

МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ
Харківський національний університет внутрішніх справ
Сумська філія
Кафедра гуманітарних дисциплін

ТЕКСТ ЛЕКЦІЇ

З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ПСИХОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ ТА КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ПРАЦІВНИКА ПОЛІЦІЇ»

обов'язкових компонент другого (магістерського) рівня вищої освіти

спеціальність 262 Правоохоронна діяльність (правоохоронна діяльність)

**за темою «Особливості професійного спілкування працівників
поліції»**

Суми 2023

ЗАТВЕРДЖЕНО

Науково-методичною радою
Харківського національного
університету внутрішніх справ
Протокол від 30.08.23 р. № 7

СХВАЛЕНО

Вченою радою Сумської філії
ХНУВС
Протокол від 29.08.23 р. № 8

ПОГОДЖЕНО

Секцією науково-методичної ради
з гуманітарних та соціально-
економічних дисциплін ХНУВС
Протокол від 29.08.23 р. № 7

Розглянуто на засіданні кафедри гуманітарних дисциплін Сумської філії
Харківського університету внутрішніх справ
Протокол від 29.08.23 р. № 2

Розробник:

Професор кафедри гуманітарних дисциплін Сумської філії Харківського
національного університету внутрішніх справ, кандидат історичних наук,
старший науковий співробітник **Надія ДЕМИДЕНКО**

Рецензент:

Професор кафедри педагогіки та психології Харківського національного
університету внутрішніх справ, доктор психологічних наук, доцент **Наталія
МІЛОРАДОВА**

План :

1. Сприйняття та взаєморозуміння у професійному спілкуванні працівників поліції.
2. Ефекти міжособистісної перцепції.
3. Вербальні та невербальні засоби професійного спілкування працівника поліції.

Рекомендована література

Основна

1. Кісіль З.Р., Кгрин О.Г. Психологія управління : навч.-метод. посіб. Львів : ЛьвДУВС, 2018. 507 с.
URL: <https://dspace.lvduvs.edu.ua/handle/1234567890/3915>
2. Кулініч І.О. Психологія управління : навч. посіб. : К. : Знання, 2008. 293
URL: <https://studfile.net/preview/8859268/page:3/>
3. Орбан-Лембрик Л.Е. Психологія управління : навч.посіб. К. : Академвидав, 2010. 544 с.
URL: <https://sociology.knu.ua/uk/library/psihologiya-upravlinnya-navch-posib-leorban-lembrik-2-ge-vid-dop>
4. Ходаківський Є. І., Богоявленська Ю. В., Грабар Т. П.Психологія управління. 5-те вид. перероб. та доп. К.: Центр учбової літератури, 2016. 492 с.
URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Khodakivskyi_Yevhen/Psykholohiia_upravlinnia.pdf

Додаткова

1. Жданова В, Макаренко П., Мілорадова Н. Професійно-психологічна підготовка працівників слідчих підрозділів : навч. посіб. Харків : ХНУВС, 2014. 516 с.
2. Макаренко С.С. Психологічні чинники розвитку професійної кар'єри майбутнього керівника : метод. посіб. ЛьвДУВС. Львів, 2013. 220 с.
URL: <http://es-journal.in.ua/index.php/2227-6246/article/view/158617>
3. Мітлош А., Моляко В. Психологічні особливості лідерської обдарованості: концепції, діагностика, тренінги. К. : Ін-т обдарованої дитини. 2014. 290 с.
URL: https://lib.iitta.gov.ua/9847/1/Bajaniuk_Pсихологічні_особливості_лідерської_обдарованості_концепції.pdf
4. Пирогова Ю. Соціально-психологічний підхід до управління людськими ресурсами. Державне управління та місцеве самоврядування, 2019. Вип. 3 (42). С.152-159.

Нормативно-правові акти

- 1.Закон України «Про Національну поліцію» (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2015, № 40-41, ст.379).
URL:<http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/580-19/page>.
- 2.Наказ МВС України «Про організацію діяльності органів досудового розслідування Міністерства внутрішніх справ України».
URL:<http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z1769-12>.

3. Наказ МВС України «Положення про організацію службової підготовки працівників Національної поліції України» затверджене від 26.01.2016 № 50.
URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0260-16/paran10#n10>.

Інформаційні та навчальні ресурси в Інтернеті:

1. Офіційний веб-сайт Міністерства внутрішніх справ України.

URL: <http://www.kmu.gov.ua>

2. Офіційний веб-сайт Генеральної прокуратури України.

URL: <http://www.gp.gov.ua>

ТЕКСТ ЛЕКЦІЇ

1. Сприйняття та взаєморозуміння у професійному спілкуванні працівників поліції.

Однією зі сторін спілкування є перцептивна сторона, яка розкриває спілкування як процес сприйняття людьми одне одного і побудови на цій основі взаєморозуміння. Сприйняття людиною людини завжди присутнє в їх контактах і є для них настільки ж природним, як і задоволення повсякденних органічних потреб. Навіть якщо ми розмовляємо з людиною по телефону, ми намагаємося за її голосом, інтонацією, стилем викладу інформації уявити собі, що це за людина, тобто створити її образ, залежно від чого будуватимемо подальше спілкування.

Знання закономірностей соціальної й, насамперед, міжособистісної перцепції – необхідний елемент комунікативної компетентності поліцейського.

Перцепція у загальному розумінні – це елемент цілісного процесу пізнання і суб'єктивного осмислення світу. Коли мова йде про процес сприйняття соціальних об'єктів, під якими мають на увазі інших людей, соціальні групи, великі соціальні спільноти, використовується поняття «**соціальна перцепція**».

