

МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ
Харківський національний університет внутрішніх справ
Кафедра соціально-гуманітарних дисциплін, факультет № 6

ТЕКСТ ЛЕКЦІЇ

з навчальної дисципліни «Українська мова професійного спрямування»
обов'язкових компонент
освітньої програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

262 «Правоохоронна діяльність» (правоохоронна діяльність)

Лекція №3 «Культура усного фахового спілкування»

ЗАТВЕРДЖЕНО

Науково-методичною радою
Харківського національного
університету внутрішніх справ
30.08.2023 Протокол № 7
(дата, місяць, рік)

СХВАЛЕНО

Вченою радою факультету № 6
25.08.2023 Протокол № 7
(дата, місяць, рік)

ПОГОДЖЕНО

Секцією Науково-методичної ради
ХНУВС з гуманітарних та соціально-
економічних дисциплін
29.08.2023 Протокол № 7
(дата, місяць, рік)

Розглянуто на засіданні кафедри соціально-гуманітарних дисциплін (протокол від 25.08.2023 р. № 9)

Розробник:

Старший викладач, кандидат філологічних наук Овчинников Михайло Олексійович

Рецензенти:

1. Доцент кафедри українознавства ХНУВС, кандидат філологічних наук, доцент Перцева Вікторія Анатоліївна.
2. Доцент кафедри української мови та мовної підготовки іноземних громадян Харківського національного університету будівництва та архітектури, кандидат філологічних наук, доцент Кучеренко Олена Федорівна.

План лекції

1. Особливості усної комунікації.
2. Індивідуальні форми фахового спілкування. Бесіда.
3. Етикет телефонної розмови.
4. Форми колективного обговорення професійних проблем. Наради, збори, дискусії.

Текст лекції

1. Особливості усної комунікації

Ділове спілкування – це усний контакт між співрозмовниками, які мають для цього необхідні повноваження і ставлять перед собою завдання розв’язати конкретні проблеми. Спілкування слід вважати діловим, якщо його визначальним змістом виступає професійна діяльність.

Засадами ділового спілкування є етичні норми та правила ділових взаємовідносин, знання й уміння, пов’язані з обміном інформацією, використанням способів та засобів взаємовпливу і взаєморозуміння.

Професійне спілкування формується в умовах конкретної діяльності, тому певною мірою вбирає в себе її особливості, є важливою частиною, засобом цієї діяльності.

Ділове спілкування передбачає:

- отримати, надати необхідну інформацію або обмінятися нею;
- домовитися про питання, яке цікавить співрозмовників;
- переконати партнера у правильності рішення, яке приймається, вигоді вибраного способу дії тощо;
- встановити контакт, ділові стосунки, дотримуючись при цьому відповідного статусу і ролі.

Метою ділового спілкування є взаєморозуміння, справа, діяльність, результат і продуктивна співпраця.

Для характеристики системи дій, що їх виконують суб'єкти спілкування, використовують поняття “модель”. Існує п'ять типів моделей спілкування.

Запобігливий тип. Один із співрозмовників намагається догодити іншим, вибачається, не вступає в суперечки. Не отримавши схвалення інших, погоджується з будь-якою критикою на свою адресу.

Звинувачувальний тип. Особа цього типу шукає винних, нерідко поводить зухвало, говорить різко й жорстко і в такий спосіб прагне завоювати авторитет, владу над іншими.

Розважливий тип. Коректна, надто спокійна людина, яка все розраховує наперед, має монотонний голос.

Віддалений тип не реагує на жодні запитання, часто говорить недоречно, невчасно і невлучно.

Врівноважений тип. Поведінка такої особи послідовна, гармонійна, до співрозмовників ставиться відкрито, чесно, не принижує інших.

Моделі і стиль спілкування застосовуються в різноманітних ситуаціях професійного спілкування і значною мірою характеризуються культурою спілкування – цілісною системою елементів, яка охоплює зовнішню культуру, культуру мовлення, культуру почуттів, культуру поведінки та етикет.

Поняття спілкування тісно пов'язане з поняттям комунікація. *Комунікація* (лат. *comunicatio* – спілкуюсь з кимось) – *смісловий та індивідуально-змістовий аспект соціальної взаємодії; обмін інформацією в різноманітних процесах соціальної взаємодії.*

Доволі часто в діловому спілкуванні виникають певні бар'єри:

Естетичні (перше враження про людину складається з її зовнішнього виду, манери поведінки, одягу).

