

**МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВНУТРІШНІХ СПРАВ**

*Факультет № 6
Кафедра соціології та психології*

ТЕКСТ ЛЕКЦІЇ

навчальної дисципліни «**Культура професійного спілкування**»
обов'язкових компонент
освітньої програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

053 Психологія (практична психологія)

Тема № 1 *Психологічні основи спілкування*

Харків 2023

ЗАТВЕРДЖЕНО

Науково-методичною радою
Харківського національного
університету внутрішніх справ
Протокол від 30.08.2023 №7

СХВАЛЕНО

Вченою радою факультету № 6
Протокол від 25.08.2023 №7

ПОГОДЖЕНО

Секцією Науково-методичної ради
ХНУВС з гуманітарних та соціально-
економічних дисциплін
Протокол від 29.08.2023 №7

Розглянуто на засіданні кафедри соціології та психології (протокол від 15.08.2023 №8).

Розробник:

Доцент кафедри соціології та психології, кандидат психологічних наук
Пономаренко Я.С.

Рецензенти:

1. Професор кафедри юридичної психології Національної академії внутрішніх справ, доктор юридичних наук, професор Охріменко І.М.
2. Доцент кафедри соціології та психології факультету № 6 Харківського національного університету внутрішніх справ, кандидат психологічних наук, доцент Греса Н.В.

План лекції.

1. Поняття спілкування в психології. Види потреб у спілкуванні. Основні мотиви й цілі спілкування.
2. Функції спілкування.
3. Методи дослідження спілкування. Психодіагностика міжособистісних відносин.
4. Спілкування в умовах кризи. Спілкування в умовах війни: специфіка та особливості.

Рекомендована література

Основна:

1. Берестенко О. Г. Культура професійного спілкування: навч.-метод. Посібник. Луганськ: Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2013. 299 с.
2. Загнітко А.П., Данилюк І.Г. Українське ділове мовлення: професійне і непрофесійне спілкування: [посібник]. Донецьк : БАО, 2016. 476 с.
3. Чмут Т.К., Чайка Г.Л, Лукашевич М.П., Осечинська І.Б. Етика ділового спілкування: курс лекцій. К.: МАУП, 2013. 208 с.

Допоміжна:

4. Кацавець Р.С. Культура мови у професійному спілкуванні юристів: навч. посібник. К.: Алерта, 2017. 137 с.
5. Москаленко В.В. Соціальна психологія: підручник. Київ: Центр учб. літ., 2016. 687 с.
6. Психологія у професійній діяльності поліції: навч. посіб./ [О.О. Євдокімова, І.В. Жданова, Д.В. Швець та ін.]; за заг. ред. В.В. Сокурєнко; МВС України, Харків. нац. ун-т внутр. справ. Харків, 2018. 426 с.

Інформаційні ресурси в Інтернеті:

7. Пошукова система Google Scholar <http://scholar.google.com/>
8. Пошукова система WorldWideScience.org <https://worldwidescience.org/>
9. Система пошуку наукової інформації у відкритих архівах України (SSM) <https://oai.org.ua/>
10. Електронна бібліотека Наукова періодика України <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/>

Текст лекції.

1. Поняття спілкування в психології. Види потреб у спілкуванні. Основні мотиви й цілі спілкування

Психологія спілкування є важливою міждисциплінарною науковою дисципліною, пов'язаною з однієї сторони із психофізіологією людини, а з іншої, із психологією особистості й соціальною психологією, науками, які в комплексі допомагають зрозуміти причини виникнення соціальних проблем людини, сприяють розвитку методологічного підходу до розуміння розвитку особистості

і її криз. Для загально психологічної теорії значення категорії спілкування як самостійного об'єкта настільки велике, що дана галузь наукових знань по праву дуже швидко зайняла одне із провідних місць і стала однією з базових категорій соціально-психологічної науки. Специфіка сучасного етапу в розробці проблеми спілкування полягає в переході від дослідження в умовах спілкування до вивчення самого процесу, його характеристик, у перетворенні проблеми спілкування в об'єкт психологічного дослідження на всіх рівнях аналізу теоретичному, емпіричному, прикладному.

1. Поняття про спілкування в психології

Спілкування – складний і досить багатогранний процес. Дослідження цієї проблеми відкрило можливості більш глибокого аналізу психологічних закономірностей і механізмів регуляції поведінки людини, формування його внутрішнього миру, показало соціальну обумовленість психіки й способу життя індивіда.

Спілкування – складний процес взаємодії між людьми, що полягає в обміні інформацією пізнавального або афективно-оцінного характеру, а також у сприйнятті й розумінні партнерами один одного.

Спілкування – це завжди *суб'єкт-суб'єктний процес*, де кожний учасник передбачає активність свого партнера. Спрямовуючи інформацію іншій людині, ми обов'язково враховуємо її мотиви, цілі, установки, настрої та ін.. (крім аналізу своїх власних цілей, мотивів, установок). Більше того, інформація повинна бути не просто прийнята партнером по спілкуванню, але й зрозуміла, осмислена. А у професійній діяльності правоохоронця спілкування обов'язково передбачає психологічний вплив і протистояння впливу, проведення своєї лінії поведінки, відстоювання своїх інтересів. Успіх спілкування забезпечується умінням ініціатора спілкування – правоохоронця – взяти все це до уваги, використати для вирішення професійних завдань.

Психологічний аналіз спілкування доцільно проводити за його структурними компонентами (сторонами). Зокрема, *структуру спілкування*, в тому числі професійного, можна охарактеризувати шляхом виділення в ньому трьох взаємозв'язаних сторін: перцептивної, комунікативної та інтерактивної.

Перцептивна сторона спілкування означає процес сприйняття один одного партнерами по спілкуванню і встановлення на цій основі взаєморозуміння. Це спілкування як сприйняття людьми один одного.

Комунікативна сторона спілкування полягає в обміні інформацією між суб'єктами, які спілкуються. Тобто, це спілкування як обмін інформацією.

Інтерактивна сторона спілкування полягає в обміні не лише знаннями, ідеями, але й діями. Тобто, це спілкування як взаємодія.