У структурі будь-якого перцептивного акту виділяють: суб'єкт; об'єкт; процес; результат. Суб'єктами сприйняття можуть виступати індивід і/або група. При розгляді об'єктів сприйняття важливим є й те, належить індивід до своєї групи чи до чужої. У професійному спілкуванні працівників слідчих підрозділів мова йде насамперед про міжособистісну перцепцію, тобто про сприйняття людиною людини.



Рис. 1. Процес соціальної перцепції

З точки зору процесу міжособистісну перцепцію можна зобразити наступним чином (рис. 1):

По одягу зустрічають, по розуму проводжають так свідчить стара приказка. Але на перше враження про іншу людину впливають не тільки його костюм, плаття, різні їх елементи. Весь зовнішній вигляд сприйнятої людини, міміка, жести, манера поведінки, голос складаються в нас в певний образ. Ми робимо умовивід про наміри та мотиви цієї людини, його емоції, установки, риси особистості.

Як же відбувається процес міжособистісної перцепції? На це запитання можна відповісти, знаючи її механізми.

Численними дослідженнями показано, що в основі сприйняття знайомих і не знайомих раніше людей лежать різні психологічні механізми, закономірності, ефекти. Сприйняття незнайомих людей здійснюється на підставі механізмів міжгрупового спілкування, а знайомих – на підставі механізмів міжособистісного спілкування.

Перша зустріч з новою людиною, знайомство з ним вже призводять до формування у нас деякого враження про нього. Важливо значення такого враження. В залежності від нього ми відповідним чином реагуємо на цю зустріч, робимо певні дії. На основі першого враження здійснюються (або не здійснюються) наступні контакти між учасниками даної соціальної ситуації.

Роль зовнішності і поведінки при першій зустрічі з незнайомою людиною добре демонструє наступний експеримент Бодалева. Групі дорослих випробовуваних було запропоновано письмово охарактеризувати незнайому людину, яка кілька разів з'являвся перед ними. У перший раз незнайомець лише прочинив двері в кімнату, де перебували досліджувані, пошукав очима щось і, сказавши: «Вибачте», закрив двері. Іншим разом він увійшов туди і мовчки постояв. Втретє незнайомець пройшовся по кімнаті, заглянув у записі одного з випробовуваних, погрозив пальцем дівчині, яка хотіла в цей момент поговорити з сусідом, подивився у вікно і пішов. Повернувшись до кімнати знову, він майстерно почав читати байку. Нарешті, при останньому появі незнайомця перед випробовуваними їм дозволили ставити йому будь-які питання, крім тих, які вимагали б від нього прямої відповіді про риси власної особистості. Інтервали перед сеансами дорівнювали трьом хвилинам. Незнайомий чоловік був у полі зору випробовуваних в перший раз десять секунд, у другий, третій і четвертий - по одній хвилині, в останній раз - п'ять хвилин. Отримані дані показали, що кількість висловлювань піддослідних про ті чи інші сторони зовнішнього вигляду і поведінки людини, відрізнялися на різних стадіях знайомства з ним. На найперших стадіях випробовувані сприймали, головним чином, риси його зовнішнього вигляду. Майже всі висловлювання піддослідних про риси особистості спостережуваного людини і враження, яке він на них справив, припадали на четверту і п'яту стадії. На останню стадію знайомства з людиною належить найбільше суджень про його психічні властивості. Свое

ставлення до цієї людини більша частина піддослідних змогла сформулювати на останній стадії зустрічі з ним.

Було продемонстровано, що саме перше враження обумовлено ознаками, які найкращим чином виражені в зовнішності сприйманої людини. Що ж стосується інтересів, смаків, кругозору, уподобань незнайомця, то випробовувані змогли зробити висновок про них лише після того, як він прочитав байку і відповів на ряд питань. У цьому ж експерименті виявилось, що індивідуальні відмінності між людьми виявляються не тільки в їх спостережливості, показником якої можуть служити кількісні дані сприйняття піддослідними зовнішнього вигляду і поведінки незнайомця. Випробовувані неоднаково оцінювали сприйманого ними людини і висловлювали різне ставлення до нього. Одні вважали його симпатичним, інші дотримувалися протилежної думки. Деякі ніяк не висловили свого ставлення до незнайомця.

Отримані дані свідчать про те, що формування образу іншої людини на основі першого враження залежить також від особливостей особистості суб'єкта сприймання. Такий образ завжди містить неточності, а будь-яка оцінка рис особистості та її емоційного стану може виявитися поспішним узагальненням.

Отже, коли ми вперше бачимо людину, наше враження про нього обумовлено не тільки тими чи іншими його особливостями та специфікою даної ситуації. Ми неминуче проявляємо і себе, свої особистісні риси. Передбачається, що кожна людина має імпліцитну, то мається на увазі, не виражену прямо теорію особи і при сприйнятті іншого виходить саме з такої теорії. Наприклад, якщо ми вважаємо будь-якого людину агресивною, не проявляємо ми тенденцію вважати його також і енергійним? Або, вважаючи людини добрим, не приписуємо ми йому при цьому одночасно і чесність?

Американський психолог Г. Келлі отримав експериментальні дані, які демонструють вплив імпліцитної теорії особистості на сприйняття іншої людини. Спочатку студентам були представлені короткі описи абсолютно незнайомого їм лектора. Всі описи були ідентичними, за винятком наступного: в одному випадку лектор характеризувався як «дуже холодний», в іншому випадку як «дуже сердечний». Частина студентів отримала один опис, інший ряд - інше. Після лекції студенти, які слухали «дуже сердечного» лектора, більш високо оцінили його тактовність, інформованість, дружелюбність, відкритість, природність, почуття гумору і людяність, ніж ті студенти, які слухали «холодного» лектора. Передбачається, що отримані дані беруть початок в імпліцитно думці піддослідних про те, які риси особистості супроводжують її сердечність і які - холодність. Таким чином, імпліцитно теорія особистості - це певна когнітивна система, яка впливає на те, як сприймаються інші люди.