Інтелектуальні (спілкування осіб різних типів інтелекту можуть призвести до виникнення бар'єрів між ними).

Мотиваційні (виникають, коли співрозмовнику не цікаві висловлені думки, коли один із співрозмовників для іншого стає способом досягнення утилітарних цілей).

Моральні (бар'єри, які не вдається подолати людині, яка володіє різнобічними засобами спілкування, наприклад, підлістю, непорядністю, грубістю).

Емоційні (неприємні емоції послаблюють здатність сприймати і правильно оцінювати вагомі аргументи на користь тієї чи іншої точки зору).

Усна комунікація має свої особливості: співрозмовники мають можливість спостерігати за поведінкою кожного учасника спілкування, коригувати висловлювання залежно від конкретної ситуації, урахувати індивідуальні особливості адресатів, змінювати емоційність висловлювання думки, удаватися до повторів, ситуативно необхідних пояснень тощо. Водночас живе розмовне спілкування вимагає здатності до імпровізацій та використання особливостей усної форми спілкування, до яких належать:

- технології паралінгвістичного, або психоделічного впливу: акцентування інформації, зміна логічного наголосу та под.;
- невербальні засоби комунікацій: відстань між співрозмовниками, жести, міміка, положення тіла тощо.

Слід пам'ятати, що чим вищий рівень освіти й культури співрозмовника, тим менше ваги має використання несловесних засобів спілкування.

2. Індивідуальні форми фахового спілкування. Бесіда.

Різновидом професійної діалогічної мови є ділова бесіда – форма офіційного, спеціально підготовленого мовного спілкування з використанням невербальних засобів (інтонації, ритму, сили голосу, міміки, жестів, манери поведінки тощо), у процесі якого відбувається обмін думками і діловою інформацією. Залежно від кількості учасників бесіди поділяються на індивідуальні та групові.

Індивідуальна бесіда – це діалог двох співрозмовників, як правило, різного соціального статусу, який має на меті визначення

рівня об'єктивності будь-якої інформації. У присутності аудиторії комунікант використовує різні соціальні маски, намагається видаватись цікавішим, привабливішим. Визначати позиції з різних питань і пояснення діям будь-якої людини (комуніканта) слід спілкуючись з нею віч-на-віч.

Однією з форм такої бесіди є допит (обвинувачуваного, підозрюваного, свідка, потерпілого тощо).

Ділова бесіда належить до міжособистісного типу спілкування і передбачає різноманітні способи мовного і немовного взаємовпливу учасників. До ділової бесіди готуються заздалегідь: продумують план, аналізують особливості співрозмовника, підшуковують необхідні фактичні дані, визначають стратегію і тактику спілкування. Підготовка до ділової бесіди дає змогу передбачити несподівані моменти, які можуть знизити ефективність прийомів співрозмовника.

Існують такі види планування ділової бесіди:

- стратегічний план (програма дій, спрямованих на досягнення поставлених завдань);
- тактичний план (містить перелік способів поетапного досягнення мети, що сприяють вирішенню основних стратегічних завдань бесіди);
- оперативний план (визначає програму дій за кожним окремим пунктом бесіди);
- план інформації і збору матеріалів (передбачає пошук джерел інформації і вивчення самої інформації);
- план систематизації і відбору робочих матеріалів (визначає структуру організації зібраного матеріалу і критерії його відбору);
- план викладу в часі (встановлює часові межі робочого плану бесіди);

- робочий план (подає структуру викладу бесіди з урахуванням регламенту);
- план використання допоміжних засобів (передбачає застосування окремих технічних засобів в процесі бесіди);
- план пристосування до співрозмовників і умов спілкування (враховує потенційні вимоги і наміри партнерів, особливості умов, за яких відбуватиметься бесіда).

Правила підготовки до бесіди:

- обрати найбільш вдалий момент і місце проведення бесіди, і лише після цього домовлятися про зустріч;
- з'ясувати все про співрозмовника (вивчення особи обвинуваченого, що передбачено нормами КПК України);
- зібрати й систематизувати інформацію, необхідну для розмови;
- створити відповідну атмосферу довіри, щоб схилити до себе співрозмовника;
- визначити мету, стратегію і тактику проведення бесіди, скласти детальний план розмови, виділити базові слова, ключові слова, речення, фрази;
- уявити собі позицію співрозмовника з цього питання та хід бесіди, передбачити нюанси, які можуть вплинути на її перебіг і результат.

