволяють адекватно розкрити конкретний зміст нормативних приписів із

вираженою в них волею законодавця. Заслужують на увагу прийоми філологічної інтерпретації, які умовно об'єднанні у дві групи: *логіко-граматичні* та *етимологічні*.

До першої групи належить прийом тлумачення тексту на основі «букви» закону, який ґрунтується на граматичному аналізі тексту. В такому випадку аналізу піддається узгодженість лексичних одиниць у роді, числі і відмінку, використання dokonanoї або nedokonanoї форми дієслів, особливості пунктуації. У ході інтерпретаційної практики необхідно враховувати різноманітність типів речення: повні і неповні, прості і складні, складнопідрядні та складносурядні, односкладні й двоскладні, поширені й непоширені тощо, які по-різному констатують реальність й виражають волю законодавця.

Що ж до другого виду філологічних прийомів – етимологічного, то його суть полягає у роз'ясненні особливостей походження слів (чи це власне українські слова, чи запозичені), переходу їх із активної лексики у жорсткі рамки «мови» закону і перетворення на терміни; у реконструкції вихідної форми і структурно-семантичному аналізі лексики.

Так, у побутовому мовленні поняття «крадіжка», «напад», «насилля» можуть вживатися по відношенню до цілої низки дій людини, тоді як використання їх у тексті закону передбачатиме однозначність і «прив'язку» до спеціального, так званого технічного смислу. І якщо законодавець надає якомусь слову або виразу спеціального значення, то в усіх інших статтях закону, де також вживається це слово, воно повинне мати таке ж значення. Таким чином, етимологічний аналіз спрямований не лише на зовнішню, а скоріше на внутрішню форму слова.

Проникаючи вглиб віків, етимологія досліджує походження слова, його спорідненість з іншими словами, зміни, які відбулися у будові слова та його значенні. Якщо будова і значення слова є прозорими і не зазнали ніяких історичних змін, то аналіз змісту поняття не викликає труднощів. Якщо ж такі зміни були, то звернення до етимологічного аналізу є не лише виправданим, а й вкрай необхідним. Воно дозволить вирішити наступні завдання: визначити походження юридичного терміну, і якщо він є запозиченим, з'ясувати коло його значень у материнській мові; дослідити внутрішню форму – той образ, який покладено в основу поняття, якщо воно з'явилося як метафоричне; розгляд глибинної семантики юридичних термінів у контексті дослідження історичних елементів соціально-правової ситуації, що мали або мають місце у суспільному житті.

Звернення до етимологічного аналізу юридичних текстів є свідченням стійких зв'язків словесної форми і правового мислення із

правою культурою і набути людством правовим досвідом. За твердженням Ю. Ващенка, «слово не забуває свого шляху і не може остаточно вивільнитися від тих конкретних контекстів, до яких воно належало»¹.

Але слід враховувати, що етимологічний (історичний) аналіз в межах навчальної діяльності студента-юриста повинен мати чітку практичну направленість і осмислену доцільність. Особливу увагу слід приділити не стільки походженню лексичної одиниці як такої, скільки історії юридичного терміну, дослідженню тих мовних процесів, на тлі яких цей термін змінювався. Таким чином, етимологічний аналіз може бути з успіхом використаний не лише для підвищення рівня грамотності юристів, але й кращого засвоєння змісту юридичної термінології й мисленнєвої діяльності в цілому, адже історія розвитку мови тісно пов'язана з розвитком юридичних понять і правових установок.

Отже, філологічна (граматична) інтерпретація є універсальною, тому що інтегративно акумулює у собі значну кількість способів і прийомів роботи із юридичним текстом. Окрім того, вона безпосередньо пов'язана із логічною інтерпретацією, яка відбувається з використанням прийомів і засобів формальної та діалектичної логіки для пізнання правових явищ. Завдання інтерпретатора у правоустановчій практиці полягає лише у з'ясуванні смислу правової норми: він не повинен ніяким чином змінювати її. Тобто текст закону, закладені у нього зміст і логіка мають бути для інтерпретатора недоторканими.

Існує думка, що вдаватися до філологічної інтерпретації юридичних термінів слід обережно, адже цей підхід є вкрай недосконалим через нестійкість граматичних норм, їх змінюваність з огляду на динамічність розвитку національних мовних систем, через потенційно можливі помилки самого укладача закону, через те, що закон є, як правило, продуктом діяльності багатьох людей тощо. Однак, не підлягає сумніву, що комунікативні навички інтерпретації юридичного тексту необхідні спеціалісту-правнику на багатьох ділянках його професійної діяльності (у консультативній роботі, у підготовці до промови у суді, у ході професійного діалогу тощо), а дослідження тексту юридичної норми, як із лексико-граматичних, так і етимологічних позицій, збагачує правовий досвід майбутнього юриста й розвиває його мислення.

Спеціально-юридичне (формально-юридичне) тлумачення являє собою сукупність прийомів, що суттєво відрізняються від інших способів інтерпретації у зв'язку із зверненням до аналізу спеціальних

¹ Ващенко Ю.С. Словообразовательный анализ в юридической технике языка // Современные интенсивно-развивающие технологии обучения в высшем образовании. – Тольятти, 1999. – С. 162.

термінів, техніко-юридичних засобів і прийомів вираження волі законодавця.

Соціально-історичне тлумачення права – з'ясування змісту волі законодавця, завдяки дослідженню історичної ситуації, що спричинила видання правового акта, розстановки політичних сил в суспільстві, соціально-економічних та політичних чинників, які власне й зумовили ініціативу і саму появу правового акта.

В окремих класифікаціях виділяється функціональний спосіб тлумачення права, що спирається на знання різного роду фактів і умов, в яких функціонує (діє), застосовується і тлумачиться норма права. Це новий спосіб тлумачення, і він поки слабо розроблений в юридичній науці.

Систематичне тлумачення права – це з'ясування змісту правових вимог у їхньому взаємному зв'язку, з урахуванням їх місця і значення в даному нормативно-правовому акті, інституті галузі та системі права в цілому. Систематичне тлумачення має особливе значення для органів, що застосовують норми права. Воно є необхідною умовою правильної кваліфікації юридичних справ.

§3.5. Усне мовлення як інструмент професійного спілкування. Вербальна комунікація передбачає використання мови з її багатого фонетикою, лексикою, синтаксисом. Усне мовлення – найважливіший інструмент професійного спілкування, форма існування мови, що безпосередньо проявляється у професійній діяльності юриста.

У психології розрізняють *внутрішнє і зовнішнє мовлення*. Внутрішнє мовлення не слід розглядати спрощено, у вигляді промовляння окремих слів або фраз «про себе». Воно являє собою більш складний процес, що є своєрідним підґрунтям для розгорнутого висловлювання вголос.

Внутрішнє мовлення є переважно ситуативним, тобто завжди пов'язане з певною ситуацією, умовами, які його викликають. Цим і пояснюються його фрагментарність, стислість. Поряд зі словами у внутрішньому мовленні можуть бути використані образи і схеми, тобто предмет мовлення може бути не названий, а поданий як образ (образ-схема).

Найпростішою формою зовнішнього мовлення є афективне, тобто таке, що складається з окремих вигуків, звичних мовних штампів. Спонукальним моментом такого мовлення є афективна напруга мовця. У ній часто відсутні чіткий задум, усвідомлений мотив. Тому, аналізуючи подібні афективно забарвлені висловлювання, можна зробити висновки про психічний стан особи. В окремих випадках подібні фрази можуть мати і симулятивний характер, коли свідок,

наприклад, намагається ввести слідство, суд в оману щодо свого істинного емоційного стану, дійсного ставлення до подій.

Найбільш поширеною в юридичній практиці є усне *діалогічне мовлення* – основний вид мовлення, який використовується у процесі спілкування слідчого, судді, прокурора, адвоката з учасниками кримінального та цивільного процесів, різними посадовими та іншими особами.

Діалог є розмовою між двома або кількома особами. Особливістю діалогічного спілкування є зміна ролей адресанта й адресата. Ініціатива у спілкуванні переходить від одного до іншого. Адресант стає адресатом і навпаки. Завдяки новітнім технологіям ця багатовекторність робить масове спілкування багатограним і повноцінним, оскільки створюються умови для ефективного обміну інформаційними продуктами, більш повно реалізуються інтереси маси, задовольняються індивідуальні потреби, своєчасно уточнюються позиції її представників.

Особливим видом усного мовлення є *монологічне мовлення*, що являє собою розгорнутий виклад системи поглядів, думок, знань людини. Монолог є одновекторним типом спілкування, що не вимагає комунікативної реакції комуніката. Як форма мовлення монолог являє собою найбільш розлоге й логічно організоване повідомлення під час спілкування.

З погляду комунікації монолог є цікавим з тієї причини, що у ньому, як у мовній формі, криється одновекторне спілкування, яке характеризується природною спрямованістю процесу комунікації від адресанта до адресата. Найчастіше такого типу спілкування дотримуються в ЗМК, коли комунікація являє собою процес спілкування із значною кількістю людей, хоч і на персональному рівні подібна односпрямованість процесу цілком можлива. Недоліком монологічного спілкування є те, що результативність процесу комунікації безпосередньо не береться до уваги і стає незрозумілим, успішно чи не успішно завершилося спілкування.

Ще одним різновидом зовнішньої мови є *письмова мова* – найбільш складний вид монологічного висловлювання, що вимагає точного знання предмета викладу, правильного використання лексико-граматичних кодів мови.

У кримінальному, цивільному процесі *письмова монологічна мова* використовується при складанні процесуальних документів, в яких виражається позиція їх упорядника, аналізуються докази, викладаються мотиви прийнятих рішень.

У зв'язку із чіткою регламентацією складання процесуальних документів в криміналістичній літературі можна зустріти термін «*протокольна мова*» («*протокольний стиль викладу*»). Під цим терміном

мається на увазі не тільки сукупність спеціальних юридичних термінів і понять, а й певні мовні звороти, стилістичні правила складання процесуальних документів, їх обов'язкові реквізити.

Юристам постійно доводиться вдаватися до різних мовних форм, оцінювати особливості мовної поведінки інших осіб. Насамперед до чужої мови слід ставитися як до джерела інформації, зокрема як до джерела доказів у справі. Однак, отримана у ході комунікації інформація може придбати силу доказу тільки в тому випадку, якщо мова свідка, потерпілого, підозрюваного, обвинуваченого реалізувалася в певному процесуальному режимі, якщо вона зафіксована у вигляді показів. В інших випадках мова згаданих осіб може розглядатися лише як звичайні висловлювання. Мова (усна або письмова) може також цікавити слідчого, суддю і як об'єкт ідентифікації суб'єкта за її особливостям (звук, почерк, інші ознаки). Істотний вплив на якість, повноту комунікації має стан емоційної напруженості, в якому перебуває людина, викликана в правоохоронні органи або яка знаходиться в залі судового засідання.

За манерою мовної поведінки можна зробити висновок про індивідуально-психологічні особливості людини, її виховання, інтелектуальний розвиток, особливості мислення, психічний стан, характерні психічні відхилення або розлади психіки.

Найбільш поширеними порушеннями мовлення є:

- логорея – підвищена мовна активність, перескакування з однієї теми на іншу, коли мовець не чекає відповіді на свої питання;
- персеверація – багаторазова повторюваність висловлювань повністю або частково;
- розірваність мовлення, відсутність у ньому смислового змісту при зовні правильній граматичній формі, а також зайва докладність, перенасичення подробицями, в'язкість викладу;
- резонерство, мудрування, безпідставність і безплідність міркувань аж до їх повної безглуздості.

Свої особливості має мовна поведінка і в кримінальному середовищі, в якому поширений кримінальний жаргон. За кримінальним жаргоном співбесідника можна вивчати як психологію особистості окремого злочинця, його приналежність до певного злочинного співтовариства, так і психологію конкретних кримінальних груп.

Особливості мовної поведінки юриста безпосередньо пов'язані з його освітою, вихованням, соціальним статусом. Висловлювання юриста у процесі професійного спілкування наповнені правовими поняттями, містять мовні конструкції, що відповідають правилам мовного етикету, дотримання якого сприяє встановленню і підтриманню психологічного контакту, взаєморозумінню сторін.

§3.6. Уміння слухати у професійній діяльності юриста.

Практика ділової взаємодії показує, що вміння цілеспрямовано, активно слухати є запорукою успіху у професійній діяльності. Уміння слухати – це необхідна умова розуміння позиції партнера, об'єктивної оцінки існуючих між партнерами по комунікації розбіжностей.

Ефективне слухання передбачає:

- сприйняття інформації від мовців, при якому слухач утримується від вираження своїх емоцій;
- заохочувальне ставлення до мовця, коли слухач ніби «підштовхує» його продовжувати вербальне спілкування;
- вплив на мовця, що спонукає його до послідовного («крок за кроком») розгортання думки .

Слухання – процес активний. Наукові дослідження показали, що сучасні адміністратори щодня витрачають 40% службового часу на слухання, водночас ефективність слухання (точність сприйняття інформації, процедурна культура, ефект розуміння тощо) у більшості з них, як правило, не висока – близько 25%.

Уміння слухати, як метод сприйняття інформації, використовується в діловому спілкуванні набагато частіше, ніж уміння читати і писати разом узяті: слухання – 40% робочого часу, говоріння – 35%, читання – 16%, письмо – 9%.

Стиль слухання людини залежить від багатьох факторів: від особистості, характеру, інтересів, статі, віку, статусу учасників спілкування, від конкретної ситуації.

Фактори, що знижують ефективність слухання: відключення уваги, висока швидкість розумової діяльності, антипатія і нетерпимість до чужих думок, вибірковість уваги.

Існують внутрішні і зовнішні перешкоди слухання. До найбільш поширених внутрішніх перешкод слухання відносять звичку розмірковувати про сторонні речі під час розмови.

Зовнішніх перешкод набагато більше:

- співрозмовник говорить недостатньо голосно або пошепки;
- манера говорити, що відволікає увагу співрозмовника;
- шумові перешкоди (шум транспорту, ремонтних робіт, присутність сторонніх у кабінеті);
- дуже висока або низька температура у приміщенні;
- погана акустика;
- звичка поглядати на годинник;
- телефонні дзвінки;
- акцент мовця, монотонність, занадто швидкий або занадто повільний темп мовлення;
- обмеженість у часі, відчуття, що регламент вичерпано;

- надмірна завантаженість на роботі;
- погана погода;
- колір стін у приміщенні (червоний – дратує темно-сірий – пригнічує, жовтий – розслабляє);
- неприємні запахи в приміщенні;
- звичка тримати в руках сторонні предмети;
- непосидючість, метушливість слухача, а також звичка жувати гумку, постукувати ручкою, малювати.

Американський дослідник комунікативних процесів Келлі виділяє чотири види слухання.

1. *Спрямоване, критичне слухання*, коли учасник спілкування спочатку здійснює критичний аналіз повідомлення (найчастіше превентивно, тобто спілкування розпочинається вже з установкою на критичне сприйняття інформації), а потім намагається його зрозуміти. Таке слухання буває доречним там, де обговорюються рішення, проекти, ідеї, точки зору тощо. Якщо ж обговорюється нова інформація, повідомляються нові знання, критичне слухання є малоперспективним. Установка на відторгнення інформації не дозволяє прислухатися до неї, вимагає акцентування уваги лише на тому, що підтверджує небажаність слухання. У результаті все цінне ніби проходить повз слухача, інтерес до інформації зникає, й людина лише втрачає час, залишаючись при цьому незадоволеною.

2. *Емпатійне слухання*, при якому учасник ділової взаємодії приділяє більше уваги «зчитуванню» почуттів, а не слів. Таке слухання є ефективним лише в тому випадку, коли мовець викликає у слухача позитивні емоції.

3. *Нерефлексивне слухання*, що передбачає мінімальне втручання у мову співрозмовника при максимальній зосередженості на ній.

Нерефлексивне слухання прийнятне у таких ситуаціях:

- партнер «горить бажанням» висловити свою точку зору, ставлення до чого-небудь;
- партнер хоче обговорити наболілі питання, він переживає негативні емоції;
- партнеру важко висловити словами те, що його хвилює;
- партнер сором'язливий, невпевнений у собі.

Нерефлексивне слухання є доречним і тоді, коли співрозмовник має бажання висловити своє, вже сформоване ставлення до особи чи події, докладно пояснити власну точку зору з певного питання. Таке слухання корисне для встановлення суті і основного змісту справи, з якою, наприклад, клієнт звертається до юрисконсульта, або пропозиції чи скарги у ході проведення переговорів, в цілому для з'ясування потреб і запитів клієнта. Окрім того, нерефлексивне слухання дозволяє

співрозмовнику «випустити пару» – висловити, інколи досить емоційно, свої міркування щодо болючих питань, образу, розчарування, занепокоєння. Уважно вислухавши такий монолог, той же юрисконсульт дасть змогу клієнту відчутти себе значущим, а свої проблеми – важливими для співрозмовника. Водночас небезпека такого слухання полягає у тому, що люди можуть сприйняти вияв співчуття і розуміння як згоду із тим, що було висловлено.

Нерефлексивне слухання недоречне тоді, коли воно суперечить інтересам співрозмовника і заважає його самореалізації. Цим слуханням можуть зловживати люди, які люблять багато поговорити, не сприймають потреб оточуючих і прагнуть контролювати інших.

Специфіка нерефлексивного слухання полягає в умінні «уважно» мовчати, не перериваючи мову співбесідника своїми зауваженнями. Нейтральні, по суті незначущі фрази («Так!», «Як це?», «Розумію вас...», «Що?») є тими «мінімальними» і найпростішими інструментами комунікації, які дозволяють змістовно продовжити бесіду. З їх допомогою співрозмовник запрошується до вільної невимушеної комунікації. Уважність слухача проявляється в покачуванні головою, в підкресленні почутого окремими словами, звуками, які нібито говорять співрозмовнику «Так-так, я розумію», у повторенні окремих фраз, сказаних клієнтом, що має показати вашу зацікавленість. Важливо при цьому підтримувати візуальний контакт із співрозмовником.

Можна використовувати і так звані «буферні» фрази, як-от: «Ви чимось засмучені», «Вас щось хвилює?», «Щось трапилось?», «Приємно це чути». Звісно, якщо поза, вираз обличчя і в цілому настрій співрозмовника дозволяють використовувати подібні репліки. Дослідження свідчать, що звичайна нейтральна репліка підбадьорює співрозмовника і викликає в нього бажання продовжити розмову.

4. Активне рефлексивне слухання. При такому слуханні із мовцем встановлюється зворотний зв'язок. Зворотній зв'язок у процесі слухання досягається різними способами:

- розпитування (пряме звернення до мовця, яке здійснюється за допомогою різноманітних питань);
- перефразування, або вербалізація (перефразувати – значить висловити ту ж думку, але іншими словами. Слухач перефразовує думку мовця, тобто «повертає» йому суть повідомлення, щоб він зміг оцінити, чи правильно його зрозуміли);
- відображення почуттів (при відображенні почуттів основна увага приділяється не змісту повідомлення, а почуттям, які висловлює мовець, емоційній складовій його висловлювань);
- резюмування (тим самим партнер дає зрозуміти мовцеві, що його основні думки зрозумілі і сприйняті).

Юрист у спілкуванні із клієнтом повинен бути активним слухачем. Активне слухання проявляється у таких ознаках:

- слухач постійно дає зрозуміти співрозмовнику, що він уважно його слухає. Це проявляється у миміці, жестах, у підкресленні почутого за допомогою спеціальних слів, звуків, які мають переконати співрозмовника, що його розуміють;
- слухач час від часу повторює окремі фрази, сказані клієнтом для того щоб показати йому, що він уважно слухає;
- слухач дивиться в очі співрозмовнику, підтримує візуальний контакт із ним, підтверджуючи таким чином, що він зацікавлений у спілкуванні. Адже якщо не звертати уваги на вираз очей, жести і рухи свого співрозмовника, то ви почуєте лише незначну частину того, що він вам розповідає;
- слухач не повинен перебивати співрозмовника, його коментарі не можуть бути оцінюючими або звинувачувальними.

Оскільки до юристів найчастіше звертаються люди із травмованою психікою або у стані психічної напруженості, фрустрації, то і ставлення до них має бути відповідним: чуйним, уважним, особливо у ситуації, коли вони вперше розповідають про себе та свої проблеми. Як правило, перебуваючи у стані емоційної схвильованості, вони відчувають гостре бажання виговоритися. Проте, попри певну надмірність їх висловлювань, неприпустимо демонструвати викликане цим роздратування, відволікатися, перебивати їх. У такого роду комунікативних ситуаціях найпоширенішим є так зване нерелективне слухання, коли відвідувачеві надається можливість виговоритися. Від юриста ж вимагається лише вміння «уважно мовчати», супроводжуване короткими вербальними або невербальними (погляд, жести, кивки головою, миміка) сигналами.

Незалежно від предмету професійного спілкування слід пам'ятати: якщо людина переконана, що її не слухають, вона не скаже того, що вам необхідно почути. Більше того, якщо ви її слухаєте неуважно, то навряд чи зрозумієте, про що йде мова. Крім цього, ефективність слухання значною мірою залежить від того, наскільки людина внутрішньо гармонійна, щира, наскільки осмисленими є її вчинки, і чи здатна вона підпорядкувати свій настрій, свої емоції і почуття професійним потребам.

§3.7. Бар'єри у спілкуванні.

Найбільш типова помилка в оцінці процесу спілкування стає очевидною після фрази одного із співрозмовників: «Я сказав те, що хотів. Він зрозумів те, що я хотів сказати». Досить часто виявляється,

що партнер зрозумів далеко не все або зрозумів зовсім не так, як хотілося оповідачеві.

Причиною такої ситуації, як правило, є численні бар'єри у спілкуванні, які умовно можна об'єднати у такі групи:

1. Мовні бар'єри.

Семантичний бар'єр виникає тоді, коли ділові партнери користуються одними і тими ж знаками (у тому числі словами) для позначення абсолютно різних речей. Причини виникнення такого бар'єру можуть бути різними. Аби подолати семантичний бар'єр, необхідно знати особливості культурного, соціального розвитку партнера по спілкуванню, використовувати зрозумілу для нього лексику.

В одній із праць відомого соціолога В. Співака знаходимо опис такого, на перший погляд, абсурдного випадку з життя.

У суді заслуховується справа про нанесення тяжких тілесних ушкоджень. У ролі обвинуваченого виступає юнак, який після школи вирішив підзаробити у бригаді будівельників. Хлопчина з інтелігентної родини уявлення не мав про специфіку комунікації у даному середовищі. У парі із досвідченим робітником, вони мали випрямити стійку балконної огорожі. Робітник дав хлопцеві кувалду і, піддівши стійку ломом, дав команду: «Бий по ребру!» Не зрозумівши про яке ребро йде мова, хлопець неумисно наніс напарнику тяжкі тілесні ушкодження. Як бачимо, незнання лексикону своїх співрозмовників може призвести навіть до трагічних наслідків.

Невміння виражати свої думки так, аби інші сприймали їх правильно, дуже заважає спілкуванню. Гельвецій говорив: «Потрібно набагато більше розуму, щоб передати свої ідеї, ніж щоб мати їх ... Це доведено тим, що існує багато людей, які вважаються розумними, але пишуть дуже погані твори». Необхідно набратися терпіння і використовувати все своє вміння слухати, ставити питання, аби отримати від партнера необхідну для вас інформацію.

Фонетичні бар'єри виникають на перцептивному рівні, коли людина сприймає й ідентифікує елементи мовлення – слова, звуки тощо. Причина – погана вимова (нечітка, коли людина ніби «жує» слова, або надто тиха, інші вади вимови).

Бар'єр, пов'язаний із невмінням слухати проявляється у тому, що партнер перебиває співрозмовника, починає говорити про своє або поринає у власні думки і зовсім не реагує на слова мовця (докладно описано у §.3.6).

Бар'єр модальностей виникає тоді, коли людина не замислюється над тим, який канал сприйняття є у співрозмовника пріоритетним: зоровий (візуальний), слуховий (аудіальний), кінестетичний.

До числа найбільш типових вербальних проявів провідних модальностей людини можна віднести наступні:

– для візуального типу: «бачу, що ви маєте на увазі»; «це виглядає негарно»; «давайте ще раз подивимося на цю проблему»; «при найближчому розгляді виявилось...»; «пролити світло на дану проблему»; «у мене склалося дуже туманне уявлення про .. » тощо;

– для аудіального типу: «пропускаю повз вуха»; «нечувана зухвалість»; «по правді кажучи»; «давайте послухаємо»; «скажіть мені ... »; «слово за слово – і час проминув» тощо;

– для кінестетичного типу: «зловив думку, ідею»; «вийду на зв'язок»; «холодна людина»; «товстошкіра людина»; «сильний, убивчий аргумент»; «добре влаштувався»; «черства людина»; «це мене дратує, зачіпає»; «я і пальцем не поворохну заради ... » тощо .

Рідше зустрічаються модальності, що передбачають сприйняття людиною оточуючого світу переважно через запахи або на смак.

В першому випадку людина вживатиме такі вирази: «це добре (погано) пахне», «свіжий запах»; «свіжий, як троянда»; «який приємний запах»; «від цієї справи погано пахне» тощо. Представники другої категорії скоріше скажуть так: «гіркий досвід»; «ця людина гірка як пігулка»; «справа смаку»; «в'їдлива людина»; «переварити інформацію»; «він цю ідею спокійно проковтнув»; «гірка правда» тощо.

Усвідомлення того, що у кожної людини є певний пріоритетний канал сприйняття, робить нас більш толерантними, а вміння його визначати дозволяє знайти адекватний спосіб спілкування з конкретним співрозмовником, зробити контакт з ним не тільки безконфліктним, але й ефективним.

2. Бар'єри взаємодії.

Мотиваційний бар'єр виникає, якщо у партнерів різна мотивація для спілкування. Наприклад, юрист зацікавлений у якнайшвидшому розгляді справи і встановленні справедливості, а його партнер по комунікації – злочинець, який прагне уникнути покарання і ввести слідство в оману. Комунікантам важливо із самого початку дізнатися про наміри одне одного і при можливості узгодити мотиви співпраці. Якщо це не вдасться, спільна робота приречена на провал.

Етичний бар'єр виникає тоді, коли взаємодії із партнером заважає його моральна позиція, несумісна з вашою. Чи йти у такому випадку на компроміс, кожен із партнерів по комунікації вирішує сам. Водночас прагнення перевиховати або присоромити партнера може мати негативний ефект.

Бар'єр некомпетентності. Некомпетентність партнера ускладнює процес комунікації, оскільки іншому доводиться витратити свій час на його поінформування. Якщо партнер зовсім не володіє ситуацією, краще ввічливо «згорнути» розмову і дати співрозмовнику можливість заповнити прогалини у своїх знаннях; якщо ж він володіє питанням частково, а перенести розгляд питання неможливо, потрібно надати йому у дохідливій формі необхідну інформацію, не акцентуючи уваги на його некомпетентності.

Бар'єр стилів спілкування залежить від темпераменту, характеру, світогляду людини і формується під впливом виховання, оточення, професії.

Зміст стилю спілкування складають такі чинники:

- провідний мотив спілкування (взаємодія, самоствердження, емоційна підтримка співрозмовника тощо);
- ставлення до інших людей (м'якість, доброзичливість, толерантність, жорстокість, раціоналізм, егоцентризм, упередженість);
- ставлення до себе (самозамилування, визнання своїх недоліків, відстоювання «честі мундира», нав'язування своєї думки тощо);
- характер впливу на людей (тиск, примус, маніпуляція, співробітництво, особистий приклад, невтручання тощо).

Як же зробити так, щоб стиль спілкування партнера не став перешкодою в спілкуванні з ним? Необхідно усвідомити, що стиль поведінки людини – це прояв її глибинних сутнісних характеристик, і, якщо це не заважає справі, його слід приймати таким як є, незалежно від вашого ставлення.

3. Бар'єри сприйняття і розуміння.

Естетичний бар'єр виникає в тому випадку, коли партнер неохайно одягнений або вигляд його робочого кабінету не розташовує до бесіди. Подолати цю внутрішню перешкоду для спілкування досить важко, водночас, якщо цей контакт для вас дуже важливий, не варто «зациклюватися» на ній.

Статусні бар'єри пов'язані із різним соціальним становищем партнерів. Це особливо помітно, коли один із комунікантів схильний відчувати трепет перед начальством. Позбутися такого ставлення допомагає наступна установка перед розмовою: «Начальник така ж людина, як і я. Йому притаманні всі людські слабкості. У мене немає причин для хвилювання. Я буду говорити спокійно і просто, розраховуючи на розуміння. Я поважаю себе і знаю свою справу, і він це відчує».

Такі бар'єри виникають і тоді, коли підлеглі, аби прислужитися начальнику, показати себе у кращому світлі, надають йому невірну,

спотворену інформацію, транслюють сигнали, які докорінно відрізняються від того, що вони думають насправді.

Спотворення інформації є досить розповсюдженим явищем, що заважає ефективній комунікації. Чим більше ступенів передачі інформації, тим більшою є ймовірність її спотворення (Згадаймо дитячу гру «Зіпсований телефон»!).

Бар'єр негативних емоцій виникає у спілкуванні із людиною, що переживає стрес. Юристу у практичній діяльності часто доводиться стикатися із претензіями, обвинуваченнями, із почуттям озлоблення і обурення з приводу складних обставин, а тому він повинен бути завжди витриманим і володіти собою, уміти зняти психологічну напругу із тих, хто прийшов до нього на прийом, намагатися не допустити загострення ситуації.

Бар'єр, пов'язаний із станом здоров'я (фізичного чи духовного), також впливає на те, як людина спілкується. Юрист повинен уміти спостерігати за зовнішніми ознаками співрозмовника і робити висновки щодо стану його здоров'я. Це допоможе обрати відповідний тон, слова або спонукає скоротити час спілкування, аби не втомлювати співрозмовника.

Бар'єр установки виникає, коли у вашого співрозмовника є щодо вас або організації, яку ви представляєте, вже сформоване негативне ставлення. У такому разі краще не намагатися переконувати партнера, а спокійно поставитися до неприязні як до прояву невігластва, слабкості, відсутності культури, необізнаності. Тоді несправедливе ставлення не буде вас зачіпати, а незабаром воно і зовсім зникне, бо ваші справи і вчинки змусять партнера змінити свою думку.

Бар'єр двійника полягає в тому, що ми мимоволі очікуємо від партнера такого ж вчинку, який зробили б самі на його місці. Аби уникнути бар'єру двійника, слід розвивати здібності до децентрації.

Бар'єр характеру також може створювати проблеми у спілкуванні. У кожної людини свій характер, але виховані люди вміють поводитися так, аби їх характер не став джерелом конфлікту. Не всі, однак, хочуть і вміють розібратися в собі і контролювати себе. Люди із яскраво вираженими особливостями темпераменту можуть бути досить незручними співрозмовниками.

4. Гендерний бар'єр.

Комунікативна поведінка чоловіків і жінок має суттєві відмінності. Це пояснюється їх природними особливостями, що сформувалися у ході еволюції і закріпилися в їх поведінці і спілкуванні. Так, у характері чоловіка закладено прагнути інтенсивного контакту із оточуючим середовищем, перетворювати, «завойовувати» його. Жінка ж навпаки

налаштована на «консервативну» стратегію, пристосування, адаптацію до середовища. Якщо жінку і чоловіка раптово помістити у зону сильного холоду – жіночий організм почне виробляти жировий шар для захисту від холоду, чоловік же буде шукати можливості змінити ситуацію, а не пристосовуватися до неї.

Найбільш значущими вважаються такі відмінності у комунікативній поведінці чоловіка і жінки.

1. Чоловіча комунікативна стратегія є інерційною: чоловік, як правило, «пре рогом», наполегливо прагне досягнення поставленої цілі, його дуже важко переконати відмовитися від своєї думки. Чоловіка легше «запустити», ніж «зупинити». Жінка у спілкуванні більше прагне демонструвати стратегію «поступливості».