Всі зазначені сторони спілкування виділяються в умовах безпосереднього контакту між людьми. У реальній дійсності кожна з цих сторін не існує ізольовано від двох інших, і виділення їх можливе лише для наукового аналізу.

Найважливішим поняттям, використовуваним при описі спілкування, є мотив. Коли розглядається навіть простий варіант спілкування між двома індивідами, неминуче виявляється, що кожний з них, вступаючи в спілкування,

має свій мотив. Як правило, мотиви, людей що спілкуються не збігаються. Точно так само не збігаються і їх цілі. Мотиви й цілі в спілкуванні можуть як зближатися, так і суттєво розходитися. Сам же мотив спілкування може будуватися на зовсім різних підставах (потребах і цілях).

Потреба в спілкуванні є суцільно людською потребою, яка будується на фундаментальних підставах прагнення людей до співтовариства й співробітництва. Мотиви, що обслуговують її, можуть бути взаємовиключними й взаємодоповнюючими - від егоїстично-маніпулятивних до альтруїстично-безкорисливих. Зав'язуючи відносини з іншими, людина може прагнути до того, щоб панувати, домінувати, робити враження, підтримувати імідж дружелюбної й доброзичливої людини і т.д.

І. Кузнецова виділяє дві тенденції — надію на афіліацію (очікування відносин симпатії, взаєморозуміння при спілкуванні) і страх відкидання (страх того, що спілкування буде формальним), розглядаючи потребу людини в емоційно-довірчому спілкуванні (афіліації). «Мотив афіліації», виділений у закордонній психології, описують через потреби: контактувати з людьми, бути членом групи, взаємодіяти з навколишніми, виявляти й ухвалювати допомогу.

Комбінація двох тенденцій, які відзначила І. Кузнецова, дає чотири типи мотивації спілкування:

1. У випадку високої надії на афіліацію, низької чутливості до відкидання людей товариський аж до настирливості.
2. При низькій потребі в афіліації, високої чутливості до відкидання, потреби в підтримці, розумінні залишається незадоволеною й людина йде в світ своїх переживань.
3. У випадку низької надії на афіліацію й чутливості до відкидання людей віддає перевагу самотності.
4. Висока надія на афіліацію й чутливість до відкидання виникають у людини із сильним внутрішнім конфліктом, коли вона прагне до спілкування й у той же час уникає його.

Мотиви спілкування можуть бути діловими й неділовими (особистісними). Останні мають відношення до знайомства, дружби, прихильності, любові. У свою чергу, ці мотиви можна розділити відповідно за двома видами спілкування — бажаним і небажаним, в основі яких лежать різні мотиви спілкування (бажання або небажання спілкуватися з даною людиною).

Наприклад мотивами, що ведуть, до спілкування є: у дівчат — бажання поділитися різними думками й переживаннями, а також цікавість; у юнаків — спільність інтересів і справ (О. Тирнова).

При характеристиці цілей спілкування зупинимося на їхній функціональній стороні, а саме функціональними цілями спілкування можуть бути:

1. надання допомоги іншій людині;
2. одержання допомоги;
3. пошук партнера для бесіди, спільної гри, діяльності й т.п.;
4. пошук людини, від якої можна одержати розуміння, співчуття, емоційний

- відгук, похвалу;
5. самовираження (спілкування з тими, хто дає можливість виявити силу, розум, здатності, уміння);
 6. прилучення іншого (інших) до своїх або загальнолюдських цінностей (виховання, навчання);
 7. зміна думки, наміру, поведінки іншої людини.

Тобто, основним моментом у мотивації спілкування, є вибір постійного або ситуативного партнера спілкування (мети-об'єкта). Наприклад, найбільш значимим мотивом спілкування підлітків з мамами (80% відповідей) є бажання поділитися своїм настроєм, передати свої переживання. У спілкуванні з татами цей мотив відзначений тільки 19% підлітків. Другим по значимості (74% відповідей) мотивом спілкування з мамами є необхідність у регуляції з їхнього боку дій і вчинків підлітків. Підлітки орієнтовані на регулятивне спілкування з мамами більшою мірою, чим з татами. У спілкуванні з останніми цей мотив відзначений тільки в 24% випадків. У спілкуванні з татами найбільш значимим виявився мотив «прагну довідатися якнайбільше нового й цікавого» (84% відповідей). У спілкуванні з мамами цей мотив відзначений в 58% опитаних підлітків (С. Белохвостова).

Таким чином, спілкування як складний і багатогранний процес міждисциплінарних досліджень можна розглядати з таких сторін, як потреба існування людини, як взаємозв'язок понять «спілкування» і «діяльність» і як форма взаємодії, при цьому враховуючи основні потреби, мотиви й цілі спілкування.

2. Функції спілкування

У повсякденному житті людина вчиться спілкуванню з дитинства й опановує різними його видами залежно від середовища, у якому живе, від людей, з якими взаємодіє. Причому відбувається це часто стихійно, у ході нагромадження життєвого досвіду. У більшості випадків цього досвіду буває недостатньо, наприклад, для оволодіння особливими професіями (педагога, актора, диктора, слідчого), а іноді й просто для продуктивного й цивілізованої взаємодії. При цьому спілкування виконує ряд різноманітних функцій:

1. Контактна функція.

Установлення контакту як стану обопільної готовності до приймання й передачі повідомлень і підтримці взаємозв'язків у вигляді постійної взаєморієнтованості. Спілкування є умовою формування й існування людини. Філогенез людства й онтогенез кожної людини підтверджують, що формування людини неможливе без спілкування, що виступає «унікальною умовою людського буття» (К. Ясперс).

2. Інформаційна функція

Полягає в обміні інформацією або прийманні-передачі інформації між взаємодіючими індивідами. Обмін інформацією в людському спілкуванні має свою специфіку. По-перше, ми маємо справу з відношенням двох індивідів,

кожний з яких є активним суб'єктом (на відміну від технічного обладнання). По-друге, обмін інформацією обов'язково припускає взаємовідносини на думки, почуття й поведінку партнерів. По-третє, вони повинні мати єдину або подібну систему кодування/декодування повідомлень. Передача будь-якої інформації можлива за допомогою різних знакових систем.