Оскільки успіх індивідуальної бесіди значною мірою залежить від контакту, що встановлюється між співрозмовниками, можна виділити такі її етапи: початок бесіди (встановлення контакту); передавання інформації; аргументування; спростування доказів співрозмовника; підведення підсумків (вихід із контакту).

На початковому етапі бесіди встановлюється контакт із співрозмовником, передбачаються етикетні мовні формули під час

вітання, подяки, запрошення тощо. Психологічний контакт – це духовний зв'язок між людьми, який забезпечує можливість взаєморозуміння. Після контакту очей треба привітатися і зробити паузу. Вона потрібна для того, щоб інша людина мала змогу включитися в розмову.

На початку бесіди доречно:

- уникати вступів на зразок “Якщо у Вас є час вислухати мене”;
- не примушувати співрозмовника одразу захищатися;
- тон бесіди має бути привітним, доброзичливим (це допоможе співрозмовникові повірити у Вашу щирі зацікавленість його проблемами);

- співрозмовник може бути добре проінформований щодо теми розмови, тому краще висловити свої сподівання на це або запитати його;

- у кожній ситуації треба виявляти гнучкість, оперативність, творчість. Варто пам'ятати, що фрази на зразок: “Не хвилюйтесь”, “Заспокойтеся”, “Чому Ви так напружені?” справі не зарадять, а, навпаки, людина нервуватиме ще більше.

На етапі передавання інформації співрозмовники з'ясовують тривалість бесіди, детальніше ознайомлюються з можливостями і намірами партнера стосовно обговорюваної проблеми.

На цьому етапі особливого значення набувають вміння слухати співрозмовника, передавати інформацію та обґрунтовувати свою позицію.

Основним елементом є формулювання питань, вислуховування, вивчення реакцій співрозмовника, передавання інформації співрозмовнику.

Слід урахувати правила, що полегшують розуміння і дають змогу ефективно обмінюватись інформацією:

- уважно слухати і чути;

- намагатися перейти від монологу до діалогу;
- давати змогу співрозмовникові спокійно висловити свою думку;
- викладати свою інформацію чітко, коротко й послідовно;
- добирати способи й засоби аргументування залежно від індивідуальних особливостей співрозмовника (рівня його мислення, віку, статі, типу темпераменту тощо);
- викладати докази в коректній формі.

На етапі аргументування обидві сторони займають певну позицію з проблеми, яка обговорюється. Аргументуючи свою позицію, доцільно навести цифрові дані, факти, виявити суперечності, розглянути їх, вилучити висновки за частинами. Аргументи треба викладати впорядковано, використовуючи правила та закони логіки.

На етапі спростування доводять переконливість викладу, розвіюють сумніви співрозмовника. Структура спростування передбачає локалізацію зауважень, їх аналіз, виявлення причини, вибір техніки і методу спростування та підведення підсумків спростування.

На етапі підведення підсумків головним є стимулювання співрозмовника до обміркування висловлених пропозицій, до продовження ділових контактів. Приймаючи рішення, доцільно керуватися такими рекомендаціями:

- спостерігаючи за співрозмовником, визначити момент для закінчення бесіди;
- заздалегідь сформулювати мінімальну мету й обміркувати альтернативні варіанти розв'язання проблеми;
- намагатися добитися добровільної згоди партнера;

- не виявляти невпевненості, розгубленості наприкінці бесіди, навіть якщо її мети не було досягнуто;
- закінчуючи бесіду, доцільно використати свій найсильніший аргумент, який варто передбачити заздалегідь.

Наприкінці бесіди доцільно стимулювати подальше співробітництво. Як правило, з цією метою використовують етикетні мовні формули, пов'язані з висловленням позитивного чи негативного ставлення до предмету і результатів обговорення (Ваші пропозиції нас повністю влаштовують; Думаю, що ми домовимося; Це потребує додаткового розгляду; Ми розуміємо Вашу позицію, але...).

3. Етикет телефонної розмови.