2. Чоловіки використовують ситуацію спілкування, у першу чергу, аби вирішити якусь проблему, домогтися наміченої цілі. Відповідно, якщо чоловік ініціює ситуацію спілкування, то для того, аби отримати необхідну для вирішення цієї проблеми інформацію.

Спілкування для жінки – це теж спосіб вирішення проблеми, але це ще і засіб знизити напругу, відчутти себе краще, встановити якісь емоційні контакти для закріплення відносин, створити творчу атмосферу, відкрити щось нове.

3. Більшість чоловіків спочатку розмірковують над проблемою, а якщо заговорили – то переходять до самої суті. Жінка ж вирішує проблему «проговорюючи» її. Для чоловіка розмови про проблему замість розмірковування над планом її вирішення – не прийнятні.

4. Як правило, для чоловіка показником фаховості є те, що його співбесідник обходиться мінімумом слів, говорить коротко і по суті. Жінка ж навпаки може сприйняти стислість викладу думок співрозмовника як погане до себе ставлення, невдоволення собою.

5. Чоловік у скрутну хвилину схильний «применшувати» проблему, тим самим він певною мірою знімає стрес. Тоді як жінка навпаки може перебільшувати складність ситуації, багаторазово її проговорювати – це її «ліки від стресу». І тільки після цього у неї, як правило, формується чіткий план дій.

6. У вирішенні проблеми чоловік інстинктивно слідує девізу: «Не можеш – забудь!», жінка: «Якщо нічого не можна вдіяти – то хоча б про це поговоримо».

Загалом, якщо жінка згадує про проблему – для чоловіка це сигнал, що їй треба дати пораду, запропонувати вирішення проблеми, допомогти. Проте, як правило, її просто треба вислухати. Для чоловіка ж важливо, аби жінка говорила не про саму проблему, а про її вирішення.

7. Чоловіки не люблять, коли їм ставлять багато питань, і, порівняно із жінками, втричі менше питають. Чоловік запитує про те, що йому справді треба знати задля вирішення проблеми. Як правило питання чоловіка короткі і по суті. Якщо він запитує – це означає: його думка ще може змінитися, готового рішення ще немає. Жінки грішать риторичними або надто абстрактними питаннями на зразок «Ну і як тепер жити?» або «Що ж тепер буде?». Переважно це означає, що рішення у неї вже визріло, або вона над ним продовжує розмірковувати, інколи – вголос.

8. Якщо чоловік не може впоратися із проблемою самотужки – це викликає у нього стрес. Жінка переконана: якщо роботу виконує одна людина, то двоє впораються із нею більш ефективно.

Юристу, який займається консультативною діяльністю, слід пам'ятати: чоловіки звертаються до допомоги значно рідше, ніж жінки – для них це означає визнати себе слабкими, некомпетентними. Ситуація в психологічному сенсі для чоловіка погіршиться, якщо юрисконсульт – жінка (дарма, що мова йде про професійну комунікацію). В такому випадку треба обрати правильний стиль бесіди, що скоріше відповідає чоловічому способу мислення.

9. Чоловіки погано розуміють натяки, підтекст, схильні сприймати усе буквально. До того ж чоловік, на відміну від жінки, не схильний сприймати дрібні деталі: це стосується як зовнішнього виду співбесідника, так і предмету розмови.

Комунікативна культура особистості передбачає, що чоловіки повинні знати і враховувати особливості жіночої поведінки і спілкування, а жінки – чоловічого.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Що, на вашу думку, стало поштовхом до розвитку усного і писемного мовлення?
2. У чому особливість аудіовізуальної інформації та її відмінність від друкованої?
3. Як ви розумієте поняття «текст», «гіпертекст»?
4. Як сприймається читачем книжний текст?
5. Як характеризує гіпертекст Ж. Дерріда?
6. Що собою являє правовий текст?
7. Який зміст ви вкладаєте у поняття «мова права» і «правовий текст»?
8. Що є предметом дослідження юридичної герменевтики?

9. Які види інтерпретації правового тексту ви знаєте?
10. Які порушення мовлення можуть завадити усному спілкуванню?
11. Що, на ваш погляд, означає «уміння слухати»?
12. Які труднощі стоять на заваді ефективного слухання? Яких помилок зазвичай припускаються ті, хто слухає?
13. Яку роль у професійній діяльності юриста відіграє уміння слухати?
14. Які можуть бути зовнішні перешкоди слухання?
15. У чому особливість спрямованого, критичного і нерелексивного видів слухання?
16. Які ви знаєте види та способи здійснення зворотного зв'язку?
17. Які «бар'єри» можуть виникнути в юриста у ході вербального спілкування та як їх долати?

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Ахутина Т.В. Порождение речи. Нейролингвистический анализ синтаксиса. – ЛКИ., 2008. – 224 с.
2. Бахтин М. М. К методологии гуманитарных наук // Эстетика словесного творчества. – М. : Искусство, 1988. – 444 с.
3. Бахтин М.М. Проблема текста // Собр. Соч.: В 7 т. Т.5. – М. : Русские словари, 1996. – С.306-326.
4. Дудик П.С. Стилїстика української мови: навчальний посібник. – К.: Вид. центр «Академія», 2005. – С. 355.
5. Казарцева О.М. Культура речевого общения. – М. : Флинта, 2001. – 496 с.
6. Карташов В.Н. Юридическая практика в правовой системе общества // Общая теория государства и права / Под ред. М.Н. Марченко. Т. 2. – М. : Из-во «Зерцало», 1998. – С. 44-48.
7. Косенко Ю.В. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. / Ю.В. Косенко. – Суми: Сумський держ. ун-т, 2011. – 187 с.
8. Лосев А.Ф. Философия имени. – М. : Из-во МГУ, 1990. – 272 с.
9. Лотман Ю.М. О ценностях, которым нет цены // Воспитание души. – СПб.: Искусство-СПБ, 2003. – С.235-241.
10. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. – М. : «Рефл-бук», К.: «Ваклер». – 2001. – 656 с.
11. Шевчук С.В. Українське ділове мовлення: навч. посібник. – К.: Літера, 2000. – 226 с.

Розділ 4. Невербальні форми комунікативної культури юриста

§4.1. Невербальне спілкування: види та особливості застосування.

Невербальні компоненти спілкування є частиною орієнтувальної основи спілкування для комунікатора. Іншими словами, характер спілкування з самого початку значною мірою задається просторовими та деякими іншими візуальними «ключами», як-от: поза, жести, міміка. Дослідивши ці дані, можна краще зрозуміти оточуючих людей, дізнатися про їх справжнє ставлення до вас, їх приховані схильності і справжні наміри.

Спеціаліст із «мови тіла» А. Піз стверджує, що за допомогою слів передається 7% інформації; звукових засобів (включаючи тон голосу, інтонацію і т.п.) – 38 %; міміки, жестів, пози (невербальне спілкування) – 55%¹.

Невербальна комунікація, як правило, представлена наступними системами: візуальна, акустична, тактильна, ольфакторна².

Візуальна система включає у себе:

- жести, жестикуляцію;
- міміку, пози;
- реакції шкіри (почервоніння, збліднення, потовиділення);
- контакт очей (візуальний контакт);
- допоміжні засоби спілкування, в тому числі: підкреслення або приховування особливостей будови тіла (ознак статі, віку, раси тощо) за допомогою одягу, зачіски, косметики, окулярів або інших предметів, зокрема перебирання дрібних предметів у руках та інше.

Акустична система вбирає у себе наступні аспекти:

- паралінгвістична система (система вокалізації, тобто темп голосу, його діапазон, тональність);
- екстралінгвістична система (наявність у мовленні пауз, а також інших реакцій, як-от: покашлювання, сміх, плач, темп мовлення).

Тактильна система – дотики, потиск рук, обійми, поцілунки.

¹ Піз А. Язык жестов: увлекательное пособие для деловых людей. – М.: Ай - Кью, 1992. – 270 с.

² Морозов В.П. Невербальная коммуникация: экспериментально-теоретические и прикладные аспекты // Психологический журнал. – М.: 2001, № 1.– С.56.

Ольфакторна система включає приємні і неприємні запахи оточуючого середовища, природний і штучний запах людини.

Невербальне спілкування виконує наступні функції:

- вираження міжособистісних відносин;
- прояв почуттів та емоцій;
- управління процесами вербального спілкування;
- обмін ритуалами;
- регуляція самопрезентації.

За іншою класифікацією невербальні засоби спілкування утворюють такі групи:

- паралінгвістичні (інтонація, пауза, дихання, дикція, темп, гучність, ритміка, тональність, мелодика);
- екстралінгвістичні (сміх, шум, оплески тощо);
- кінестетичні (жести, міміка);
- проксемічні (поза, рухи, дистанція);
- допоміжні засоби, що також є джерелом інформації (загальна моторика різних частин тіла, одяг, зачіска, окуляри, борода, дрібні предмети в руках тощо).

Більшість дослідників схиляються до думки, що словесний канал використовується для передачі інформації, тоді як невербальний – для трансляції міжособистісних відносин. Невербальне спілкування цінне тим, що проявляється, як правило, несвідомо і мимохіть. Воно обумовлене імпульсами нашої підсвідомості. А з огляду на те, що імпульси ці підробити не можливо, то довіряти невербальному каналу комунікації ми маємо більше підстав, ніж вербальному.

Досить часто знакова система невербальної комунікації суперечить реальній мові, а тому розуміння мови знаків дозволяє пізнати істинний смисл сказаного. Слід мати на увазі: якщо позбавити людину можливості демонструвати ці знаки, змінюється її психологічний стан. Наприклад, якщо людина не в змозі продемонструвати жестами негативне ставлення до вас, цілком можливо, що поступово вона змінить це ставлення на краще.

Компоненти невербального спілкування найбільш значимі у перші секунди знайомства, коли не вимовлено ще жодного слова, а перша оцінка співрозмовника вже отримана за допомогою «зчитування інформації» з таких невербальних компонентів, як хода людини, її загальний вигляд, міміка обличчя. Змінити враження, сформоване в ході такого невербального спілкування, буде вже досить проблематично.

Психологи вважають, що найбільш важливими є перші чотири хвилини зустрічі, під час яких складається загальний портрет співрозмовника.

Знання невербальної мови дозволяє не тільки краще розуміти співбесідника, а й (що найважливіше) передбачити, яку реакцію викликало у нього почуте ще до того, як співрозмовник висловиться, відчути необхідність змін для досягнення бажаного результату. Невербальне спілкування дозволяє показати, що ви розумієте надіслані вам сигнали, і відповідати на них.

Можна виділити ряд факторів, які впливають на невербальну комунікацію й унеможливають «зчитування» і «трансляцію» сигналів саме цим каналом:

- національна приналежність (одні й ті ж жести можуть означати різне у різних народів);

- стан здоров'я (у людини в хворобливому стані змінюються погляд, звучання голосу, жести зазвичай більш мляві, хоча є захворювання, що супроводжуються підвищеною збудливістю, емоційністю);

- професія людини (слабкий потиск руки не завжди є проявом слабкості: можливо, професія вимагає берегти пальці);

- рівень культури, який визначає поведінку індивіда, його уявлення про етикет, правильне виховання;

- статус людини (чим вище знаходиться вона у соціальній ієрархії, тим скупішою стає на жести, більше оперуючи словами; жести при цьому стають більш витонченими);

- акторські здібності (уміння грати не тільки словами, а й невербальними знаками);

- вік (в ранньому віці один і той же стан може виражатися різними жестами; крім того, віковий фактор часто відіграє ту ж роль, що і статус – з віком може знижуватися швидкість рухів);

- неможливість проявити і сприйняти невербальні засоби спілкування (фізична перешкода між партнерами ускладнює їх повноцінне сприйняття, як наприклад, при розмові телефоном).

Отже, можна зробити висновок, що хоча вербальні символи (слова) – це основний засіб для кодування інформації, призначеної для передачі іншим, ми постійно використовуємо і невербальні символи для трансляції повідомлень.

У невербальній комунікації використовуються будь-які символи, окрім слів. Найчастіше невербальна передача відбувається одночасно із вербальною і може підсилювати або навіть змінювати зміст слів. Обмін поглядами, вираз обличчя, наприклад, посмішка або підняті в здивуванні брови, жвавий або застиглий погляд, демонстрація у погляді схвалення чи осуду – усе це приклади невербальної комунікації.

§4.2. Жести у системі невербальних засобів комунікації.

До жестів відносять різноманітні рухи тіла, а до міміки – вираз обличчя мовця. Слово «жест» запозичено з французької мови, а французька мова це слово успадкувала з латини – «gestus» означає «постава, поза, рух тіла». Значення окремого жесту коливається від цілого повідомлення до позначення окремого звуку. Антропологи виявили, що людське тіло може набувати до тисячі найрізноманітніших стійких поз, значна частина яких має чітко виражене комунікативне призначення.

Міміка та жести можуть підсилювати інформацію, а іноді можуть надавати їй несподіваного підтексту, ілюструючи тим самим відому сентенцію, що мова дана для того, щоб приховувати свої думки. Не слід випускати з уваги й те, що у спонтанному мовленні, коли важко підшукати потрібне слово, його заміняють жестом. Якщо, наприклад, запитати, що таке кручені сходи, людина мимоволі починає рукою зображати спіраль.

Основними невербальними засобами спілкування є жести:

– *жести-символи* – дуже обмежені рамками тієї чи іншої культури або місцевості, і є найпростішими прийомами невербального спілкування;

– *жести-ілюстратори* – використовуються для пояснення сказаного (наприклад, вказівка рукою), також є простими прийомами невербального спілкування;

– *жести-регулятори* – відіграють важливу роль на початку і наприкінці бесіди. Один з таких жестів-регуляторів – рукостискання. Це традиційна і найдавніша форма привітання. Ці жести є вже більш складними прийомами невербального спілкування;

– *жести-адаптори* – супроводжують наші почуття і емоції. Вони нагадують дитячі реакції і проявляються в ситуаціях стресу, хвилювання, стають першими ознаками переживань – нервово перебирання одягу, постукування ногою, ручкою тощо.

Окремі дослідники поділяють усі жестові засоби спілкування на натуральні і конвенційні¹.

Натуральні (природні і потенційно природні) жести вживаються в повсякденному спілкуванні одночасно із вербальною комунікацією, вони засвоюються в контексті повсякденного спілкування без спеціального навчання.

Конвенційні (умовні, символічні) жести відносно незалежні від мови, вони повторюють структуру мови і вимагають спеціального

¹ Рамендик Д. М., Зонабед Ф. М., Клименко А. Н. О значении когнитивных и коммуникативных свойств в понимании вербальных и невербальных сообщений // Психологический журнал. – М.:2002, № 6. – С.28.

навчання. До конвенційних жестових систем відносять: таємну мову жестів кочових народів, американських індіанців, систему жестів глухонімих, ритуальні жести ченців, системи професійних жестів (регулювальників дорожнього руху, спортивних суддів, диригентів, водолазів, будівельників, військових) тощо.

Вибір жесту (з прийнятих у певній національній культурі) обумовлюється не тільки ситуацією спілкування, відносинами між партнерами по спілкуванню (випадкові, офіційні, інтимні, дружні тощо), але й особистістю комунікатора. Жести можуть багато розповісти про людину. Вони можуть вказати на національність, темперамент, емоційний стан, ставлення до співрозмовника. Жести дозволяють виявити характер вищої нервової діяльності людини, схильність до логічного або художнього типу.

Кожній особистості властива своя манера жестикуляції. Вона проявляється у формально-динамічних особливостях (темп, амплітуда, просторові межі і площина виконання, кількість) і у змісті жестів (індивідуальний жестовий тезаурус, типові і неординарні жести). Усі ці показники більш-менш стійкі, але можуть змінюватися при змінах в емоційному стані людини. При сильних емоційних переживаннях збільшується кількість жестів, виникає відчуття жестової надмірності і загальної метушні, жести ніби прискорюються, збільшується їх амплітуда, очевидними стають відхилення від типової манери жестикуляції.

При переході від офіційного спілкування до неофіційного також змінюються інтенсивність і амплітуда жестів – вони збільшуються. При неформальному спілкуванні яскравіше проявляється індивідуальність жестової мови, при офіційному – жестова мова наближається до національно-культурного нормативу.

За своєю фізичною природою жести поділяються на мануальні (ручні) і рухи головою. Мануальні, у свою чергу, об'єднуються у підгрупи жестів, що виконуються однією рукою або двома руками, і жестів, що розрізняються за активно використовуваною частиною руки: кистьові, ліктюві, пальцеві, плечові, змішані.

За характером впливу на співрозмовника жести поділяються на *візуальні, візуально-акустичні, візуально-тактильні і візуально-акустично-тактильні* жести. Основними є візуальні жести. Адже реакція, отримана візуальним каналом, як правило, випереджає вербальну. Наприклад, кивок головою на знак згоди значно випереджає словесну ствердну відповідь.

У кожній конкретній ситуації спілкування окремі невербальні компоненти можуть нести своє смислове навантаження. Наприклад, жест може бути основним, додатковим або просто малозначущим

нюансом спілкування. Вибір основного комунікативного компонента обумовлюється завданням спілкування. Якщо потрібно встановити дружній контакт, використовуються одні жести, якщо висловити незадоволення – інші. В одній ситуації важливою є міміка, в іншій – жест. Приміром, щоб висловити невдоволення, «надувають» губи, щоб утішити в горі – обіймають за плечі.

У професійному спілкуванні юристу важливо знати смислове наповнення найбільш розповсюджених жестів, аби отримати повну інформацію про співрозмовника.

Жести впевненості – пальці рук зчеплені, проте долоні не стикаються; пальці рук зчеплені позаду тулуба, підборіддя високо підняте; під час передачі інформації лікті не притиснуті до тулуба; одна рука охоплює іншу в області долоні, лікті підняті і розведені вбік, пальці рук зчеплені за головою (прагнення домінувати на іншими).

Жести невпевненості, роздратування – притиснуті до боків лікті; совання у кріслі, смикання гудзика на сорочці, потирання вуха. Невпевнена у собі або знервована людина часто поправляє на собі одяг або прикраси (особливо це стосується краватки, манжетів, лацканів піджака – у чоловіків; браслета чи обручки – у жінок); двома руками тримає букет квітів, чашку із чаєм, сумочку (жінка).

Про нервозність свідчить і «гра» дрібними предметами – скручування і розкручування авторучки, перекладання з місця на місце канцелярських приладів на столі тощо.

Жести, що виражають агресивність – тісно сплетені пальці рук, особливо якщо руки знаходяться на колінах; поза на стільці «верхи»; руки в кишенях, великі пальці зовні: у чоловіків – амбіційність, у жінок – агресивність.

Жести незгоди – погляд убік вважається жестом недовіри (у разі, коли погляд відводиться і повертається знову, то це слід сприймати як жест незгоди); дотик до носа або легке потирання його – має місце, як правило під час переговорів або дискусії, коли співрозмовник наводить вагомі контраргументи; людина сидить, а ступні ніг спрямовані до виходу, що свідчить про бажання піти; таке ж бажання відчуває і ваш співрозмовник, якщо знімає окуляри і демонстративно відкладає їх убік.

Оцінювальні жести – рука біля щоки, один палець відставлений, решта під підборіддям (критична оцінка сказаного або негативне ставлення до партнера на даний момент); почисування підборіддя (в конфліктних дискусіях у поєднанні з поглядом вбік свідчить про те, що співрозмовник обмірковує свій наступний аргумент у дискусії); потирання пальцем спинки носа (заклопотаність, сумнів); маніпуляції з окулярами; потирання шиї рукою – невдоволення, заперечення, гнів.

§4.3. Міміка та візуальний контакт у невербальному спілкуванні.

Найбільше інформації у ході спілкування ми «зчитуємо» з обличчя людини. Дослідження основних мімічних станів – радості, гніву, страху, відрази, здивування, страждання – дозволило обґрунтувати підходи до аналізу виразу обличчя на основі мімічних ознак. Сукупність таких ознак свідчить про певний емоційний стан людини. Розглянемо найбільш типові з них.

Протест	Кутики рота ледь підняті угору, рот трохи відкритий, широко розплющені очі.
Здивування	Відкритий рот має округлу форму, голова нахилена вперед. Якщо додається поперечна складка на лобі і широко розплющені очі – найвищий ступінь здивування. А «відвисла щелепа» означає не лише здивування, а й нездатність до вольових зусиль, пасивність.
Стурбованість	Витягнуті у «трубочку» губи, оцінювальний погляд, спрямований в нікуди.
Розчарування, сум	«Звисаючі» кутики рота, видовжене обличчя, тьмяні очі.
Негативне ставлення, зневага	«Звисаючі» кутики рота при напружених стиснутих губах; одна брова трохи піднята, обличчя видовжене; голова піднята, ніби людина дивиться на співбесідника зверху вниз, відсторонюється від нього.
Гнів	М'язи лоба зіщулені всередину і вниз, надаючи загрозливого або похмурого вигляду очам; ніздрі розширені, губи щільно зімкнені або злегка розтягнені і оголюють стиснуті зуби; обличчя почервоніле, дихання прискорене.
Страх	Брови злегка підняті, але прямі; їх внутрішні кути зсунуті одне до одного, через лоб пролягає горизонтальна зморшка; очі розширені, причому нижні повіки напружені, а верхні – злегка підняті; рот може бути відкритим, а його кутики відтягуються вбік і оголюють зуби.
Сором	Голова похилена, обличчя відвернуте, очі «бігають» і звернені переважно до низу; повіки прикриті, а інколи й зімкнені; почервоніле обличчя; прискорений пульс; дихання нерівномірне.
Радість	Кутики губ відтягнуті; біля очей утворилися дрібні зморшки; м'язи обличчя розслаблені, повіки злегка звужені.

Про щирість слів і намірів людини свідчить симетрія у відображенні на обличчі почуттів. Водночас неузгодженість мимики правої і лівої частини дає підстави запідозрити співрозмовника у неправдивості. Зауважимо, що без належних тренувань «зафіксувати» мимічні прояви іншої людини досить важко. При цьому позитивні емоції (радість, задоволення) розпізнаються набагато легше, ніж негативні (сором, відраза, розчарування).

Особливою емоційною виразністю відрізняються губи, «читати» за ними найлегше. Так, посилена рухливість рота, кусання губ є ознаками схвильованості, а скривлений в один бік рот видає скепсис або насмішку.

Посмішка на обличчі, як правило, свідчить про доброзичливе ставлення або потребу у схваленні. Посмішка для чоловіка – це добра нагода продемонструвати іншим, що він володіє собою у будь-якій ситуації. Посмішка жінки у більшості випадків відображає її фактичний настрій. Не варто довіряти стандартним тлумаченням значення посмішки, оскільки вона може відображати безліч відтінків у почуттях і настроях людини, її численні мотиви і прагнення.

Вважається, що коли людина посміхається при насуплених бровах – це знак зверхнього ставлення, а якщо посмішка супроводжується немигаючим поглядом, широко відкритими очима – загрози; «крива» посмішка свідчить про те, що людина знервована, але намагається контролювати свої емоції. Надмірно посміхається людина, яка потребує схвалення інших.

Досліджуючи мимику, не можна оминати увагою погляд людини або, іншими словами, візуальний контакт, що складає винятково важливу частину спілкування: через зоровий аналізатор у мозок людини надходить 87% всієї інформації, тоді як 9% – через слуховий аналізатор, а 4% – через інші органи чуття. Американськими психологами Р. Ексланом і Л. Вінтерсом було доведено, що погляд безпосередньо пов'язаний із процесом формування висловлювання і якнайкраще демонструє пов'язані із ним труднощі. Коли людина тільки формує думку, вона найчастіше дивиться в бік, коли ж думка повністю оформлена – на співрозмовника.

Візуальний контакт свідчить про готовність до спілкування. Можна сказати, що якщо на нас дивляться мало, ми маємо підстави вважати, що до нас чи до того, що ми говоримо і робимо, ставляться погано.

За допомогою очей передаються найбільш точні сигнали про стан людини, оскільки розширення і звуження зіниць не піддається свідомому контролю. При сталому освітленні зіниці можуть розширюватися чи звужуватися в залежності від настрою. Якщо людина збуджена, зацікавлена чимось або знаходиться в піднесеному настрої, її

зіниці розширюються в чотири рази, порівняно із нормальним станом. Навпаки, сердитий похмурий настрій змушує зіниці звужитись.

Спілкуючись з людиною, спробуйте відповісти на 3 питання:

1. Як вона на вас дивиться?
2. Чи довго вона дивиться?
3. Як довго вона може витримати ваш погляд?

Якщо ви хочете викликати у людини довіру, дивіться їй в очі не менше 70% усього часу спілкування – і ви, швидше за все, досягнете успіху.

Погляд можна і потрібно тренувати й правильно вибирати. Залежно від обставин виділяють три види погляду: діловий, соціальний і інтимний. Діловий погляд спрямований на трикутник на чолі партнера по комунікації. Соціальний погляд спрямований на трикутник, утворений очима і ротом співрозмовника. Інтимний погляд спрямований на трикутник, утворений очима і сонячним сплетінням співрозмовника.

Зверніть увагу, якщо:

1. У ході бесіди ваш партнер практично не дивиться вам у вічі (у всякому разі, значно рідше, ніж зазвичай, а якщо ви і ловите на своєму обличчі його погляд, то миттєвий). Без сумніву можна стверджувати: він не бажає з вами контактувати або відчуває дискомфорт через необхідність дезінформувати вас.

2. Ваш співрозмовник майже невідривно дивиться на вас, незалежно від фази діалогу. Напевно можна стверджувати: ваша особа становить для нього певний інтерес.

Можливі варіанти: або він зображує «удава», вважаючи вас «кроликом», тим самим намагаючись здійснити психологічний тиск. Або він відчуває до вас симпатію, або його інтерес до вас цілком діловий, і він дуже зацікавлений в обговоренні з вами цього питання.

3. При нейтральних взаєминах (без вираженої особистої симпатії чи антипатії) партнер буде частіше дивитися на вас у ті моменти діалогу, коли йому не треба буде напружено обмірковувати відповідь або коли ви будете привертати його увагу словами-зверненнями.

4. Що більш напруженою є бесіда, тим рідшими будуть погляди на співрозмовника. Чим вільнішою є бесіда, тим частіше партнери обмінюються поглядами (зрозуміло, за інших рівних умов).

5. Якщо ви помітили, що в якийсь момент діалогу партнер перестав направляти на вас свій погляд, а бесіда така, що не вимагає від нього великого інтелектуального напруження – це означає, що його ставлення до вас погіршилося. Як правило, втрата візуального контакту супроводжується намаганням партнера дистанціюватися: він відхиляє корпус у бік виходу, туди ж спрямовує ступні ніг.

§4.4. Поза та рухи тіла.

Хоча обличчя є джерелом інформації про психологічний стан людини, воно все ж таки є менш інформативним, ніж тіло: мимічні вирази обличчя свідомо контролюються людиною краще, ніж рухи тіла. Тому так важливо знати, яку інформацію можна отримати, якщо перенести фокус спостереження з обличчя людини на її тіло і рухи.

Як правило, нашу увагу одразу привертає постава людини. Слово «постава» переважно асоціюється зі старомодними класами, де навчали гарним манерам. Але саме постава «розповідає» про те, як людина ставиться до себе, до інших, до життя. Мати гарну поставу зовсім не означає бути витягнутим у струнку; мова йде про природність посадки голови і таке положення хребта, коли тіло не напружене і не скуте.

Плечі є місцем зосередження напруги у багатьох людей, вони виглядають при цьому злегка піднятими і спрямованими вперед. Плечі відіграють важливу роль у формуванні «образу» – не випадково в одязі використовують накладні плечі, які надають людям видимої значимості.

Поза та рухи тіла красномовно «говорять» про характер людини та її ставлення до ситуації. Так, якщо партнер по комунікації намагається весь час опертися на щось або притулитися до стінки, то він потребує вашої підтримки; ситуація є для нього незрозумілою, відповіді на важливі для нього питання він не має.

Якщо співрозмовник тримає руки в кишенях, за спиною або схрещує на грудях, він є замкненою людиною. Якщо ж долоні рук знаходяться у полі зору партнера по комунікації, то ця людина відкрита до спілкування. Те, що обличчям людина спирається на схрещені долоні або затиснуто у кулак руку, свідчить про внутрішній монолог, відсутність інтересу до ситуації. Великий палець торкається носа, а інші прикривають рота – співрозмовник відчуває до вас недовіру або підозрює у чомусь, намагається приховати інформацію. Схрещені руки і ноги є свідченням відсутності бажання спілкуватися. Якщо ж співрозмовник схрещує руки й обхоплює ними плечі, то він знаходиться у пригніченому стані, негативно сприймає ситуацію.

Певний психологічний стан людини передають і такі пози, як «іти з високо піднятою головою», «розправити плечі», або, навпаки, «стояти на напівзігнутих ногах».

Рухи головою також є досить інформативними: нахилання голови вбік свідчить про пробудження інтересу; швидкий поворот вбік – про бажання висловитися; закидання голови назад, ніби людині заважає спадаюче на лоба волосся – про стурбованість. Потирання і почісування різних фрагментів голови (лоба, щік, потилиці, вуха) також є знаком стурбованості і невпевненості у собі. Погладжування підборіддя – усвідомлення необхідності приймати рішення і власне готовність до

такого рішення. Якщо співрозмовник нахилив голову вниз, то це означає, що він ставиться до розмови негативно, навіть осуджуючи.

Поза, що характеризує закритість у спілкуванні і агресивність, являє собою сукупність таких зовнішніх проявів: насуплені брови, трохи нахилена вперед голова, широко розставлені на столі лікті, стиснуті в кулаки або зчеплені пальці. Якщо хтось із партнерів або обидва вдаються до такої комунікативної поведінки, не варто очікувати результативності процесу спілкування.

Пози учасників бесіди відображають їх субординацію. Досить часто психологічна субординація – прагнення домінувати або, навпаки, підкорятися – може не збігатися зі статусом. Буває й так, що співрозмовники займають рівне становище, але один з них прагне показати свою перевагу.

Розглянемо найбільш поширену комбінацію розташування двох співрозмовників. Один присів на краєчок стільця, поклавши руки на коліна, інший – розвалився, недбало закинувши ногу на ногу. Відносини між цими людьми цілком очевидні й без аналізу їхньої розмови: перший є підлеглим, залежним від другого, тоді як той усім своїм виглядом демонструє більш високе становище у соціальній ієрархії.

Про прагнення до домінування свідчить також і така поза: обидві руки на стегнах, ноги трохи розставлені; одна рука на стегні, інша спирається об одвірок або стінку; голова трохи піднята, руки перехрещені на рівні талії. Якщо ж партнер прагне продемонструвати згоду із співрозмовником, він вдається, подекуди підсвідомо, до копіювання його жестів. Так, якщо один з партнерів під час дружньої бесіди сидить, підперши голову рукою, інший майже автоматично робить те саме, ніби повідомляючи йому: «я такий же, як ти».

Незнайомі люди, як правило, намагаються уникати копіювання поз і жестів один одного. І, навпаки, якщо співрозмовники хочуть встановити дружні, невимушені стосунки, вони повторюють рухи один одного. Важливо при цьому, аби обидва прагнули до неформальної, дружньої атмосфери. В іншому випадку копіювання пози може викликати вкрай негативну реакцію.

Юристу в силу специфіки професійних комунікацій часто доводиться мати справу із співрозмовниками, які кажуть неправду або намагаються приховати правду.