Невербальна поведінка людини нерозривно пов'язана з її психічними станами й служить засобом їх вираження. У процесі спілкування невербальна поведінка виступає об'єктом тлумачення не сама по собі, а як показник схованих для безпосереднього спостереження індивідуально-психологічних і соціально-психологічних характеристик особистості.

Невербальні засоби спілкування:

1. До *паралінгвістичних засобів* спілкування належать: інтонація голосу, гучність, тембр (хрипкий, скрипучий, розкотистий, оксамитовий), тон, темп мовлення (швидкий, середній, уповільнений), ритм, модуляція висоти голосу (плавний, різкий). Найпривабливішою, за даними досліджень, є плавна, спокійна, розмірена манера мовлення.

Існує прийом, який називається «нав'язування ритму»: постійна зміна характеристик голосу і мовлення слідчим є найбільш простим засобом задати потрібний ритм розмови. Говорячи то голосно, то тихше, то швидше, то повільніше, то виразніше, «з натиском», то скоромовкою, нейтрально, слідчий ніби нав'язує свою послідовність переключення уваги, не дає можливості співбесіднику розслабитися й щось пропустити. У той же час дуже швидкий темп ведення допиту слідчим розглядається як засіб маніпулятивного впливу на допитуваного.

2. *Екстралінгвістична* знакова система – це включення у мову сміху, плачу, кашлю, зітхань, пауз, скреготу зубами, шмигання носом, звуків «е-е...», «м-м...» тощо. Всі ці доповнення виконують функцію фасцинації: збільшують семантично значущу інформацію, але не за допомогою додаткових мовних включень, а «навколомовними» прийомами.

У цілому пара- та екстралінгвістичні засоби регулюють потік мови, економлять мовні засоби спілкування, вони доповнюють, заміщають і передбачають мовні вислови, виражають емоційні стани.

1. *Такесика* – це тактильна кінестетична система. Виявляється вона під час зустрічі (потиск рук, поплескування, поцілунок тощо). Доведено, що динамічні дотики є біологічно необхідною формою стимуляції, а не просто сентиментальною подробицею людського спілкування. Використання людиною в спілкуванні динамічних дотиків визначається багатьма чинниками. Серед них особливу силу мають статус партнерів, вік, стать, міра їх знайомства.

Рукоствискання, наприклад, ділиться на три типи:

- домінуюче – рука зверху, долоня розгорнута вниз;
- покірне – рука знизу, долоня розгорнута вверх;
- рівноправне.

Такий такесичний елемент, як поплескування по плечу є можливим за умови близьких стосунків, рівності соціального статусу

співбесідників.

Такесичні засоби спілкування здебільшого виконують у спілкуванні функцію індикатора статусно-рольових стосунків, символізують міру близькості партнерів по спілкуванню. Неадекватне використання особою такесичних засобів може призвести до конфліктів у спілкуванні.

2. Проксеміка – це спеціальна галузь, що займається нормами просторової і часової організації спілкування (орієнтація партнерів у момент спілкування і дистанція між ними). На проксемічні характеристики спілкування прямий вплив здійснюють культурні і національні чинники.

Дослідник Е. Холл описав норми наближення людини до людини – дистанції, характерні для північноамериканської культури. Ці норми визначені чотирма **зонами спілкування**:

Інтимна зона (15 - 46 см) - спілкування з близькими, батьками, родичами. Для такого спілкування характерні довірливість, тихий голос, тактильний контакт, дотик.

Особиста зона (46 - 125 см) - відстань спілкування з друзями і однодумцями. Передбачає тільки візуально-зоровий контакт між партнерами, які підтримують розмову.

Соціальна (1,2 - 2,5 м) - відстань на переговорах з приятелями і колегами по роботі;

Публічна (більше 2,5 м) - ділові переговори, візити до вищих чиновників.

3. Спонукальна функція.

Стимуляція активності партнера для напрямку його на виконання певних дій. Спілкування є способом самовираження індивідуума, людська сутність проявляється лише в спілкуванні, яке дає можливість людині виявити всі грані своєї особистості, зробити їхніми значимими для інших, самоствердитися у власній цінності. «Дефіцит» спілкування породжує різні комплекси, сумніви, робить життя неповноцінним.

4. Координаційна функція.

Дана функція спілкування полягає в регуляції поведінки й безпосередньої організації спільної діяльності людей у процесі їх взаємодії. Так, у процесі спілкування як взаємодії (вербальному, фізичному, невербальному) індивід може впливати на мотиви, цілі, програми, ухвалення рішення, на виконання й контроль дій, тобто на всі складові діяльності свого партнера, включаючи взаємну стимуляцію й корекцію поведінки. Таким чином, не буває спілкування без впливу й регуляції, так само як взаємодії без спілкування.

5. Функція розуміння.

Функція розуміння - адекватне сприйняття й розуміння змісту повідомлення й взаємне розуміння - намірів, установок, переживань, станів.

6. Емотивная функція.

Функція спілкування пов'язана з регуляцією емоційної сфери людини, порушенням у партнерові потрібних емоційних переживань, а також зміна з його допомогою своїх переживань і станів. Спілкування — найважливіша детермінанта емоційних станів людини. Увесь спектр специфічних людських

емоцій виникає й розвивається в умовах спілкування людей: відбувається або зближення емоційних станів, або їх поляризація, взаємне посилення або ослаблення.

7. Функція встановлення відносин.

Полягає в усвідомленні й фіксації свого місця в системі соціальних взаємодій. Спілкування є життєва потреба й умова людського щастя. Ця функція найбільш значима для самовідчуття індивіда, тому що вона розкриває інтимний характер спілкування, що виступає внутрішньою, найчастіше неусвідомлюваною потребою кожної людини, схованим мотивом її дій і вчинків.

8. Функція надання впливу.

Спілкування виступає основним засобом керування людьми. У цей час ця функція використовується цілеспрямовано як засіб маніпуляції свідомістю й діями людей, причому як у негативному, так і в позитивному плані, що виразно прослідковується як у публічних сферах – в економіці й політиці, так і в сфері особистих взаємин. Прийнятність маніпуляції залежить від того, чи використовується вона в якості стратегії, як основний і постійний засіб впливу, або ж у якості тактики, як ситуативний і непрямий засіб впливу.