Телефонна розмова є одним із різновидів усного мовлення, для якого характерні специфічні ознаки, пов'язані з такими причинами:

- співрозмовники не бачать один одного й не можуть скористатися невербальними засобами спілкування, тобто передати інформацію за допомогою міміки, жестів, відповідного виразу обличчя, сигналів очима тощо (відсутність візуального контакту між співрозмовниками);
- обмеженість у часі (телефонна бесіда не може бути надто тривалою);
- наявність технічних перешкод (втручання сторонніх абонентів, погана чутність).

Основою проведення успішної телефонної розмови є компетентність, тактовність, доброзичливість, володіння прийомами ведення бесіди, бажання швидко й ефективно вирішити проблему або надати допомогу для її вирішення.

Ефективність телефонної розмови залежить від емоційного стану людини, від настрою. Під час розмови потрібно вміти

зацікавити співрозмовника своєю інформацією. Доцільним є використання методів переконання. Слід говорити нейтрально, стримано, намагатися не перебивати співрозмовника. Якщо Ваш співрозмовник схильний до суперечок, несправедливих звинувачень, частково визнайте його правоту, намагайтеся зрозуміти мотиви його поведінки. Коротко і ясно викладіть свої аргументи. У телефонній розмові не потрібно використовувати професіоналізми, неологізми тощо, якщо Ви не впевнені що вони зрозумілі співрозмовнику.

Не варто телефонувати в особистих справах зі службового телефону, а в службових справах недоречно телефонувати додому тій особі, котра має їх виконати (розв'язати), але сучасне процесуальне законодавство передбачає такий варіант спілкування з учасниками кримінального процесу, як виклик телефоном для участі у проведенні слідчих дій. Проте у разі, якщо вам телефонують на роботу в особистих справах, відповідайте, що ви неодмінно зателефонуєте після роботи.

Перед початком телефонної розмови слід пам'ятати, що її надмірна тривалість негативно впливає на нервову систему; зайві телефонні розмови порушують робочий ритм, заважають вирішенню важливих питань, вимагають часу для глибокого аналізу.

Дзвінок на домашній телефон діловому партнерові, співробітнику для службової розмови може бути виправданий тільки серйозною причиною, кому ви б не телефонували – начальнику чи підлеглому. Вихована людина не буде дзвонити після десятої години вечора, якщо для цього не має вагомої причини чи попередньої домовленості щодо такої ситуації.

До телефонної розмови слід ретельно готуватися: заздалегідь підбирати всі матеріали, документи, мати під рукою потрібні номери телефонів, адреси організацій, ручку, папір і т. д.; скласти план бесіди, записати питання, які потрібно вирішити або дані, які хочете

отримати, продумати, в якому порядку ви запитуватимете співрозмовника. При обговоренні кількох питань повністю завершуйте обговорення одного питання і тільки після цього переходьте до наступного.

Діловий етикет передбачає такі вимоги до телефонного спілкування. Якщо телефонуєте ви:

- насамперед привітайтеся, назвіть організацію, яку ви представляєте, а також своє прізвище, ім'я та по батькові. Зазвичай перші слова телефонної розмови сприймаються погано, а тому називайте своє прізвище та ім'я останнім – принаймні це буде почуто;

- якщо телефонуєте в установу чи незнайомій людині, слід запитати прізвище, ім'я та по батькові свого співрозмовника. Можете також повідомити, з ким саме ви хотіли б поговорити;

- якщо телефонуєте у важливій справі, запитайте спочатку, чи є у вашого співрозмовника достатньо часу для бесіди;

- попередньо напишіть перелік питань, котрі необхідно з'ясувати, і тримайте цей перелік перед очима упродовж усієї бесіди:

- пам'ятайте – завжди закінчує розмову той, хто телефонує. Завершуючи розмову, неодмінно попрощайтеся, нетактовно класти слухавку, не дочекавшись останніх слів співрозмовника;

- у разі досягнення важливих домовленостей згодом надішліть підтвердження листом або факсовим повідомленням.

Якщо телефонують вам:

- спробуйте якомога швидше зняти слухавку й назвіть організацію, яку Ви представляєте;

- у разі потреби занотуйте ім'я, прізвище та контактний телефон співрозмовника;

- розмовляйте тактовно, ввічливо: демонструйте розуміння сутності проблем того, хто телефонує;
- не кладіть несподівано слухавку, навіть якщо розмова є нецікавою, нудною та надто тривалою для Вас;
- не закінчуйте розмову першим: завжди закінчує розмову той, хто телефонує.