Коли людина каже неправду або напівправду, вона:

- не може всидіти на місці;
- обсмикує одяг, струшує з нього пил або ворсинки (уявні або й справжні);
- потирає руки, інтенсивно палить;

- «грається» з дрібними предметами, уникаючи візуального контакту;
- не може стримати дрижання у пальцях, колінах;
- намагається ніби сховати своє тіло, вивести його з поля зору співрозмовника (спирається на шафу, розташувавшись за нею; «з'їжджає» із стільця під стіл тощо);
- кусає губи або нігті, почісує різні частини тіла;
- відтягує комір сорочки та інтенсивно потирає шию;
- відводить погляд униз, активно потирає одне око;
- уникає погляду співрозмовника або, навпаки, постійно дивиться йому у вічі, вдаючи щирість;
- похитує ногою, повертає ноги у напрямі виходу з приміщення;
- насуплює або піднімає брови;
- ховає руки, робить ними хаотичні, нервові рухи;
- періодично почісує або потирає носа;
- посміхається частіше, ніж того вимагає ситуація;
- під час розмови прикриває рота рукою, тримає руки біля горла або рота.

Східна мудрість твердить: «Ти сказав один раз – я повірив, ти повторив – я засумнівався, ти сказав втретє, і я зрозумів, що ти брешеш». Отже, повторюючи кілька раз одне й те саме, людина видає свою нещирість. Сигналом про неправдивість слів співрозмовника має стати і його активне намагання викликати у вас жалість, довіру, співчуття або спровокувати на грубість; необґрунтовано зневажливий, агресивний тон, скарги на погану пам'ять, відповідь питанням на питання. Інший відомий вислів німецького філософа А. Шопенгауера можна використати як рекомендацію щодо способу дій у ситуації спілкування із людиною, яка говорить неправду: «Якщо підозрюєш когось у брехні – вдай, що віриш йому; тоді він брехатиме нахабніше і видасть себе. Якщо ж у його словах прозвучить лише частина правди, яку він хотів приховати, – вдай, що не віриш; він розкриє істину повністю».

§4.5. Голос як інструмент ефективної взаємодії.

Голос буває теплий, лагідний, грубий і похмурий, зляканий і впевнений, радісний і єхидний, вкрадливий, твердий, тріумфуючий і ще з тисячею відтінків, що виражають найрізноманітніші почуття, настрої людини й навіть видають її думки. Ще у 1228 році Мішель Скоттус, придворний філософ і астролог імператора Сицилії і Апулії Фрідріха фон Хохенштауфена, в одному із розділів своєї праці «Фізіогноміка» вперше наводить 13 описів різних якісних і кількісних змін людського голосу. На думку філософа, за голосом можна пізнати характер людини.

Хтось із мислителів якось назвав голос «другою особою», і він справді може стільки ж розповісти про нас самих, як і обличчя. Під час знайомства перше враження формується завдяки зовнішньому вигляду людини, а вже потім, коли починається розмова, голос набуває пріоритетного значення. І ще до того, як ви усвідомите зміст сказаного, ваша увага буде прикута до голосу.

Голос здатен розповісти про духовне здоров'я людини, про те, наскільки вона є розкутою або, навпаки, сором'язливою, звідки ви родом, яку маєте освіту, наскільки легко піддаєтеся тиску інших людей. До речі, жінки, які працюють у чоловічому колективі, з часом починають говорити нижчим голосом, причому, як правило, це відбувається неусвідомлено. Голос людини такий же унікальний, як і відбитки пальців. Він має більшу силу, ніж музичний інструмент. Адже голос – це спосіб сказати: «Я є, я існую». Якщо ви невисокої думки про себе, це одразу буде помітно по голосу.

Голос не лише здатен допомогти вам висловити почуття, розсмішити людей, а й переконати правоохоронців, суддю, присяжних у вашій невинуватості, справити добре враження на роботодавця під час співбесіди, укласти вигідний контракт.

Якщо розкласти голос на складові за окремими властивостями, то його аналіз здійснюється за такими параметрами: 1) тоновий діапазон; 2) сила; 3) забарвлення і тембр.

Тоновий діапазон людського голосу представлений послідовністю тонів, які здатен відтворити голосовий апарат у межах між найнижчим і найвищим звуками. Людський голос зазвичай включає тони від 64 до 1300 герц.

Сила голосу виявляється у мовлення людини, але особливо показова сила голосу у співі, коли в чистому вигляді проявляється потужність голосового апарата людини.

Тембр голосу часто називають «забарвленням звуку», «колоритом» або просто «кольором голосу». За тембром ми легко розрізняємо голоси знайомих. Поняття «кольору» голосу більш прийнятне у вокальних педагогів, які таким чином визначають тип голосу співака (баритон, бас, тенор та ін.).

Із загальнофонаційних ознак мовлення необхідно виділити ще інтонацію, що перебуває на стику двох функцій мови.

Інтонована мова в основі своїй має емоцію. Юрист промовляє до клієнта на консультації або у суді під час захисної промови не голосом бездушного «оракула», а вступає у суперечку, запевняє, хвилюється, радіє, тобто транслює через слова свої внутрішні переконання, виявляє своє ставлення до предмета виступу. Інтонавання мови підкреслює також перехід від однієї думки до іншої, від питання до питання, від

проблеми до проблеми. Емоційно забарвлені інтонації передають слухачам різноманітні почуття комуніканта.

Артикуляційними характеристиками мовлення є темп і ритм мовлення.

Темп мовлення – це швидкість, з якою оратор вимовляє слова, речення, весь текст у цілому. Він залежить від індивідуальних особливостей промовця, його темпераменту, від теми та змісту промови, а також від умов, за яких виголошується промова, та особливостей аудиторії. Тому одна й та ж сама промова повинна бути викладена різним темпом в аудиторіях, що відрізняються за рівнем освіти, статі, віку, професії тощо.

Ритм мовлення зумовлює певний порядок чергування одиниць висловлювання, різних за довжиною висловлювання. Для цього промовець використовує паузи. Фізіологічні паузи викликані необхідністю вдихнути повітря. Як правило, вони збігаються з іншими паузами – граматичними, логічними і психологічними.

Граматичні паузи – це засіб граматичного упорядкування тексту.

Логічні паузи пов'язані зі змістом, логікою промови. За їх допомогою оратор здійснює подрібнювання потоку слів на змістовні частини – мовні «такти». Мовний такт – відрізок фрази, цілісний за значенням, об'єднаний інтонаційно і відокремлений з обох боків паузами. Зауважимо ще раз: логічна точність і виразність мови досягається постановкою логічних наголосів.

Логічний наголос – підкреслена вимова окремих речень у промові (тезах, висновках), а також найбільш значущих слів і словосполучень у фразах мовця.

Щоб набути навичок логічно виразного звучання мови, необхідно спочатку навчитися розбивати фрази на мовні такти, визначаючи тим самим у них ключові мовні одиниці. Для цього варто скористатися порадою К. Станіславського: «Беріть частіше книжку, олівець, читайте і розмічайте прочитане за мовними тактами... Виокремлення мовних тактів і читання у відповідності із ними необхідні тому, що це змушує аналізувати фрази у тексті і доходити до їх суті. Без цього ви не зможете правильно вимовляти фрази. Звичка говорити по тактах зробить вашу мову не тільки стрункою за формою, зрозумілою за передачею, але й глибокою за змістом».

§4.6. Організація простору комунікації.

Спілкування завжди просторово організоване. Одним з перших просторову структуру спілкування почав вивчати американський антрополог Е. Холл, який ввів термін «проксеміка», дослівний переклад якого означає «близькість». До проксемічних характеристик

відноситься орієнтація партнерів у момент спілкування і дистанція між ними. На проксемічні характеристики спілкування прямо впливають культурні і національні фактори.

Холл описав чотири «зони наближення», які кожна людина встановлює для інших людей, задля безпечного, комфортного існування і продуктивної комунікації:

(1) 350 см і більше – публічна (відкрита) зона; відстань, яка прийнятна для взаємодії з великою групою людей, численною аудиторією;

(2) 120 см – 350 см – соціальна зона; відстань, яку ми встановлюємо для малознайомих або незнайомих людей, а також при взаємодії з малою групою – від семи до п'ятнадцяти осіб;

(3) 45 см – 120 см – особиста зона – звичайні комунікативні процеси між діловими партнерами;

(4) 45 см і менше – інтимна зона; у діловій взаємодії вторгнення в інтимну зону іншої людини категорично не прийнятне.

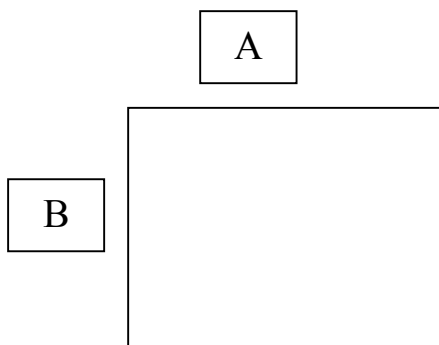
Якщо людина не відчуває зон наближення у комунікативному просторі, це може свідчити про психічні захворювання. Людина, як правило, переживає стан нервового стресу, якщо порушуються її територіальні претензії.

Проксеміка включає не тільки дистанцію, а й орієнтацію людей у просторі. За європейськими правилами етикету, в кафе чи ресторані кращим є те місце, коли за спиною відвідувача знаходиться стіна. Це забезпечує відчуття захищеності і комфорту. Психологами доведено, що у людини навіть підвищується серцебиття, якщо вона сидить спиною до відкритого простору.

До фізіологічних аспектів простору комунікації відносяться такі компоненти, як наявність стільців, освітлення, технічне оснащення, джерела електрики тощо. Місця для сидіння учасників комунікації повинні бути облаштовані таким чином, аби світло не падало в очі, і кожен із співрозмовників міг добре бачити усі засоби візуалізації. Науковці довели, що людина не просто переносить себе в просторі разом зі своїм біополем, вона ще й залишає це поле в тих місцях, де часто буває. Для самої людини вкрай важливо знати, де її місце в будинку або офісі. Не менш важливо для неї усвідомлювати, де місця інших членів сім'ї або колег.

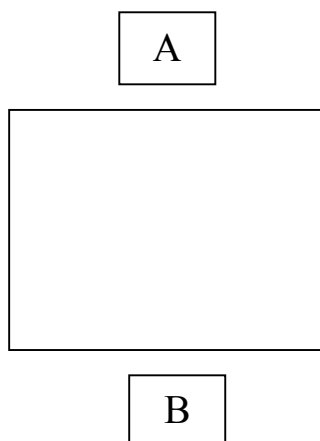
У діловому спілкуванні велике значення має використання можливостей сісти за стіл саме там, де це важливо для досягнення цілей або зручно. Яку ж інформацію можна «прочитувати», спостерігаючи за тим, як розсідаються ділові люди?

1. *Кутова* позиція підходить найбільше для дружньої невимушеної бесіди, хоча можлива і для ділової розмови, наприклад: лікар – пацієнт, керівник – підлеглий. Позиція забезпечує постійний зоровий контакт і створює умови для жестикуляції, яка не заважає партнеру. Кутова позиція дає можливість без перешкод спостерігати за співбесідником. Водночас кут столу слугує частковим бар'єром: у разі конфронтації можна відсунути далі, в ситуації взаєморозуміння – наблизитися. Територіальний поділ столу за такої позиції відсутній.

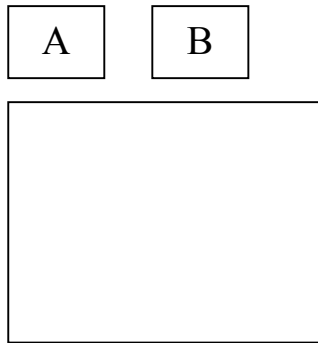


2. Позиція *«напроти»*, за якої ділові партнери розташовуються один напроти одного, створює атмосферу суперництва, коли кожен з учасників комунікації жорстко відстоює свою позицію, намагається «обіграти» ділового партнера. Досягти згоди за такої позиції комунікантам досить важко, малоімовірним є і компроміс. Велика небезпека виникнення конфліктної ситуації.

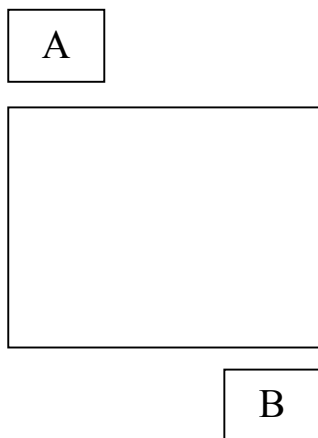
З іншого боку, така позиція досить часто використовується у ситуації спілкування юриста із клієнтом. В такому разі стіл виступає своєрідним бар'єром і може свідчити про субординацію. Окрім того, при розташуванні один проти одного співбесідникам доводиться підтримувати тісний зоровий контакт, що допомагає кожному з них краще зрозуміти наміри іншого. Розмова у таких умовах повинна бути короткою і конкретною.



3. Позиція «*поряд*» підходить для безпосередньої ділової взаємодії. Це позиція для партерів, які вирішують завдання або проблему спільними зусиллями. Їм потрібно сидіти поруч, аби краще зрозуміти дії і наміри одне одного, бачити робочі матеріали, обговорювати і виробляти спільні рішення.



4. Позицію «*по діагоналі*» доцільно займати у тих випадках, коли комуніканти мають намір продемонструвати незалежну позицію. Ця позиція характерна для людей, які не бажають взаємодіяти. Вона свідчить про відсутність зацікавленості або про бажання залишитися непоміченим, наприклад, на діловій нараді, семінарі тощо.



Форма столу також має значення:

- квадратний стіл створює атмосферу конкуренції та суперництва між людьми, рівними за статусом;
- за прямокутним столом на зустрічі партнерів однакового соціального статусу чільним вважається місце, на якому людина буде звернена обличчям до дверей;
- круглий стіл сприяє атмосфері неофіційності і невимушеності; така форма стола демонструє рівність присутніх.

Слід мати на увазі, що культурі різних у народів є суттєві відмінності у сприйнятті простору. Так, американці звикли працювати або у великих приміщеннях, або тільки при відкритих дверях, оскільки вони вважають, що будь-який співробітник може бути задіяним в будь-який момент до колективної праці. Відчинені двері кабінету є сигналом того, що його господар на місці і, головне, що йому нічого приховувати. Більшість хмарочосів у Нью-Йорку збудовані зі скла і проглядаються наскрізь. Там усі – від директора фірми до посильного – постійно на виду. Це створює у співробітників певний стереотип поведінки, надаючи їм упевненості, що вони всі разом роблять одну спільну справу. У німців же подібне робоче приміщення викликає лише подив. Традиційно організація робочого простору у Німеччині принципово інша. Кожне приміщення там має бути забезпечене надійними (часто подвійними) дверима. Відчинені навстіж двері символізують для німця безлад і неорганізованість.

Такі, на перший погляд, дрібниці, мають важливе значення у діловому спілкуванні. Саме тому для результативної комунікації важливо не лише знати, а й вміти застосовувати можливості невербального повідомлення інформації.

§4.7. Інші невербальні засоби комунікації.

До невербальних засобів обміну інформацією належить і тактильна комунікація: дотики, поплескування і т.п. Використання тактильних елементів комунікації розкриває характер відносин, статус, ступінь дружніх стосунків між комунікантами. Близькі люди виражають свої почуття за допомогою обіймів, погладжувальних, поцілунків. Товариські стосунки можуть виражатися у рукостисканнях, поплескуваннях по плечу. Підлітки, поведінка яких інколи нагадує відносини дитинчат тварин, буває, імітують бійки – так вони в ігровій формі ведуть боротьбу за лідерство. Такі їх відносини можуть виражатися у стусанах, штовханні одне одного.

Кожен вид дотику доречний у певній ситуації і тільки у контексті цієї ситуації він може мати якийсь смисл, тобто сприйматися як прояв комунікативного наміру.

У людському спілкуванні відомі й інші засоби невербальної комунікації. До них можна віднести, наприклад, одяг і прикраси. Якщо, скажімо, співробітник прийшов на роботу в особливо урочистому одязі, то можна припустити, що у нього сьогодні День народження або якась важлива зустріч. Таким чином, він за допомогою одягу сигналізує іншим: «Цей день для мене особливий!».

Одяг несе інформацію про свого власника, це своєрідний код, який

треба уміти прочитувати. Досвідчене око відразу виявить, наскільки доречно ви одягнені, чи пасує костюм до вашої фігури, чи відповідає вашому характеру і темпераменту, чи допомагає приховати недоліки чи, навпаки, демонструє їх. Одяг може розповісти про статус людини, її психологічні особливості, соціальну роль, думки і почуття.

Так, керівник завжди виглядає більш офіційно, ніж рядові працівники – краватка, дорогий костюм та аксесуари підкреслюють його соціальний статус. Це необхідно для підтримання порядку у колективних відносинах. Керівник своїм зовнішнім виглядом сигналізує оточуючим про свій статус і тим самим налаштовує на певний стиль поведінки. І стороння людина, яка приходить в трудовий колектив, вже за одягом може визначити начальника.

Керівник може використовувати в деяких випадках і неформальний одяг. Це буде свідчити про його бажання продемонструвати свою близькість до підлеглих, що вкрай важливо з точки зору регулювання психологічного клімату в колективі.

Одяг може багато чого сказати і про особистісні якості людини. Так, екстраверти надають перевагу оригінальному одягу яскравих кольорів, тоді як інтроверти одягаються більш витончено і мають слабкість до холодних кольорів. Екстраверти люблять велику кількість прикрас, тоді як стиль інтровертів – простий і скромний.

У виборі одягу не можна не враховувати:

- 1) його функціональне призначення (робота, дім, гості, офіційний прийом);
- 2) свій вік;
- 3) свої фізичні дані.

Правильний вибір покрою одягу дозволяє приховати те, що ми вважаємо недоліками своєї фігури. Людина із м'яким, поступливим характером, як правило, використовує в одязі елементи округлої форми. Якщо ж комір, кишені або лацкани мають строгу геометричну форму і велику кількість гострих кутів – перед вами скоріше за все людина владна і категорична у своїх судженнях.

Аби не відволікати увагу співрозмовника від теми розмови, слід уникати одягу з надмірною кількістю деталей – кишень, замків, складної форми комірів, блискучих гудзиків.

Кольорова гама, що використовується в одязі, допоможе зробити висновок про емоційний стан і наміри людини. Теплі, легкі кольори (такі як зелений і жовтий) свідчать про бажання скоротити дистанцію із співрозмовником, проявити по відношенню до нього доброзичливе ставлення, налагодити емоційний контакт. Тоді як у холодні, похмурі, темні (наприклад, чорний, темно-синій, сірий) кольори одягається

людина, що підсвідомо намагається відгородитися від інших, збільшити дистанцію, продемонструвати свою непоступливість.

Свого часу Сократ повчав учнів: «В одязі намагайся бути витонченим, але не чепуруном; ознака вишуканості – пристойність, а ознака несмаку – надмірність». Юрист у своїй професійній комунікації має дотримуватися рівноваги між необхідністю відповідати певним стандартам в одязі і бажанням висловити свою індивідуальність. А для цього треба замолоду розвивати почуття міри і смаку, поступово створюючи цілісний зовнішній образ професіонала.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Які функції виконує невербальне спілкування?
2. За яким принципом і у які групи об'єднуються невербальні засоби спілкування?
3. Яким чином знання невербальної мови може допомогти юристу в його професійній діяльності?
4. Які види жестів ви знаєте?
5. Яку роль у невербальному спілкуванні відіграє міміка?
6. На які мімічні прояви варто, у першу чергу, звертати увагу?
7. Про що можуть «розповісти» поза та рухи людини?
8. Які характеристики голосу можуть стати предметом аналізу у професійному спілкуванні?
9. Як ви розумієте вираз «програмувати простір», які існують вимоги до організації простору комунікації?
10. Як цілі ділової взаємодії відбиваються в організації просторового середовища?

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Нэпп М., Холл Д. Невербальное общение. Мимика, жесты, движения, позы и их значение. – М.: Прайм-Еврознак. – 2007, 512 с.
2. Пиз А. Язык жестов: как читать мысли других людей по их жестам. – М.: Ай-Кью – 1995. – 257с.
3. Пиз А. Язык жестов: увлекательное пособие для деловых людей. – М.: Ай - Кью, 1992. – 112 с.
4. Равенский Н.Н. Как читать человека. Черты лица, жесты, позы, мимика. – М.: Рипол Классик. – 2007, 672 с.
5. Хорст Р. Ваше тайное оружие в общении : мимика, жест, движение. – М.: Интерэксперт: Инфра-М. – 1996. – 227с.

Частина II.

Практикум «Сім кроків до культури спілкування»



Крок 1. Формуємо власний імідж

*Не можна двічі справити перше
враження*

Англійське прислів'я

1.1. Інформація для роздумів.

Майстерність самопрезентації (від. англ. «self-presentation» – подання себе) полягає в умінні ефектно і у вигідному для себе світлі представляти свою особу оточуючим у різних ситуаціях спілкування. Вона передбачає сформованість індивідуального стилю спілкування, неповторного образу, який подобається не лише самому собі, але є привабливим для інших. Більшість людей свідомо або підсвідомо прагнуть вплинути на процес формування в оточуючих думки про себе.

Поняття самопрезентації нерозривно пов'язане із поняттям «імідж».

Імідж людини – це думка про цю людину, поширена у певній соціальній групі, це «образ» людини, який сформувався у свідомості членів даної групи внаслідок їх контакту з цією людиною або внаслідок отриманої про цю людину інформації від інших людей. Інакше кажучи, імідж людини – це те, як вона виглядає в очах оточуючих.

Думка про людину значною мірою формується вже першої миті спілкування із нею. Психологи довели, що упродовж перших 60-90 секунд спілкування із незнайомцем у нашій підсвідомості створюється його цілісний образ. В даному випадку надійність візуального методу оцінювання становить 80%. Отже, слід пам'ятати: перше враження про людину є найбільш стійким і, як правило, найбільш точним.

Перше враження складається на основі вербальних (те, що ми говоримо), вокальних (те, як ми говоримо) та візуальних (те, як ми при цьому виглядаємо) компонентів спілкування.

Вербальні компоненти – це смислове наповнення перших 10 слів, до яких належать слова привітання, представлення себе, передача вашого ставлення до зустрічі. Якщо ви хочете справити позитивне перше враження, варто до цього комунікативного «зачину» віднести ще й ім'я вашого співрозмовника.

Вокальні компоненти – те, як ми вимовляємо слова: швидкість, інтонація, тембр, гучність, наголос, ритміка.

До візуальних компонентів, на які слід звертати увагу у перші хвилини розмови, відносяться міміка, погляд, жести, постава, одяг. Значний об'єм інформації ви можете донести співрозмовникам за допомогою жестів, одягу і манери поведінки. Водночас робота над

створенням іміджу ділової людини не зводиться лише до формування зовнішнього образу, який може маскувати реальну сутність людини.

Одним із найвагоміших компонентів формування іміджу є рівень самооцінки людини, який значною мірою визначає її поведінку. Занижена самооцінка сковує людину, завищена – не дозволяє об'єктивно оцінювати ситуацію і свою поведінку.

Основні компоненти іміджу ділової людини:

- самооцінка особистості;
- моральні цінності особистості;
- етика ділового спілкування;
- діловий етикет і протокол;
- тактика спілкування (швидка орієнтація в конкретній ситуації, володіння механізмами психологічної дії тощо);
- зовнішній вигляд (одяг, аксесуари до одягу; постава і хода).

Виділяють зовнішні та внутрішні чинники формування іміджу.

Зовнішні чинники іміджу:

- зовнішній вигляд: одяг, аксесуари одягу, зачіска, макіяж;
- гарні манери: узгоджені із ситуацією жести, пози, постава, хода;
- виразність міміки та вміння нею керувати;
- вміння використовувати простір для спілкування тощо.

Внутрішні (психологічні) чинники іміджу:

- мистецтво подібатися людям;
- вміння встановлювати і підтримувати психологічний контакт;
- вміння розуміти людей та впливати на них тощо.

Внутрішні (етичні) чинники іміджу:

- чесність;
- порядність;
- повага до підлеглих, партнерів;
- вірність даному слову;
- здатність ефективно взаємодіяти у відповідності із діючим законодавством, встановленими правилами і традиціями.

1.2. Рекомендації за темою.

«Одяг як елемент іміджу юриста»

У давнину існувала чітка регламентація: що, коли і як слід було одягати. Наприклад, у Середньовіччі церква жорстко контролювала, що і коли повинні були одягати представники різних соціальних прошарків.

Цей диктат закріплювався чіткими едиктами, які висікалися на камені, що встановлювався, як правило, посеред міста. Зрозуміло, що у середньовічній Європі можна було вже з першого погляду встановити, до якої соціальної групи належить людина.

У Китаї, наприклад, аж до ХХ століття найпоширенішим одягом був халат, причому чоловічі та жіночі халати різнилися лише деталями. Соціальне становище визначалося за фасоном (їх було всього два) і кольором халату. Так, халат жовтого кольору міг носити тільки імператор, коричневого та білого – поважні сановники, червоного і синього – герої. Студенти носили халати блакитного кольору, селяни – білого, бідняки – чорного.

Разом з демократизацією суспільства змінилася й офіційна роль одягу у сприйнятті людей одне одного. Сучасна людина вже не скута, як це було раніше, жорсткими вимогами щодо того, як їй слід одягатися. Проте, до ділового образу людини все ж таки висуваються особливі вимоги. Так, чоловік, скажімо адвокат, повинен мати елегантний, витончений, солідний і впевнений в собі вигляд. Він має бути одягнений так, аби викликати у клієнта довіру і впевненість. Одна із ключових ознак ділового стилю – консерватизм.

Існує декілька правил, дотримання яких допоможе вам справити позитивне враження на людей, а отже, налагодити із ними ефективне спілкування:

1. «Слід одягатися просто і пристойно. У костюмі не повинно бути нічого химерного і кричущого (різкі кольори, незвичайний фасон). Брудний, неохайний костюм справляє неприємне враження. Це слід пам'ятати, адже психологічний вплив юриста на присутніх починається ще до початку промови, з моменту появи його перед публікою». *А. Коні.*

2. Створіть свій власний стиль. Встигнути за модою неможливо, а стати її жертвою досить легко. Лише ваш власний стиль в одязі завжди буде вам до лиця.

3. «Добре зав'язана краватка – це перший важливий крок у житті». *О. Уайльд.*

4. Взуття може бути абсолютно різних моделей і стилів, але воно повинне бути завжди чистим.

5. Бажано, аби взуття, пасок і портфель були одного кольору, особливо якщо вони контрастують із кольором піджака і сорочки. Це правило не поширюється на вироби зі шкіри рептилій та інших рідкісних видів шкіри.

6 Не варто поєднувати більше трьох кольорів і більше двох геометричних малюнків у вашому діловому образі.

7. Аксесуари повинні доповнювати ваш діловий образ, а не грати роль першої скрипки.

Для окремих категорій працівників в юридичній галузі (органів внутрішніх справ, прокуратури, Конституційного Суду та ін.) встановлені стандарти зовнішнього вигляду – спеціальна форма. Формений одяг покликаний сприяти налагодженню офіційних відносин

у спілкуванні з людьми, він має підкреслювати владні повноваження юриста та важливість його професійної діяльності для суспільства.

«Упевненість у собі – запорука успішної самопрезентації»

Упевненість, безсумнівно, сприяє успіху самопрезентації, адже невпевнена у собі людина сумнівається у своїх можливостях, довго розмірковує над відповіддю. Невпевнена поведінка принижує людину і асоціюється з її низьким статусом.

Якщо ви хочете розвинути у собі упевненість:

1. *Перестаньте критикувати самого себе.* Самокритика найчастіше деструктивна. Любіть і поважайте своє «Я». Ні в якому разі не вживайте по відношенню до себе негативно забарвленої лексики на зразок «нездатний», «тупий», «нещасливий», «бездарний» тощо. Приймайте компліменти як належне. Коротко подякуйте людині, яка сказала вам приємність, а не починайте переконувати її в протилежному.

2. *Перестаньте скаржитися.* Публічні розповіді про свою неспроможність викликають у оточуючих, як правило, роздратування, а в кращому випадку – жалість. Сприймайте проблеми як задачі, які треба розв'язати. Пам'ятайте, що ваша поразка – це лише урок, який дає вам життя, аби ви не переслідували помилкові цілі, не варті ваших зусиль, й уникли, можливо, більших неприємностей.

3. *Приділіть увагу своїй фізичній формі.* Розумне поєднання фізичних й розумових навантажень, повноцінний відпочинок, прогулянки на свіжому повітрі дивовижним чином позбавлять вас від багатьох проблем, пов'язаних із заниженою самооцінкою і неадекватним сприйняттям ситуації.

4. *Станьте незалежними.* Не розраховуйте на те, що інші допоможуть вам стати щасливою людиною. У роботі будьте самодостатніми. Контролюйте свої емоції.

5. *Дивіться на світ позитивно.* Оптимізуйте будь-яку ситуацію. Якщо ви ведете себе так, ніби має статися найгірше, то, швидше за все, так воно і буде. А тому не програмуйте невдачі. Нашому мозку важко сприймати повідомлення, які починаються з НЕ. Він налаштований на позитивну інформацію. Прогнозуйте успіх, створюйте позитивні образи.

6. *Ставте цілі і досягайте їх.* Хваліть себе за кожне, хай навіть незначне, досягнення.

7. *Будьте відкриті для спілкування.* Людина, яка випромінює спокій, упевненість і відкрита до спілкування, буде добре прийнята у ділових колах, більш того, до її думки будуть прислухатися і колеги, і керівництво.

Людина «закрита» для спілкування, якщо:

- відчуває страх, нерішуча, їй бракує віри в свої сили;

- підозріливо ставиться до усього нового, очікує тільки поганого;
- рідко сміється і проявляє свою радість, рідко говорить «дякую»;
- частіше говорить «ні», ніж «так»;
- упевнений, що робота спричиняє стресовий стан і забирає весь вільний час;
- дуже багато говорить про себе і занадто мало слухає;
- часто діє метушливо, знервовано, із роздратуванням;
- створює навколо себе гнітючу, недружню атмосферу, виступає переважно «проти» усього, що пропонують інші.

Людина «відкрита» для спілкування, якщо:

- знає свої цілі і знає, чого хоче від інших;
- є оптимістом, бачить в людях перш за все хороше;
- спочатку думає про клієнта, потім про себе;
- життєрадісна, весела, із розумінням ставиться до інших, частіше говорить «так», ніж «ні», випромінює внутрішній спокій.
- не висуває надмірних вимог до себе і не дозволяє це робити іншим;
- уважно слухає співрозмовника, намагається якомога більше навчитися в інших людей;

Ще декілька порад:

1. Уникайте вибачень (без належних до цього причин), прояву ознак невпевненості. Наведемо кілька типових прикладів «самовбивчого» початку комунікації: «Вибачте, я не завадив?», «Будь ласка, якщо у вас є час мене вислухати».

2. Якомога менше наслідуйте. Намагайтесь формувати власну позицію стосовно будь-якого питання, яке ви розглядаєте.

3. Спрямовуйте власні думки у потрібне русло. Докладаючи свідомі зусилля, напружуючи волю, ви зможете в будь-якій ситуації адекватно зреагувати на дії і слова інших.

4. Обговорюйте ваші ідеї з іншими. Якщо у вас є однодумець – людина, яка добре знається на тих проблемах, які вас цікавлять – якомога частіше обговорюйте з ним свої ідеї.

5. Фіксуйте власні думки і враження. Записуйте власні думки, навіть якщо вони і не стосуються питання, яке ви намагаєтесь вирішити. Добре, якщо ви маєте звичку вести щоденник. Це мобілізує ваше вміння розмірковувати і допоможе вам краще пізнати себе.

6. «Відкладайте вбік» (в кращому розумінні цього слова). Завзятість і наполегливість – корисні риси, але за рахунок тільки цих якостей навряд чи ви зможете досягти позитивних результатів. Тому не «вимучуйте» з себе рішення, а надайте своєму мозкові можливість опрацювати проблему на рівні підсвідомого.

1.3. Тренувальні вправи.