Таким чином, розглянуті нами функції спілкування, не виключаючи одна одну, показують, що спілкування повинне вивчатися як багатомірне явище, яке має дуже важливе **значення** для людини, а саме:

1. Задоволення численних потреб. У першу чергу мова йде про більшість соціогенних потреб, зміст яких не предметний, а соціальний, тобто «перебуває в людях». Сюди відносяться потреби в спілкуванні, у славі, у владі, у любові, у повазі, в емоційному контакті, у приналежності до групи, у самоствердженні й ін. Їхнє задоволення необхідне людині як особистості. Тому обмеження або виключення можливості їх задоволення приводить до важких особистісних наслідків. Особливо важливе значення для людини має потреба в спілкуванні.

2. Спілкування виступає як найважливіша умова психічного розвитку людини, яка є процесом засвоєння соціального досвіду, тобто вироблених людством і закріплених у культурі способів поведінки в різних життєвих ситуаціях, способів обігу із предметами й з людьми. Носіями й трансляторами соціального досвіду є люди, спілкування з якими й дозволяє його засвоювати й, таким чином, розвиватися. Численні наукові факти свідчать про те, що в дітей, що виростили в умовах повної соціальної ізоляції й позбавлених спілкування з людьми, не розвивається людська психіка й вони не стають особистостями. Навчання й виховання представляються нічим іншим, як формами спілкування дорослих і дітей.

3. У процесі спілкування відбувається вплив людей один на одного, пізнання ними один одного, установлення міжособистісних відносин, обмін інформацією. Усе це має вкрай важливе значення для інтеграції людей у цілісну соціальну систему - людське суспільство, у якому кожний індивід відчуває себе частиною людства.

4. Спілкування становить необхідну умову розвитку й існування

предметної діяльності людини, яка є суспільною по своєму походженню й сутності. Це означає, що поза спілкуванням вона не може не виникнути, не здійснюватися. Психологічний аналіз показує наявність спілкування при виконанні не тільки спільної, але навіть і індивідуальної діяльності. Добре відомо також, що поза спілкуванням неможливо й освоєння якої-небудь діяльності.

5. Спілкування утворює саму сутнісну характеристику людини як суб'єкта і як особистості. Будь-яка психічна функція, особистісна риса й свідомість людини являють собою не що інше, як особливі перетворені форми спілкування. Наприклад, словесно-логічне мислення як його вища стадія розвитку протікає у формі внутрішніх міркувань, тобто є різновидом спілкування. Елементи й "сліди" спілкування можна виявити у вольових процесах, у самосвідомості, у потребах, у характері й в інших особистісних утворах.

6. Спілкування впливає на всі психічні функції й властивості людини. В умовах спілкування відбувається істотна зміна роботи пам'яті, уваги, уяви, сприйняття, мислення, емоцій, волі, механізмів мотивації й усієї поведінки в цілому. Ці зміни носять індивідуальний характер і можуть відбуватися як убік поліпшення, так і погіршення. Це важливо враховувати в практичній роботі з людьми.

3. Методи дослідження спілкування. Психодіагностика міжособистісних відносин

Дослідження будь-якого процесу або категорії, на відміну від стихійних форм пізнання навколишнього світу, засноване на нормі діяльності — науковому методі. Його здійснення припускає усвідомлення й фіксацію мети дослідження, засобів дослідження (методологію, підходи, методи, методики), орієнтацію дослідження на відтворюваність результату.

Так, методи вивчення спілкування можна розділити на наступні групи:

1. Методи дослідження міжособистісних відносин.
2. Методи дослідження комунікативних здатностей і навичок особистості.
3. Методи дослідження соціальної мотивації в сфері спілкування ("Острах невдачі" Т. Елерса).

Так, перша група методів спрямована на дослідження міжособистісних відносин. Іноді проявляється тенденція до ототожнення понять "спілкування", "соціальні відносини", "міжособистісні відносини". Однак ці поняття, будучи взаємозалежними, не є тотожними, оскільки мають свою специфіку. Поняття спілкування має більш широкий зміст.

Спілкування об'єктивно породжується спільною життєдіяльністю людей у системах їх зовнішніх відносин із соціальним середовищем і внутрішньогрупових міжособистісних відносин. Соціальні відносини - без особистісні - проявляються в спілкуванні людей не як особистостей, а як представників соціальних класів (відносини роботодавця й працівника), економічних структур (продавець і покупець товару), ієрархічних формальних

організацій (обласні й районні відділи самоуправління) і т.п. Міжособистісні відносини будуються на основі ділових і емоційних оцінок, а також переваг людьми один одного.

Таким чином, відносини між людьми, як без особистісні, так і міжособистісні, завжди уплетені в спілкування й можуть бути реалізовані тільки в ньому. Поза спілкуванням немислимо людське суспільство. Спілкування виступає в ньому як спосіб об'єднання індивідів і разом з тим як спосіб їх розвитку в особистісному й професійному планах. Звідси впливає існування спілкування і як реальності суспільних відносин, і як реальності відносин міжособистісних, дослідження яких включені в методи вивчення процесу спілкування.

Таким чином, міжособистісні відносини - суб'єктивно переживані взаємозв'язки між людьми, що об'єктивно проявляються в характері й способах взаємних впливів, надаваних людьми один на одного в процесі спільної діяльності й спілкування.

Міжособистісні відносини охоплюють значне коло явищ, що проявляється за допомогою наступних компонентів:

1. Соціальну перцепцію визначають як сприйняття зовнішніх ознак людини, співвіднесення їх з її особистісними характеристиками, інтерпретацію й прогнозування на цій основі її вчинків. У ній обов'язково є присутнім оцінка іншого й формування відносини до нього в емоційному й поведінковому плані. На основі зовнішньої сторони поведінки ми як би "читаємо" внутрішній світ людини, намагаємося зрозуміти його й виробити власне емоційне відношення до сприйнятого.