4. Форми колективного обговорення професійних проблем. Наради, збори, дискусії.

Мистецтво перемовин

Нарада – це форма організації ділового спілкування з метою обговорення актуальних питань і прийняття рішень у всіх сферах виробничого, громадського та політичного життя. Вона дає змогу спільно аналізувати важливі питання й висловлювати свої думки та пропозиції, приймати найоптимальніші рішення. Проблема, яка виноситься для обговорення на нараду, може мати будь-який характер: виробничий, дисциплінарний, організаційний тощо.

Залежно від поставлених завдань та мети ділові наради поділяються на ***проблемні, інструктивні та оперативні***.

Проблемні наради проводяться в невеликому колі спеціалістів або компетентних осіб для того, щоб знайти оптимальне управлінське вирішення обговорюваних питань. Схема вирішення таких питань містить доповідь, запитання до доповіді, обговорення та вироблення загального рішення.

Інструктивні наради організовують безпосередньо керівники. Мета проведення таких нарад полягає в тому, щоб довести до працівників окремі завдання, необхідні відомості або передати розпорядження.

Оперативні наради проводять для отримання інформації про поточний стан справ. Особливістю таких нарад є їх проведення в точно визначений час, що дає змогу учасникам планувати свою діяльність. Позапланові оперативні наради спричиняють неритмічність виконання їх учасниками прямих обов'язків і тому проводяться тільки у разі нагальної необхідності.

Оптимальна кількість учасників наради як однієї з колективних форм обговорення – 10-15 осіб. Нараду в будь-якій організації, як правило, проводить керівник. Тому її результати залежать передусім від нього, від того, як він уміє працювати з людьми. Неабияке значення для присутніх на нараді мають психологічні якості керівника, дотримання ним етичних норм. Через невміле їх використання нарада, навіть якщо в ній беруть участь досвідчені фахівці, може стати неконструктивною.

Завдання керівника під час підготовки наради:

- перед засіданням підготувати вступ (2-3 хвилини, іноді – 5 хвилин);
- спланувати коло обговорюваних питань;
- визначити час, необхідний для обговорення кожного питання (при цьому врахувати можливість виникнення дискусії, обміну думками);
- продумати послідовність обговорення питань та їх взаємозв'язок (переважно нараду розпочинають з кардинальних виробничих проблем, які потребують інтенсивної розумової діяльності під час обговорення та вирішення; наприкінці наради вирішуються конкретні питання, які головуючий може подати у вигляді оголошень і максимально скоротити час на дискусію);
- передбачити мету кожного питання (довести до відома, скоординувати роботу різних ланок виробництва, вирішити питання,

спланувати діяльність, ознайомити з проблемою для її подальшого обдумування та вирішення);

- визначити коло учасників наради, врахувати при цьому їх особисту компетентність, посадові обов'язки, а також комунікабельність, вміння вести дискусію, приймати рішення, конструктивно співпрацювати;

- передбачити (і заздалегідь відвести на це певний час) звертання до кожного з учасників, творчі завдання, ліричні відступи тощо, які створять невимушену ділову атмосферу, нейтралізують особисті недоліки та взаємні претензії учасників.

Поширеною формою колективного обговорення ділових проблем є збори, що проводяться з метою спільного осмислення певного питання, яке хвилює громадськість. На обговорення збираються люди, яких об'єднує спільний інтерес (збори акціонерів, партійні збори, збори громадян для висунення кандидата в депутати та ін.).

Збори готуються заздалегідь, як і інші форми спілкування, збори складаються з кількох етапів:

- підготовка зборів;
- висвітлення проблеми та її обґрунтування;
- обговорення проблеми;
- ухвалення рішення.

На першому етапі треба чітко визначити проблему для розгляду та коло учасників обговорення. Проблема необхідно глибоко проаналізувати і на цій основі підготувати відповідний матеріал для викладення на зборах. Як правило, у підготовці зборів беруть участь спеціалісти, а доповідачем призначається найкваліфікованіша і найавторитетніша людина.

Промовець, тобто особа, яка виступає на зборах з якоюсь інформацією чи основною доповіддю, має зважати на обставини і

середовище, в якому виступатиме. Потрібно визначити, що варто сказати у вступі, що – в основній частині, а що – наприкінці виступу.