Серед чинників, що формують перше враження про людину, слід відзначити його соціальний статус і пов'язаний з ним престиж в суспільстві. У цьому плані показовий експеримент, який провів Уїлсон в одному з коледжів Австралії. П'яти групам студентів був представлений в якості запрошеного

викладача незнайома особа. При цьому його академічний статус називали в кожній групі по-різному. Так, в одній групі він був представлений як професор психології Кембриджського університету, в іншій групі - як головний лектор, потім просто лектор, лаборант і, нарешті, студент. Після цього студентів кожної групи просили оцінити зростання запрошеного викладача. Було виявлено, що чим вище статус, що приписується даному незнайомцю, тим вище ростом він здавався студентам. Вийшло, що зростання «професора психології» вище росту «студента» більш ніж на шість сантиметрів. Соціально-психологічний показник - статус людини виявився пов'язаним з його фізичним показником - ростом. Іноді дослідники відзначають і іншу тенденцію. Високі масивні люди сприймаються як більш значимі в соціальному сенсі, в порівнянні з тими, чий габарити не такі великі.

За даними Бодалева, сприймаючи інших людей і потім словесно відтворюючи їх вигляд, дорослі випробовувані виділяють насамперед зростання, очі (колір), волосся (колір), міміку (вираз очей і обличчя), ніс, особливості статури людини. Всі інші ознаки відзначаються рідше зріст, колір очей і волосся є у дорослих найбільш значущими відмінними елементами вигляду людини. При словесному відтворенні зовнішності людей ці елементи виконують роль своєрідних опорних ознак для більшості піддослідних. З даними ознаками потім пов'язують і інші характерні елементи вигляду сприйманого людини.

Дослідження вітчизняних психологів показують, як відбувається розвиток сприйняття людини з віком. Як відзначає Бодальов, з віком при словесному відтворенні зовнішності сприйманого людини все частіше включаються в якості суттєвих ознак зовнішності компоненти, що утворюють його фізичний вигляд, а також опису рис його експресії. Один з важливих висновків полягає тут у тому, що «хоча практично людина порівняно рано починає «читати» мову експресії і користуватися ним у своєму спілкуванні з оточуючими, проте той факт, що виразне поведінка - важлива ознака в числі характерних індивідуальних особливостей зовнішнього вигляду, усвідомлюється поступово». Безсумнівно також, що професійна діяльність людини позначається на особливостях сприйняття і розуміння інших людей. Це проявляється вже при формуванні першого враження про незнайомій людині. Перш за все професійні відмінності видно в докладності опису зовнішнього вигляду та внутрішнього світу сприйманого людини. Кукосян для цього використовує термін «повнота відображення», маючи на увазі відношення числа сприйнятих та зафіксованих піддослідними елементів зовнішнього і внутрішнього вигляду об'єкта пізнання до загальної кількості елементів, які могли бути відображені при заданих умовах. За показником «повноти відображення» особливо різко відрізнялися один від одного юристи і фізики. Перші набагато повніше, ніж другі, «відбили» пізнаваного людини при формуванні про нього першого враження.

Професійна приналежність індивіда - суб'єкта пізнання впливає і на специфіку опису їм сприймаються людей при формуванні першого враження.

Тут також виявилось найбільш велика відмінність між юристами і фізиками (крім них зіставлялися дані по групах економістів, біологів і художників). Описи юристів характеризувалися подробицею, найбільшим обсягом інформації, послідовністю викладу за певною схемою. Описи, дані фізиками, відрізнялися стислістю, невеликим об'ємом інформації, що носить більш узагальнений характер, абстрактністю. Мабуть, це відмінність пов'язана з тим, що юристи в своїй професійній діяльності постійно пов'язані з людьми, тоді як фізики мають справу переважно з приладами.

Результатом міжособистісної перцепції є *образ іншої людини*, який несе інформаційно-оцінне навантаження («яка вона?») і відіграє регулюючу роль (залежно від образу будуються відносини із цією людиною, обирається стратегія взаємодії, лінія поведінки).

Як же відбувається процес міжособистісної перцепції? На це запитання можна відповісти, знаючи її механізми.

Численними дослідженнями показано, що в основі сприйняття знайомих і не знайомих раніше людей лежать різні психологічні механізми, закономірності, ефекти. Сприйняття незнайомих людей здійснюється на підставі механізмів міжгрупового спілкування, а знайомих – на підставі механізмів міжособистісного спілкування.

Таблиця 1

Формування першого враження про людину

Механізм		Перше враження (образ)
Стереотипізація: – схильність сприймати людей схематично, спираючись на свій колишній досвід, без роздумів та врахування реальності. При цьому людина сприймається як представник певної соціальної групи, і їй автоматично приписуються типові якості представників цієї групи. Стереотипи: – професійні (вчителі – повчальні, бухгалтери – педантичні, продавці – обманщики; професори – непрактичні); – національні (французи – легковажні, слов'яни відрізняються загадковою душею, естонці – повільні, німці – педантичні, італійці – ексцентричні і т. д.); – вікові (молодь – легковажна, старі люди – образливі, буркотливі, люблять повчати) й ін.		Залежить від: – <i>особливостей сприймаючого</i> (з урахуванням його уявлень і суджень про людей, світ, про себе, спогадів, планів на майбутнє, світогляду в цілому); – <i>розуміння ситуації спілкування</i> (у реальних умовах необхідно не лише знати, як людина поводить себе взагалі, а як вона поведеться в даній ситуації, чого від неї можна чекати в конкретних умовах, за конкретних цілей, завдань, бажань, за даного контексту); – <i>особливостей сприйманого</i> , зокрема його самопрезентації партнерові по спілкуванню
Типові помилки першого враження		
Фактор переваги	Фактор привабливості	Фактор ставлення до нас
людина, яка перевершує спостерігача за одним важливим параметром,	якщо людина нам подобається (зовні), то ми схильні її переоцінювати за особистісними якостями; і навпаки, непривабливих людей ми схильні недооцінювати в	ті люди, які до нас добре ставляться, здаються нам значно кращими за тих, хто ставиться до нас погано