2. Симпатія - емоційна позитивна установка на суб'єкт взаємодії. Взаємна симпатія створює цілісний внутрішньогруповий стан задоволення.

3. Притягання є однієї зі складових міжособистісної привабливості й в основному пов'язане з потребою людини бути разом з іншою конкретною людиною. Притягання часте сполучене з переживаною симпатією (емоційним компонентом взаємодії).

Функціонально-рольові відносини значимі при вивченні "ділового" спілкування й спільної діяльності. Такі відносини зафіксовані в специфічні для даної спільності сферах життєдіяльності (трудовій, навчальній, ігровій і т.д.) і розвертаються в ході засвоєння людиною норм і способів дії в групі. Міжособистісні відносини проявляються в багатьох сферах людського буття, які суттєво відрізняються одна від одної й у яких діють різні психологічні фактори.

Класифікація методик психодіагностичної оцінки міжособистісних відносин, як одного з методів вивчення процесу спілкування, можлива по різних підставах (А.Бодалев, В. Столін), наприклад:

1. об'єкту (діагностика відносин між групами, внутрішньогрупових процесів, діадних відносин і т.д.),

2. завданням, розв'язуванням обстеженням (виявлення групової згуртованості, сумісності і т.д.),

3. особливостям використовуваних методик (опитувальники,

проективні методики, соціометрія і т.д.),

4. вихідній точці відліку діагностики міжособистісних відносин (методична реалізація певних теоретичних поглядів, кожна з яких має свої переваги й недоліки, що необхідно враховувати при організації дослідження й при доборі методичних матеріалів).

Розглянемо методики діагностики міжособистісних відносин, а саме:

1. Соціометричний тест Дж. Морено.
2. Техніки спостереження реальної ситуації Ф. Кронджета, А. Моллера.
3. Ситуаційний тест Р. Бейлса.
4. Методика діагностики міжособистісних відносин Т. Лірі.
5. Тест колірних конструктів А. Еткінда.
6. Методика "Малюнок родини" В. Хьюлса.
7. Спільний тест Роршаха –Бланшара.

Дослідження комунікативних здатностей особистості

Здатності є індивідуально-психологічними особливостями, що відрізняють одну людину від іншої, що визначають успішність виконання діяльності або ряду діяльностей, що не зводяться до знань, умінь і навичкам, але зумовлюючи легкість і швидкість навчання новим способам і прийманням діяльності.

Здатності можна визначити і як властивості психологічних функціональних систем, що реалізують окремі психічні функції, що мають індивідуальний захід виразності, що й проявляються в успішності й своєрідності засвоєння й реалізації чи тієї іншої діяльності.

Існує два варіанти класифікації здатностей:

1. за видами психічних функціональних систем (сенсомоторні, перцептивні, аттенційні, мнемічні, імажитивні, розумові, комунікативні);
2. за основними видами діяльності (математичні, музичні, наукові, літературні, художні).

Крім того, розрізняють загальні й спеціальні здатності. Загальні здатності характеризуються, по-перше, тим, що вони у випадку нормального розвитку є в більшості людей даної вікової категорії. По-друге, тим, що вони «задіяні» у широкому спектрі діяльностей. До них відносяться загальний інтелект, креативність (загальна здатність до творчості) і, рідше, навченість.

До загальних здатностей людини відносять здатності, що проявляються в спілкуванні, взаємодії з людьми. Ці здатності є соціально обумовленими. Вони формуються в людини в процесі її життя в суспільстві. Без даної групи здатностей людині дуже важко жити в соціумі. Так, без володіння мовою як засобом спілкування, без уміння адаптуватися в суспільстві людей, тобто правильно сприймати й оцінювати вчинки людей, взаємодіяти з ними й налагоджувати гарні взаємини в різних соціальних ситуаціях, нормальне життя й психічний розвиток людини були б просто неможливим. Відсутність у людини такого роду здатностей з'явилося б непереборною перешкодою на шляху перетворення її з біологічної істоти в соціальну.

Діагностика потенціалів комунікативних здатностей у цьому аспекті може

здійснюватися за допомогою наступних методик: визначення комунікативно-характерологічних особливостей особистості, комунікативної соціальної компетентності, комунікативної толерантності, психічній стійкості в міжособистісних відносинах, низької імпульсивності, агресивності, конфліктності й ін.

Так, Багатофакторний особистісний опитувальник Р. Кеттелла призначений для виявлення й визначення ступеня виразності характерологічних якостей особистості в біполярних координатах, серед яких визначаються комунікативні особливості особистості.

Так, підводячи підсумки, можемо сказати, що здатність до спілкування — одна з найбільше соціально обумовлених видів здатностей, які проявляються в умінні сприймати людей, давати їм оцінку, домагатися взаєморозуміння, впливати на навколишнє середовище. Припускаючи вміння будувати свою поведінку згідно із соціальними нормами, здатність до спілкування залежить від складу характеру, типологічних властивостей особистості. Тому ми виділили основні методики, що адекватно відбивають, здатності до спілкування, а не конкретні методики по визначенню організаторських і комунікативних якостей особистості.

4. Спілкування в умовах кризи. Спілкування в умовах війни: специфіка та особливості

Криза може вразити людей будь-якого віку: від стресових дітей, які накидаються в класі, до людей похилого віку, чия тривога перетворюється на гнів. Коли хтось переживає кризу, спілкування з ним може здатися складним. Деякі речі, які зазвичай здаються природними, наприклад міркування або відображення мови тіла, можуть насправді поглибити кризу. Однак спілкування з кимось під час кризи — далеко не програна справа. Знаючи вербальні та невербальні сигнали, а також поради щодо безпеки, можливо ефективніше спілкуватися з людьми, які переживають кризу.

Спілкування в умовах кризи

Якщо ви зіткнетеся з кимось у кризовому стані, просто не забувайте зберігати спокій, розважливість у мові та безпеку. Це ключі для спілкування в кризовій ситуації, допомагаючи як вам, так і іншій людині подолати її.