Пам'ятаючи про регламент, доцільно розподілити час для виступу з доповіддю. Рекомендують приблизно 10-12% загального часу відводити вступу, 4-5% – висновкам, а решту – основній частині.

Умови вдалого виступу:

- не вживати надто довгі речення, бо їх важко зрозуміти;
- персоніфікувати речення, але не зловживати третьою особою однини і множини, оскільки, це є порушенням етикету;
- не переобтяжувати мову словами іншомовного походження, професійними термінами, абстрактними поняттями;
- не зловживати зайвими подробицями, в яких губиться головна думка;
- надмірна лаконічність також може зашкодити слухачам зрозуміти інформацію та основну ідею;
- пам'ятати про етику свого виступу. Неповага до слухачів обернеться, зрештою, проти того, хто виступає.

Як правило, обговорення припиняється тоді, коли на запитання “Чи є ще пропозиції щодо обговорюваної проблеми?” – відповіді немає. Тоді внесені пропозиції систематизуються. Збори є однією з форм прийняття колективного рішення.

Дискусія – форма колективного обговорення, мета якої – виявити істину через зіставлення різних поглядів, правильне розв'язання проблеми. Під час такого обговорення виявляються різні позиції, а емоційно-інтелектуальний поштовх пробуджує бажання активно мислити.

Організація дискусії передбачає три етапи: підготовчий, основний та завершальний. На першому етапі доцільно

сформулювати тему дискусії й основні питання, які будуть винесені на колективне обговорення, дібрати відповідну літературу для підготовки, визначити час і місце проведення дискусії.

На другому етапі обговорюються ті питання, які були винесені на порядок денний. До поведінки учасників дискусії висувають такі вимоги: по-перше, всі учасники мають підготуватися до обговорення обраної теми й виявити готовність викласти свою позицію; по-друге, кожен повинен уважно слухати інших і чути, про що саме вони говорять; по-третє, всім бажано поводитися відповідно до загальноприйнятих етичних норм поведінки. Не слід перетворювати дискусію на суперечку, переривати особу, що виступає, робити їй зауваження тощо.

На третьому етапі підводять підсумки. Це робить ведучий. Він оцінює повноту й глибину розкриття теми, новизну інформації, відзначить різні погляди, наголосить на значущих результатах обговорення..

Дискусія не повинна тривати понад три години. Зловживання часом може викликати роздратування у присутніх. Ведучий має відчувати кульмінаційний момент, після якого, зазвичай, інтерес до обговорення зменшується, і зробити підсумки. Важливо також дотримуватися ухваленого регламенту. Як правило, для повідомлення надається 15-20 хвилин, для виступу – 3-5 хвилин.

Якщо після дискусії частина учасників змінила погляди, то це означає, що подіяв “ефект переконання”. Він виявляється навіть тоді, коли в декого зароджуються сумніви щодо правильності своїх думок. “Нульовий ефект” дискусії має місце тоді, коли погляди, думки більшості людей не змінюються. Якщо під час дискусії у декого сформуються погляди, протилежні тим, які хотілося сформулювати під час організації, то це означає дію “ефекту бумеранга”, тобто негативний результат дискусії.

Дискусія як форма колективного обговорення відрізняється від полеміки та диспуту. Полеміка як конфронтація ідей, поглядів, думок, на відміну від дискусії, має на меті не досягнення згоди в суперечці, а перемогу над опонентом.

Диспут найчастіше використовується для публічного захисту наукової позиції або для того, щоб визначитись у життєво важливих, найчастіше моральних, проблемах. Теми для диспутів нерідко добирають на основі аналізу життєвого досвіду. На диспут відводиться менше часу, ніж на дискусію, і спрямований він, як правило, на розв'язання особистісно значущих світоглядних та моральних проблем.

Евристичною формою, що активізує креативний потенціал співрозмовників під час колективного обговорення проблеми є “мозковий штурм”. Це спільне розв'язання творчої проблеми, яке забезпечується особливими технологіями його проведення. “Мозковий штурм” спрямований на активізацію творчої думки з використанням засобів, які знижують критичність і самокритичність людини, а отже, підвищують її впевненість у собі й готовність до творчого пошуку. Під час “мозкового штурму” на першому його етапі – генерації ідеї – кожний учасник вільно висвітлює свої пропозиції щодо вирішення поставленого завдання. Ця форма обговорення базується цілковито на дотриманні учасниками загальноприйнятих етичних норм. На першому етапі обговорення критика повністю забороняється. А відтак усі учасники можуть спокійно висловлювати свої думки.