оцінюється ним вище й за іншими значущими параметрами	цілому	
--	--------	--

Коли ми говоримо про сприйняття незнайомих людей, то фактично тут мова йде про механізми формування першого враження про людину, його точність, помилки (табл..1).

Закономірність: чим менш нейтральними є відносини, чим більше люди зацікавлені одне в одному, тим більший відсоток помилок. Точно сприймаються ті характеристики, які дозволяють віднести партнера до якої-небудь групи. Інші риси й особливості добудовуються за певними схемами. Саме тут і з'являються помилки.

Оскільки людина вступає у спілкування завжди як особистість, то вона сприймається й іншою людиною – партнером по спілкуванню – також як особистість. На основі зовнішньої сторони поведінки ми, зі слів С.Л. Рубінштейна, ніби “читаємо” іншу людину, розшифровуємо значення її зовнішніх даних. Враження, які виникають при цьому, грають важливу регулятивну роль у процесі спілкування. По-перше, тому, що, пізнаючи іншого, формується сам індивід, що пізнає. По-друге, тому, що від міри точності “прочитання” іншої людини залежить успіх організації з ним узгоджених дій.

Уявлення про іншу людину тісно пов'язане з рівнем власної само-свідомості: чим більш повно розкривається інша людина (в більшій кількості і більш глибоких характеристиках), тим більш повним стає і уявлення про саму себе. У ході пізнання іншої людини одночасно здійснюється декілька процесів: і емоційна оцінка цієї іншої, і спроба зрозуміти її вчинки, і побудова стратегії своєї поведінки.

Однак у ці процеси включені як мінімум дві людини, і кожна з них є активним суб'єктом. Отже, зіставлення себе з іншим здійснюється ніби з двох сторін: кожний з партнерів уподібнює себе іншому. Значить, при побудові стратегії взаємодії кожному доводиться враховувати не тільки потреби, мотиви, установки іншого, але і те, як цей інший розуміє мої потреби, мотиви, установки. Все це приводить до того, що аналіз усвідомлення себе через іншого включає дві сторони: ідентифікацію і рефлексію. Кожне з цих понять вимагає спеціального обговорення.

У постійному спілкуванні стає важливим не просто сприйняття партнера, але глибше і об'єктивніше його розуміння – актуального емоційного стану, намірів, динаміки відносин тощо. Тут міжособистісна перцепція відбувається на іншій основі. Психологічними механізмами сприйняття і розуміння у процесі міжособистісного спілкування є ідентифікація, емпатія і рефлексія (табл. 2).

Таблиця 2

Механізми сприйняття знайомих людей		
<i>Ідентифікація</i>	<i>Емпатія</i>	<i>Рефлексія</i>
Ототожнення себе з іншою людиною – постановка себе на місце іншої людини і	Емоційне розуміння людиною людини – емоційне співчуття іншій	Усвідомлення діючим індивідом того, як він сприймається партнером по

визначення, як би я діяв у подібних ситуаціях	людині, емоційний відгук на її переживання	спілкуванню
---	--	-------------

Що стосується емпатії, то її вираження залежить як від природних особливостей особистості, так і від умов виховання, життєдіяльності людини, її емоційного досвіду. У психології зниження емпатії розглядають як один із показників професійної деформації особистості. Це, перш за все, стосується професій у системі «людина – людина», коли суб'єктові діяльності доводиться часто стикатися з людським горем, агресією, жорстокістю (наприклад, населення вважає, що працівники поліції – бездушні, холодні). В цьому випадку певне зниження емпатії виконує захисну функцію. Якщо ж здатність до емпатії втрачена значно, то дійсно йдеться про професійну деформацію особистості.

Встановлений тісний зв'язок між ідентифікацією й іншим, близьким за змістом явищем, емпатією. Емпатія також визначається як особливий засіб сприйняття іншої людини. Тільки тут мається на увазі не раціональне осмислення проблем іншої людини, як це має місце при взаєморозумінні, а прагнення емоційно відгукнутися на її проблеми.

Емпатія повинна бути протиставлена розумінню в суворому значенні цього слова: емпатія є афективне “розуміння”. Емоційна її природа виявляється якраз в тому, що ситуація іншої людини, партнера по спілкуванню, не стільки “продумується”, скільки “переживається”.

Механізм емпатії в певних рисах схожий з механізмом ідентифікації: і там, і тут присутнє уміння поставити себе на місце іншого, поглянути на речі з його точки зору. Однак поглянути на речі з чужої точки зору не обов'язково означає ототожнити себе з цією людиною.

Якщо я ототожнюю себе з кимось, то це означає, що я буду свою поведінку так, як будує її цей “інший”. Якщо ж я виявляю до нього емпатію, я просто беру до уваги лінію його поведінки (відношуся до неї співчутливо), але свою власну можу будувати інакше. І в тому, і в іншому випадках помітним буде “врахування” поведінки іншої людини, але результат наших спільних дій буде різним: одна справа – зрозуміти партнера по спілкуванню, вставши на його позицію, інша справа – врахувати його точку зору, але діяти по-своєму.