Вправа 1. «Розвиток впевненості у собі та позитивної точки зору»

Почніть малювати стіну із цегли. Заповніть перший ряд цеглинками з описом ваших академічних досягнень – усі складені іспити і освоєні курси. Якщо виникнуть труднощі, перегляньте вашу залікову книжку.

Другий ряд заповніть тими навичками, якими ви володієте поза навчальною діяльністю (добре малюєте, вишиваєте, куховарите тощо). Не забувайте про дрібниці: згадайте все, що ви вмієте.

Третій ряд – досягнення особистого плану, які ви згадуєте з особливою гордістю. Можливо, ви організували якийсь значний захід, щось подолали в собі, поставили спортивний рекорд або перемогли в інтелектуальних змаганнях.

Останній ряд має бути заповнений вашими «плюсами» – позитивними особистими якостями: на вас можна покластися, ви веселий, чесний, добрий тощо.

«Будуйте» стіну і зміцнюйте впевненість в собі. Тепер ви знаєте, в чому полягає ваша сила.

Вправа 2. «Компліменти».

Учасники об'єднуються у пари і впродовж 3-х хвилин кожен говорить іншому учаснику компліменти, починаючи їх словами: «Мені подобається в тобі...». По завершенні гри учасники обговорюють, що вони відчували, що нового про себе дізналися, чи сподобалося їм говорити компліменти. Вправа сприяє розвитку вміння висловлювати свої думки і почуття, а також відчувати взаєморозуміння та прихильність інших, які є важливими компонентами спілкування.

Вправа 3. «Плагіат» (на формування власного унікального іміджу).

Інструкція:

Напевно ви кожен день зустрічаєте нових, незнайомих людей: на вулиці, на роботі (в університеті), у місцях відпочинку. Повз когось ви проходите, навіть не помічаючи цієї людини, а хтось привертає вашу увагу, й у вас виникає бажання підійти, познайомитися і дізнатися більше про цю людину. Якщо вас щось «зачепило» у зовнішності, в образі незнайомця, у манерах його поведінки, відзначте про себе три особливості іміджу цієї людини. Поставте собі питання: «Що із цих трьох особливостей я можу запозичити?». Це може бути і одяг, і своєрідна жестикуляція, і вираз обличчя, і наявність якихось аксесуарів або щось інше. Якщо ж у вас виникло стійке бажання пізнати ближче цю людину, зблизитися з нею, то знайдіть в ній вже сім привабливих якостей, а із них для себе оберіть – три. Таке «запозичення» дозволить вам врешті-решт сформуванню свій неповторний образ.

Крок 2. Пізнаємо секрети ораторського мистецтва

Заговори, щоб я тебе побачив.

Сократ

*Що більш складним і вагомим
є те, про що говориш,
тим простішою і вільнішою
повинна бути манера викладу.*

Стендаль

2.1. Інформація для роздумів.

Далеко не всі уміють виступати перед аудиторією. Це пояснюється складністю підготовки публічного виступу і необхідністю зважувати кожне слово промови. Водночас для юриста уміння переконливо викладати свої думки на широкий загал є цінним здобутком, без якого досягти успіху у професії буде вкрай складно.

Оволодіти ораторським мистецтвом під силу кожному, хто не лінується докладати зусиль, вивчаючи закони красномовства і використовує кожну можливість публічного виступу. Сумлінна підготовка до виступу, систематична робота над удосконаленням красномовства, розширення кругозору, ерудиції, самокритичність, використання кращих традицій ораторського мистецтва минулого і сьогодення, досвіду вітчизняних і зарубіжних авторів дозволить домогтися поставлених завдань.

Давніми греками було обґрунтовано основні закони риторики («rhetorike» у перекладі з грецької означає «ораторське мистецтво»). Отже, можна сказати, що риторика – це наука, яка досліджує прояви ораторської майстерності і встановлює правила публічного виступу перед певною аудиторією. Риторика покликана навчити ефективно впливати на аудиторію, відстоювати чи доводити свою точку зору у ході публічного виступу. Таким чином, освоєння законів риторики дозволяє оволодіти мистецтвом публічного виступу.

Перший закон риторики – закон гармонізуючого діалогу. Ваш співрозмовник або аудиторія – не пасивний об'єкт, на який ви як мовець покликані впливати. Ваше завдання – встановити двосторонні відносини з адресатом. Принципи, що реалізують перший закон риторики: *увага до адресата, близькість, конкретність.*

Звідси постає необхідність у створенні «соціального портрета» слухача/аудиторії, який має стабільні і ситуативні показники.

Стабільні показники аудиторії:

- 1) соціальне становище;
- 2) розмір аудиторії;
- 3) вік;
- 4) коло особливих інтересів;
- 5) набір «заборонених» тем;
- 6) особисті властивості співрозмовників;
- 7) ступінь близькості до слухача (ів);
- 8) мета, що об'єднує присутніх;
- 9) зв'язок вашого повідомлення із особистими і насущними інтересами та потребами адресата;
- 10) знання про «лідерів думок» (людей, які «задають тон» оцінкам і думкам групи) даної аудиторії;
- 11) ставлення слухачів до доповідача;

Ситуативні показники – це, у першу чергу, емоційний стан присутніх та їхні очікування з приводу виступу, тобто, що вони хочуть отримати від вас як оратора, що ви можете їм запропонувати, як вони будуть використовувати отримані від вас знання.

Мета виступу:

- поінформувати;
- пояснити;
- захистити чийсь інтереси;
- зацікавити;
- переконати;
- спонукати до дії;
- надихнути.

Зазвичай виступ переслідує одну головну мету, а інші їй підпорядковуються.

2.2. Рекомендації за темою.

Головний секрет ораторського мистецтва полягає не стільки в умінні говорити красиво, скільки в умінні донести ідею свого виступу до слухачів. При цьому зовсім не обов'язково говорити багато, скоріше навпаки – коротка, виразна промова швидше досягне мети, ніж довга і монотонна.

Правило №1. *Говоріть небагатослівно і по суті. Пам'ятайте провідну ідею, яку ви намагаєтесь донести слухачам.*

Більшість сучасних політиків у своїх промовах говорять багато, і якщо якась частина зі сказаного ще сприймається нашою свідомістю, то чи багато доходить до серця? Практично нічого. Це яскравий приклад поганого ораторства. Промова, що складається з безлічі слів, вимовлених монотонним голосом, без емоцій, сприймається людьми як

фоновий шум. Звичайно, такий виступ не знайде відгуку у людей, навіть якщо інформація є для них значущою. Водночас розповідь, де кожне слово має вагу, не може не привернути увагу і неодмінно вплине на слухачів.

Правило №2. *Будьте природними і подолайте свій страх, виробивши у собі впевненість.*

Ми слухаємо не промову, а людину, яка говорить. Саме тому успіх виступу значною мірою залежить від того, чи володіє оратор такими якостями, як:

- 1) артистизм;
- 2) впевненість;
- 3) дружелюбність;
- 4) щирість;
- 5) об'єктивність в оцінці своїх та чужих думок;
- 7) зацікавленість, захопленість (намагайтеся не говорити про те, що вас не цікавить).

Нас приваблюють ті, хто вміє бути самим собою. Чому важко бути природним? Тому, що всякий мовець відчуває: його оцінюють. Промова перед аудиторією – це завжди ситуація оцінювання мовця аудиторією. Звідси страх бути негативно оціненим.

Найнебезпечніший ворог оратора – це страх, який сковує уяву й ініціативу, а надмірна самокритичність і занижена самооцінка можуть призвести до мовленнєвого «паралічу». Особливо гостро страх і надмірна самокритичність проявляється у людей із жорсткою установкою на успіх.

Існує багато свідчень відомих людей щодо відчуття ними страху перед аудиторією. Так, 35-ий президент США Дж. Кенеді зізнавався, що відчував настільки сильний страх під час своїх виступів, що у нього дрижали коліна і пітніли долоні.

Сформулюйте і запишіть, що саме викликає у вас страх під час виступу. Складіть текст для аутогенного тренування «Я не боюся провалу (в разі провалу я нічого не втрачаю)». Пам'ятайте: ви не зможете підкорити аудиторію без реального (а не удаваного!) почуття впевненості в собі. Важко довіряти і довіритися людині, яка сама у собі сумнівається.

Пам'ятайте, що єдино обґрунтованою причиною страху буває *погана підготовка і некомпетентність*.

Слід розрізняти страх і хвилювання. Хвилювання корисне: воно тонізує психіку, дає можливість «бути в ударі». Страх треба знімати, систематично працюючи над собою й формуючи у собі «почуття аудиторії».

Правило №3. *Якщо ви хочете говорити так, аби вас слухали, треба бути Особистістю – сильною, духовно та інтелектуально багатою, й багато працювати над собою .*

Прикладом такої особистості може слугувати всесвітньо відомий оратор Давньої Греції Демосфен (384-322 рр. до н. е.), промови якого відзначалися динамічністю, переконливою аргументацією і чіткістю. Водночас жодна з промов Демосфена не є плодом імпровізації, а результатом тривалої, кропіткої праці, покладеної на пошуки теми, її розвиток, відпрацювання стилю, шліфування виразів. Демосфен не одну ніч провів за підготовкою виступів, тому його недруги говорили, що промови Демосфена тхнуть лампадним маслом, яке він спалював у величезній кількості. Водночас його твори здавалися свіжими і чарівними, ніби щойно з'явилися на світ, вражали емоційністю і довершеністю будови. Нечітку, шепеляву вимову, яка була у Демосфена з дитинства, він виправляв у той спосіб, що вкладав у рот камінці і виголошував уривки з творів улюблених поетів. Голос же він зміцнював тим, що розмовляв на бігу чи підіймаючись на гору.

На відміну від Демосфена, римський оратор Цицерон мав сильний і приємний голос. Але під час промов його голос постійно підвищувався настільки, що здавалось, ось-ось зірветься. Тільки завдяки наполегливій роботі над собою і виснажливим вправам, Цицерон домігся, щоб голос його не втрачав приємного звучання і сили.

Невтомним трудівником на ниві Слова був і Тома Аквінський – вчений-богослов, чий твори стали свого роду енциклопедією офіційної церковної ідеології Середніх віків. У 18 років він став ченцем і заглибився у вивчення теології, спочатку в Парижі, а потім в Кельні. Колеги по навчанню звали його «Нічим биком» за величезний зріст, повноту, а також відсутність інтересу до бесід і диспутів. Але Тома був мудрою людиною, і лише після наполегливої і тривалої роботи над собою, здолавши усі шаблі навчання і отримавши ступінь магістра, він починає писати власні праці і брати участь в диспутах з теологічних питань. Завзятість Томи була винагороджена: він став одним із найвидатніших майстрів теологічного диспуту своєї епохи, глибоким мислителем і успішним реформатором церкви.

Французький полководець Наполеон Бонапарт, який народився на Корсиці і з дитинства говорив італійською, французьку мову знав дуже погано аж до дорослого віку. Водночас це не завадило йому оволодіти мистецтвом красномовства і за допомогою своїх блискучих промов вести за собою тисячі людей.

Неперевершений російський воєначальник Олександр Суворов не володів ні богатирською статурою, ні сильним голосом, однак стати

непереможним полководцем і блискучим оратором йому допоміг залізний характер й уміння домагатися бажаного.

Кого б ми не взяли за приклад як доброго оратора – Демосфена чи Цицерона, Іоанна Златоуста або Тому Аквінського, Наполеона Бонапарта чи Олександра Суворова – усі вони, у першу чергу, були сильними, цікавими для оточуючих особистостями, мали залізну волю і ненастанно працювали над собою.

Правило №4. *Наповнюйте свою промову почуттями і звертайтеся до почуттів людей, ви маєте встановити і постійно підтримувати емоційний контакт з аудиторією.*

Прикладом майстра монологічного мовлення може слугувати і Федір Плевако – відомий російський адвокат ХІХ століття. Це прізвище й досі викликає в людей асоціації з народним захисником, який вигравав здавалося б, найскладніші й найзаплутаніші процеси.

Чому ж Федір Плевако був такий переконливий у своїх промовах в суді? Його секрет полягав не лише в правильності мовлення, але й у побудові висловлювань, організації тексту, композиції і емоційному забарвленні. Не дарма у журналі «Право» за 1908 рік його порівнювали з Пушкіним: «Плевако був геніальним російським оратором. У цій галузі він був для нас тим же, чим був Пушкін для російської поезії».

Сучасники згадували, що його скуласте, незугарне обличчя калмицького типу із широко поставленими очима і неслухняними пасмами довгого чорного волосся, на перший погляд, здавалося потворним. Рухи адвоката були вайлуватими, фрак сидів на ньому недолжно, а вимова із пришіптуванням могла б зіпсувати враження від промови, якби не його харизма і неймовірна внутрішня краса.

Він ніколи не висловлювався різко і безапеляційно, навпаки, обґрунтованість висловлювань, спокійний тон і наведені ним докази полонили як освічених слухачів, так і необізнаних із секретами красномовства людей.

Так, одного разу йому довелося захищати священика. Всього декілька речень, сповнених щирості і внутрішнього пориву: «Перед вами сидить людина, яка тридцять років відпускала вам гріхи на сповіді. Тепер він чекає, аби ви відпустили йому цей незначний гріх».

Найголовніша відмінність Плевако від інших ораторів і адвокатів полягала в тому, що він міг впливати на почуття слухачів, «бачити» присяжних, викликати у них сльози, сміх, часом іронічні усмішки.

І як не згадати тут вислів Ф.Д. Честерфілда, який закликав: «Прокладай дорогу до розуму людини через її серце. Дорога, яка веде безпосередньо до розуму, є сама по собі непогана, але, як правило, вона значно довша і не така надійна».

Правило №5. *Приділіть належну увагу підготовці вашої промови.*

Підготовка промови є одним із найважливіших секретів ораторського мистецтва. Досвідчені оратори називають підготовку головним правилом успішного виступу. Дейл Карнегі писав, що добре підготовлена промова – це вже на дев'ять десятих реалізована промова. Однак процес підготовки промови – це не тільки добирання змістовного матеріалу, але й дотримання певних етапів його оформлення й структурування.

Наступні поради допоможуть оратору-початківцю уникнути стандартних помилок.

1. Вивчіть напам'ять важливі частини тексту. Завчіть початок і кінцівку, а також інші важливі місця вашої промови. Постарайтеся хоча б один раз відрепетирувати виступ, щоб зрозуміти, які частини викликають у вас найбільші труднощі. Постарайтеся запам'ятати важливі факти (дати, імена, назви). Оратор, який без папірця оперує важливими фактами, завжди справляє хороше враження.

2. Підготуйте хороший вступ. Саме на початку виступу оратор відчуває найбільше хвилювання перед публікою, а також створює перше враження про себе у глядачів. Крім того, перед виступом проявляються всі організаційні огріхи: непрацюючий мікрофон, поява запізнених слухачів і багато іншого. Будьте готові до цього.

Не варто відразу починати вашу мову з теми виступу, краще для початку привітати публіку й висловити подяку присутнім за те, що приділили вам свій час, пожартувати або коротко висловити вашу думку щодо актуальної для усіх новини, події. Дайте слухачам теж приготуватися до вашої мови. Отже, запорукою гарного виступу є підготовка правильного вступного слова.

3. Ретельно попрацюйте над кінцівкою вашого виступу. Зазвичай перші й останні слова виступу запам'ятовуються найкраще («ефект краю», обґрунтований Еббінгаузом). Саме для фінальної частини вашої промови варто залишити головні думки і ключові висновки. Виділити важливе вам допоможуть спеціальні прийоми.

Наприкінці виступу, дайте аудиторії зрозуміти, що ви завершуєте свою промову. Для цього використовуйте відповідні слова «і нарешті», «підбиваючи підсумки» тощо. Так слухачі зрозуміють, що ви закінчуєте свій виступ і говорите ключові слова, на яких їм варто максимально сконцентрувати увагу.

Досвідчені оратори, рекомендують добре вивчити і навіть відрепетирувати фінальну частину публічної промови. Яскрава кінцівка завжди запам'ятовується і залишає добре враження у слухачів.

4. Приготуйте все необхідне. Мікрофон, аудиторія, вода, час виступу – все це не повинно викликати у вас питань. Подумайте, що

вам необхідно, завчасно обговоріть можливі проблеми із людьми, які відповідають за організаційні моменти виступу. Аби уникнути зайвого хвилювання постарайтеся подбати про всі дрібниці заздалегідь.

5. Візьміть записи, якщо відчуваєте у цьому потребу. Але все ж таки варто докласти максимум зусиль під час підготовки, аби вам не потрібні були допоміжні записи. Однак, якщо ви не впевнені у собі, краще мати перед собою план або ключові тези виступу.

Часто буває так, що від хвилювання з голови вилітає найважливіша інформація. Оратор, усвідомивши, що забув найголовніше, як правило, губиться, збивається з наміченого плану. У цьому випадку варто мати при собі записи, зазирнувши в які ви зможете моментально повернутися до втраченої думки. Але візьміть за правило користуватися записами лише у разі крайньої необхідності, бо читання тексту з папірця псує враження від промови в цілому. Таким чином, хороша підготовка публічної промови додасть вам упевненості і допоможе позбутися від хвилювання перед виступом.

Правило №6. Тренуйте пам'ять.

Історія має чимало свідчень про феноменальну пам'ять видатних особистостей. Так, Олександр Македонський і Юлій Цезар знали на ім'я усіх своїх вояків, а це не менш, ніж 30 000 осіб. Сенека, славнозвісний філософ давнини, міг повторити 2000 не пов'язаних між собою слів, які почув лише раз.

Представники світу науки завжди вражали оточуючих неабиякими здібностями до запам'ятовування. Так, академік Йоффе по пам'яті користувався таблицею логарифмів. Інший вчений, академік Чаплигін, міг безпомилково назвати номер телефону, за яким телефонував лише один раз п'ять років тому.

Але й звичайні люди інколи демонструють вражаючі дива пам'яті. У 60-х рр. ХХ ст. на весь світ прославився Інтадор Хусейн Куадрі. Він миттєво називав дати будь-яких історичних подій та імена осіб, з ними пов'язаних. Куадрі склав незвичайний календар, який містив всі знаменні дати, починаючи з 1501 року. Ще один приклад: Ернст Гаон, мешканець Шотландії, вивчив напам'ять 25000 книг, які прочитав за своє життя. Він міг не вагаючись пригадати будь-який уривок з них.

А музиканти! Моцарт міг точно записати велику складну п'єсу, яку почув лише один раз. Композитор А. К. Глазунов легко відновлював втрачені записи музичних творів. Всі ці приклади є свідченням того, що можливості людської пам'яті надзвичайно широкі, і повноцінне їх використання дає необмежений простір для творчості. Недаремно матір'ю всіх муз у Давній Греції вважали Мнемозину – богиню пам'яті

Наступні поради допоможуть вам ефективно використовувати власну пам'ять:

- уважно прочитайте текст, осмисливши кожне слово. Незрозуміла інформація забувається швидко і майже в повному обсязі;
- умовно поділіть текст на окремі інформаційні ланки (цей поділ може збігатись із членуванням тексту на строфи, абзаци, розділи). Визначте головну думку кожного блоку і перекажіть його зміст своїми словами;
- при повторному читанні спробуйте для кожної такої частинки тексту дібрати в уяві образ, схематичне або художнє зображення;
- наступне читання має об'єднати у вашій уяві окремі картинки в одну сюжетну лінію, так, наче ви режисер і знімаєте за даним текстом невеликий фільм. Такий підхід застосовується до будь-яких текстів, не обов'язково художніх;
- спробуйте проказати вивчене: спочатку – блоками, а потім весь текст;
- далі закріплюйте текст у пам'яті за таким графіком: в перший день – повторення через 40 хвилин після вивчення, наступний день – 2-3 повторення; третій – сьомий день – по одному повторенню, потім – одне повторення з інтервалом у 10 днів.

Правило №7. *Використовуйте можливості вашого голосу.*

Хороший оратор повністю контролює нюанси свого голосу, адже голос – практично те ж саме, що і музичний інструмент: якщо не налаштувати – ніколи не зазвучить добре.

Сила голосу або його гучність – це та характеристика голосу, яку повинен уміти використовувати у своїй професійній діяльності і юрист. Причому однаково важливим є уміння говорити як голосно, так і тихо. Уміло оперуючи параметрами гучності вашого голосу, ви зможете виділити найважливіші місця виголошеної промови.

Основна проблема, яка виникає в ораторів-початківців, пов'язана з необхідністю навчитися говорити досить голосно без великого навантаження на голосові зв'язки.

Аби говорити голосно без напруги голосових зв'язок, можна скористатися наступними універсальними рекомендаціями:

- сповільніть темп вашої промови настільки, щоб ви могли при необхідності використовувати більше повітря на кожен звук кожного слова. Дихайте глибше (діафрагмою);
- спробуйте посилити резонанс (вібрацію звуків) у голосових порожнинах: у носоглотці, гортані і грудній клітці;
- намагайтеся чіткіше артикулювати (інтенсивно використовувати органи мовленнєвого апарату), що сприятиме кращому сприйняттю вашої промови навіть за відсутності сильної голосової напруги.

Дикція також є важливою складовою мовленнєвого оформлення публічної промови. Правильна дикція передбачає чітку вимову звуків,

складів і слів. Чистота звучання мови залежить від правильної і активної роботи апарату артикуляції. Дикцію можна порівняти з почерком: текст, написаний людиною з поганим почерком складно читати, а промову, виголошену людиною з поганою дикцією – складно слухати, сприймати.

Існують спеціальні вправи, що формують виразну дикцію. Однією з найпопулярніших вправ, якою користуються усі диктори та ведучі, є промовляння скоромовок. Кожна скоромовка тренує вимову певних звуків і та їх поєднань.

Заслуговує на увагу й така характеристика голосу як інтонація. За допомогою інтонації можна виразити основні комунікативні наміри: ствердження, запитання, вигук, спонукання.

Буває так, що інтонація, з якою вимовлені слова, є набагато важливішою, ніж ці слова. Хороший оратор повинен володіти інтонацією, уміти ставити логічні акценти, підвищувати і знижувати гучність голосу, тон або темп мови, а також робити необхідні паузи.

Для тренування інтонації добре підійде читання художніх (особливо, драматичних) текстів вголос. При цьому візьміть за звичку повторювати окремі речення кілька разів, намагаючись зробити це з різною інтонацією.

Що ж до темпу мовлення, то він не вважається безпосередньою властивістю голосу людини. Водночас вміння варіювати за необхідності швидкість вимовляння слів і фраз також можна віднести до основних навичок ораторської майстерності. Слід пам'ятати, що темп мовлення дуже пов'язаний із особистісними властивостями оратора і тому важко піддається коригуванню. Деякі люди, в силу свого характеру, складу розуму і звичок, говорять швидше, інші – повільніше.

Якщо ви відчуваєте труднощі у виголошенні промови в швидкому темпі, ефективним рішенням для вас можуть стати дихальні вправи і промовляння скоромовок. Однак, швидкий темп далеко не завжди добре сприймається аудиторією. Частіше буває так, що спокійна, сповільнена, обдумана промова звучить набагато переконливіше, ніж «відбарабанений» скоромовкою текст. Окрім того, сповільнений темп дозволяє слухачам глибше вникнути у суть сказаного, дає час проаналізувати і засвоїти почуте.

Правило №8. Умійте тримати паузу.

Уміння правильно робити паузи у промові не менш важливе, ніж здатність говорити швидко або повільно. Пауза справляє таке ж враження, як і раптовий звук під час тиші: вона привертає увагу. Крім того, після паузи нова думка звучить переконливіше, ніж коли ви безперестанку вимовляєте одну тезу за іншою. Як правило, паузи

співвідносяться із розділовими знаками, але іноді паузи можуть виходити за рамки письмової мови.

Промовець може використовувати наступні паузи:

– *паузи хезитації* – це мовні коливання, пов'язані зі спонтанністю мови. Вони мають місце, коли виникає проблема вибору мовних одиниць (слів і граматичних структур) і структурування думки в цілому. Це той випадок, коли думка «вислизнула», і ви ненадовго замислилися над тим, про що говорили раніше і що хочете сказати в даний момент;

– *інтонаційно-логічні, інтонаційно-синтаксичні паузи* необхідні для передачі інтонації фрази та її істинного смислу. Усім добре відомий приклад тези «страчувати не можна помилувати», в якому смисл безпосередньо залежить від постановки паузи у правильному місці;

– *психологічні паузи* використовуються для смислових й емоційних акцентів;

– *фізіологічні паузи* обумовлені особливостями нашого мовленнєвого апарату. Наприклад, нам потрібно вдихати повітря для виголошення фрази і на цьому вдиху виникає невелика пауза, яка не має смислового чи іншого відтінку;

– *ситуативні паузи* пов'язані з тим, що ми не можемо бути відокремлені від зовнішнього оточення. Пауза може виникнути при несподіваному питанні або раптовому гучному звуці із залу. Ці паузи також є частиною нашого публічного виступу і виникають часто з об'єктивних причин, не залежних від оратора.

Слід мати на увазі, що короткі паузи сприймаються краще довгих. Тільки половина середньостатистичних слухачів в змозі як слід зрозуміти фразу, що містить більше 13-15 слів. До того ж, одна третина всіх людей, слухаючи чотирнадцяте і наступні слова в межах одного речення, взагалі втрачає зв'язок з його початком.

2.3. Тренувальні вправи.

Вправа «Мовна машина».

Чотирьом учасникам гри повідомляється, що вони гуртом будуть розповідати казку «Колобок». Один – відповідатиме за іменники, займенники та власні назви (ліс, він, Колобок та ін.). Інший – за дієслова та дієприслівники (йде, йдучи та ін.). Третій – за прикметники і прислівники (злий, весело та ін.). Четвертий – за усі службові слова (прийменники, сполучники, частки). За командою ведучого учасники починають розповідати казку. Інші спостерігають.

По завершенні вправи проводиться обговорення:

- Які враження у безпосередніх учасників?
- Які враження у спостерігачів?
- Чому так складно говорити разом?

Вправи на вироблення рухливості і сили голосу

Вправа 1. Вимовляєте слова спочатку поволі, потім поступово прискорюйте темп до дуже швидкого з подальшим уповільненням:

«Швидко їхали, швидко їхали, швидко їхали... швидко їхали... швидко їхали».

Вправа 2. Прочитайте примовку з поступовим прискоренням:

Сонечко, полети на облишко,
Принеси нам з неба,
Щоб було влітку:
У городі боби,
В лісі ягоди, гриби,
В джерелі водиця,
В полі пшениця.

Вправа 3. Прочитайте вірш в заданому темпі:

Ледве-ледве, ледве-ледве - - -(повільний темп)
Завертілися каруселі. - - -(повільний темп)
А потім, потім, потім - - -(середній темп)
Все бігом, бігом, бігом! - - -(швидкий темп)
Все швидше, швидше, бігом, - - -(дуже швидкий темп)
Карусель довкруги, довкруги! - - -(дуже швидкий темп)
Тихіше, тихіше, не поспішаєте - - -(середній темп)
Карусель зупините. - - -(середній темп)
Раз, два, раз, два - - -(повільний темп)
Ось і скінчилась гра. - - -(повільний темп)

Вправа 4. Прочитайте скоромовки з поступовим прискоренням:

Босий хлопець сіно косить,
Роса росить ноги босі.

Був собі цебер, та переполуцебрився на полуцебренья.

Вовк-вовцюг вівцю волік.
Вова вовку – вила в бік.
Як завив же вовк-вовцюг,
Миттю випустив вівцю,

Ворона проворонила вороненя.

Дзижчить над житом жвавий жук,
Бо жовтий він вдягнув кожух.

Ой, збирала Маргаритка маргаритки на горі.
Розгубила маргаритки Маргаритка у дворі.

Вправа 5. Прочитайте текст, міняючи залежно від змісту силу голосу:

Була тиша, тиша, тиша.
Раптом гуркотом грому змінилася вона!
І ось вже дощик тихенько — ти чуєш? —
Закрапав, закрапав, закрапав в вікно.
Напевно, що зараз забарабанить.
Вже барабанить! Вже барабанить!

Вправи на вироблення виразності голосу

Вправа 1. Цю вправу треба виконувати удвох. Між двома учасниками має бути достатньо велика відстань (хоча б 6-10 метрів), говорити треба тихо, майже пошепки, але виразно. Тема бесіди заздалегідь не обговорюється. Перед виконанням вправи ви повинні розробити мовну ситуацію (наприклад, уявити, що поряд знаходиться хтось третій, якому з яких-небудь причин не слід знати про зміст вашої бесіди).

Вправа 2. Придумайте мовну ситуацію, коли розмова між двома людьми повинна відбуватися на значній відстані і неголосно. Продемонструйте цю бесіду.

Вправи для розширення діапазону голосу

Вправа 1. «Малюйте» голосом лінію руху стрибка у висоту:



Вправа 2 Добийтеся дзвінкості, зібраності звуку, вимовляючи плавно і протяжно звук М.

Вимовіть протяжно і плавно (як при співі) склади:
мі, ме, ма, мо, му, ми.

Вправи для розвитку мовленнєвого апарату

Вправа 1. Дихальна вправа.

Початкове положення: вправа виконується стоячи, руки опущені уздовж тіла, ноги на рівні плечей. Розслабтеся. Вдихніть повільно через ніс, ніби до чогось прислухаєтеся. Після закінчення вдиху груди мають бути високо підняті, а живіт і діафрагма напружені і втягнуті. Затримайте дихання, а потім повільно видихайте за зворотною схемою: груди – діафрагма – живіт.

Багатьох вражає невтомність японських бізнесменів під час переговорів. З'ясувалося: як тільки хто-небудь з них відчував ознаки втоми, він починав дихальні вправи за схемою: 6 секунд – вдих, 6 секунд – затримка дихання, 6 секунд – видих. Для сторонніх такі ваші маніпуляції з диханням залишаються непомітними. Вправу слід повторити 10-12 разів, або поки ви не відчуєте припливу бадьорості. Вправа потребує вміння зосереджуватися і подумки контролювати послідовність дихання, допоки процес не стане автоматичним. Ця вправа допоможе вам зняти сонливість і посилити бадьорість, навіть якщо ви дуже втомлені.

Вправа 2. «Задування свічок». Уявіть, що вам потрібно задмухнути 3 свічки. Наберіть в груди достатньо повітря, і подуйте на кожну з трьох уявних свічок. Тепер зробіть те ж саме для більшої кількості свічок і збільшуйте їх кількість поступово: 4, 5, 6, 7. Як тільки ви відчуєте, що втомилися – зупиніться і відпочиньте. Після цього спробуйте випрямитися і вдихати більше і глибше, задіюючи м'язи діафрагми, а видихати більш спокійно і цілеспрямовано. Після цього повторюйте вправу, намагаючись задмухнути більше уявних свічок, але ні в якому разі не перенапружуйтеся, інакше від нестачі повітря у вас запаморочиться в голові.

Вправа 3. Навчитися правильно використовувати видихуване повітря – одна з найскладніших задач. Для тренування оптимальної техніки видиху ви можете скористатися віршиком «Дім, який збудував Джек». Намагайтеся на одному диханні вимовляти кожну частину вірша. Рекомендації тут такі ж, як і в попередній вправі для розвитку мовного дихання.

Вправи для підвищення рухливості губ

М'язи губ і язика зазвичай погано розвинені. Багато людей скаржаться, що не можуть поворухнути губами, не задіюючи при цьому нижню щелепу і не відкриваючи рота. При млявості і недостатній рухливості губ страждає чіткість і зрозумілість вимови багатьох голосних і приголосних звуків. Наприклад, для вимовляння звуків «у», «ю» потрібно витягнути губи вперед трубочкою, для звуків «о», «е» округлити губи, а для звуків «с», «з» розтягнути губи в усмішці. Для тренування губ корисно виконувати такі вправи:

1. Розтягніть губи в усмішці без оголення зубів.