Під час “мозкового штурму” слід дотримуватись правил, що сприяють підвищенню ефективності роботи: по-перше, бажано, щоб на розгляд виносилася лише одна проблема; по-друге, у процесі обговорення мають брати участь щонайбільше 12 осіб; по-третє, варто розмістити учасників по колу, щоб вони бачили одне одного і

були рівноправними. Необхідно обмежити час обговорення до 30 хвилин. Дефіцит часу породжує стрес і стимулює діяльність мозку.

Велику роль у досягненні результатів під час “мозкового штурму” відіграє лідер. Він має створити відповідну моральну і психологічну атмосферу в групі. Від нього залежить відсутність психологічних бар’єрів.

Важливим елементом ділового спілкування є перемовини і мистецтво перемовин. Ділові перемовини – процес поетапного досягнення згоди між партнерами за наявності різних, а інколи й суперечливих інтересів.

За формою ділові перемовини нагадують співбесіду, оскільки, на відміну від спілкування з аудиторією, їм властивий тісніший інтелектуальний, емоційний контакт між партнерами.

У проведенні перемовин важливу роль відіграють такі суб’єктивні чинники, як вміння переконувати, емоційний настрій тощо.

На етапі підготовки ділових перемовин необхідно контролювати якість і терміни виконання робіт, аналізувати й усувати причини, які перешкоджають досягненню наміченого. Після розроблення плану майбутніх перемовин потрібно письмово (обмін листами поштою, телефаксом, через електронну мережу) узгодити з партнером терміни і програму візиту його представників. Підготовка до візиту представників партнера має охоплювати все, що стосується прибуття та перебування делегації (зустріч в аеропорту чи на вокзалі, супроводження до готелю, вирішення комунікативних, побутових проблем тощо). Байдужість до організаційних проблем може негативно позначитися на настрої партнерів під час перемовин.

Перемовини включають такі структурні компоненти, як знайомство, привітання, ознайомлення з проблемою, характеристика

проблеми і пропозиції щодо перемовин, детальне формулювання позицій, діалог, вирішення проблеми, завершення.

Недостатня увага до об'єктивних і психологічних аспектів організації і проведення перемовин породжує такі помилки:

1. Партнер розпочинає перемовини, недостатньо розуміючи їх необхідність, мету, можливі ускладнення та наслідки. У такому разі він змушений тільки реагувати, а не діяти, здебільшого підтримувати ініціативу іншого учасника перемовин.

2. Відсутність програми. У партнера немає чіткого плану дій, зумовленого його максимальними і мінімальними інтересами.

3. Партнер захоплений тільки власними інтересами, що породжує в учасників небажання розглянути взаємоприйнятні варіанти.

4. Партнер не має чітко визначених власних інтересів, тому його пропозиції, оцінки, аргументи не є конкретними, що ускладнює досягнення розуміння сторонами предмета перемовин, пошук прийнятого рішення.

5. Втрата комунікативного контакту. Неправильна поведінка одного з партнерів негативно впливає на атмосферу перемовин, перешкоджає досягненню їх мети, оскільки він не володіє мистецтвом вислуховування іншого.

Залежно від ролі у спрямуванні процесу перемовин розрізняють такі види запитань: запитання про думку партнера; запитання про факти; запитання про згоду; запитання-пояснення; підсумкове запитання-думка; запитання-заява.

Запитання, що виражають інтереси учасників перемовин, повинні впливати з їх змісту, не бути занадто наполегливими, оскільки це може збудити або посилити негативний настрій партнера.

Після закінчення перемовин потрібно зробити підсумки, визначити пункти, з яких досягнута домовленість, а також ті, що потребують доопрацювання, або з яких погляди партнерів розійшлися.

Умовою успіху ділових перемовин є точний аналіз співвідношення власних інтересів та інтересів партнерів, атмосфера і манери спілкування.

Таким чином, успіх професійної діяльності правоохоронця великою мірою залежить від індивідуальної мовної майстерності, вміння використовувати форми й методи вирішення проблем в усному діловому спілкуванні, практичного володіння його основними принципами й засадами.