Ідентифікація. Одним з найпростіших засобів розуміння іншої людини є уподібнення (ідентифікація) себе їй. Це, зрозуміло, не єдиний засіб, але в реальних ситуаціях взаємодії люди користуються таким прикладом, коли припущення про внутрішній стан партнера будується на основі спроби поставити себе на його місце.

Рефлексія. З точки зору характеристики спілкування обидва розглянуті варіанти вимагають розв'язання ще одного питання: як буде той, “інший”, тобто партнер по спілкуванню, зрозуміти мене. Від цього буде залежати наша взаємодія. Іншими словами, процес розуміння один одного “ускладнюється” явищем рефлексії. Під *рефлексією* тут розуміється усвідомлення діючим індивідом того, як він сприймається партнером по спілкуванню. Це вже не просто знання або розуміння іншого, але знання того, як інший розуміє мене, своєрідний подвоєний процес дзеркальних відображень один одного,

глибокого, послідовного взаємовідображення, змістом якого є відтворення внутрішнього світу партнера, причому в цьому внутрішньому світі в свою чергу відбивається мій внутрішній світ.

Велике значення для спілкування має «відкритість», тобто вміння бути чесним і природним у відносинах з іншими. Відкритість як психологічний феномен безпосереднім чином залежить від ступеня усвідомлення свого внутрішнього «Я» і сприйняття себе на особистісному рівні. Неадекватне уявлення про себе створює багато психологічних бар'єрів спілкування, веде до ігнорування інформації, чужої думки, що може призвести до конфліктної поведінки.

Умовою формування адекватного уявлення особистості про себе служить одержання й вивчення інформації зворотного зв'язку.

Зворотний зв'язок – інформація про те, як реципієнт сприймає комунікатора, як оцінює його поведінку та слова. Модель одержання зворотного зв'язку у взаємодії, на основі якої формується образ самого себе («вікно Джохарі»), відбита у таблиці 3.

Таблиця .3

«Вікно Джохарі»

Відкрита зона (I) Являє собою інформацію про індивіда, що відома йому про самого себе і відома навколишнім. Ці дані виявляються у вільному обміні інформацією між індивідом і конкретними людьми	Сліпа зона (II) Містить інформацію про індивіда, що є в інших людей, але не відома йому самому, тобто одержуючи інформацію зворотного зв'язку, індивід довідується про себе
Схована зона (III) Інформація про індивіда, що йому про себе відома, але схована від навколишніх: додаткові знання, уміння, риси характеру, манера поведінки	Невідома зона (IV) Відомості про індивіда, які ні йому самому, ні навколишнім не відомі (про його особистість, можливості, які можуть виявитися в екстремальних ситуаціях, але можуть не з'явитися ніколи)

Поглиблення контактів, розвиток ділових відносин ведуть до збільшення відкритих і зменшення закритих просторів. Коли людина поводить себе відкрито, то інші люди можуть довідатися про неї більше, що збільшує можливість взаєморозуміння. Якщо людина закривається, вона починає гірше усвідомлювати себе.

Для підвищення ефективності комунікації з позицій «Вікна Джохарі» використовують дві стратегії:

1. «Стратегія експозиції» (стратегія розкриття). Збільшення «поля арени» і відповідне зменшення «поля фасаду» вимагає від відправника більшої відкритості і чесності у доведенні інформації. Така стратегія називається експозицією тому, що відправник, передаючи правдиву інформацію ніби-то розкриває (викриває) себе, залишає незахищеними свої вразливі позиції.

2. «Стратегія зворотного зв'язку». Поле «темної плями» можна зменшити шляхом удосконалення зворотного зв'язку. Але при цьому необхідна:

– згода одержувача результативно слухати;

– згода відправника результативно (з більшою експозицією) викладати інформацію, незрозумілу одержувачу.

Це означає, що:

1) налагодження зворотнього зв'язку залежить від активної кооперації між відправником і отримувачем;

2) підвищення експозиції залежить від активної поведінки тільки відправника.

Поглиблення контактів, розвиток ділових відносин ведуть до збільшення відкритих і зменшення закритих просторів. Коли людина поводить себе відкрито, то інші люди можуть довідатися про неї більше, що збільшує можливість взаєморозуміння. Якщо людина закривається, вона починає гірше усвідомлювати себе.

Однак у професійному спілкуванні поліцейських частіш за все реєструється інша картина: людина є закритою для спілкування.

Поліцейський повинен знати, що в умовах дефіциту інформації люди починають приписувати одне одному причини поведінки або якісь загальні характеристики. Приписування здійснюється або на основі подібності поведінки сприйнятої особи з якимось іншим зразком, що був у минулому досвіді суб'єкта сприйняття, або на основі аналізу власних мотивів, передбачуваних в аналогічній ситуації. Загалом виникає ціла система способів такого приписування (атрибуції).

Каузальна атрибуція – («кауза» – причина, «атрибуція» – приписування) – когнітивний процес, що виражається в причинній інтерпретації вчинків і почуттів іншої людини. Каузальна атрибуція безпосередньо пов'язана з регуляцією людських відносин і включає пояснення, виправдання або засудження вчинків людей.

Феномен каузальної атрибуції «запускається» в разі *дефіциту інформації* про іншу людину: замінити її доводиться процесом приписування. При цьому *міра і ступінь приписування* в процесі міжособистісного сприйняття залежить від двох показників:

- від міри унікальності або типовості вчинку;
- від міри його соціальної бажаності або небажаності.

Кожна людина користується атрибуціями трьох типів, але до якогось із них тяжіє більше (рис. 2).