2. Розтягніть губи в усмішці з оголенням зубів при закритому роті.
3. Щільно зімкніть губи і витягніть їх вперед так, як при свисті.
4. Витягніть губи вперед у формі трубочки.
5. Поперемінно чергуйте витягування губ в трубочку із розтягуванням їх в усмішці.
6. Підніміть верхню губу, оголивши верхні зуби, потім опустіть нижню губу, оголивши нижні зуби.
7. Протяжно промовте голосні звуки (спочатку без голосу, але з підкресленою артикуляцією, потім з голосом).
8. Дивлячись у дзеркало, сформуєте губами «хоботок», а потім підніміть його вгору й опустіть вниз. Підборіддя і нижня щелепа повинні бути нерухомі. Домогтися цього зовсім не просто. Тут потрібна витримка і терпіння. Повторіть вправу 10 разів. Не поспішайте, повільно підніміть «хоботок» вгору, повільно опустіть вниз. Це нелегко, але коли ви освоїте цю вправу ваша дикція зміниться на краще.

Вправи для язика

Язик бере активну участь в утворенні більшості звуків мови. Від його роботи багато в чому залежить виразність мови. Особливі труднощі виникають при вимові слів зі збігом приголосних, коли необхідно швидко переключити рух язика з одного положення на інше. Для зміцнення м'язів язика, поліпшення його рухливості чітко відпрацюйте наступні рухи:

1. Кінчиком язика упріться в щоку і розтягніть її, а потім іншу, немов ви в роті катаєте цукерку. Зробіть цю вправу 10 разів. Відчуйте, як сильно втомився язик, долаючи опір щоки.
2. Висуньте язик назовні і зробіть ним рухи вліво, вправо, вгору, вниз.
3. При відкритому роті і злегка висунутому язику зробіть його широким, вузьким, чашечкою (кінчик і бічні краї злегка підведені).
4. Злегка піднесеним напруженим кінчиком язика «почистіть» верхні зуби з зовнішньої і внутрішньої сторони, в напрямі від внутрішньої сторони зубів до зовнішньої і навпаки.
5. Упріться кінчиком язика зсередини у верхню губу, а потім – у нижню, знову у верхню, а потім знову в нижню. Повторіть так 10 разів. Для зняття напруги зробіть кілька жувальних рухів.
6. Рот напіврозкритий. Кінчиком висунутого язика напишіть в повітрі букви алфавіту, після кожної букви повертайте язик в початкове положення.
7. «Цокання». Кінчик язика щільно притиснутий до альвеол, потім поштовхом відривається і перескакує ближче до м'якого неба. При цьому виникає клацання, схоже на цокання копит. Повторити 8-10 разів.

Крок 3. Вчимося ставити питання

Уміння правильно ставити питання є вже важливою і необхідною ознакою розуму і прозорливості.

Еммануїл Кант

Знання може бути лише у того, у кого є питання.

Ганс Георг Гадамер

3.1. Інформація для роздумів.

Досвід освоєння майбутніми юристами практичних навичок роботи доводить, що найбільш складною справою для них є постановка запитань. Труднощі виникають як із змістом питання (Про що питати?) та з його структуруванням (Як побудувати питання?), так і з визначенням мети (Для чого питати?). Цілком очевидно, що подолати усі ці проблеми можна лише у відповідній діяльності, тобто у постановці запитань.

Але для початку треба знати, які бувають питання і як правильно їх сформулювати.

Залежно від мети та способу впливу на партнера по комунікації, питання поділяються на такі види:

- інформаційні – для отримання необхідних даних;
- контрольні – для перевірки, чи слухає вас співбесідник, чи слідкує за ходом ваших думок;
- орієнтувальні – для того, аби дізнатися, чи дотримується співрозмовник висловленої раніше думки;
- підтверджувальні – для того, аби досягти взаєморозуміння, отримати схвалення;
- ознайомчі – для отримання інформації про думки, цілі партнера;
- однополюсні – це дублювання питання партнера на знак того, що ви зрозуміли суть сказаного; досить часто використовуються для того, аби «виграти час»;
- зустрічні – при належному використанні дозволяють максимально конкретизувати предмет дискусії і дійти згоди;
- спрямовуючі – коли партнер ухиляється від теми розмови;
- провокаційні – коли треба встановити справжні наміри співрозмовника,
- вступні – для заохочення партнера до комунікації;
- підсумкові – для узагальнення результатів взаємодії.

Залежно від структури і граматичної будови питання можуть бути:

а)

<u>закриті</u>	<u>відкриті</u>	<u>напівзакриті</u>
▼	▼	▼
респондент вибирає одну відповідь із переліку запропонованих	респондент самостійно формулює відповідь	перелік відповідей має варіанти «інше», «що ще?»

б)

<u>прямі</u>	<u>непрямі</u>
▼	▼
питання формулюється конкретно (Що заважає вам працювати краще?)	мету запитання приховано, «завуальовано» (Які труднощі, на вашу думку, можуть виникнути у юриста-початківця?)

Постановка запитань є одним із основних прийомів роботи юриста. Саме тому у підготовці фахівців для юридичної галузі широко використовується так званий «сократичний метод» або «Сократів діалог». Як відомо, Сократ у своїх діалогах неодмінно підводив співбесідника до протиріччя, ставлячи йому закриті запитання, на які той мав відповідати ствердно. Метою «сократичного методу» є розробка ланцюжка запитань, які мають підвести опонента до певного висновку. При цьому один учасник ставить запитання, а інший – лише відповідає (ситуація аналогічна тій, що відбувається у суді).

Розглянемо, які питання можуть бути використані у такому діалозі:

– Як ви вважаєте, чи слід погоджуватися із клієнтом при визначенні стратегії захисту? Чому ви так вважаєте? (ввідні питання).

– Що ви маєте на увазі? Як би ви могли по іншому сформулювати свою позицію? (прямі, уточнюючі).

– Що дає вам підстави так думати? Які аргументи ви можете навести на підтвердження своєї позиції? (питання, що спонукають до аргументації).

– А чи не вважаєте ви, що юрист у такій ситуації нагадує лікаря, який без вагань виписує рецепт? (питання, побудовані на аналогії).

– А що б з цього приводу сказав клієнт? (питання, що дозволяють прийняти іншу точку зору).

– А чи не означає це, що юрист має забезпечити уникнення відповідальності за дане правопорушення? (питання з використанням псевдовисновків або надто категоричних висновків).

Аби виробити у собі майстерність ставити запитання, майбутній

юрист має добре усвідомлювати відмінність у питаннях, що полягає не лише у конкретній цільовій спрямованості (як у наведених вище варіантах), а й у широті смислового наповнення.

Порівняйте: «Як законопроект стає законом?» і «Чому закони змінюються?». В першому випадку (змістове запитання) необхідно пригадати відомості з певного розділу підручника, у другому (ключове запитання) – висловити й обґрунтувати свою власну думку з цього приводу

3.2. Рекомендації за темою.

Порадник «Як правильно відповідати на питання?»

1. Аби не опинитися у складній ситуації, варто по можливості вивчити партнера по спілкуванню, його інтереси, рівень освіти, компетентності у питанні, що передбачається для обговорення, його очікування від розмови.

2. Перш ніж відповідати на питання, зробіть паузу (5- 8 секунд).

3. Якщо питання виявилось складним за структурою, тобто складається із кількох простих, то подумки розділіть його на складові і розташуйте у прийнятній для вас послідовності.

4. Якщо ж питання виявилось складним за змістом, то:

– попросіть іще раз повторити питання, при повторенні у ньому можуть змінитися акценти або навіть і смисл;

– повторіть питання так, як ви його зрозуміли, і запитайте співрозмовника, чи згоден він із таким його тлумаченням;

– при можливості попросіть кілька хвилин на роздуми.

5. Якщо ви не знаєте відповіді на поставлене питання, ввічливо попросіть дати вам можливість записати його і дати відповідь пізніше.

У юридичній практиці подібна ситуація є цілком природною. Юрист може попросити клієнта представити йому відсутні відомості та необхідні документи, що стосуються справи. Часом самому юристу потрібен додатковий час для ґрунтовного опрацювання проблеми, вивчення законодавчої бази та практики вирішення аналогічних справ.

Ось що з цього приводу пише відомий адвокат М. Ю. Барщевський: «Не треба соромитися перед клієнтом того, що ви не знаєте відповіді на те чи інше питання або частину питання. На нашу думку, «усезнайство», окрім того, що воно по суті не можливе, викликає великий скептицизм у нормальних людей. Адвокат має право і повинен прямо сказати клієнту, що ось з такого-то питання він хотів би сам проконсультуватися з ким-небудь зі своїх колег, більш компетентних, ніж він сам, саме у цій галузі. Це – нормально. Це викликає повагу та довіру клієнта. Плюс до всього, саме такий підхід страхує адвоката від помилки».

6. Якщо вам щось неясно або ви не впевнені, що правильно зрозуміли клієнта, не соромтеся уточнювати інформацію – ставте йому уточнюючі запитання. Ви справите враження людини, що намагається не упустити важливі моменти бесіди. Існує безліч уточнюючих питань, які можна починати так: «Ви маєте на увазі, що...?» , «Чи правильно я вас зрозумів...?», «Поясніть, будь ласка ...», «Ви хочете сказати...?» тощо. У разі необхідності сформулюйте свою думку по-іншому.

3.3. Тренувальні вправи.

Відпрацювання уміння ставити запитання може відбуватися у щоденному спілкуванні із друзями, колегами. Розпитайте їх про ті події, які відбулися з ними впродовж дня, таким чином, аби можна було побудувати точну хронологію цих подій (наприклад, для встановлення алібі когось із ваших знайомих). Гуляючи містом, ставте одне одному питання щодо будівель, ландшафту, ніби маєте на меті отримати опис місця подій.

Корисною для вироблення навичок спілкування, постановки відкритих, закритих, навідних запитань можуть стати такі вправи.

Вправа 1. Один учасник коротко описує якийсь куточок міста (відомий обом учасникам), а інший – за допомогою запитань з'ясовує, про що йде мова. Кількість запитань має бути обумовлена на початку вправи, поступово вона має зменшуватися.

Вправа 2. У групі обираються два учасники, один з яких грає роль іноземця, а інший – перекладача. Усім іншим пропонується уявити себе журналістами, які присутні на прес-конференції іноземного гостя. «Іноземець» сам обирає образ свого героя і представляє його публіці (це може бути відомий адвокат, підприємець, політик тощо). Журналісти ставлять йому питання, на які він дає відповідь «іноземною» мовою.

Важливо у ході цієї вправи звернути увагу на реакцію «журналістів» та «іноземця», коли перекладачем подаються найбільш повні або дотепні та неординарні інтерпретації висловлювань. По завершенні вправи варто заслухати висновки учасників щодо проблем, які виникли під час виконання завдання, та можливих способів удосконалення відповідних умінь і навичок.

Вправа 3. Один із учасників розповідає про те, що відбулося із ним сьогодні вранці або вчора увечері і про те, як він почувається на даний момент. Інші учасники по черзі мають виконати такі завдання: 1) найбільш точно повторити розповідь; 2) виокремити ключові тези висловлювання; 3) подати власну інтерпретацію почутого. Після кожного із запропонованих варіантів оповідача розпитують, чи в повній мірі учасниками розкрито зміст його розповіді.

Вправа 4. За допомогою питань встановіть зворотній зв'язок, перевірте точність сприйняття інформації співбесідником або отримайте додаткову інформацію у таких ситуаціях:

(1) Ваш співрозмовник використав незнайоме вам поняття або вислів.

(2) Співрозмовник ухиляється від теми і не повідомляє тієї інформації, яку ви від нього очікуєте.

(3) Партнер по комунікації ніби «зациклюється», постійно повторюючи одне й те саме.

(4) Співрозмовник висловив думку, яка не узгоджується із тим, що він говорив досі. Вам необхідно уточнити його позицію.

(5) Ви хочете дізнатися думку партнера щодо вашого висловлювання.

(6) Невербальна поведінка партнера підказує вам, що ваше висловлювання викликало у нього занепокоєння. Вам необхідно заспокоїти співрозмовника, розсіяти сумніви, попередньо уточнивши що саме його так схвилювало.

(7) Партнер не згоден із вашою думкою, і вам необхідно уточнити причину такого неприйняття.

(8) Ваш співрозмовник висловився досить «туманно», а вам необхідні конкретні дані.

(9) Ви розповіли підзахисному про позитивні і негативні наслідки розгляду судової справи. Ваше завдання – встановити зворотній зв'язок.

Вправа 5. Учасникам пропонується по черзі сформулювати «негативне» питання як «позитивне». Наприклад, питання «Чи не складно Вам буде розповісти про ..?» звучатиме зовсім по-іншому, якщо ви скажете: «Ви ж зможете пригадати ті події і розповісти мені про..?»

Вправа 6.

Ведучий бере аркуш паперу і пише на ньому будь-яку фразу. Наприклад: «Дівчинка в синій сукні і з червоним рюкзаком йшла вулицею». Групі необхідно ставити навідні питання, аби дослівно відгадати фразу. Показує ефективність відкритих питань.

Вправа 7.

Ведучий готує паперові «етикетки», де заздалегідь написані імена відомих персонажів, реально існуючих або героїв художніх творів. Важливо, щоб це були загальновідомі герої. Етикетки кріпляться на спину учасникам. Завдання учасникам: Якомога швидше дізнатися ім'я персонажа, прихованого у них за спиною. Для цього можна звертатися до інших учасників вправи, але кожному з них можна поставити лише по три питання. Забороняється питати: «Хто у мене за спиною?». Як тільки учасник вгадав свого персонажа, він сідає на свій стілець. Ведучий оголошує трьох учасників, які першими виконали вправу.

Крок 4. Дискутуємо, а не сперечаємось

*Дискусія – це обмін знаннями, а
сперечка – невіглаством
Роберт Куїллен*

4.1. Інформація для роздумів. Кожна людина, незалежно від професії, повинна уміти компетентно і ефективно обговорювати життєво важливі проблеми, переконувати, аргументовано відстоювати свою точку зору і спростовувати думку опонента. У юридичній практиці поширеною є така форма комунікації як дискусія, мета якої – встановлення істинної думки, пошук правильного рішення. Досягається мета дискусії за допомогою такого інструменту як аргументація.

Аргумент (лат. argumentum) – твердження (або сукупність тверджень), що використовується оратором для обґрунтування істинності думки (системи думок, точки зору, теорії). Аргументи можуть бути сильними, слабкими або хибними.

Сильні аргументи	Точно встановлені і взаємопов'язані факти і судження, що впливають з них. Закони, статuti, постанови та інші документи, якщо вони застосовуються в реальному житті. Експериментально перевірені висновки експертів. Цитати із публічних заяв, праць визнаних у цій сфері авторитетів. Покази свідків та очевидців подій, статистична інформація. Результати соціологічних опитувань, проведених фахівцями.
Слабкі аргументи	Умовиводи, засновані на двох і більше окремих фактах, зв'язок між якими не підтверджений. Судження, побудовані на алогізмах. Посилання (цитати) на авторитети, невідомі або маловідомі слухачам; доводи особистого характеру, що впливають з обставин життя мовця й зумовлені його бажаннями. Узагальнення, зроблені на основі здогадів і припущень. Висновки із неповних статистичних даних.
Хибні аргументи	Висновки на основі підтасованих фактів, фіктивних документів; неправдиві заяви, свідчення. Посилання на сумнівні, неперевірені джерела, а також норми закони, що на момент дискусії вже не є чинними. Домисли, здогадки, припущення, засновані на забобонах, містичних уявленнях тощо.

У дискусії зазвичай перемагає той, хто уміє добирати «сильні» аргументи.

Ефективною буде та дискусія, учасники якої дотримуються таких правил у доборі і структуруванні аргументів.

1. Найбільш переконливим є наступний порядок аргументів: сильні – середні – один найсильніший.

Не кількість аргументів вирішує справу, а їх надійність. Починати дискусію слід не з прохання, а з аргументу. Власне саме прохання без аргументів має найменші шанси на позитивне рішення. Важливо враховувати ще одну обставину: один і той же аргумент одними людьми може бути сприйнятий як сильний, іншими – як слабкий.

2. Аби отримати позитивне рішення щодо важливого для вас питання слід на початку дискусії поставити співрозмовнику два коротких, простих запитання, на які він без труднощів відповість «так».

Встановлено, що коли людина говорить або чує «ні», в її кров надходять гормони норадреналіну і налаштовують її на боротьбу. Навпаки, слово «так» приводить до виділення морфіноподібних речовин – «гормонів задоволення». Отримавши дві порції «гормону задоволення», співрозмовник розслабляється, налаштовується доброзичливо, йому психологічно легше погодитися, ніж вступати в боротьбу. Такі питання повинні бути короткими, щоб не втомити співрозмовника й не забирати у нього багато часу.

3. Переконливість аргументів значною мірою залежить від іміджу і статусу учасника дискусії.

Одна справа, коли говорить людина авторитетна, шановна, інша – коли це нікому не відомий, недосвідчений оратор, який поки що не досяг значних успіхів на професійному поприщі, і якого мало хто сприймає всерйоз. Висока посада або соціальне становище, видатні успіхи в якійсь галузі, освіченість, визнання оточуючих, суспільно значущі особистісні якості піднімають статус й імідж людини, а разом з ними – і вагомість його аргументів. Підтримка колективу також підвищує статус мовця.

4. До аргументів приємного нам співрозмовника ми ставимося поблажливо, а до аргументів неприємного – критично.

Приємне враження, як відомо, створюється багатьма обставинами: проявом поваги, умінням вислухати, грамотною мовою, приємними манерами, зовнішнім виглядом тощо.

5. Людина буває непереконаливою, якщо її жести і поза не відповідають змісту висловлювань. Той, хто володіє мистецтвом невербального спілкування, може «читати» співрозмовника, а отже, знайти необхідні аргументи – «ключі» до його розуму і серця.

Загалом же у виборі стратегії ведення дискусії необхідно враховувати індивідуальні особливості її учасників.

Традиційно виділяють сильних і слабких учасників. Сильний учасник – впевнений в собі, добре знає предмет спору, має досвід полемічного спілкування, є авторитетною людиною. Слабкий учасник, відповідно, – недостатньо обізнаний у проблемі, нерішучий, недосвідчений у спілкуванні.

За характером знань, учасників дискусії поділяють на «лисиць» та «їжаків» (за байкою давньогрецького поета Архілоха: «Лисиця знає багато усяких речей, а їжак – одну, але вагому»). Отже, «лисиці» обізнані, як правило, поверхово, щодо широкого кола питань, але недостатньо глибоко розбираються в окремих питаннях, а «їжаки» заглиблені в одну тему.

4.2. Рекомендації за темою.

«Декілька правила ведення дискусії»

- Із самого початку необхідно визначитись із предметом дискусії та розумінням сторонами основних понять, аби не довелося сперечатися про різні речі.
- Потрібно чітко розмежовувати питання, які є предметом дискусії і які не слід обговорювати.
- Слід обговорювати тільки те питання, із яким добре обізнані обидві сторони.
- Уважно вислуховувати і аналізувати усі наведені аргументи. Уважне слухання – запорука вашої переконливості. Ніколи і нікого не зможеш переконати, якщо не зрозумієш хід думок співрозмовника.
- Треба шукати не відмінності у ваших позиціях, а насамперед точки дотику.
- Займати чітку і однозначну позицію. Виявляти принциповість, але не упертість.
- Не боятися ставити питання, уточнювати.
- Не допускати перетворення дискусії у з'ясування особистих стосунків.
- Можна переконувати, але не можна принижувати опонентів.
- Зберігати спокій і врівноваженість.
- Критикувати позицію, а не людину. При цьому робити це треба без роздратування і злості. Уникати вибачень за критику, тому що це не ознака ввічливості, а вияв невпевненості у своїй правоті.
- Програвати і перемагати достойно. При поразці не сердитися, і не бути розгубленим. При перемозі залишатися спокійним і скромним.

- У разі перемоги у дискусії дати можливість опонентам «зберегти обличчя». Часто співрозмовник не погоджується з вами тільки тому, що згода асоціюється в його свідомості з втратою власної гідності. Варто запропонувати опоненту такий варіант рішення, який дозволив би йому з честю вийти із словесної битви, і цілком можливо, що він прийме вашу точку зору.

Окрім перерахованих загальних правил можна дати ще кілька порад, які знадобляться учаснику дискусії.

1. Дайте зрозуміти опоненту, що він «підкинув» вам цікаву ідею (так ви піднімаєте статус співрозмовника: до своїх ідей люди ставляться дбайливіше, ніж до чужих).

2. Вичленіть ключову тезу у аргументах співрозмовника і зосередьте зусилля на «боротьбі» саме із нею («Громлячи» другорядні положення опонента, ми втрачаємо час. Доки не спростована головна теза, співрозмовник залишиться непохитний).

3. Висловлюйтесь стисло (не варто забирати час у інших своєю багатослівністю. До того ж багатослівність – ознака невпевненості).

4. Висловлюйтесь прямо (не варто розраховувати на те, що оточуючі здогадаються про причини вашого настрою або про наші бажання. Скажіть «я серджуся, бо ...», «я засмучений, тому що ...»).

5. «Знищуйте» проблему, а не людину (є серйозна різниця між фразами «чому ти не можеш прибирати за собою?» і «будь ласка, наведи порядок на робочому столі»). У першому випадку ви засуджуєте рису характеру і поведінку, у другому – пропонуєте рішення проблеми).

6. Не соромтеся вживати займенник «я» (майте достатньо впевненості, аби говорити від свого імені. Це дає можливість іншим прийняти або відхилити саме вашу ідею, а ви приймаєте на себе відповідальність за свою позицію і довіряєте співрозмовнику).

Добрати сильні і переконливі аргументи у дискусії – завдання досить складне. Тут не існує спеціальних правил, які можна завчити і механічно застосовувати на тому чи іншому етапі дискусії. Багато що залежить від доброго знання предмета суперечки, від загальної ерудиції полеміста, його винахідливості і кмітливості, від швидкості реакції, від витримки і самовладання, від розуміння ситуації.

Слід мати на увазі, що ваші аргументи впливають не лише на розум слухачів, а й на їхні почуття. Як стверджував Гельвецій, «бувають люди, яких потрібно приголомшити для того, щоб переконати». Саме тому так важливо знати психологічні прийоми впливу на опонента у дискусії і уміти їх застосовувати на практиці.

«Психологічні прийоми впливу на опонента у дискусії»

1. *Застосування гумору та іронії*. Ці засоби допомагають розрядити напружену обстановку, створюють певний настрій при обговоренні гострих питань.

2. *«Зведення до абсурду»*. Суть даного прийому полягає в тому, щоб показати: тези або аргументи опонента суперечать дійсності, а тому є хибними.

3. *«Прийом бумеранга»*, завдяки якому теза або аргумент опонента повертається проти нього ж, при цьому сила «удару» у стократ збільшується. Прикладом може слугувати випадок, який стався із німецьким мислителем і письменником Гете. Одного разу він прогулювався в парку. На доріжці, де могла пройти лише одна людина, йому зустрівся критик, який вкрай негативно і різко відгукувався про його твори. Коли вони підійшли один до одного впритул, критик пихато заявив: «Я ніколи не поступаюся дорогу дурням». «А я – навпаки», – відповів Гете і, посміхаючись, зробив крок убік.

4. *«Підхоплення репліки»* – цей прийом передбачає використання репліки супротивника з метою посилення власної аргументації. Його часто використовують у суддівській практиці.

5. *«Аргумент до людини»* (лат. *argumentum ad hominem*). Замість доведення чи спростування тези звертають увагу на особистість людини, яка висловила цю тезу. Наприклад, якщо політик висуває положення про необхідність політичної реформи, його опоненти не ведуть мову про недоліки й згубні наслідки цієї реформи, а вказують на аморальні вчинки самого політика, негативні риси його характеру, висловлюють сумнів щодо його інтелектуальних здібностей тощо. «Аргумент до людини» використовують і в тих випадках, коли бажають спростувати обвинувачення і для цього намагаються всіляко підкреслити позитивні якості обвинуваченого, наприклад, що він – добрий сім'янин, християнин, веде благодійну діяльність тощо.

5. *«Апелювання до публіки»*. Мета даного прийому – вплинути на почуття слухачів, їхню думку, інтереси, схилити на бік мовця.

6. *«Відтягування заперечення»* рекомендується використовувати в тому випадку, якщо ви вкрай розгублені, нервуєте, у вас раптом «зникли» усі думки. Для того, аби приховати від опонента свій стан, можна почати говорити про щось стороннє твердим, упевненим голосом.

7. *«Відповідь питанням на питання»*, як правило, використовується, коли учасник дискусії не бажає відповідати на поставлене запитання або не знає відповіді й на питання опонента ставить зустрічне запитання.

8. «Точки дотику». Аби переконати співрозмовника, починайте не з тих аспектів проблеми, що вас розділяють, а з того, у чому ваші позиції співпадають.

Нехай це будуть навіть другорядні обставини у висловлюванні співрозмовника. Кожен з нас із великим задоволенням вислуховує те, з чим він згоден і що не суперечить його поглядам. І навпаки, ми дратуємося, коли почуємо суперечити закріпленим у нашій свідомості образам і світоглядним пріоритетам. У першому випадку мовець має усі шанси стати приємним співрозмовником, у другому – викликати супротив і незгоду.

9. «Увага – інтерес – бажання – дія» – це добре перевірена (зокрема, в рекламній справі) класична схема послідовного впливу на свідомість людини.

Увагу можна привернути незвичністю викладу, його формою, візуальними засобами. Інтерес виникає, коли слухач усвідомлює, що він може задовольнити якусь із своїх потреб. Людина потребує задоволення у багатьох потребах: у безпеці, впевненості в майбутньому, у приналежності до якоїсь спільноти, у повазі з боку оточуючих, у самореалізації, в отриманні позитивних емоцій тощо. І все це може слугувати джерелом для знаходження сильних аргументів.

Що ж до бажання, то воно виникає, коли ваш співрозмовник побачить, що мета досяжна. Дія є результатом бажання і розуміння того, що треба зробити для його задоволення.

«Заборонені прийоми у дискусії»

Інколи учасниками дискусії використовуються так звані «заборонені» (нечесні) прийоми, які заводять розмову в глухий кут, позбавляючи її пізнавальної сутності і перетворюючи на сварку. Вони засновані на розумінні слабкостей людської натури. Як правило, ці прийоми є одвертим маніпулюванням і введенням співрозмовника в оману. Розглянемо їх детальніше.

1. *Ставка на помилковий сором.* Відомо, що люди часто хочуть здаватися кращими, ніж вони є насправді, бояться скомпрометувати себе очам оточуючих. Ось саме на цьому бажанні виглядати краще і грають деякі винахідливі полемісти.

Наприклад, зробивши хибний висновок, противник супроводжує його фразами: «Вам, звичайно, добре відомо, що наукою вже давно доведено ...»; «Невже ви досі не знаєте?»; «Загальновідомим є той факт, що ...» тощо. Таким чином, людина або змушена зізнатися, що це їй невідомо, й тим самим начебто визнати свою некомпетентність, або «пійматися на гачок» противника, погодившись з його аргументами.

2. *«Підмазування аргументу»*. Слабкий аргумент, який легко спростувати, супроводжується компліментами противнику. У таких випадках говорять наступне: «Ви, як людина розумна, не станете заперечувати ...»; «Всім добре відома ваша чесність і принциповість, тому ви ...»; «Недостатньо освічена людина не оцінить, не зрозуміє наведений аргумент, але ви ...». Більш досвідчені маніпулятори використовують цілий набір жестів, поглядів, натяків, аби завуальовано і тонко дати зрозуміти противнику, що вони захоплюються його талантом, високо цінують його розум, усвідомлюють значущість статусу або й навіть симпатизують як представникові протилежної статі.

3. *Апелювання до віку, освіти, соціального стану*. Досить часто нам доводиться чути: «Ось доживете до моїх років, тоді й судіть»; «Спочатку отримайте диплом, а потім поговоримо»; «Займіть моє місце, тоді й будете щось доводити» і т.п. Проте, поважний вік, вища освіта, науковий ступінь або висока посада не можуть забезпечити від помилок і хибних суджень. Саме тому слід вимагати, аби опонент навів більш вагомі й переконливі аргументи.

4. *Уведення розмови в інше русло*. Спостерігається в ситуації, коли учасник дискусії не може знайти сильні аргументи і намагається повернути увагу опонента до іншого аспекту проблеми або малозначущих деталей предмету розмови, або й зовсім до іншої проблеми.

5. *«Викриття» противника*, коли замість предмету дискусії увага звертається на особистість опонента, його вади і недоліки.

6. *Самовпевнений, безапеляційний тон*. Напевно, кожен з нас зустрічався з співрозмовником, який говорив безапеляційно і з апломбом. Подібна тактика передбачає психологічний тиск на опонента, адже така «залізобетонна» впевненість у висловлюваннях збиває його з пантелику, примушує сумніватися у власних позиціях, навіть якщо для цього немає ніяких підстав. А коли має місце недостатня обізнаність із проблемою, то йому тільки й залишиться, що погодитися з думкою супротивника.

7. *«Читання в серцях»*. Суть даного прийому полягає в тому, що розглядаються не скільки позиція і аргументи опонента, скільки ті мотиви, які нібито примушують його так висловлюватися («Ви говорите так з жалю до нього»; «Вас примушують так говорити інтереси вашої організації»; «Ви самі розумієте, що ви не праві» тощо).

8. *«Помилка багатьох питань»*. Опоненту одночасно ставлять кілька різних питань під виглядом одного і вимагають негайної відповіді «так» або «ні». Але підступність криється у тому, що, об'єднані в одне ціле, ці питання є прямо протилежними одне одному:

одне вимагає відповіді «так», а інше – «ні». Співрозмовник, не помітивши цього, дає відповідь тільки на одне з питань. А його опонент користується цим, «прив'язуючи» дану відповідь до іншого питання, і врешті-решт заплутує довірливого співрозмовника. Цей прийом широко використовувався ще давніми греками.

9. *Іронічна або негативна оцінка питання.* Іноді учасники дискусії починають іронізувати з приводу питань одне одного («Ви ставите такі «глибокі» питання»; «І ви вважаєте своє питання серйозним?»; «Ви ставите таке важке запитання, що я пасую перед ним» тощо) або дають цим питанням негативну оцінку («Це наївне запитання»; «Це питання звучить аполітично»; «Це ж догматизм»; «Це незріле питання» тощо). Такого роду фрази психологічно тиснуть на противника, адже в них проявляється неповага до нього як до особистості, і дозволяють мовцеві ігнорувати поставлені питання, залишити їх без відповіді.

Отже, знання основних правил ведення дискусії, володіння навичками логічного аналізу і обізнаність щодо найбільш типових помилок і недозволених прийомів у полеміці є запорукою успіху в інтелектуальних змаганнях. Як кажуть, хто попереджений – той озброєний.

«Агресивність у дискусії: способи подолання»

- Контролюйте свій голос, позу, погляд, аби уникнути демонстрації домінування над партнером. «Домінант» мало чує і розуміє з того, що говорять, а той, на кого «тиснуть», губиться і вдається до психологічного захисту.

- Перш ніж висловити свою думку, помовчіть якусь хвилю, а потім уже говоріть.

- Не давайте волю емоціям. Коли емоції беруть гору, розум притупляється.

- Не поспішайте заперечувати. Дайте партнеру виговоритися.

- Умійте уважно слухати і чути партнера. Уважне і терпляче слухання, можливо, вгамує запал опонента.

- Не приймайте оборонну позу, ніби ви відчуваєте небезпеку і готові захищатися.

- Уникайте конфліктогенів. Конфліктогени – це слова або дії (бездіяльність), що можуть призвести до конфлікту: грубість, погрози, глузування, безапеляційність тощо. Зазвичай вони не залишаються непоміченими, і розмова перетворюється на сварку.

4.3. Тренувальні вправи.

Вправа 1.