Під час кризи потенційні помічники враховують кілька міркувань, перш ніж надати допомогу людині. *По-перше*, проводиться оцінка ситуації: якщо ситуація сприймається як серйозна і небезпечна, люди охочіше допомагають. *По-друге*, люди мають вирішити, як допомогти: спочатку потрібно знайти компроміси між вартістю та винагородою від напрямків дій, а потім — найкращим особистим результатом для себе. Обидва процеси (оцінка ситуації та вибір курсу дій) можуть підтримуватися кризовою комунікацією, яка, як правило, спрямована на запобігання або зменшення негативних наслідків кризи.

Однак люди, як правило, не є пасивними послідовниками кризової комунікації. Багато громадян шукають додаткову інформацію і потребують

переконання в дійсності наданої інформації. Під час кризи люди шукають різні ЗМІ для отримання додаткової інформації про кризу. Остін, Фішер Лю та Джин (2012) виявили у своєму дослідженні, що найбільш поширеними формами пошуку кризової комунікації були особисте спілкування, телевізійні новини, текстові повідомлення, телефонні дзвінки та Facebook. Які медіа використовувалися, залежало від кризи та того, як вони почули про цю кризу. Імовірність того, що порада буде дотримана, зазвичай пов'язана з двома психологічними факторами: самоефективністю та ефективністю відповіді (Bandura, 1997; Lindell та ін., 2012; Seeger, 2006). Самоефективність визначається кількома способами, за визначення Бандури (1997), це стосується віри людей у те, що вони здатні успішно виконувати конкретне завдання. Ефективність реагування визначається як ступінь, до якої люди вважають, що різні запропоновані способи поведінки є ефективними для захисту себе та інших від негативних наслідків ризику (Kievik et al., 2011). Обидва процеси разом визначають, чи будуть люди мотивовані контролювати небезпеку та наслідки ризику. Коли люди вірять, що вони здатні вжити ефективних дій проти ризику, вони мотивовані контролювати ризик і свідомо розглядати шляхи зменшення негативних результатів (Witte & Allen, 2000).

Криза відноситься до послідовності небажаних подій, які призводять до безладів і великих заворушень серед людей. Криза, як правило, виникає раптово і викликає у людей почуття загрози і страху. Простіше кажучи, криза призводить до невизначеності та завдає великої шкоди психоемоційному здоров'ю людини.

Важливо помітити *ранні ознаки кризи* та застерегти людину від негативних її наслідків. Криза не тільки впливає на безперебійне функціонування людини, але й створює загрозу її психічному здоров'ю. .

Вербальні сигнали

Слова мають значення, особливо під час кризи людини. Вибирайте прості запити, а не міркуйте. Зосередьтеся на тому, що відбувається зараз і в найближчому майбутньому, а не на минулому чи далеких подіях. Намагайтеся, щоб ваша мова була розміреною і простою. Також може бути корисно уникнути будь-яких часових обмежень на обговорення.

Використання запитів над міркуваннями

У міру розвитку кризи засмучена людина може тимчасово втратити здатність ефективно міркувати. Почуття можуть стати їх рушійною силою, а не розумне мислення. Це означає, що спроба розв'язати кризу за допомогою словесних міркувань, швидше за все, не принесе користі. Навіть щось таке, здавалося б, лагідне, як пояснення ситуації, може натомість розпалити її.

Натомість більш продуктивною тактикою є використання простих запитів. Наприклад, попросити людину сісти, випити води або піти на прогулянку. Однак уникайте прямих або розпливчастих вимог, таких як «заспокойся» або «розслабся», оскільки це може викликати хвилювання. Мета полягає в тому, щоб ваші прохання були м'якими, на кшталт: «Гей, давай поговоримо трохи тихіше, тому що ми заважаємо людям». Також уникайте використання будь-яких вимогливих або конфронтаційних слів, наприклад: «Тобі потрібно сісти».

Використання простої, виваженої мови

Для людини, яка перебуває в кризі, мовні здібності знижуються двома способами. Виразити себе стає важче, як і розуміти те, що говорять інші, і належним чином реагувати на те. Тому, коли ви розмовляєте з кимось у кризовому стані, зробіть усе можливе, щоб спростити свою мову та регулярно робити паузи. Ці методи допоможуть людині сприйняти ваше спілкування та відреагувати на нього. Майте на увазі, що схвилюваним людям може знадобитися більше часу, ніж зазвичай, щоб відповісти, і тиск на них для відповіді може розчарувати. Занадто швидка розмова та перевантаження людини інформацією також можуть викликати тривогу. І якщо людина починає кричати, чиніть опір бажанням кричати у відповідь, оскільки це лише підвищить напругу.

Зменшення тиску часу

У багатьох криз є спільний інгредієнт: людина, яка відчуває проблему, відчуває брак часу. Вони можуть хвилюватися, наприклад, через пропуск автобуса, незалежно від того, ймовірно, що це станеться. Крім того, ви самі можете відчувати тиск, щоб взяти цю ситуацію під контроль якомога швидше. Однак поспіх людини може посилити її хвилювання. Навіть якщо їм дійсно загрожує запізнення або ви відчуваєте тиск, спробуйте створити враження, що це не так. Поводьтеся так, ніби ви нікуди не поспішаєте, діє як потужний заспокійливий засіб.

Невербальні сигнали

Невербальні сигнали так само важливі, як і вербальні, для взаємодії з людьми в кризовій ситуації. Люди в кризі стають пильними щодо ознак войовничості, тому існує підвищений ризик послати неправильний сигнал. Але якщо ви будете контролювати свої невербальні повідомлення, ситуація залишатиметься більш керованою.

Витріщаючись

Витріститися — це невербальний сигнал, якого слід остерігатися. Хоча контакт очима під час повсякденної розмови може здаватися нормальним, якщо здається, що ви дивитесь на людину, якій намагаєтеся допомогти, вона може сприйняти це як сигнал загрози. Однак повне уникання зорового контакту може створити враження, що ви щось приховуєте, тому краще ненадовго встановити зоровий контакт під час розмови та час від часу переривати його, коли людина говорить.