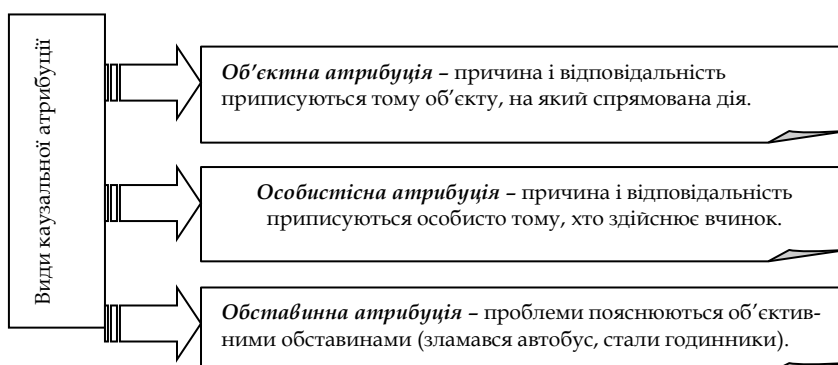


Рис.2. Види каузальної атрибуції за Г. Келлі

Часто атрибуції бувають вірними. Але світ людських відносин дуже складний, у ньому нашаровуються й перетинаються різні особистісні змісти, та й просто багато випадків. Застосування шаблонних неусвідомлених схем призводить до помилок (від смішних до трагічних), у тому числі помилок каузальної атрибуції (табл. 4). Знання цих помилок необхідне слідчому під час проведення слідчих дій.

Таблиця 4

Помилки каузальної атрибуції

Фундаментальна помилка атрибуції	Схильність при поясненні своєї власної поведінки приписувати причини переважно вимогам ситуації та обставинам («такі обставини»), а при поясненні чужої поведінки – приписувати причини внутрішнім умовам (особистості: «він такий»)
Помилка ілюзорних кореляцій	Згідно зі своїми уявленнями людина схильна у ситуації виділяти одні моменти й зовсім не помічати інших. Замість пошуку причин вона просто «виймає» з пам'яті те, що ближче лежить. Виникає за рахунок використання стереотипів
Помилка хибної згоди	Приписування причин завжди відбувається з егоцентричної позиції – людина відштовхується від своєї поведінки, причому переоцінюючи її звичайність і поширеність
Мотиваційна помилка атрибуції	Атрибуція проводиться таким чином, щоб її результати не суперечили уявленням про себе, підтверджували самооцінку

Дуже сильно каузальна атрибуція залежить від установки. Про це наочно свідчать експерименти А. А. Бодальова. Двом групам студентів було показано фотографію однієї і тієї ж людини. Але заздалегідь першій групі було повідомлено, що людина на пред'явленій фотографії є закоренилим злочинцем, а другій групі про ту ж людину було сказано, що вона – великий вчений. Після цього кожній групі було запропоновано скласти словесний портрет сфотографованої людини. У першому випадку були отримані відповідні характеристики: глибоко посаджені очі свідчили про приховану злість, підняте підборіддя – про рішучість «йти до кінця» в злочині і так далі. Відповідно в другій групі ті ж глибоко посаджені очі свідчили про глибину думки, а підняте підборіддя – про силу волі в подоланні труднощів на шляху пізнання і т. д.

2. Ефекти міжособистісної перцепції.

Для створення сприятливих психологічних умов для взаємодій людей велике значення має знання і розуміння таких специфічних соціально-психологічних понять як ефекти спілкування, або ефекти перцепції.

При спілкуванні виникають **ефекти соціальної перцепції** як результат приписування чи поширення оцінного враження на сприймання дій, вчинків, особистісних рис іншої людини за дефіциту часу і джерел інформації.

Існують різні ефекти, які спотворюють сприйняття людиною людини і які необхідно враховувати у процесі професійного спілкування (табл. 5).

Ефекти міжособистісного сприйняття

Ефект	Зміст
Ефект ореолу	Поширення загального оцінного першого враження про людину на сприйняття її окремих вчинків і особистісних якостей. Варіанти: а) позитивна оцінна упередженість; б) негативна оцінна упередженість
Ефект первинності	При сприйнятті незнайомої людини перша інформація про неї виявляється найбільш значущою. Перше враження виникає в перші 15–20 с спілкування
Ефект новизни	При сприйнятті знайомої людини остання, тобто більш нова, інформація про неї виявляється й найбільш значущою
Ефект Барнума	Схильність приймати за чисту монету опис або загальні оцінки своєї особистості, якщо вони представлені у науковому, магічному або ритуальному контексті
Ефект бумеранга	1. Схильність людини протидіяти сильному тиску ззовні, в чому б він не виявлявся, оскільки будь-який тиск з боку іншої людини сприймається як замах на право вільного вибору. 2. У деяких випадках вплив джерел інформації на аудиторію або окремих осіб дає результат, зворотний очікуваному, за умови: – підірваної довіри до джерела інформації; – інформація не відповідає умовам, що змінилися; – комунікатор викликає ворожість
Ефект краю	Із пропонованих суб'єктові сигналів ті, що перебувають на початку й наприкінці, запам'ятовуються швидше, ніж ті, що перебувають посередині
Ефект проєкції	Неусвідомлене приписування іншим людям неприйнятних власних відчуттів, бажань, думок, якостей («злочин кожного підозрює»; «злочин свої двері замикає»; «клятвопорушник не вірить клятвам»). Дратівливі, агресивні люди часто приписують ці якості іншим, заздрючі бачать в інших прояви заздрості («що посилено заперечуєш, тим неодмінно володієш сам»)
Ефект поблажливості	Некритичність в оцінці іншої людини: надмірна доброзичливість, щедрість

Сприйняття — це процес відбору, організації та інтерпретації чуттєвих даних. Серед загальних закономірностей сприйняття зазвичай відзначають:

- принцип вибіркової: у кожній конкретній ситуації людина звертає звернула увагу лише на порівняно малу частину впливів, та заодно створює хоч і обмежену, зате більш зв'язну і осмислену картину світу;
- принцип цілісності: люди сприймають об'єкти й ситуації на як динамічний ціле, спонтанно організують свої сприйняття в осмислену форму, у своїй діють принципи просторової близькості, подібності;
- принцип константності (стійкості): має місце порівняльна стійкість нашого сприйняття навіть у мінливих умовах.