Ведучий розповідає про якийсь вчинок або подію. Решта вказують на негативні аспекти цього вчинку, намагаючись «зіпсувати» настрій мовця. Завдання мовця – протягом 2-3 хвилин протистояти натиску «критиків», захищаючи свою позицію. Не слід «відмахуватися» від критики, треба у відповідь наводити «сильні» контраргументи.

Вправа 2.

Інноваційна гра «Є ідея!»

Завдання:

- розвивати здатність продукувати нові ідеї та відмовлятися від стереотипних шляхів вирішення проблеми;
- розвивати творче мислення та уміння здійснювати експертизу ідей за допомогою поляризованих аргументацій;
- розвивати уміння аргументовано вести дискусію;
- розвивати і закріплювати уміння працювати в режимі заданих норм і регламенту;
- розвивати навички групового співробітництва, ефективної взаємодії з діловими партнерами.

Ігрові групи:

«Новатори». Основне завдання групи – представити на захист і обґрунтувати нові прогресивні ідеї.

«Оптимісти». Основне завдання групи – аргументовано й обґрунтовано захистити висунуту «новаторами» ідею; розкрити конструктивні сторони цієї ідеї.

«Песимісти». Основне завдання групи – аргументовано й обґрунтовано розкрити неспроможність висунутої ідеї, відзначити можливі негативні наслідки її впровадження, окреслити проблеми, породжувані цією ідеєю.

«Реалісти». Основне завдання групи – аргументовано довести можливість реального впровадження висунутої «новаторами» ідеї на основі заданих критеріїв:

- новизна запропонованої ідеї;
- конструктивність і зняття проблем;
- ресурсна і організаційна обґрунтованість;
- практична реалізованість в найближчій перспективі.

Вправа 3.

Поміркуйте над змістом висловлювань і протягом 1-2 хв. доведіть або спростуйте їх слушність.

☞ Прагнення до істини цінніше, ніж упевнене володіння нею.

Лессінг (німецький письменник і критик XVIII ст.)

☞ Мислення – це страждання.

☞ Вкрасти у когось думки – більший злочин, ніж вкрасти у нього гроші.

Вольтер (французький письменник, філософ XVIII ст.)

☞ Як жити, зачепившись на мілкому,
То краще потонуть на глибині.

Л.Костенко (сучасна українська поетеса)

☞ Сильною можна назвати лише ту людину, яка сильніша за себе.

Сенека (римський філософ і письменник)

☞ Кожна людина є творцем своєї долі.

Саллюстій (давньогрецький філософ)

☞ Хто не рухається вперед, той повертає назад.

В. Белінський (російський філософ, літературний критик)

☞ Добром можна скористатися в ім'я зла, якщо захотіти.

Демокрит (давньогрецький філософ)

Вправа 4.

Переробіть наступні висловлювання так, аби в них вживалося слово «я» або «мені» замість «ти» (у новостворених реченнях можливі доповнення):

- Ти не слухаєш мене.
- Ти не будеш виконувати цю роботу.
- Ти не підготував необхідні документи.
- Ти завжди запізнюєшся.

Вправа 5. «Запізнівся!»

Об'єднайтеся у пари. У парі один – «керівник», інший – «підлеглий». Завдання «підлеглого» пояснити, що у нього не було іншого виходу, що спізнівся він не навмисно. Аби розчулити «начальника», він може вигадати історію. Завдання «начальника» – логічно довести «підлеглому», що його «байки» не мають під собою реального ґрунту. «Начальник» навмисне нагнітає конфліктну ситуацію, що дає йому право на відмову. «Підлеглий» не повинен піддаватися на провокацію.

Вправа 6.

Доберіть «сильні» аргументи, аби переконати:

1. Здійснювати ранкові пробіжки:

- а) даму середніх років;
- б) літнього чоловіка;
- в) хлопця-підлітка.

2. Кинути палити:

- а) восьмикласника;
- б) тридцятирічну жінку;
- в) слідчого із двадцятирічним стажем роботи.

3. Застрахувати майно:

- а) багатодітну сім'ю;
- б) самотнього чоловіка;
- в) директора фірми.

4. Освоїти курс ефективного спілкування:

- а) студента юридичного вищого навчального закладу;
- б) директора фірми;
- в) поліцейського із патрульної служби.

6. Зробити пожертву у фонд захисту бездомних собак:

- а) молоду жінку;
- б) успішного підприємця;
- в) чоловіка пенсійного віку.

Вправа 7.

Учасникам пропонується позмагатися у переконливості аргументів стосовно тверджень:

1. а) вища освіта – це перепустка в успішне і заможне життя;
б) вища освіта – це даремна витрата коштів і здоров'я;
2. а) щастя в шлюбі можливе за умови, що молоді люди пристрасно кохають одне одного;
б) щастя в шлюбі неможливе, якщо молоді люди кохають одне одного.

Вправа 8.

Уявіть себе продавцем на базарі. Вам необхідно швидко і вигідно продати:

- а) ласти;
- б) мобільний телефон із незначним дефектом;
- в) підручник з культури ділового спілкування;
- г) велику помаранчеву парасольку.

Вправа 9.

Обґрунтуйте справедливість тверджень:

- Могутнім і чарівним слово стає лише тоді, коли вимовлене вміло, щиро і вчасно.
- Мовленнєві помилки оратора справляють на слухачів негативне враження і суттєво знижують його рейтинг як фахівця.
- Для людини з вищою освітою звичка говорити погано і невміння говорити добре й переконливо є непристойною.
- Найкращим оратором є той, хто своїм словом і повчає слухачів, і дає насолоду, і справляє на них сильне враження (Цицерон).

Вправа 10.

Проілюструйте переконливими прикладами відомий афоризм: «Ми слухаємо не промову, ми слухаємо людину, яка говорить з нами».

Крок 5. Критикуємо і сприймаємо критику правильно

5.1. Інформація для роздумів.

У професійній комунікації юриста критика «вплетена» у взаємодію з іншими, а тому важливо коректно підходити до таких питань:

- Хто має право на критику, а хто – ні;
- У якій мірі критика буде корисною, а коли може зашкодити відносинам?
- Які «зони» мають залишатися поза критикою?
- Як критикувати, не ображаючи?

Слово «критика» грецького походження і має декілька значень: а) обговорення з метою дати оцінку комусь або чомусь; б) негативне судження з метою вказати на недоліки; в) перевірка достовірності чого-небудь.

Критика із позитивним забарвленням або конструктивна, як правило, корисна. Здійснюється вона у присутності об'єкта критики. Предметом критики є справи і вчинки, а не особистість людини, її вади, характер, розумовий потенціал. Об'єктивна критика спирається тільки на конкретні факти і аргументи. Мета такої критики – виявити істинні причини допущених помилок й прийняти рішення, що допоможе змінити ситуацію, сформулювати конкретні пропозиції щодо усунення недоліків і вирішення наявних проблем.

Таким чином, конструктивна критика ставить своєю метою не знищення опонента, а спільний пошук засобів подолання наявних у роботі труднощів і проблем. А критичний діалог – це не просто засіб виявлення недоліків, щодо яких потрібно потім «вжити заходів», а й сам процес усунення цих недоліків.

Критика негативно забарвлена або деструктивна за формою вираження є монологічною. Вона не передбачає конструктивної взаємодії, співпраці того, хто критикує, і того, на кого критика спрямована. За такої ситуації не передбачається двох позицій, які б уточнювалися або формувалися у ході взаємоспрямованого процесу взаємодії між суб'єктами критики. Для «критика» існує тільки одна позиція, одна точка зору, він заздалегідь привласнив собі право бути правим.

На думку Ніколауса Б. Енкельмана, автора книги «Процвітати з радістю», схильні до критики у діловій комунікації люди мають поганий характер і негативно налаштовані на сприйняття інших людей.

Адже якщо людина відкрита до взаємодії, позитивно налаштована на спілкування, то будь-яке повідомлення або подію вона спочатку сприйме нейтрально і спробує поглянути на них як із позитивного, так і негативного боку, поміркує над ними і постарается уникнути критики. Загалом же використання критики не може бути запорукою професійних успіхів. Більш того, негативний ефект, як правило, перевищує позитивний. Так, у людини, яку піддають критиці, псується настрій, вона займає «захисну» позицію і вдається до суперечок або виправдання, у неї виникає бажання «звести рахунки», страх, невпевненість, що врешті-решт виснажує як самого критика, так і того, на кого ця критика спрямована.

5.2. Рекомендації за темою.

Як критикувати правильно?

1. Створити доброзичливу атмосферу на початку розмови.
2. Висловити критичні зауваження у коректній формі.
3. Здійснити «зворотний зв'язок», тобто визначити реакцію на критику:

а) реакція адекватна (є контакт очей, доброзичливе обличчя, кивки головою);

б) реакція інтрапунітивна (усередину) – образа (немає контакту очей, плечі опущені, закриті жести тощо). В такому випадку необхідно зняти образу за допомогою психологічних прийомів. Наприклад, висловити упевненість, що проблема, яка спричинила критику, легко вирішиться у взаємодії сторін, а людина, яка стала об'єктом критики швидко впорається із ситуацією;

в) реакція екстрапунітивна (назовні) – агресія (звужені зіниці, стиснуті зуби, зціплені кулаки, одне плече направлено вперед). У такій ситуації доцільно уникати будь-якого тиску і надати людині можливість самій вирішити, як діяти далі. Водночас згодом, коли «пристрасті втамуються», повернутися до предмету розмови.

4. Завершити критику, запропонувати можливу допомогу, емоційно підтримати.

І ще декілька порад.

– Перш ніж критикувати когось, спробуйте залагодити ситуацію без критики.

– Перш ніж висловити критичне зауваження, дослухайте до кінця людину, яку збираєтесь критикувати.

– Не використовуйте для критики загальні фрази, тим більше, якщо вони не стосуються безпосередньо робочих моментів.

– Критикуйте доброзичливо. Не використовуйте поняття або мовні форми, що ображають гідність людини.

– Будьте гранично коректні, коли критикуєте неприємних вам людей.

– Пам'ятайте, що людину можуть образити не лише слова, а поза, жести, міміка, що часто бувають не менш виразні.

– Уникайте критики при сторонніх.

Як реагувати на критику правильно?

1. Формуйте позитивні установки на сприйняття критики, наприклад:

- все, що я роблю або зробив, можна зробити краще;
- якщо мене критикують – значить, вірять у мене;
- якщо критика на мою адресу відсутня – це показник байдужого ставлення до мене з боку інших людей;
- критика моїх дій дає можливість своєчасно уникнути помилок й змушує замислитися: що я можу змінити у собі.

2. Використовуйте продуктивні форми реагування на критику.

Типи критики	Форми реагування
<i>Узагальнена:</i> «Ти нездара!», «Ти ні на що не здатен!»	<i>Конкретизація:</i> «Що конкретно ти маєш на увазі?»
<i>Несправедлива:</i> «Ти погано виглядаєш», «Ти занадто знервований», «Ти як завжди одягнений вульгарно»	<i>З'ясування намірів:</i> «Навіщо ти мені це говориш?», «Тебе це справді цікавить?» <i>Альтернативне питання:</i> «Це стосується мого обличчя чи одягу?» <i>«Розмивання» критики:</i> «Що саме тобі здається вульгарним: моя спідниця чи светр?» <i>Питання-повтор:</i> «Я одягнений вульгарно?» <i>Відкрита демонстрація почуттів:</i> «Мені неприємно чути це від тебе»
<i>Справедлива:</i> «Ти запізнився».	<i>Згода:</i> «Так, я справді сьогодні запізнився».

3. Використовуйте прийоми зменшення негативного впливу критичних зауважень. Слід пам'ятати, що зауваження мають і позитивні моменти, адже показують, що опонент вас уважно слухає, цікавиться вашою проблемою, розмірковує про справу, перевіряє вашу аргументацію і все ретельно обмірковує. Тому зауваження, висловлені вам в ході ділової комунікації, не слід розглядати як перешкоди на шляху взаємодії. Просто необхідно опанувати техніку нейтралізації

зауважень при захисті своїх думок і переконань. Розглянемо деякі прийоми, що дозволяють нівелювати негативний вплив зауважень:

- *«посилання на авторитети».*

Якщо, критикуючи вас, опонент має звичку посилатися на чужий досвід і висловлювання, то з'ясуйте за допомогою навідних запитань, хто для вашого співрозмовника є авторитетом у даному питанні, і в ході спілкування посилайтеся саме на його досвід або висловлювання для підтвердження своєї точки зору;

- *«стиснення» кількох зауважень».*

Як показує досвід ділової комунікації, доцільно не відповідати на кожне зауваження окремо, а, об'єднавши їх разом, відповісти на них однією фразою;

- *«схвалення плюс знищення».*

Якщо вам зроблені об'єктивні зауваження в коректній формі, то можна знизити їх значимість спочатку погодившись з ними, а потім, розгорнувши додаткову аргументацію, підтвердити свою колишню позицію;

- *«перекладання».*

Створюючи нову мовну конструкцію, ви повторюєте слова партнера, тим самим пом'якшуючи зауваження і нейтралізуючи його смисл;

- *«еластична оборона».*

Якщо вас засипають зауваженнями і запереченнями, до того ж у некоректній формі, то краще не відповідати на випадки опонента, а продовжити взаємодію, «розкручувати» дискусію далі і, в разі повернення співрозмовника до критики, пам'ятати, що вона вже втратила свою актуальність;

- *«прийняття зауваження».*

Не слід завзято відкидати зауваження суб'єктивного характеру, інколи краще погодитися з ними, тим самим припинивши розгортання критики з боку співрозмовника;

- *«опитування».*

Замість відповіді на критичні зауваження, ставте партнеру питання, відповідаючи на які, він сам дасть відповіді на свої зауваження;

- *«випередження».*

Для пом'якшення зауваження партнера ви включаєте зауваження до тексту своєї промови, попереджуючи можливість критики, і, коли це необхідно, відповідаєте на нього);

- *«відстрочка».*

Враховуючи, що із часом гострота зауваження знижується, доцільно використовувати прийом відстрочки: «Дозвольте повернутися до цього питання пізніше ...».

5.3. Тренувальні вправи.

Вправа «Адвокат і прокурор».

Один учасник вправи розташовується у центрі кола. Серед інших учасників обирається «прокурор» і «адвокат». Перший називає три негативних якості учасника у колі, другий – три позитивні.

Обговорення:

- Чи важко бути у ролі обвинуваченого і чому?
- Які характеристики були сприйняті позитивно, а які – ні?
- У чому полягала складність завдання для «прокурора», а у чому – для «адвоката»?

Вправа «Гарячий стілець».

Один учасник розташовується у центрі кола на «гарячому стільці». Інші по черзі починають критикувати його. Завдання учасника у центрі кола відповісти на усі зауваження.

Обговорення:

- Де пролягає межа допустимого у критичних зауваженнях в діловому спілкуванні?
- Якою має бути реакція на різні форми критики?
- Які почуття переживає людина під «шквалом» критики?
- Чи корисна критика для ділових відносин?

Вправа «Складна ситуація».

Проаналізуйте ситуації, розробіть механізм реагування на критику для кожної ситуації, проведіть дискусію з обговорення різних варіантів критики, виберіть найбільш конструктивні прийоми.

Ситуація 1. Ви висловили критичне зауваження колезі, який припустився серйозної помилки у роботі. Ваші наміри цілком добрі, адже було б набагато гірше, якби цю помилку виявив ваш начальник. Водночас колега у відповідь на вашу критику: а) мовчить і ніяк не реагує; б) реагує бурхливо, обвинувативши вас у необ'єктивності; в) усміхнувся і пожартував, що ви намагаєтесь таким чином до нього залищитися (якщо це колеги протилежної статі) або «підсиджуєте» його; г) повідомив начальника, що помилки припустилися саме ви.

Як вам бути у цій ситуації, аби домогтися, щоб висловлена критика все ж таки була ефективною?

Ситуація 2. Ви начальник і прийняли на роботу молодого висококваліфікованого фахівця, який щойно закінчив престижний університет. Він добре справляється з роботою. Разом з тим він різкий і зарозумілий у спілкуванні з іншими працівниками, особливо з обслуговуючим персоналом. Ви щодня отримуєте такого роду сигнали з колективу, й сьогодні вам знову поскаржився на його грубу поведінку один із співробітників. Які зауваження і яким чином необхідно зробити молодому спеціалісту, аби змінити його стиль спілкування у колективі?

Крок 6. Розпізнаємо маніпуляції у спілкуванні

6.1. Інформація для роздумів.

Маніпуляція – це приховане управління поведінкою людини, до якого вдаються з метою отримати якийсь зиск від спілкування із цією людиною.

У маніпулятивному процесі партнер по спілкуванню сприймається не як цілісна унікальна особистість, а як носій певних, «потрібних» маніпулятору властивостей і якостей. Так, неважливо, наскільки добра або розумна ця людина, важливо, що її доброту чи розум можна використовувати з певною метою. Звичайно, у повсякденному спілкуванні все ж бувають ситуації, коли з якихось причин нам доводиться приховувати свої істинні наміри і так або інакше впливати на інших людей для задоволення своїх інтересів.

Допускаючи можливість таких поодиноких маніпуляцій, американський психолог Еріх Шостром різко засуджує маніпулювання як основний стиль спілкування. Постійне маніпулювання призводить до руйнування особистості самого маніпулятора, адже усі інтелектуальні й душевні сили його спрямовані на управління іншими. Об'єкт маніпулювання також страждає, усвідомлюючи свою роль іграшки в чийхось руках.

На думку Е. Шострома, існують різні види маніпуляторів:

- *активні маніпулятори* – намагаються домогтися влади над іншими людьми й перекласти на них відповідальність за свою неспроможність;

- *пасивні маніпулятори* – настільки бояться заслужити чиєсь несхвалення, що намагаються догодити всім, або ж коли їм не вистачає сил впоратися з життєвими труднощами, займають пасивну позицію «Робіть зі мною, що хочете!»;

- *войовничі маніпулятори* сприймають життя як постійний турнір, а собі відводять роль бійця; для них важливо, аби навколо них точилася постійна битва; ділові партнери розглядаються як суперники чи вороги, реальні або потенційні;

- *байдужі маніпулятори* – це люди, які грають в байдужість, індиферентність; намагаються усунути від контактів.

Найчастіше використовуються такі стратегії маніпулювання:

- передчасні вибачення;
- відмова сприймати боротьбу всерйоз;
- прагнення уникнути конфронтації, наприклад, відмовчування у відповідь на зауваження;

- використання особистої інформації про партнера;
- ланцюгове реагування, коли у розмові використовуються питання, що не мають ніякого відношення до справи;
- непрямий напад, наприклад, на людину, ідею, які є значущими для партнера;
- лестощі;
- обіцянки без спроб їх виконання;
- демонстрація згоди з партнером заради тимчасового перемир'я;
- вимоги більшого, ніж може дати партнер та інші.

Для того, щоб перекласти відповідальність на інших або ухилитися від виконання своїх обов'язків, маніпулятори:

- не закінчивши однієї справи, зголошуються робити щось інше;
- намагаються довести керівнику, що в його обов'язки не входить робити те, що зараз від нього вимагають;
- заявляють, що у них недостатньо повноважень для виконання цього завдання;
- скаржаться, що їм «не допомагають»;
- намагаються завжди бути скривдженими, адже можна буде виправдатися тим, що в такій обстановці неможливо працювати;
- заявляють, що доручена робота є непосильною для них («я не можу все знати», «я не професор»);
- звинувачують начальника в тому, що його ніколи не можна зрозуміти або з ним неможливо працювати;
- беруть завдання, не оговорюючи при цьому термін його виконання; потім важко буде звинуватити їх у зриві і невиконанні роботи;
- використовують вирази типу «перший раз чую», «телефонував, але клієнт не відповів на мої дзвінки», «заходив, але вас не було», «шукав, але не знайшов», «а мені ніхто не говорив», «а чому я?», «не чув», «не знаю», «я йому сказав, але він не зробив» тощо.

Знання основних причин маніпулювання й стратегічної лінії поведінки маніпуляторів дозволяє не тільки розпізнавати їх серед оточуючих, а й передбачати їх вчинки, а отже, уникнути долі їх жертв.

6.2. Поради за темою

Для початку потрібно визначити, чи справді вами намагаються маніпулювати. Для цього прислухайтеся до своїх відчуттів. Якщо ви розмовляєте з людиною, яка намагається на вас вплинути, вам, безсумнівно, стане «не по собі». Ви одразу відчуєте ті емоції, які намагається викликати у вас маніпулятор своїми словами і вчинками: заздрість, гордість, образу, сором або страх. Завдання маніпулятора – створити ситуацію, в якій ми зазнаємо таких переживань і піддаємося на

провокації. Аби цього не відбувалося, важливо знати, які види маніпуляцій у спілкуванні можуть на нас вплинути:

– *заякування*. Цей вид маніпуляцій передбачає використання інтонації загрози, слів і виразів, які загрожують життю або вашому благополуччю;

– *прихований примус*. За допомогою хибних висновків, швидкої зміни теми розмови, а також двозначних фраз, вас можуть примусити прийняти те чи інше рішення, коли ви цього навіть не усвідомлюєте;

– *емоційна провокація* має на меті викликати у людини негативні емоції і переживання, що гальмують її реакцію на репліки й поведінку маніпулятора;

– *заплутування* передбачає введення людини в оману за допомогою неправдивої або не до кінця викладеної інформації.

Певну специфіку мають маніпуляції у діловому спілкуванні. Йдучи до зали суду або спілкуючись із клієнтом, пам'ятайте про існування таких прийомів:

- *зараження* або, іншими словами, нав'язування людині власних поглядів на ситуацію або свого психоемоційного стану. Реалізується за рахунок невербальних засобів спілкування – жестів, міміки, ритму і темпу мовлення;

- *спонукання*, що передбачає створення у людини позитивних мотивів до виконання цілей маніпулятора, нав'язування їй «ролі», яка видається логічно обґрунтованою і привабливою («Ви такий відповідальний працівник...»), «Ви завжди такий акуратний з паперами...»), «Ваша думка для колективу завжди є вирішальною...»), водночас це лише «гачок», на який вас ловить маніпулятор задля власних цілей;

- *ігнорування*, коли маніпулятор навмисно намагається знизити самооцінку співрозмовника, зневажливо ставиться до його ідей і думок. У такому випадку маніпулятор демонстративно не зважає на слова співрозмовника, уникає зорового контакту, що викликає у нього почуття невпевненості і тривожності;

- *знецінення* використовується з метою психологічного тиску на співрозмовника. Маніпулятор публічно висміює думки і пропозиції партнера, ставить під сумнів компетентність співрозмовника в обговорюваній темі, намагається знизити його самооцінку і викликати почуття невпевненості у собі.

Окрім того, широко застосовуються такі прийоми, як:

- *«Дружимо проти спільного ворога»*, коли маніпулятор розповідає, що хтось із колег негативно висловився щодо вас, тим самим спонукаючи до певних дій.

– *«Ти ж мені друг...»*, коли маніпулятор «вливає душу» й, викликавши у вас співчуття, нав'язує роль рятівника або помічника: «Ви так перейнялися моєю проблемою, що не відмовите мені...».

– *«Напустити туману»*, коли маніпулятор не висловлює прямо свої наміри щодо вас, а затуманює вам голову натяками і незрозумілими реченнями.

– *«Узяти змором»*, коли маніпулятор з милою посмішкою знову і знову повторює прохання, яке ви не маєте можливості або бажання задовольнити.

Сукупність усіх цих прийомів здатна вибити вас з колії і засумніватися у власних силах. Водночас існують цілком прийнятні для кожної людини способи нейтралізації маніпуляцій. Аби не пійматися на «гачок» маніпулятора, необхідно засвоїти кілька прийомів протистояння спробам вплинути на вашу поведінку:

1. **«Відхід від дискусії»**. Цей метод дозволяє ніби випадково пропустити атаку маніпулятора повз вуха. Для цього достатньо зробити вигляд, що вам телефонують або щось «випадково» упустили, або «знайти» в оці смітинку. Це допоможе збити з пантелику маніпулятора і виграти час.

2. **«Розставити крапки над «і»**. Ви можете «обеззброїти» маніпулятора, одверто охарактеризувавши його дії і розповівши про його істинні мотиви. Навряд чи він продовжить свої підступні дії, якщо ви прямо запитаете його: «Навіщо ви намагаєтеся мені це нав'язати? Ви хочете мене вивести з рівноваги?».

3. **«Включаємо логіку»**. Оскільки найчастіше маніпулятивне повідомлення позбавлене здорового глузду, і між його першою (обвинуваченням вас у чомусь або проханням) і другою частинами (висновком щодо його ролі у цій ситуації) відсутній причинно-наслідковий зв'язок, то варто пояснити маніпулятору: в його фразі відсутня логіка. Усвідомлення безглуздості і сміховинності закидів маніпулятора – це перший крок до руйнування його планів.

4. **«Викриття»**. Іноді маніпулятивний вислів звучить цілком логічно, але має прихований підтекст. Ставити маніпулятора в незручне становище – захоплююче заняття: «Ти кажеш, що дуже поважаєш мене, бо хочеш, щоб я виконав за тебе цю роботу? То так і скажи». Можна навіть одверто сказати, що добре розпізнаєте його тактику маніпулювання і не хочете грати роль мишки в зубах у кішки. Але подібну фразу можна використовувати, якщо ви на сто відсотків впевнені, що вами намагаються маніпулювати.

5. **«Пауза»**. Якщо ви відчуваєте, що співрозмовник намагається вами маніпулювати, тримайте паузу. І чим довше, тим краще. Під час паузи ви зможете заспокоїтись і обміркувати ситуацію. Можна уявити

себе ніби всередині власної аури, яка захищає від усіх шкідливих «стріл» впливу. Можна при цьому використовувати таку формулу навіювання: «Моє тіло відштовхує від себе страх, загрозу, образ, приниження, які випромінює мій співрозмовник». Прості прийоми, але вони допоможуть протистояти маніпуляції і не потрапляти в точку біфуркації.

6. **«Не поспішати»**. Якщо вас почнуть квапити, то спокійно скажіть: «Поспішиш – людей насмішиш» або «Кваплива собака народжує сліпих цуценят», або «Що швидко робиться, те довго виправляється». Можна сказати так: «У мене принцип: відповідальне рішення потрібно приймати на свіжу голову, після того, як воно трохи «відлежиться».

7. **«Перемикання»**. При явному впливові, коли відчуваєте, що вас затягують, як муху в павутину, перемикайтеся на сторонні дрібниці: роздивіться краватку або годинник співрозмовника, проаналізуйте його манеру говорити, жестикулювати.

Психологами запропоновано таку техніку: «Якщо вам накажуть десять хвилин не думати про білу мавпу, то ви лише про неї і будете думати. А як виконати наказ? Рішення просте: думати про червоного крокодила». Тож можете порахувати кількість слів у фразі партнера, і їх прихований підтекст ніколи не спрацює. Можна наспівувати про себе якусь мелодію і, щоб не збитися з ритму, можна підтримувати його мікрорухами.

Якщо вашу увагу наполегливо «перемикають» на важливі для маніпулятора теми, думайте про своє, послухайте звуки вулиці, сконцентруйся на своїх руках – і ви зможете протистояти впливу.

8. **«Ключ»**. Можна дістати запальничку або ручку. Але щоб ці предмети відволікли увагу маніпулятора і «включили» вашу незалежність від маніпулятора, потрібно, граючи з ними, згадати свій успіх або ситуацію, де ви були на висоті. Тоді ці предмети виконують функцію «ключа», який «відкриє» в потрібний момент скарбничку вашої впевненості та незалежності.

9. **«Мандат»**. Аби відмовити маніпулятору в його проханні і не відчувати при цьому провини, беріть в руки «мандат» і, як щитом, відгороджуйтеся від його впливу. Таким мандатом можуть бути існуючі в організації закони і правила, які не можна порушувати так само, як і Кримінальний кодекс. Можна послатися на відсутність повноважень або заборони вищих органів.

10. **«Шокуючі образи»**. Можна уявити маніпулятора зі сковородою на голові або в якомусь смішному вбранні. Після цих образів ви йому не по зубах, й маніпуляція навряд чи відбудеться.

І наостанок. Якщо ви констатували використання партнером маніпуляцій у спілкуванні, не поспішайте його викривати. Набагато цікавіше спостерігати за тим, як людина намагається нав'язати вам свою точку зору або змусити вас до ухвалення не вигідного вам рішення. Будьте впевнені в собі і не піддавайтеся на провокацію, тоді вас мимоволі почнуть поважати і будь-які спроби маніпуляції виявляться марними.

6.3. Тренувальні вправи.

Вправа 1.

Згадайте приклади маніпуляцій, з якими, можливо, вам довелося зіткнутися у спілкуванні зі знайомими, колегами. Чи вдалося вам уникнути долі жертви маніпулювання? Якщо так, то яким чином? Якщо ні, то, який прийом захисту від маніпуляцій ви використали б зараз у подібній ситуації?

Вправа 2.

Вправа виконується в парах. Придумайте різні ситуації маніпулятивного спілкування, наприклад: ви на співбесіді із роботодавцем, який зацікавлений в вас, як працівникові, водночас він має намір домовитися із вами про значно меншу, ніж ви очікуєте, зарплатню. Для цього він використовує різні прийоми маніпулювання. Розіграйте мізансцени, в яких у ролі пошукувача роботи виступає:

- а) молода симпатична дівчина;
- б) жінка середніх років, яка прагне виглядати молодше;
- в) молодий чоловік, який закінчив університет із відзнакою;
- г) літній чоловік інтелігентного вигляду.

Вправа 3.

Об'єднайтеся у пари. Вам потрібно знайти спосіб змусити іншого зробити те, що йому не до душі, а йому – знайти спосіб відмовити «нахабі». Приклади прохань:

1. Я чув про вас як про людину, яка ніколи нікому не відмовляє. Не могли б ви позичити мені 500 гривень? Мені скоро повинні повернути борг, і я відразу ж вам поверну гроші.

2. Невже ви відмовитеся взяти участь у цьому заході? Адже ми запрошуємо туди далеко не всіх!

Запропоновані учасниками прийоми маніпулювання та захисту від них обговоріть в групі.

Вправа 4.

Вправа виконується в парах. Розіграйте ситуацію «Запізнення»:

- а) на зустріч із приятелем;
- б) на ділову зустріч
- в) на побачення;

г) на зустріч з потенційним роботодавцем.

За умовою, запізнення настільки значне, що протилежна сторона вже виведена із рівноваги.

По завершенні справи проводиться обговорення:

- Які способи впливу з метою виправдання було використано?
- Як почувалися «ті, хто запізнився»?
- Як поводитися «ті, хто чекав»?
- Чи легко протистояти маніпулюванню у спілкуванні?

Вправа 5.

Ведучий обирає одного учасника, бажано зупинити свій вибір на самому емоційно стійкому учаснику тренінгу. Учасник отримує інструкція: треба тут і зараз, маючи під рукою лише те, що є в цій кімнаті, придумати якусь звичайну дію, яку гравець може робити, а може і не робити – залежно від обставин. Ведучий може підказати, варіанти завдання:

- простояти на одній нозі хвилину,
- поплескати іншого учасника по плечу,
- лягти на підлогу.

Зробивши свій вибір, учасник оголошує іншим свої наміри:

- «Я збираюсь простояти хвилину на одній нозі».
- «Я думаю, а чи не поплескати Сергія по плечу»,
- «Мені чомусь хочеться лягти на підлогу і трохи полежати».

Усі інші учасники, почувши про цей намір, повинні спільними зусиллями відрадити гравця від цього «вчинку». Дозволяється використовувати будь-які міркування, дотримуючись, звичайно, правил пристойності. Учасники можуть говорити разом, а можуть висловлюватися по черзі.

Бажано, щоб «жертвою маніпуляції» побували всі гравці по черзі. Завдання ведучого – уважно стежити за станом «жертви». Дехто може не витримати психологічного тиску і почати емоційно реагувати. У цьому випадку необхідно припинити тиск під тим чи іншим приводом.