Положення тіла, відстань і мова

Усвідомте, як ви стоїте по відношенню до іншої людини. Розташування безпосередньо перед ними може виглядати агресивно. Коли люди сперечаються або готуються до бійки, вони часто повертаються, щоб дивитися один на одного лицем до лиця, прямо один навпроти одного. Ось чому прямий підхід до когось може призвести до ескалації кризи. Найкраще бути трохи осторонь, плечем до людини, ви обидва дивіться приблизно в одному напрямку.

Відстань — ще один фактор. Люди з різних культур можуть вважати прийнятними різні відстані, але, незалежно від чиясь походження, стояння надто близько до них може сигналізувати їм, що ви представляєте загрозу.

Ваша мова тіла також може здатися загрозливою, якщо ви не стежити за нею. Наприклад, люди природно віддзеркалюють один одного в розмові, тож якщо людина, яка переживає кризу, використовує войовничу мову тіла, ви також можете несвідомо її підхопити. Намагайтеся не повторювати такі рухи, як агресивні жести або кроки вперед.

Дотик

Дотики є звичайною частиною спілкування, особливо коли ви розмовляєте з кимось, кого добре знаєте. Але коли людина переживає кризу, зазвичай хочеться не торкатися її. Схвильованим людям зазвичай не подобається, коли до них торкаються, навіть якщо намір полягає в тому, щоб втішити. Те саме правило стосується речей людей: доторкання до чийось речей може збільшити їх гнів. Наприклад, якщо ви маєте справу з учнем, який руйнує підливний процес, вихоплення його рюкзака буде здаватися йому вторгненням.

Ознаки того, що підхід працює

Коли ви спілкуєтеся з кимось у кризовому стані, деякі сигнали можуть сигналізувати про те, що ваш підхід працює. Один із них – це повернення до нормального зорового контакту, тобто встановлення зорового контакту протягом помірного проміжку часу, а потім перерви. Навпаки, коли люди схвильовані, вони прагнуть повністю уникати зорового контакту або підтримувати його тривалий час.

Якщо людина починає виконувати прості прохання, це ще одна ознака того, що ваше спілкування працює. Ви також можете звернути увагу на їх тон голосу; голос може стати менш агресивним, коли вони заспокоюються, і їх голос почне стихати. Швидкість руху також сповільнюється, і люди частіше сидітимуть, а не стоять.

Тримати себе в безпеці

Незалежно від того, наскільки добре йдуть ваші комунікаційні зусилля, важливо бути в безпеці. Завжди розташовуйтеся так, щоб співрозмовник мав достатньо особистого простору. Це і заспокійливий захід, і спосіб дистанціюватися від потенційної шкоди.

Спробуйте зайняти позицію, яка дає вам доступ до шляху виходу. Якщо людина підійде до вас агресивно, ви замочете відступити як для власної безпеки, так і для того, щоб зберегти її завжди важливий особистий простір.

Для прикладу, кризова комунікація в організації відноситься до спеціального відділу, який займається репутацією окремих осіб, а також організацією у цілому. **Кризова комунікація в організації** – це ініціатива, спрямована на захист репутації організації та підтримання її суспільного іміджу. Різноманітні фактори, такі як злочинні напади, державні розслідування, запити ЗМІ, можуть погіршити імідж організації. Фахівці з кризових комунікацій борються з кількома проблемами, які можуть завдати шкоди репутації та іміджу організації. **Кризова комунікація** стосується технологій, систем і протоколів, які дозволяють організації ефективно спілкуватися під час серйозної загрози її бізнесу чи репутації. Завчасна підготовка до кризи гарантує, що відповідний персонал зможе швидко й ефективно спілкуватися один з одним у моменти

загрози, обмінюватися інформацією, що дозволяє організації швидко виправити ситуацію, захистити клієнтів, співробітників і активи та забезпечити безперервність бізнесу.

Потреба в кризовій комунікації. Криза може негативно вплинути на імідж бренду. Експерти з кризових комунікацій залучаються для збереження репутації організації від різних загроз і небажаних проблем. Ідентичність бренду є одним із найцінніших активів організації. Основна мета команди сплуквання в умовах кризи (на прикладі роботи психолога в організації) — захистити ідентичність бренду та підтримувати стійке становище організації в галузі. Фахівці з кризових комунікацій наполегливо намагаються подолати складні ситуації та допомогти організації вийти зі складних ситуацій найкращим і найшвидшим способом.

Кризовий комунікаційний процес (на прикладі психолога в організації):

Працівники не повинні ігнорувати будь-яку зовнішню сторону та важливих клієнтів. Потрібно зустрічатися з ними та обговорювати проблему. Нема чого соромитись. Якщо потрібно, звернутися до них за допомогою. ЗМІ не можна ігнорувати. Варто відповісти на їхні запитання. Уникнення медіа ще більше погіршує ситуацію.

Не критикувати окремих людей. Виявляти до них почуття турботи та турботи. важливо поділитися своїми почуттями та заохотити їх не втрачати надії. Заохочувати їх показувати найкращий рівень. Поставити себе на їх місце. Поважати їх і уникати звинувачень.

Під час надзвичайних ситуацій на робочому місці необхідно заохочувати ефективне спілкування. Співробітники повинні мати легкий доступ до кабінету начальника, щоб обговорити з ним важливі питання та досягти взаємоприйняттого рішення.

Інформація повинна проходити по всіх відділах у бажаній формі. Під час кризи не слід покладатися лише на здогади чи припущення. Переконатися, що інформація, яку ви маєте, точна.

Фахівці з кризової комунікації повинні навчитися швидко приймати рішення. Потрібно швидко й ефективно реагувати на нестабільні ситуації. Думати нестандартно та розробляти альтернативні плани для безперебійного функціонування організації.

Переконатися, що інформація зберігається конфіденційною. Необхідно вжити серйозних заходів проти співробітників, які обмінюються інформацією та даними із зовнішніми сторонами. Такі речі вважаються вкрай непрофесійними та неетичними та псують репутацію організації. Начальство повинно регулярно оцінювати роботу співробітників.