Отже, сприйняття постає не як пасивний процес, у якому ми автоматично реагуємо на отримані стимули, але, як процес активний. Почуття, що викликають в нас люди чи ситуації, почасти залежить від зовнішнього світу, але у значною мірою залежить від нас, сприймають той інший світ.

Особливості людського сприйняття істотно впливають на перебіг міжособистісної комунікації. Зазначимо певні правила, які корисно пам'ятати і

проходження яким багато в чому організує процес управління своїм сприйняттям.

Правило 1. Процес сприймання має особистісну основу. Різні люди, сприймаючи одні й самі сигнали, інтерпретують їх по-різному.

Правило 2. Якщо брати, що став саме наші інтерпретації найточніше відбивають реальність, те в нас можуть бути складнощі у ході міжособистісної комунікації.

Правило 3. Якщо дозволяти інтересам, емоціям, потребам «контролювати» наше сприйняття, можна пропустити спрямовані до нас важливі повідомлення від інших людей.

3. ВЕРБАЛЬНІ ТА НЕВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ ПРОФЕСІЙНОГО СПІЛКУВАННЯ ПРАЦІВНИКА ПОЛІЦІЇ

Ще однією стороною спілкування є комунікативна сторона, яка відбиває обмін інформацією між людьми, що спілкуються (уявленнями, ідеями, інтересами, настроями, почуттями, установками тощо).

Отож характеризувати комунікацію лише як обмін інформацією — це не тільки зводити її до процесів, які відбуваються в будь-яких інформаційних системах, а й не помічати її специфіки, котра проявляється в такому:

- комунікація передбачає наявність єдиного комунікативного простору;
- учасники комунікації є активними суб'єктами взаємного інформування, тобто, спрямовуючи інформацію, один учасник спілкування передбачає активність іншого; інший, своєю чергою, також має орієнтуватися на мотиви, цілі, установки партнера, аналізувати їх (окрім, звичайно, аналізу власних мотивів, цілей, установок);
- у ході виголошування думки кожним учасником налагоджується спільна діяльність;
- активність суб'єктів комунікації передбачає не формальний «рух інформації», а активний обмін нею;
- у процесі комунікації відбувається взаєморозуміння (непорозуміння), яке досягається наявністю зворотного зв'язку, а також значущістю інформації;
- інформація, яка пройшла з одного кінця в інший і повернулась назад, об'єднує партнерів в єдине інформаційне поле;
- загальний смисл виробляється за умови, коли інформація не просто прийнята, але й осмислена, тобто відбувається процес спільного досягнення предмета розмови;
- характер обміну інформацією визначається тим, що за допомогою системи знаків партнери можуть вплинути один на одного; а ефективність комунікації вимірюється тим, наскільки вдалим є цей вплив;
- інформація, яка зародилася у процесі обміну, набагато глибша, ніж попередня; вона може суттєво різнитися за смислом від попередньої;
- комунікативний вплив можливий лише за умови, коли людина, яка спрямовує інформацію (комунікатор), та індивід, який її приймає (реципієнт),

наділені єдиною або подібною системою кодифікації і декодифікації, тобто, іншими словами, люди мають говорити однією мовою;

- комунікація психологічно можлива за умови, якщо знаки, закріплені за ними значення (це відображення найсуттєвіших та узагальнених сторін предметів і явищ) і смисли (це той суб'єктивний зміст, якого набуває слово в конкретному контексті) відомі всім учасникам комунікативного процесу;
- в учасників комунікації має бути ідентичне розуміння ситуації спілкування;
- у ході обміну інформацією можуть виникнути комунікативні бар'єри.

Комунікація (від лат. *communicatio* – обмін, зв'язок, розмова):

1. Процес передачі інформації, що має свою структуру (адресата, канали, кодування, дешифрування, зміст, ефективність, контроль, ситуацію).

2. Акт спілкування між людьми за допомогою передачі символів, метою якого є взаєморозуміння.

3. Обмін інформацією будь-якого виду між різними системами зв'язку.

Таблиця 1

Види інформації

<i>Спонукальна інформація</i>	<i>Констатуюча інформація</i>
<p>Розрахована на те, щоб стимулювати якусь дію. Виражається в наказі, пораді, проханні і т. д. Стимуляція може бути різною:</p> <ul style="list-style-type: none"> – <i>активізація</i> – спонукання до дії в заданому напрямку; – <i>інтердикція</i> – спонукання, що не допускає певних дій, заборона небажаних видів діяльності; – <i>дестабілізація</i> – неузгодженість або порушення деяких автономних форм поведінки або діяльності 	<p>Виступає у формі повідомлення. Має місце в різних освітніх системах і не припускає безпосередньої зміни поведінки, хоча побічно сприяє цьому</p>

Передача інформації в процесі спілкування відбувається за допомогою спеціальних психологічних засобів. Загальновизнаним є виділення двох груп засобів спілкування: *вербальних і невербальних*. Зміст інформації передається за допомогою *мови*, тобто набуває *вербальної або словесної форми*. А *невербальні засоби* спілкування виконують функції доповнення або заміщення мови, репрезентації емоційних станів і відносин партнерів по комунікативному процесу. Оцінюючи роль засобів спілкування, А. Мейерабіан установив, що передача інформації відбувається за допомогою тільки слів на 7 %, звукових засобів (інтонація, сила звуку тощо) – на 38 %, а за рахунок невербальних засобів – на 55 %. Аналогічні дані отримав Бердвісл, згідно з яким розподіл вербальних та невербальних засобів у спілкуванні складає 35 % та 65 % відповідно.