Наприкінці проводиться обговорення:

- Які способи тиску було використано?
- Як почувалися «жертви»?
- Чи легко протистояти залякуванню й іншим способам тиску?

Крок 7. Використовуємо невербальні засоби спілкування ефективно

7.1. Інформація для роздумів.

Вербальне спілкування називають мовою свідомості, спілкування ж невербальне – мовою підсвідомості.

Один з найвідоміших фахівців з питань невербальної комунікації, австралієць А. Піз стверджує, що за допомогою слів передається всього 7% інформації, тоді як іншими звуковими засобами – 38%, а за допомогою міміки, жестів, поз – 55%.

Вербальні та невербальні засоби спілкування можуть підсилювати або ослаблювати взаємодію. Тому інтерпретувати ці сигнали потрібно не ізольовано, а в єдності з урахуванням контексту. Також бажано розвивати здатність читати невербальні сигнали, які нерідко мимовільно передає іншим наше тіло. Так, якщо співрозмовник говорить одне, а невербальні засоби свідчать про інше, тобто різні сигнали не є конгруентними, можна припустити, що суб'єкт щось приховує або просто говорить неправду. Характерним є те, що здебільшого люди віддають перевагу саме тій інформації, яку одержують через невербаліку, тому що жести і пози підпорядковані підсвідомості.

Таким чином, невербальна поведінка людини нероздільно пов'язана з її психічними станами і служить засобами їх вираження. В процесі спілкування невербальна поведінка виступає об'єктом пояснення не сама по собі, а як показник прихованих для безпосереднього спостереження індивідуально-психологічних і соціально-психологічних характеристик особистості. На основі невербальної поведінки розкривається внутрішній світ особистості, здійснюється формування психологічного змісту спілкування і спільної діяльності.

Існують певні сталі *невербальні знаки*, за допомогою яких люди спростили спілкування задля зручності та швидкості передачі й отримання необхідної інформації. Але слід пам'ятати, що не в кожній іноземній країні діють ті ж невербальні засоби, до яких ви звикли на батьківщині. Так, кивок головою на знак згоди в європейських та азійських країнах трактується однаково, більше того, цей знак є вродженим, тому що ним користуються люди з обмеженими сенсорними можливостями. Проте є винятки: болгари цим жестом передають незгоду, японці – лише підтверджують, що уважно слухають співрозмовника.

Водночас знак заперечення, незгоди із думкою співрозмовника відрізняється в різних країнах. В арабських народів, наприклад,

заперечення – це нахил голови назад і клацання язиком. Крім того, араби, аби висловити незгоду, кусають ніготь на великому пальці правої руки. Що ж до турків, то вони на знак заперечення думки співрозмовника опускають підборіддя, трохи звужують очі і прицмокують язиком. Японці похитують долонею від себе і до себе, або ж похитують вертикально піднятою долонею перед обличчям співрозмовника, або замість цілої долоні піднімають лише вказівний палець. В Малайзії знаком заперечення прийнято вважати опущення погляду вниз.

Популярний жест «коло», утворене пальцями руки більшістю англословних народів, а також, в Європі та Азії застосовують з метою передавання інформації про те, що все гаразд. Але, у Франції цей жест означає «нічого», в Японії – «гроші».

Знак привітання в Ємені – піднята і прикладена до чола долоня. Щоб покликати людину до себе, європеєць буде махати долонею, внутрішня сторона якої буде повернута до обличчя, житель Азії, навпаки, поверне долоню до партнера.

Специфічною знаковою системою у невербальній комунікації є контакт очей – основний засіб візуального спілкування.

Здавна відомо, що поглядом можна позитивно або негативно вплинути на іншу людину. Етнографи навіть ділять нації на «контактні» та «неконтактні». До «контактних» відносять, наприклад, італійців, іспанців, латиноамериканців, арабів. У їх спілкуванні погляд має велике значення. Представниками «неконтактних» культур вважаються народи Скандинавії, Японії, Індії, Пакистану, де не прийнято одверто дивитися на людину.

Японці, наприклад, дивляться на шию співрозмовника, очі якого перебувають у полі периферійного зору. Знаючи про це, при зустрічі з людьми різних національностей важливо не лише користуватися загальнолюдською культурою спілкування, а й мати уявлення про їхню етнопсихологію, про особливості їхнього невербального спілкування.

На особливу увагу серед невербальних засобів заслуговує система організації простору і часу спілкування – проксеміка. Щоб встановити або підтримати контакт з людиною, потрібно не лише дивитися їй в очі, а й триматися на певній відстані від неї. Відомий антрополог Є. Холл був першим ученим, який звернувся до просторових потреб людини. Саме він на початку 60-х років довів, що кожна людина прагне мати, як свою територію, певний повітряний простір навколо свого тіла. Розміри цієї зони залежать від ряду факторів, передусім від соціокультурних відмінностей людей. Якщо територія, на якій живе та чи інша нація, густо заселена, то й люди під час спілкування перебувають близько

один до одного. Якщо вони проживають на відносно малозаселеній території, то, навпаки, прагнуть дистанціюватися один від одного.

Отже, різниця в невербальному спілкуванні така ж колосальна, як і у вербальному, тому слід пам'ятати: так само, як окреме слово може мати декілька значень, тож і невербальна комунікація не може сприйматися однозначно, без урахування контексту паралельного вербального спілкування.

7.2. Рекомендації за темою.

1. «Дивимось на себе збоку».

Спробуйте у процесі спілкування із кимось зняти себе на відеокамеру і під час перегляду зйомки уважно роздивитися миттєві мікроекспресії свого обличчя, повороти голови, рухи рук, положення ніг, позу загалом. Проаналізуйте, чи ваші жести не суперечать тому, що ви говорите вголос, чи не робите ви зайвих рухів? І головне: ви собі вірите? І хоча у повсякденному житті поведінку людей не аналізують в уповільненій зйомці, відчуття на кшталт «щось тут не те» може зіпсувати промову перед великою аудиторією, бесіду із клієнтом чи виступ у суді. Інтерпретація людських жестів може відбуватися як на підсвідомому рівні, так і з позиції обізнаної людини, яка вміє «читати з обличчя» й «промовляти власним тілом» до інших людей. Такі знання й сформовані уміння дозволяють скоригувати свою поведінку відповідно до ситуації та правильно тлумачити дії інших, що зрештою не завадить ані в діловому, ані в особистому житті.

2. «Наслідуюмо обережно»

Нерідко під час бесіди один зі співрозмовників імітує мову тіла того, хто сидить навпроти. В більшості випадків таке копіювання відбувається абсолютно несвідомо, проте іноді люди цілеспрямовано копіюють партнера з надією сподобатися йому, знайти з ним спільну мову чи просто бути схожим. Обережне й стримане наслідування пози партнера теоретично може викликати в нього тепле ставлення й довіру, проте використовувати його потрібно дуже обережно. Сліпа зміна пози кожного разу, коли це робить співрозмовник, виглядатиме безглуздо чи навіть брутально. Співбесідник може сприйняти таку поведінку як трюк, та з недовірою поставиться до того, хто до нього вдається.

3. «Розпізнаємо брехунів»

Майстерні брехуни, навіть відстоюючи твердження, яким вони самі не вірять, уміють виглядати активними, доброзичливо налаштованими, безтурботними, упевненими в собі та сповненими ентузіазму. Натомість тим, хто проявляє неспокій, тривогу, почуття провини навряд чи вдасться справді ввести в оману співрозмовника. Виказати його можуть підвищений, порівняно зі звичайним, тон голосу, уповільнений темп

мовлення, напруження в голосі чи поставі, розширені зіниці, менш активні рухи головою, уривчасте мовлення.

Переконливо обманюють ті, хто можуть зробити вигляд, ніби їхня брехня немає особливого значення. Ознаки брехні проявляються в людських жестах переважно внаслідок відчуття внутрішнього конфлікту: щось у людині не хоче говорити неправду. Тому справжні, майстерні брехуни, як правило, самі вірять у те, що кажуть, і чим більше вірять вони, то легше їм переконати інших. Аби завоювати довіру співрозмовника, «майстри брехні» активно використовують усмішку, дивляться йому в очі, намагаючись не відводити погляд надовго. Ті ж, хто не вміє обманювати, проте через певні обставини змушені це робити, часто намагаються сховати своє тіло від співбесідника (наприклад, за великим столом) чи займаються якоюсь справою під час розмови.

«АНТИпоради для тих, хто НЕ прагне успіху у спілкуванні»

- Не розслабляйте тіло. Скутість, напруженість і замкнутість – ось що вам потрібно. Міцно зімкнені губи, руки стиснуті в кулаки чи складені хрест-навхрест на грудях, голова втягнена в плечі – і нікому й на думку не спаде заговорити до вас. Пам'ятайте: варто лише розслабитися, відкрити долоні й привітно подивитися на співрозмовника, як ви сподобаєтеся йому.

- Уникайте погляду в очі. Вивчайте стелю, читайте журнал, роздивляйтеся черевики, а ще краще – розверніться спиною до того, хто говорить, і ви остаточно розвієте міф про те, що з вами можна знайти спільну мову.

- Якомога інтенсивніше жестикулюйте. Щойно з'явиться хоча б найменший привід показати своє роздратування, починайте голосно говорити, активно розмахувати руками, великими кроками рухатись по кімнаті, кидати похмурі погляди та обов'язково почервонійте. За хвилину поруч нікого не залишиться.

- Опускайте повіки на очі. Що частіше й довше – то краще. Так ви дасте зрозуміти, що неймовірно втомилися від розмов. Ефект можна підсилити позіханням чи потиранням очей.

- Ніколи не посміхайтесь. Східна мудрість стверджує, що похмурі люди – погані люди, вони не мають згоди самі з собою, не знайшли внутрішнього спокою і завжди чимось невдоволені. Без сумніву, «кисле» обличчя стане оберегом від нав'язливих співрозмовників. Відсутність клієнтів, партнерів чи просто друзів – гарантована.

Загалом же під час інтерпретації окремо взятого руху потрібно бути вкрай обережним. Намагаючись розібратися в «енциклопедії» людських

жестів, слід пам'ятати про ситуативні умови процесу спілкування, особливості характеру й культурного середовища людини тощо.

7.3. Тренувальні вправи.

Завдання 1.

Поспостерігайте за позами і жестами людей під час заняття, наради, на зупинці, перед початком спектаклю, в транспорті. Порівняйте свою оцінку внутрішнього стану об'єкта спостереження з оцінкою свого товариша. Обговоріть відмінності

Завдання 2.

Спробуйте, подивившись 15 хвилин латиноамериканський телесеріал без звуку, по жестах і позах героїв зрозуміти, що відбувається на екрані.

Завдання 3.

У спілкуванні з друзями візьміть за звичку наслідувати позу, міміку і жести співрозмовника. Спостерігайте за змінами у його стані і ставленні до вас.

Вправа (на тренування уміння виражати свій емоційний стан за допомогою міміки).

Учасникам пропонується три типи відносин: позитивний (любов, симпатія, дружба); байдужий; негативний (злість, агресія, відраза). Один з учасників має продемонструвати за допомогою невербальних засобів спілкування якийсь із цих станів. Інші спостерігають і вгадують, який стан їм продемонстровано.

Вправа «Дзеркало» (I варіант).

Виконується в парах. Одному учаснику пропонується сісти в звичну для нього позу, а інший повинен дзеркально відобразити цю позу, розповідаючи при цьому, як він себе відчуває.

Вправа «Дзеркало» (II варіант).

Спробуйте визначити настрій близької вам людини, прийнявши її позу і якомога точніше відтворивши міміку. По завершенні вправи обговоріть із нею ваші відчуття і результативність ваших спостережень.

Вправа «Дзеркало» (III варіант).

Учасники групи стоять по колу. Інструкція ведучого: «Нехай кожний із учасників по черзі зробить рух, що відображає його внутрішній стан, а усі інші будуть повторювати цей рух 3-4 рази, намагаючись проникнути в стан людини, зрозуміти його».

По завершенні вправи можна поставити групі запитання: «В якому стані, на вашу думку, перебуває зараз кожен із нас?». Після того, як щодо стану когось-небудь з учасників буде висловлено кілька гіпотез, варто звернутися безпосередньо до нього за поясненням.

Вправа «Оживлення портрета» (на формування навичок інтуїтивного розуміння емоційного стану іншої людини).

Кожен учасник одержує фотознімок людини і по завершенні хвилини повинен «оживити» портрет, тобто прийняти позу, вираз обличчя і промовити кілька реплік (чи хоча б одну), які б відтворили психоемоційний стан людини з фотокартки.

Далі вправа ускладнюється. Учасникам демонструється серія фотокарток із зображенням людей різного віку й статі, в різних психоемоційних станах. Час спостереження поступово скорочується. Правильність та глибина зроблених слухачами висновків перевіряються. У ситуації некоректних або хибних висновків фотографії розглядають повторно й обговорюють колективно.

Вправа «Розкажи історію».

Використовуються ті ж самі фотокартки, що і в попередній вправі, однак завдання дещо ускладнюється. Учасникам пропонується визначити, які події спричинили (або могли викликати) той чи інший психоемоційний стан, та за яких умов могли виникнути відповідні емоції.

Вправа «Кіномайданчик».

Виконується в групах по три людини. Перший учасник (А) приймає якусь позу, стоячи або сидячи. Другий учасник (Б) встає або сідає навпроти і повністю «віддзеркалює», відтворює позу партнера А. Третій учасник (В) буде «режисером»: після того, як Б вирішить, що він уже в повні відтворив позу А, «режисер» має вказати на помилки і неточності, сам за потреби продемонструвати найбільш точний «портрет». Потім ролі міняються.

Вправа «Нічого не бачу, нічого не чую, нічого не скажу».

Учасників об'єднують у трійки. У кожній з таких міні-груп ролі розподіляються так:

«глухий і німий» – перший нічого не чує, а другий не може говорити, в їх розпорядженні зір, жестикуляція й пантоміма;

«глухонімий і паралітик» – перший може бачити й жестикулювати, а другий лише чути;

«сліпий і німий» – обидва можуть чути, жестикулювати й користуватися пантомімою.

Завдання: не виходячи з приписаних ролей, домовитися між собою про щось (приміром, про місце зустрічі, подарунок імениннику тощо).

У процесі виконання вправи виникає безліч комічних ситуацій. Лише поступово учасники засвоюють свої ролі, виробляють характерні для кожної трійки способи взаєморозуміння.

Вправа «Автобус».

Учасники об'єднуються у дві підгрупи. Їх розміщують у два ряди так, аби усі сиділи обличчям один до одного (якщо в групі непарне число учасників, то ведучий також бере участь у виконанні вправи).

Інструкція: «Уявіть собі, що всі ми їдемо в автобусах: одна підгрупа їде в одному, друга – в іншому. Автобуси зупинилися в транспортній «пробці». Ви сидите біля вікна і бачите, що в іншому автобусі прямо напроти вас і теж біля вікна сидить ваш знайомий. Це велике везіння, оскільки вам терміново слід передати йому якусь важливу інформацію, і ви, скориставшись ситуацією, намагаєтеся це зробити. Однак здійснити це ви можете лише мовчки, без слів, невербально. Часу у вас небагато. Той, кому передають інформацію, має постаратися зрозуміти, що йому повідомляє його знайомий».

На першому етапі вправи ведучий пропонує одному ряду виступити в ролі тих, хто передає інформацію, а іншому – в ролі тих, хто сприймає повідомлення. Доцільно дати учасникам можливість підготуватися до виконання вправи. Коли всі готові, ведучий пропонує кому-небудь з першої ряду почати передавати інформацію, а всіх інших просить уважно спостерігати. Після того як інформація буде передана, той учасник групи, кому вона була призначена, розказує, що він зрозумів. Інші учасники в цей час можуть висловлювати свої версії вербалізації цього тексту. Це активізує роботу, дозволяє здобути більше матеріалу для обговорення, знижує напруженість.

По завершенні той, хто передавав повідомлення, говорить, чи правильно його зрозуміли, і за необхідності вносить корективи.

Вправа «Згоден – не згоден» (проводиться в парах).

Спочатку в кожній парі визначте дві теми для розмови, щодо першої ви повинні бути згодні один з одним, щодо другої – не згодні. Тепер почніть обговорювати в парах другу тему, де ви один з одним не згодні, весь час наслідуючи позу, жестикуляцію, міміку співрозмовника.

Друга частина вправи. Обговорюйте тему, де ви були згодні з партнером, але при цьому його не наслідуючи. Обговоріть результати і проаналізуйте, як змінювався ваш внутрішній стан упродовж вправи.

Вправа «Читаємо між рядків» (на фіксацію невербаліки у тексті).

Найбільш зручними для спостереження є наступні параметри невербаліки: міміка, поза, жестикуляція, дистанціювання, інтонація. Однак при їх фіксації нерідко відбувається «добудовування» неіснуючих параметрів. Так, із певним жестом ми пов'язуємо своє уявлення про типове для нього інтонацію, а фіксуючи якусь інтонацію, очікуємо вже відповідну міміку і т.д. Тому важливо навчитись фіксувати тільки те, що дійсно бачите.

Наприклад: «Дівчинка просила маму взяти додому бездомного кошеня. Очі дівчинки виражали надію». У цьому реченні ми бачимо метафоричний опис міміки: «очі виражали надію». При цьому тут немає опису інтонації. Невідомо, як дівчинка зверталася до матері: плакала, кричала або пхикала, чи в інтонації звучала вимога, чи прохання. Завдання полягає у тому, щоб достеменно з'ясувати, якою є міміка, жести, інтонація, положення тіла мовця у тій чи іншій комунікативній ситуації, описаній у художньому творі.

Вправу можна відпрацьовувати на будь-яких текстах, що містять опис невербальних засобів спілкування.

Вправа «Режим відеокамери».

Вправа полягає в тому, щоб описувати міміку і жести оточуючих в режимі нон-стоп, фіксуючи тільки спостережувані ознаки і не допускаючи інтерпретацій.

Наприклад, неправильний варіант виконання: «У Сергія сумне обличчя, а Маша весела». Правильний варіант виконання: «Куточки губ Сергія спрямовані вниз, підборіддя, швидше, опущене, ніж підняте, очі прикриті, плечі опущені. Вася тримає у правій руці зошит, ліва рука опущена вздовж тіла. У цей час Маша ... і т.д.».

У цій вправі важливі швидкість мислення і вміння зосереджуватися на деталях в описі невербальних проявів людей.

Вправа «Перемикання параметрів».

Вправа виконується в парі. Один учасник промовляє якийсь текст, інший – дає команди щодо коригування виразності певного параметра невербаліки: міміки, пози, жестикуляції, дистанціювання, інтонації. Команди не повинні подаватися занадто часто. Наприкінці вправи другий учасник аналізує, в якій частині тексту і чим це можна пояснити найяскравіше проявлявся той чи інший параметр невербаліки першого учасника. У цій вправі активно працюють обидва учасники: перший відпрацьовує власні прояви невербаліки, другий вчиться їх фіксувати.

Вправа «Німе кіно».

Вправа передбачає перегляд фільмів та відеороликів з вимкненим звуком. Спочатку описуються невербальні прояви акторів (переважаюча міміка, жести, хода тощо). Після об'єктивного опису висловлюються припущення, які почуття, емоції переживає той чи інший герой відеофрагменту. Потім висувуються версії всього сюжету фільму. Наприкінці вправи ведучий має озвучити, про що насправді йшлося у фільмі і якими були герої, або (якщо дозволяє час) переглянути фрагмент із ввімкненим звуком.

Варто обговорити особливості кінотворчості в її первісному варіанті – німому кіно: що формувало воно в глядачеві, і що ми втратили із появою звуку.

Вправа «Опис та інтерпретація в метро».

У метро або будь-якому іншому людному місці порахувати: у скількох пасажирів кутики губ підняті вгору, а у скількох – униз. Якщо більше перших, то вважаємо, що переважаючою є кількість радісних, задоволених життям людей. Якщо більше людей із опущеними кутиками губ, то встановлюємо перевагу сумних і стурбованих людей. Водночас така констатація є скоріше ігровим моментом, тоді як першочергове завдання учасника полягає у тому, щоб побачити різні відтінки у двох станах людини: позитивному і негативному. Наприклад: посмішка може бути безтурботна, задумлива, глузлива, скромна, відкрита тощо.

Наступний етап виконання вправи – виявити особливості невербаліки, за рахунок яких один і той же мімічний рух передає різні емоції.

Вправа «Мафія».

Завдання полягає в тому, що учасники можуть виразити свою точку зору або ставлення до іншого тільки за допомогою невербальних засобів спілкування. Важливо проаналізувати: чи легко було учасникам розуміти одне одного, і у чому вони відчували складність?

Вправа «Відверта розмова».

Учасники групи сидять парами. Ведучий бере участь у вправі, якщо в групі непарна кількість учасників.

Інструкція: «Згадайте все, що ви вже знаєте один про одного: що говорив ваш партнер, як він себе поводив у тій чи іншій ситуації. Після цього по черзі розкажіть одне одному, які жести, міміка, інтонація або інші невербальні прояви є найбільш уживаними у комунікативній поведінці іншого.

Після того як обговорення в парах закінчено, група сідає у коло, і ведучий ставить питання: «Які ваші враження від роботи в парах», «Що ви нового дізналися про себе під час роботи в парах?» тощо.

Вправа спрямована на усвідомлення власних звичок, стереотипів, моделей спілкування, що дозволяє учасникам в подальшому контролювати їх вплив на власну поведінку та на оточуючих людей. Така робота підвищує поведінкову і когнітивну гнучкість особистості, сприяє подоланню бар'єрів у спілкуванні.

Цитати, афоризми і висловлювання про спілкування

Єдина відома мені розкіш – це розкіш людського спілкування.
Антуан де Сент-Екзюпері

Насолода від спілкування – це перша ознака дружніх відносин.

Люди неосвічені в очах натовпу здаються більш переконливими, ніж освічені.
Аристотель

Тільки спілкування виліковує від самовпевненості, боягузтва, дурної зарозумілості, тільки вільний і невимушений обмін думками дозволяє вивчати людей, розпізнавати їх і порівнювати себе із ними.

Уїдливість – це іронія злого розуму.

У дружбі, шлюбі, коханні, словом, у будь-яких людських відносинах ми завжди хочемо бути у вигаді, а оскільки стосунки між друзями, коханцями, братами, родичами особливо тісні і різноманітні, не слід дивуватися, що саме в них чекає нас найбільше невдячності і несправедливості.
Люк де Клап'є Вовенарг

Часто у спілкуванні із людьми треба із добрих намірів робити вигляд, ніби нам незрозумілі мотиви їхніх дій.

Всяке спілкування, яке не підносить, тягне вниз, і навпаки...

Ми діємо наяву так само, як і уві сні: спочатку «вигадуємо» собі людину, з якою спілкуємося, – і одразу ж забуваємо про те, що її образ – це наша фантазія.

Один шукає акушера для своїх думок, інший – людину, якій він може допомогти народити думки: так виникає добра бесіда.
Фрідріх Ніцше

Людина має схильність спілкуватися із собі подібними, адже у такому стані вона більше відчуває себе людиною й може спостерігати за розвитком своїх природних задатків. Але водночас їй притаманне й сильне прагнення до усамітнення.

І. Кант

Будь обережним у спілкуванні із людьми, головне – ніякої смішної запобігливості.

Фердинанд Ежен Делакруа

Нам подобаються люди, які сміливо кажуть нам те, що думають, але за умови, що вони думають так само, як і ми.

Клімат залежить від людей, які нас оточують.

Марк Твен

Спілкування із розумними людьми варто рекомендувати кожному саме тому, що дурень, наслідуючи розумного, звикає чинити розумно.

Георг Ліхтенберг

У спілкуванні слід триматися так, аби друзів не зробити ворогами, а ворогів – друзями.

Піфагор

Найголовніша формула успіху – знати, як спілкуватися із людьми.

Теодор Рузвельт

Обмеження в їжі повертає нам фізичне здоров'я, а обмеження у спілкуванні з людьми – душевний спокій.

Б. Сен-П'єр

Поза дружбою ніяке спілкування із людьми немає цінності.

Сократ

Сутність людини стає очевидною лише у спілкуванні, в єднанні однієї людини з іншою, що спирається лише на відмінність між Я і Ти.

Л. Фейєрбах

Якщо для того, щоб вправно висловитися, потрібно бути справжнім майстром, то не менше майстерності потрібно, аби вчасно змовчати.

Франсуа де Ларошфуко

Не товаришуй із гнівливим, не знайся із людиною запальною.

Біблія

Людей розпізнають за вимовою, як монету за дзенькотом.

Марк Ф. Квінтіліан

Люди ненавидять одне одного, тому що вони бояться одне одного; бояться, бо нічого одне про одного не знають; не знають, бо не спілкуються, а не можуть спілкуватися, тому що розділені.

Мартін Лютер Кінг

Те, що додається наостанок, завжди здається найважливішим.

Тім Лівій

Якщо не хочете мати ворогів, то намагайтеся не ставити себе вище за інших людей.

Артур Шопенгауер

Перш ніж сказати щось іншим, спочатку скажи це собі.

Луцій Анней Сенека (Молодший)

Прокладай дорогу до розуму людини через її серце. Дорога, яка веде безпосередньо до розуму, є сама по собі непогана, але, як правило, вона значно довша і не така надійна.

Філіп Дормер Честерфілд

Все, що ти кажеш – говорить про тебе, а особливо те, що ти кажеш про інших.

Поль Валері

Випустити слово легко, та зловити важко. У розмові, як в заповіті: менше слів – менше тяжб. У потаємності є щось божественне. Хто в бесіді легко відкривається, того легко переконати – і перемогти.

Бальтасар Грасіан-і-Моралес

Коли сказати нічого, завжди говорять погано.

Вольтер (Марі Франсуа Аруе)

Хороші манери – це те, що дозволяє розумному триматися на відстані від дурня.

Ралф Уолдо Емерсон

У всьому чиніть із людьми так, як би ви хотіли, щоб вони чинили із вами.

Біблія, Євангеліє від Матвія, 7:12

Коли говориш із мудрим, не вживай багато слів.

Катон Старший (Марк Цензорій Катон)

Більше слухай, ніж говори.

Клеобул із Лінда

Якщо ти хочеш впливати на інших людей, то ти справді повинен стимулювати і рухати вперед інших людей.

Карл Маркс

Вчена розмова – заняття розумово безробітних.

Оскар Уайльд

Найкраще до мене ставилися люди, які найбільше страждали.

Уїнстон Леонард Спенсер Черчилль

Знайти людину, з якою цікаво поговорити, іноді складно, але цілком можливо. А от знайти людину, з якою цікаво мовчати – справжня проблема.

Невідомий автор

Привчайся бути не похмурим, а зосередженим, бо похмурість створить тобі репутацію гордовитої людини, зосередженість же – розважливої.

Ісократ

Я розмовляю тільки з собою і з книжками.

Пліній Молодший (Гай Пліній Цецилій Секунд)

Розуміти – означає відчувати.

Костянтин Сергійович Станіславський (Алексєєв)

Уважність – ключ до розуміння.

Невідомий автор

Намагаючись жити в ладу з усіма, закінчиш розладом із самим собою.

Жільбер Сесброн

У кількох людей, що збираються разом, накопичується жорстокість, якої немає і бути не може у кожного окремо.

Джордж Савіл Галіфакс

Людям зазвичай легше змиритися із протидією, ніж із протиріччям.

Марія фон Ебнер-Ешенбах

У кого багато знайомих, той ніби торгує дріб'язком, від якої метушні багато, а прибутку мало.

Адольф фон Кнігге

Якщо вам сказала щось неприємне добродісна людина – повірте їй, якщо ж дурень – пробачте.

Велика справа – грати завжди одну роль. Але ніхто, крім мудреця, цього не робить; усі інші – багатоликі. Інколи про людину, з якою бачився учора, по праву можна запитати: «Хто це?».

Луцій Анней Сенека

Скарги стосовно того, що нас не розуміють, частіше за все виникають тому, що ми не розуміємо людей.

Василь Ключевський

Характер набагато частіше зближує людей, ніж розум.

Жозеф Ернест Ренан

Бесіда – це мистецтво, залучившись до якого людині доводиться змагатися з усім людством.

Ралф Уолдо Емерсон

Ніщо так не зближує людей, як схожість характерів.

Марк Туллій Цицерон

Тих, з ким нам доводиться пливти на кораблі або служити на війні, ми хоч-не-хоч терпимо на борту і в шатрі; але сходитися будь з ким під час застілля не дозволить собі жодна розумна людина.

Плутарх

У людини завжди на язиці одне, а на думці – інше.

Публілій Сір

Дружину або коханку краще пізнаєш за годину, проведenu у спілкуванні з іншими людьми, ніж за двадцять годин, проведених із нею наодинці.

Жан Поль (Йоганн Пауль Ріхтер)

Красномовство справляє сильне, але швидкоплинне враження. Люди, піддаючись пориву, так само швидко й заспокоюються. Холодний і сильний аргумент не викликає такого підйому; але якщо таке переконання зачепило людину, то воно проникає у нього надовго і дія його довготривала.

Той, хто з першої хвилини знайомства ставиться до мене так, ніби ми вже двадцять років товаришуємо, скоріше за все поставиться до мене через двадцять років так, ніби ми незнайомці, спробуй я попросити його про послугу.

Жан-Жак Руссо

Розумні люди подібні до квітів: з однією приємно знаходитися поряд, але коли їх багато – починає боліти голова.

Демосьєн

Вислухати треба усе, але не поспішати із довірою.

Федр

Уникай солодкого, що може стати гіркотою.

Публілій Сір

Брехня і лицемірство бувають, як правило, у промовах, підготовлених заздалегідь, а не у тому, що ти бовкнув, не подумавши.

Уільям Теннесі

Існує лише один спосіб стати добрим співрозмовником – це уміти слухати.

К. Мормі

Істина про людину полягає не в тому, що вона може висловити. А тому зважай не на те, що вона говорить, а на те, про що вона мовчить.

Джебран Халіль Джебран

У розмові слід торкатися усього, але не зосереджуватися ні на чому.

Оскар Уалд

У спілкуванні із жінкою чоловік навіть витонченого розуму стає ще розумнішим.

Альбер Турньє

Люди ладнають одне з одним тільки завдяки спільним упередженням.

Анрі де Монтерлан

Мовчання – це велике мистецтво ведення бесіди.

Ми говорили б мало, якби не говорили про себе.

Уільям Хезлітт

День, проведений у товаристві розумної і добропорядної людини, цінніше цілого десятиліття, проведеного серед заздрісних дурнів.

Невідомий автор

Чоловіки більш красномовні за жінок, водночас жінки володіють більшим даром переконувати інших.

Томас Рандолф

Краще зрозуміти мало, ніж зрозуміти погано.

Анатоль Франс (Тібо)

Ті, хто злословить про інших, скоріше за все невисокої думки про себе.

Публілій Сір

Коли люди починають тісно спілкуватися між собою, то їх поведінка нагадує поведінку дикобразів, що намагаються зігрітися в холодну зимову ніч. Їм холодно, вони туляться один до одного, але чим сильніше вони це роблять, тим болючіше вони колють один одного своїми довгими голками. Біль від цих дотиків змушує їх розійтися, але вони знову зближуються через холод, і так – всі ночі безперервно.

Артур Шопенгауер

Легше наслідувати святих, ніж жити із ними.

Жорж Вольфром

Хочеш почути співрозмовника? Закрий вуха і спостерігай за його очима.

Олександр Мешков

Той, хто розуміє людей, не шукає у них розуміння.

Богуслав Войнар

Бути скромним із вищими за себе – це обов'язок, з рівними – ввічливість, з тими, хто нижче за тебе – благородство.

Бенджамін Франклін

Одна з ознак посередності – безперестанна балаканина.

Жан де Лабрюєр

Єдиний спосіб розважити людей – це сидіти і слухати їх розповіді.