Можливості соціальних мереж та інших засобів комунікації є важливим ресурсом для українців, який з новою силою і значенням виявився на тлі жорстоких подій, страждань і нелюдських умов життя, спричинених російською агресією. Такі мережі соціальних зв'язків, як Messenger, Viber, Facebook та ін., телефон і Skype дозволяють людям об'єднуватися, підтримувати зв'язок один з

одним, спілкуватися, передавати інформацію про події і обмінюватися власними переживаннями. Доступні на сьогодні технічні засоби (мобільний телефон та Інтернет) у певних ситуаціях виявляються єдиними містками між постраждалим і психологом, а також «другом по нещастю», батьками і дітьми, будь-ким, хто може почути, зрозуміти і допомогти, підтримати один одного.

Співвітчизників, які потребують психологічної допомоги, за умовами перебування під час війни, можна умовно розділити на такі групи: ті, які перебувають на окупованих ворогом чи дезокупованих територіях; які знаходяться у містах і селах, де ведуться бойові дії; ті, які стали вимушено переселеними на більш менш безпечні території України; хто є зовнішніми мігрантами; хто приймає вимушено переселених осіб, піклується про них.

Основні проблеми є наступні: почуття розгубленості і страху; питання адаптації в складних і незвичних умовах, стикання з невизначеністю; труднощі спілкування з родичами і друзями; розділеність світу і почуттів на чорне і біле, зло і добро; почуття провини з різних причин (не виїхали з небезпечної території вчасно, недостатньо наполягали на виїзді родичів, не змогли комусь допомогти, перебуваючи в ліпших умовах, недостатньо роблять для загальної перемоги).

Випробування війною загостило внутрішню потребу у пошуку особистісних ресурсів для гідної відповіді на виклики сьогодення майже у всіх зазначених вище категорій українців. Психологічну допомогу надають фахові психологи, а також постраждалі люди одне одному, об'єднуючись у різні групи, чати інтернет-простору. Психологічної допомоги потребують і психологи, які самі перебувають у тяжких кризових умовах: вони вимушені як надавати допомогу будь-кому, так і здійснювати самодопомогу, аби відновитися, зберегти власне здоров'я і психологічну рівновагу. Супервізійні групи, групи психологічної взаємопідтримки фахівців, навчальні тематичні семінари з проблем кризового консультування на різних інтернет платформах (Facebook, Zoom та ін.) у теперішній час мають величезне значення для підтримки ресурсного стану психологів-практиків, як професійного так і особистого.

Відзнакою психологічної допомоги через сучасні засоби комунікації у воєнний час є той факт, що людина, надаючи підтримку комусь, підтримує сама себе також, утверджує власну життєстійкість і навіть сміливість перед лицем небезпеки, можливих втрат чи страждань. Це стосується як фахового психолога, так і непсихолога, звичайного громадянина, який намагається допомогти своєму знайомому, другу, родичу тощо «на другому кінці дроту чи екрана». У практиці українських психологів це бодай не найгостріша і наймасштабніша ситуація, коли фахівець знаходиться майже у тих само несприятливих і загрозливих для здоров'я і життя обставинах, в яких перебуває і його клієнт. Вітчизняні психологи докладають значних зусиль для пошуку оптимальних шляхів психологічної допомоги у сучасних кризових умовах.

Війна змінила не лише спосіб життя українців, а й спосіб спілкування. Як правильно вести ділову переписку, коли краще поспілкуватися з рідними, друзями, колегами колегам або як зробити це спілкування більш ефективним.

Питання "Як справи?" сьогодні зустрічається так само часто, як слово «привіт». Українцям важливо отримувати інформацію від своїх близьких – чи вони в безпеці, чи є у них світло і де вони під час тривоги. Використання комунікації навколо конфлікту, як-от фейкові новини та пропаганда, вже привернуло увагу в академічній літературі. Медіатизація та зв'язок пронизують навіть виняткові та екстремальні ситуації. Сучасна війна особливо характеризується гіперзв'язністю та всюдишністю портативних комунікаційних пристроїв, що робить її «цифровою».

Особливості спілкування в умовах війни:

1. Виявляти емпатію. В Україні регулярно лунають сирени повітряної тривоги, міста обстрілюють російські ракети, люди щодня ризикують життям. Крім того, люди можуть переживати за своїх близьких на фронті чи в гарячих точках. Тому в спілкуванні вкрай важливо проявляти турботу та співпереживання. «Сподіваюся, (ти) ви та (твоя) ваша родина в безпеці» – ця фраза є більш вдалою та підходить для спілкування. Головне запитати, чи все гаразд, як людина почувається. За даними дослідження Gradus, 71% українців останнім часом відчували стрес або сильно нервували. Важливо, щоб робота не викликала у них зайвого стресу, який може бути дуже шкідливим для здоров'я.

2. Бути відкритими і відвертими. Недавнє дослідження Gallup показало, що в середньому компанії втрачають 62,4 мільйона доларів на рік через погану внутрішню комунікацію. Коли співробітників інформують про всі важливі питання, продуктивність праці зростає на 20% - 25%. В умовах війни працівники потребують ще більше спілкування з керівниками та керівниками, адже їм важливо бути впевненими у завтрашньому дні. Кожен співробітник повинен розуміти, в якому стані його компанія, чи плануються масштабні зміни і т. д. А керівники повинні знати, наскільки співробітники готові виконувати поставлені завдання і як їм в цьому допомогти. Не приховувати від співробітників «неприємну» правду. Умовно, якщо компанія планує скорочувати – це має знати кожен.

3. Чіткість спілкування. Під час війни надзвичайно важливі чіткість спілкування та увага до деталей. Необхідно враховувати, що у кожного можуть бути різні життєві обставини.

4. Цифрова комунікація: від COVID до війни. Covid, очевидно, був періодом підготовки українців до переходу в онлайн. Спілкування стало більш неформальним: від друкованих копій до pdf, від особистих зустрічей до Zoom, від електронних листів до Viber, What's app, Signal messages, від офісного телефону до мобільного. Для українців спілкування на війні надзвичайно важливе, вони постійно читають новини, стежать за телеграм-каналами та при першій нагоді виходять онлайн. Сучасні реалії диктують нові правила для бізнесу, роботи та спілкування. Зараз надзвичайно важливо проявляти емпатію до людей, поважати особистий простір і правильно обирати канали спілкування. Саме ці складові і є запорукою успішного функціонування людини.