Мова – це система умовних стимулів, за допомогою яких передаються сполучення звуків, що мають для людей певне значення і зміст.

Традиційно виділяють два види мови: усну й письмову. У свою чергу, усна мова ділиться на:

– *діалогічну мову* – активно підтримувану співбесідником. У діалозі використовуються, як правило, прості звороти мови і фрази (це полегшує спілкування), тому її вважають психологічно найбільш простою формою мови.

– *монологічну* – мову, вимовну однією людиною (наприклад, прилюдний виступ). Ця мова психологічно складніша, оскільки вимагає вміння говорити зв'язано, строго послідовно викладати свої думки. При цьому людина, котра говорить, повинна оцінити, як засвоюється інформація слухачами.

Як діалогічна, так і монологічна мова може бути *активною* або *пасивною*. Активна форма мови – це мова людини, яка говорить; мова того, хто слухає, виступає в пасивній формі. Річ у тому, що коли ми слухаємо, ми повторюємо про себе слова співбесідника. Це зовні не виявляється, але мовна діяльність присутня.

Люди розрізняються за ступенем розвитку активної й пасивної мови. Наприклад, буває, що людина добре розуміє мову іншої людини, але погано передає свої власні думки. І навпаки, людина може досить добре говорити, але зовсім не вміє слухати іншого.

Основними параметрами якісного вербального спілкування є адекватне значення і смисл слів та фраз, які використовуються, їх точність, доступність, дотримання правил побудови фраз, вимова звуків, слів, виразність інтонації.

Мова – найбільш універсальний засіб комунікації: при передачі інформації за допомогою мови найменше втрачається зміст повідомлення. Однак часткове перекручування змісту інформації, часткова її втрата все-таки відбуваються.

При передачі інформації спочатку потрібно ідею, думку, що виникла, словесно оформити у внутрішній мові, потім перевести з внутрішньої мови у зовнішню, тобто висловити; цей вислів, у свою чергу, має бути почуто і зрозуміло. Проте сам процес словесного оформлення думок та їх розуміння з неминучістю породжує деформацію сенсу повідомлення. Розглянемо схему П. Міщича *«втрата інформації»*: задумано 100 % – (фільтр межі уяви) – набуло словесної форми (активний мовний фільтр) – висловлено 80 % – (мовний бар'єр словникових запасів співбесідників) – почуто 70 % – (фільтр уяви і бажання) – зрозуміло 60 % – (фільтр обсягу запам'ятовування) – залишилося в пам'яті 24 % інформації.

Величина втрат інформації визначається:

- загальною недосконалістю людської мови;
- неможливістю повно й точно втілити думки в словесні форми;
- наявністю або відсутністю довіри до співрозмовника;
- особистими цілями й устремліннями (коли бажане приймається за дійсне);
- збігом і розбіжністю словникового запасу партнерів по спілкуванню й іншим.

Види питань

Назва питання	Сутність питання	Техніка постановки питання
Відкрите питання	Спонукає на висловлення інформації	Наприклад: «Де Ви були 12-го вересня о 22.00 год?»
Закрите питання	Розраховано на відповідь «так» або «ні»	Наприклад: «Ви проживаєте за адресою...?»
Нейтральне питання	Питання, що не стосується справи і її наслідків	Наприклад: «Ви, звісно, вчилися у школі?»
Дзеркальне питання	Дозволяє виходити за межі смислового поля, що окреслено співбесідником, звертатися до першооснови думки або переживання, неусвідомленої причини.	Повторення із питальною інтонацією частини твердження, яке тільки що було вимовлено співбесідником. Інтонацією робиться акцент на необхідному слові
Естафетне питання	Робить діалог більш динамічним. Це питання випереджує висловлювання партнера, допомагаючи йому сказати більше	Уважно слухаючи партнера, швидко схоплюємо його репліку і провокуємо його сказати ще більше, сказати по-іншому
Фокусуюче питання	Примушує співбесідника замислитися щодо наслідків певних дій або рішень	Наприклад: «Як Ви гадаєте, що буде, якщо...?» «Чого Ви хочете добитися, коли...?»
Питання, що заповнює мовчання	Заповнення паузи або спрямування розмови в іншому напрямку	Наприклад: «Якщо б Ви були на моєму місці, які б питання задали собі?»
Уточнююче питання	Спрямовано на уточнення раніше висловленої інформації	Наприклад: «Декілька хвилин тому Ви казали, що.... Як це співвідноситься з Вашими останніми словами?»
Маніпулююче питання	Питання, де в завуальованій формі йде маніпулятивний вплив на людину	Наприклад, питання по типу «вибір без вибору» («Ви будете підписувати протокол своєю ручкою чи моєю?»)
Риторичне питання	Питання, яке не потребує відповіді	Ставиться емоційно, з акцентом на необхідному словосполученні

Існують певні *вимоги до постановки питань*:

- питання повинно бути точним, зрозумілим, конкретним і лаконічним;
- питання не повинно містити в собі підказку відповіді;
- в питанні не повинні відбиватися твердження і оцінки;
- питання не повинно принижувати або ображати;
- питання слід формулювати таким чином, щоб можна було отримати визначену і недвозначну відповідь;
- питання не повинні бути спрямовані на залякування допитуваного.

Отже, спілкування відбувається, насамперед, у вигляді діалогу. Тому дуже важливим є вміння правильно задавати питання.