Френк Хаббард

Говорити все до кінця – вірний спосіб набриднути.

Вольтер (Марі Франсуа Аруе)

Найсильніші подразники – це люди.

Іван Павлов

Я ні про кого не буду говорити погано, але розповім усе хороше, що знаю про кожного.

Бенджамін Франклін

Для нас важливіше говорити, ніж бути почутими.

Генрі Девід Торо

Будуйте мости від людини до людини, обов'язково – розвідні.

Станіслав Єжи Лець

Кажуть, потрібна одна хвилина, аби помітити особливу людину; одна година, аби її оцінити; один день, аби полюбити, але потім може знадобитися ціле життя, аби її забути.

Невідомий автор

Говорити не думаючи – все одно, що стріляти не цілячись.

Мігель Сервантес де Сааведра

Якщо дві людини зустрічаються і розмовляють, то мета цієї бесіди – не обмінятися інформацією або викликати емоції, а приховати за словами ту порожнечу, те мовчання і ту самотність, в яких людина існує.

Вістен Г'ю Оден

Для підлеглих однаково небезпечні як незгоди між керівниками, так і їх одностайність.

Я.К. Тацит

Найкоротший шлях до популярності – уміти вислухати. Нічого так не цікавить людину, як те, що вона горить нетерпінням розповісти вам про себе. Все, що вам потрібно, аби заробити репутацію гідного співрозмовника, це сказати: «Як чудово! Розкажіть іще що-небудь!».

Д. Дікс

Якщо хочеш дізнатися правду, вислухай обидві сторони і не вір жодній.

Бернар Шоу

Посередництво – спосіб об'єднати обидві сторони проти себе.

Говорити – це найбільш часто використовуваний спосіб нічого не сказати.

А. Декурсель

Якщо два товариші попросять тебе вирішити їх суперечку, не погоджуйся, адже ти втрапиш одного з друзів; але якщо двоє незнайомих попросять тебе зробити це саме, погоджуйся, тому що отримаєш одного друга.

А.Августин

Умій так грюкнути дверима, щоб ніхто не чув.

К. Єлісєєв

Навіть наклеп люди прощають більш охоче, ніж повчання.

Ж. Л.Ріхтер

Я переконаний: найчастіше люди конфліктують саме тому, що нечітко формулюють абстрактні поняття. Той, хто віддає перевагу розмитим формулюванням, підсвідомо, в глибині душі, сам шукає конфлікту. Ніякого іншого пояснення я цьому не знаходжу.

Х. Муракамі

Нічого люди не приймають з такою відразою, як поради.

Дж. АдоЧсоу

Вчіться виражати свої думки, а не вражати людей.

Джим Рон

Короткий термінологічний словник

Аргументація низхідна – спосіб аргументації, при якому спочатку наводяться найбільш сильні аргументи, а потім – менш сильні, а промова завершується емоційним проханням, спонуканням або висновком.

Аудиторія контактна – будь-яка група, яка проявляє реальний чи потенційний інтерес до організації або впливає на її здатність досягати поставлених цілей.

Аудиторія масова – споживачі інформації, що поширюється каналами ЗМІ.

Аудиторія цільова – група спрямованого інформаційного впливу, найбільш перспективна група реципієнтів, виділена на основі соціологічних процедур.

Бесіда – це розмова двох чи більше осіб з метою отримання необхідної інформації, вирішення важливих проблем.

Взаємодія – фундаментальна філософська категорія, яка відображає взаємообумовлені процеси впливу суб'єктів один на одного, розкриває характер безпосередніх або опосередкованих зв'язків між ними.

Герменевтика юридична (від грецької – «пояснення» або «трактовка»), що є окремим напрямом досліджень в юриспруденції, мета яких полягає у з'ясуванні смислу текстів, виходячи як з об'єктивних, так і суб'єктивних критеріїв. Призначення юридичної герменевтики – пошук і реалізація смислу правової норми, вивчення проблеми множинності смислів, яке здійснюється на основі граматичного, стилістичного, предметного та інших видів аналізу.

Гіпертекст – система представлення текстової та мультимедійної інформації у вигляді мережі пов'язаних між собою текстових й інших файлів, яка передбачає нелінійний, асоціативно-фрагментарний і мережний принципи репрезентації інформації.

Громадська думка – прояв суспільної свідомості, в якому відбивається ставлення великих соціальних груп, народу, соціальної системи, суспільства в цілому до явищ, що становлять суспільний інтерес. Проявляється як у відносинах, так і в поведінці людей й різних соціальних утворень – соціальних груп, організацій, систем, інститутів, націй, етносів, класів тощо.

Двостороння аргументація – спосіб аргументації, при якому викладаються протилежні точки зору, а слухачеві надається можливість порівняти їх і вибрати одну з них.

Дебати – обговорення проблем, обмін думками, ідеями, поглядами щодо важливих державних, громадських проблем. Дебати характеризуються яскраво вираженою наступальною тактикою, тому захоплення й утримання ініціативи є найважливішим правилом для їх учасників.

Дебати судові – це частина судового розгляду, в якій особи – учасники процесу – у своїх промовах підводять підсумки своїх пояснень, дають оцінку виявленим доказам, наводять власну точку зору щодо того, яким повинен бути результат розгляду та вирішення справи.

Дедукція (від лат. deductio – виведення) – метод пізнання, який передбачає рух думки від загального до часткового.

Ділове спілкування – це особливий вид спілкування, який реалізується у спільній професійно-предметній діяльності людей і зміст якого визначається соціально значущим предметом спілкування, взаємним психологічним впливом суб'єктів спілкування і формально-рольовим принципом їх взаємодії.

Діловий етикет – правила поведінки у професійній і діловій сферах, у процесі спілкування з діловими партнерами, колегами, керівниками, підлеглими, клієнтами при здійсненні офіційних і ділових контактів.

Демонстрація (форма, спосіб доказу) – логічне міркування, у ході якого з аргументів виводиться істинність або хибність тези.

Децентрація – здатність вийти за межі свого власного «Я», перенести центр уваги на інших людей, їх інтереси, подивитися на події очима інших людей.

Діяльнісне ділове спілкування – обмін прийомами, навичками, вміннями у спільній професійній діяльності; у ході якого відбувається засвоєння професійних навичок, умінь, окремих дій, поведінкових актів.

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

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.

Доказ – це обґрунтування істинності якого-небудь судження за допомогою інших суджень, істинність яких уже встановлена.

Документ – це матеріальний об'єкт із зафіксованою у ньому інформацією у вигляді тексту, звукозапису або зображення, призначений для передачі у часі і просторі з метою збереження і громадського користування.

Домінування – це нехтування інтересами іншої людини, ставлення до неї як до засобу досягнення своїх цілей; прагнення розпоряджатися іншою людиною, наказувати їй що-небудь, примушувати до будь-яких дій, придушувати волю.

Домінуюче рукостискання – рука зверху, долоня повернута вниз – свідчить про прагнення до лідерства, намагання взяти ситуацію під контроль.

Духовне ділове спілкування – обмін духовними цінностями (науковою інформацією, філософськими, естетичними уявленнями та ідеями), що сприяє розвитку внутрішнього світу ділових партнерів.

Емпатія – здатність до співпереживання.

Етика (від грец. «ethos» – звичай, вдача) – вчення про мораль, моральність.

Етикет (від фр. *Étiquette* – ярлик, етикетка) – це сукупність правил поведінки, що стосуються ставлення до людей (відносин з оточуючими, існуючих форм звертання і привітань, поведінки в громадських місцях, манери і одягу).

Етикетна мова – мова, мета якої-підтримати доброзичливі стосунки в колективі, між структурними підрозділами організації, між установами; зберегти традиції спілкування в даній ситуації; дотриматись вимог етикету, ритуалу.

Ефект ореолу – це перенесення загального враження про людину на сприйняття її вчинків та особистісних якостей.

Ефект стереотипізації – пов'язаний із сприйняттям і оцінкою людей на основі стійких уявлень, стереотипів.

Жести-адаптори – супроводжують наші почуття і емоції. Вони нагадують дитячі реакції і проявляються в ситуаціях стресу, хвилювання, стають першими ознаками переживань – нервово перебирання одягу, постукування ногою, ручкою тощо.

Жести-ілюстратори – використовуються для пояснення сказаного, наприклад, вказівка рукою; є найпростішими прийомами невербального спілкування.

Жести-регулятори – відіграють важливу роль на початку і наприкінці бесіди. Один з таких жестів-регуляторів – рукостискання. Це традиційна і найдавніша форма привітання. Ці жести є вже більш складними прийомами невербального спілкування.

Жести-символи – дуже обмежені рамками тієї чи іншої культури або місцевості, є найпростішими прийомами невербального спілкування.

Закрита поза – захисна поза, яка свідчить про небажання спілкуватися.

Закриті питання – питання, які потребують відповідей «так» чи «ні», і не передбачають продовження обговорення.

Зачин – початок вступу, мета якого – встановити контакт з аудиторією, завоювати її увагу, підготувати її до сприйняття матеріалу, залучити слухачів до активної роботи.

Заява – внутрішній службовий документ, що доводить до відома посадової особи (як правило, вищого рангу) інформацію вузької спрямованості.

Зворотній зв'язок – реакція отримувача на повідомлення; сигнал від реципієнта комунікатору, за допомогою якого здійснюється контроль за результатами комунікативного впливу і створюються передумови для найбільш оптимального планування подальшого впливу.

Інверсія – (від лат. «inversio» – перевертання, переставляння) – стилістична фігура поетичного мовлення, яка полягає в незвичному розташуванні слів у реченні з очевидним порушенням синтаксичної конструкції, задля емоційно-сміслового увиразнення певного вислову; прийом роботи з текстом, що допомагає розкрити множинність значень шляхом змінювання відносин між персонажами, подіями і фактами або звичного порядку слів у реченні.

Індукція (від лат. «inductio» – наведення, спонукання) – метод пізнання, що ґрунтується на формально-логічному умовиводі, який дає можливість одержати загальний висновок на основі окремих фактів. Інакше кажучи, це є рух нашого мислення від часткового, окремого до загального.

Інсайдер – комунікант, що входить у впливові структури і має доступ до закритої інформації.

Інсайд – раптове осяяння.

Інтерпретація – тлумачення, пояснення, розкриття змісту, переклад на більш зрозумілу мову.

Інтерпретація філологічна (граматична) – така, що спрямована на встановлення з допомогою засобів мови та зв'язків, які існують між ними у тексті, смислових параметрів правової норми, що дозволяють адекватно розкрити конкретний зміст нормативних приписів із вираженою в них волею законодавця.

Інформація – відомості, що містяться у певному повідомленні і розглядаються як об'єкт передачі, зберігання та переробки; позначення змісту, отриманого із зовнішнього світу у процесі нашого пристосування до нього і пристосування до нього наших органів чуття (Н. Вінер); такі повідомлення, які зменшують невизначеність у

одержувача інформації. Невизначеність існує тоді, коли через обмеженість інформації необхідно обирати одну із двох (або більшої кількості) можливостей (К. Шеннон); повідомлення, нерозривно пов'язане з управлінням, сигнали в єдності синтаксичних, семантичних і прагматичних характеристик; передача, відображення різноманітності в будь-яких об'єктах і процесах неживої і живої природи; багатостадійний процес і властивість процесів, змін стану. Інформація, що не має матеріальної природи, але неможлива без матеріального носія. Інформація буває умовна (кодова) і безумовна (сміслова, яка стосується подій, що реально відбулися.).

Інформація значуща – саме та частина інформації, яка забезпечує узгодження позицій відправника і одержувача, визначає подальше функціонування системи.

Інформація інсайдерська – достовірна за своїм характером, але «закрита» інформація, розкриття якої може істотно вплинути на стан речей у суспільстві.

Ідентифікація – ототожнення себе з іншою людиною.

Індивідуалізація – це сприйняття людини у всій її унікальності, з усіма притаманними їй особливостями, при якому головна увага приділяється відмінностям співрозмовника від представників його групи.

Інтереси сторін – це причина, з якої сторони хочуть домогтися того, про що заявляють.

Інтимна зона (0-15 – 45 см) – це той «особистий простір», який є найважливішим для людини, ретельно нею охороняється і в який допускаються тільки дуже близькі люди.

Інтонція – це єдність взаємопов'язаних компонентів: мелодики, висоти, інтенсивності (гучності), тембру голосу, паузи і логічного наголосу.

Інформаційна промова – промова, мета якої – дати слухачам нове уявлення про предмет, повідомити нову інформацію про явища та події об'єктивної дійсності, поглибити знання, викликати бажання дізнатися щось нове за даною темою.

Канали комунікації (комунікаційні канали) – спеціально сформоване середовище, через яке передається інформація від комунікатора до реципієнта. Таким каналом може бути рекламний плакат, мітинг, відеофільм тощо. У загальному вигляді під каналом комунікації розуміється спосіб, яким передається повідомлення (безпосередньо, письмово, на плівці, електронному носії, за допомогою інших технічних засобів.)

Кібернетика – наука про загальні закони перетворення інформації (управління, зв'язок, переробку, регулювання) у складних системах (живих організмах, машинах і суспільстві). Включає такі розділи: інформаційна теорія, теорія алгоритмів, теорія автоматів, дослідження операцій, теорія оптимального управління, теорія розпізнавання образів.

Кінесика – сукупність жестів, рухів тіла і поз, які використовуються індивідом у ході спілкування.

Когнітивна характеристика особистості – це така властивість особистості, що пов'язана з її мисленнєво-пізнавальною діяльністю. Прагматична (мотиваційна) характеристика визначається намірами, мотивами, установками комунікантів.

Код – система умовних знаків, символів, правил передачі інформації каналами зв'язку.

Кодування – елемент комунікації; процес подання ідеї в символічній формі.

Комунікабельність, комунікативна здатність – відкритість до спілкування, психологічна сумісність, здатність до спілкування, комунікації. Включає в себе вміння слухати і розуміти, впливати на інших, встановлювати продуктивні взаємини.

Компроміс – тимчасове або нейтральне вирішення проблеми, що умовно задовольняє усі сторони, які беруть участь у конфлікті. Опоненти йдуть на взаємні поступки, частково погоджуються із точкою зору іншої сторони або ж відкладають вирішення питання на майбутнє, залишаючи його відкритим.

Комунікативістика – наука, що вивчає гуманітарні аспекти розвитку інформаційних систем і засобів, характер, форми, результати їх впливу на суспільне життя.

Комунікативна мета, мета комунікації – запланований результат, орієнтири, на досягнення яких спрямована комунікативна діяльність.

Комунікативна особистість – особистість, яка вміє правильно обирати способи передачі інформації і взаємодії з іншими комунікантами у кожній конкретній ситуації спілкування, адекватно сприймати інформацію.

Комунікативна перевантаження – ситуація, коли обсяг інформації, що надходить, перевищує можливості каналів комунікації, механізмів обробки інформації або ж комунікативні потреби сторін.

Комунікативна установка – стан готовності, схильність суб'єкта до здійснення комунікації.

Комунікативна харизма – здатність надихати людей на взаємодію між собою та з громадськістю.

Комунікативні методи вироблення рішень – методи взаємодії ведучого (комунікатора) із групою (формальною, неформальною, штучно створеною, експертною тощо.) Для колективного вироблення рішень найбільш широко використовуються мозковий штурм, групова динаміка, взаємна інтерпретація, групова саморефлексія, синектика, конференція ідей, модерація, фасилітація, робота за змістом, ігрові методи, метод соціодрами.

Комунікативний (комунікаційний) простір – територія, простір, середовище, в межах якого відбувається процес комунікації.

Комунікації напрями – вертикальні комунікації, що відбуваються між людьми, які перебувають у відносинах підпорядкування; горизонтальні комунікації реалізуються між людьми, які знаходяться на одному рівні соціальної (виробничої) ієрархії.

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 (це 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.

Комунікація візуальна – взаємодія з допомогою видимих символів. На відміну від вербальної, візуальна комунікація не передбачає заздалегідь встановлених, лексично наповнених одиниць.

Комунікація вербальна – взаємодія за допомогою лексичних одиниць рідної або іноземної мови. Існує декілька видів мовленнєвої діяльності: говоріння (оформлене у висловлювання), слухання, писемне мовлення, читання. Відповідно комунікація може бути усною і письмовою (друкована, «електронна»). Види вербального спілкування: *пізнавальне* (когнітивне) – здійснюється з метою освоєння нової інформації та застосування її у практичній діяльності; *переконуюче* – має на меті викликати у партнерів по спілкуванню певні почуття і сформувані ціннісні орієнтири та установки, переконати у правомірності тих чи інших стратегій взаємодії, зробити своїм однодумцем; *експресивне* – здійснюється з метою сформувані у партнера психоемоційний настрій, передати почуття, переживання, спонукати до необхідної соціальної дії; *суггестивне* – ставить за мету вплив на партнера задля зміни його поведінки, зміни установок, ціннісних орієнтацій; *ритуальне* – спрямоване на закріплення й підтримку конвенціональних відносин, регуляції соціальної психіки в групах, збереження ритуальних традицій організації тощо.

Комунікація кризова – взаємодія суб'єктів в умовах різкої зміни ходу комунікативного процесу, що викликає утруднення в звичному обміні повідомленнями.

Комунікація масова – а) система взаємозв'язків, що дозволяє отримати майже одночасний доступ соціально значущих повідомлень до великої аудиторії, незалежно від місця розташування, положення, соціального статусу (ЗМІ, Інтернет); б) одночасне перебування великої аудиторії в обмеженому просторі, що дозволяє здійснювати взаємодію (комунікацію) з лідерами «думок» (мітинги, ходи, концерти). Ознаки масової комунікації: 1) масовість аудиторії; 2) однорідність аудиторії; 3) одночасність споживання інформації; 4) швидке поширення інформації; 5) включення зворотного зв'язку в процес взаємодії.

Комунікація міжкультурна – спілкування між носіями різних культур та мов.

Комунікація невербальна – позамовні засоби передачі інформації: мова прапорців, диму тощо; вишивка, орнаменти, фольклорні образи,

що використовують символи і знаки. У міжособистісному спілкуванні – поза, жести, міміка тощо.

Комунікація правова – багатовекторний процес розвитку професійних контактів між учасниками правових дій, який реалізується в усній і писемній формі у ході створення, тлумачення та застосування правових норм; цей процес спричинений потребою у спільній діяльності і вбирає у себе обмін інформацією та формування єдиної стратегії і тактики взаємодії у професійній юридичній діяльності.

Консультація – є специфічною формою ділового спілкування в юридичній практиці. Особливу роль консультації відіграє у діяльності адвоката (лат. «advo-catus» – юридичний консультант), покликаною надавати професійну правову допомогу фізичним та юридичним особам, а також юрисконсульта, працівника правової служби підприємств, установ, організацій.

Конфлікт (від лат. «conflictus» – зіткнення) – це протистояння між індивідами або ідентичними групами індивідів на основі незадоволення загальнолюдських потреб (конфлікт потреб) та інтересів (конфлікт інтересів). Конфлікт виникає у разі зіткнення протилежних інтересів, позицій, поглядів, цілей і способів їх досягнення.

Концепт – основна одиниця культурної та міжкультурної комунікації. У концепті розкривається зміст означуваного ним феномена. Концепт має вербальну і невербальні форми, розкривається лише в ситуації комунікації. Наприклад, у вербально вираженій формі концепти виступають у вигляді ключових слів, метафор, образів, притаманних даній мові і даній культурі. У невербальній формі концепти являють собою ряд значущих (ритуальних, обрядових) дій, жестів. Невербальні концепти лежать в основі стереотипів поведінки людей, що дозволяють відрізнити «своїх» членів етносу від «чужих».

Культура комунікативна – 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, спілкування сприяє ефективному, толерантному і плюральному обміну інформацією у різноманітних процесах спілкування. Комунікативна культура передбачає сформованість в індивіда комунікативних стратегій із володінням комунікативними правилами, максимами, постулатами і конвенціями спілкування.

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.

Культура корпоративна – система формальних та неформальних правил і норм діяльності, звичаїв і традицій, індивідуальних і групових інтересів, особливостей поведінки членів корпорації, що відрізняються стилем поведінки, ставленням до роботи, рівнем взаємного співробітництва, ступенем ідентифікації корпоративних членів із цілями корпорації; система взаємопов'язаних матеріальних і духовних цінностей, притаманних даній корпорації, що відображають її індивідуальність і сприйняття себе та інших у соціальному середовищі, що виявляється в поведінці, взаємодії, сприйнятті себе і навколишнього світу.

Лідери думок – люди, які здатні впливати на установки або поведінку інших індивідів в необхідному для них напрямку, мають доступ до зовнішніх джерел інформації, можуть забезпечити контакти між групами людей і лідерами, самі є прихильниками норм, що існують в очолюваних ними групах або спільнотах.

Логічна аргументація – виведення обґрунтованого твердження з раніше прийнятих тверджень.

Логічні паузи ділять мову на смислові відрізки або надають додаткову силу наступним словам.

Логічний (раціональний) аргумент – аргумент, звернений до розуму слухачів.

Логічний наголос – це виділення голосом найбільш важливого слова в реченні, або тези – у тексті.

Хибна підстава – логічна помилка або зумисний обман, що виникає в тому випадку, коли теза обґрунтовується помилковими судженнями, які видаються за істинні.

Маніпуляція – це приховане управління поведінкою соціальних груп або окремих індивідів, до якого вдаються з метою отримати якийсь зиск від спілкування із ними; система прийомів і способів впливу на свідомість з метою нав'язати якісь ідеї або ввести в оману.

Ментальність, менталітет – образ мислення особистості або соціальної групи, притаманна їм духовність; світосприйняття, сукупність етнокультурних, громадських навичок і духовних установок, стереотипів. Поняття використовується на позначення існуючої між людьми відмінності у сприйнятті, їх оцінках і поглядах, обумовлених способом життя, вихованням, освітою, культурою.

Мова – знакова система, впорядкована набором синтаксичних, семантичних і прагматичних правил.

Мова природна \ розмовна – історично сформована в людському суспільстві система звукових знаків; найбільш розвинена знакова система, створена людиною; мова, що склалася в ході суспільної практики у того чи іншого народу і є для нього найбільш уживаною. Як засіб спілкування мова – явище соціальне.

Мова юридична – сукупність граматичних, логічних й інших способів передачі та оформлення понятійного змісту права.

Мовлення внутрішнє – це мовлення ситуативне, завжди пов'язане з певною ситуацією, умовами, які його викликають. Цим і пояснюються його фрагментарність, стислість. Поряд зі словами у внутрішньому мовленні можуть бути використані образи і схеми, тобто предмет мовлення може бути не названий, а поданий як образ (образ-схема).

Мовна особистість – сукупність здібностей і характеристик людини, що обумовлюють створення і сприйняття нею мовних текстів. Вербально-семантична характеристика особистості складається із запасу слів і словосполучень, якими користується людина.

Мовний такт – відрізок фрази, цілісний за значенням, об'єднаний інтонаційно і відокремлений з обох боків паузами.

Моральний обов'язок – це вимога до кожної людини щодо безумовного виконання моральних норм.

Наголос логічний – підкреслена вимова окремих речень у промові (тези, висновки), а також найзначніших слів і словосполучень у фразах.

Невербальні засоби спілкування – це позамовні засоби передачі інформації: жести, міміка, поза, дистанція між співрозмовниками, вираз очей тощо.

Мовний такт – відрізок фрази, цілісний за значенням, об'єднаний інтонаційно і відокремлений з обох боків паузами.

Особиста зона у діловому спілкуванні (46 – 120 см) – простір, в якому відбувається комунікація між діловими партнерами і колегами, повсякденне спілкування з добре знайомими людьми або спілкування на прийомі, вечірці.

Пауза граматична – це засіб граматичного упорядкування тексту. Логічні паузи пов'язані зі змістом, логікою промови. За їх допомогою оратор здійснює подрібнювання потоку слів на змістовні частини – мовні «такти».

Питання «дзеркальне» – повторення з питальною інтонацією частини твердження, щойно сказаного співрозмовником, з метою змусити його поглянути на своє твердження ніби з боку.

Погляд діловий – спрямований на трикутник на чолі партнера по комунікації.

Погляд інтимний – спрямований на трикутник, утворений очима і сонячним сплетінням співрозмовника.

Погляд соціальний – спрямований на трикутник, утворений очима і ротом співрозмовника.

Позиція «кутова» – таке розташування співрозмовників за столом, що передбачає дружню невимушену бесіду; можлива і для ділової розмови, наприклад: лікар – пацієнт, керівник – підлеглий. Позиція забезпечує постійний зоровий контакт і створює умови для жестикуляції, яка не заважає партнеру.

Позиція «напроти» – ділові партнери розташовуються один напроти одного, що створює атмосферу суперництва; кожен з учасників комунікації жорстко відстоює свою позицію, намагається «обіграти» ділового партнера. Досягти згоди за такої позиції комунікантам досить важко, малоймовірним є і компроміс. Велика небезпека виникнення конфліктної ситуації.

Позиція «по діагоналі» – таке розташування за столом, коли комуніканти мають намір продемонструвати незалежну позицію. Ця позиція характерна для людей, які не бажають взаємодіяти. Вона свідчить про відсутність зацікавленості або про бажання залишитися непоміченим, наприклад, на діловій нараді, семінарі тощо.

Позиція «поряд» – таке розташування за столом, що передбачає безпосередню ділову взаємодію. Це позиція для партерів, які вирішують завдання або проблему спільними зусиллями. Їм потрібно сидіти поруч, аби краще зрозуміти дії і наміри одне одного, бачити робочі матеріали, обговорювати і виробляти спільні рішення.

Полеміка (від грецьк. «polemikos» – ворожий, войовничий) – 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.

Проксемічні засоби – дистанція між учасниками комунікації, позиції сторін, що спілкуються за столом.

Просодика – це загальна назва таких ритміко-інтонаційних аспектів мовлення, як висота голосового тону, гучність, тембр сила голосу.

Просодичні засоби – дикція, інтонація, темп, тембр, гучність голосу.

Просторові зони у діловому спілкуванні – дистанції між учасниками спілкування.

Прямий доказ – це доказ, в якому істинність тези безпосередньо слідує з істинних аргументів. Наприклад, у промові судового оратора прямий доказ використовується, коли роль аргументів виконують показання свідків, письмові документи, речові докази.

Психогеометрія – це система аналізу типології особистості на основі спостереження за поведінкою людини і можливого вибору нею якоїсь геометричної фігури – квадрата, трикутника, кола, прямокутника, зигзага.

Психологічні паузи – це паузи, які передають переживання мовця, пов'язані із затримкою мовлення; виражають хвилювання, захоплення, радість, гнів і інші почуття.

Психологічний (емоційний) аргумент – аргумент, звернений до почуттів співрозмовника.

Психологічний контакт у комунікативній діяльності юриста – це вияв юристом і громадянином розуміння і поваги до цілей, інтересів, доводів, пропозицій іншої сторони, що забезпечує взаємне довір'я і сприяння одне одному.

Психотип – це провідна модель поведінки людини та спосіб її взаємодії з навколишнім середовищем.

Публічна (відкрита) зона спілкування (3,5 м і більше) – це відстань, прийнятна для взаємодії з великою групою людей, численною аудиторією.

Ритм мовлення зумовлює певний порядок чергування одиниць висловлювання, різних за довжиною висловлювання. Для цього промовець використовує паузи. Фізіологічні паузи викликані необхідністю вдихнути повітря. Як правило, вони збігаються з іншими паузами – граматичними, логічними і психологічними.

Слово – основна одиниця мовлення, що слугує для найменування предметів, їх властивостей, явищ, відношень між ними.

Слухання активне рефлексивне – такий вид слухання, коли із мовцем встановлюється зворотний зв'язок.

Слухання емпатійне – таке слухання, коли учасник ділової взаємодії приділяє більшу увагу «зчитуванню» почуттів, а не слів. Таке слухання є ефективним лише в тому випадку, коли мовець викликає у слухача позитивні емоції.

Слухання нерефлексивне – такий вид слухання, що передбачає мінімальне втручання у мову співрозмовника при максимальній зосередженості на ній.

Спілкування – міжособистісна взаємодія людей, складний, багатоплановий процес встановлення і розвитку контактів між людьми, що виникає на основі потреб і спільної діяльності та включає в себе обмін інформацією, сприймання та розуміння інших. Основа спілкування – міжгрупові або внутрішньогрупові міжособистісні

рольові відносини, або відносини індивіда з соціальною групою, спільнотою, системою, організацією або суспільством в цілому.

Соціалізація вторинна – освоєння індивідом соціальних норм, виходячи не з життєвого досвіду, а за допомогою ЗМІ-новин з їх власними кодами, часом і простором. Вторинній соціалізації переважно підвладні люди, які не мають власного життєвого досвіду.

Соціокомунікація (соціальна комунікація) – комунікативна діяльність людей в соціальному середовищі, що формує соціальні відносини, зумовлені соціальними нормами і оцінками; взаємодія людей, обумовлена рядом соціально значимих оцінок, конкретних ситуацій, комунікативних сфер і норм спілкування, прийнятих у даному суспільстві.

Соціолінгвістика – наука, що вивчає соціальні аспекти мови і мовлення. Розвивається на стику мовознавства, соціології, соціальної психології та етнографії, що досліджує проблеми, пов'язані з соціальною природою мови, її суспільними функціями і впливом соціальних факторів на мову.

Соціологія масової комунікації – галузь соціології, що вивчає закономірності масових інформаційних процесів і діяльності соціальних інститутів, які формують і поширюють масову інформацію.

Соціоніка – галузь знання, що вивчає інформаційні процеси, які відбуваються в суспільстві.

Структуризація знань – виділення смислових компонентів тексту і встановлення зв'язків між ними.

Сугестія – навіювання; здатність деяких знакових форм і їх поєднань впливати на свідомість, емоції реципієнтів.

Табу – заборона на використання у спілкуванні окремих слів чи дій.

Тезаурус – корисна для системи інформація про саму себе і про навколишнє середовище; запас інформації; одномовний тлумачний або тематичний словник, що максимально охоплює лексику даної мови; словник, у якому слова структуровані за предметно-тематичним принципом.

Текст – словесна частина повідомлення; упорядкований відповідно до правил мови набір знаків. У широкому розумінні текст – будь-який твір духовної культури. Текст як семіотична система вивчається дисциплінами – текстологією, герменевтикою, поетикою.

Темп мовлення – це швидкість, з якою оратор вимовляє слова, речення, весь текст у цілому. Він залежить від індивідуальних особливостей промовця, його темпераменту, від теми та змісту промови, а також від умов, за яких виголошується промова, та особливостей аудиторії.

Теорія громадської думки – сукупність концепцій і поглядів про природу, роль і значення в суспільстві оціночних суджень людей щодо проблем, подій і фактів.

Теорія залежності – одна з теорій комунікації, згідно з якою люди схильні повністю покладатися на ЗМІ в питаннях, про які не можуть отримати інформацію безпосередньо.

Теорія комунікації – система основних ідей у комунікативістиці, що дають цілісне уявлення про ті чи інші закономірності й взаємозв'язки.

Теорія маси – теорія, що пояснює поведінку людських спільнот, члени яких об'єднані лише присутністю в одному місці в один час і взаємодія між якими має характер посилення взаємних емоцій.

Навчальне видання

Марченко Олена Вікторівна

КОМУНІКАТИВНА
КУЛЬТУРА ЮРИСТА

Навчальне посібник

Відповідальний за випуск В. Головань
Технічний редактор Н. Дроздова

Здано на складання 01.04.2015
Підписано до друку 16.04.2015
Формат 60x84/16. Папір офсетний.
Друк ризо графічний. Гарнітура Таймс.
Умовних друк. арк. 11,55. Обл.-вид.арк. 15,85
Наклад 300. Замовлення №1110.

Видавництво «Інновація»
490006, м. Дніпропетровськ, вул. Свердлова, 70
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
ДК №1761 від 22.04.2004 р.