

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет української філології, культури і мистецтва

Кафедра української літератури,  
компаративістики і грінченкознавства

Тетяна САВРАСОВА-В'ЮН

---

# КОМУНІКАТИВНИЙ ПРАКТИКУМ

*Навчально-методичний посібник*

Київ — 2024

Рекомендовано Вченою радою  
Факультету української філології, культури і мистецтва  
Київського столичного університету імені Бориса Грінченка  
(протокол № 6 від 21.05.2024 року)

**Рецензенти:**

*Ладоня К. Ю.* — доктор філософії в галузі філології, завідувач науково-організаційного відділу Інституту педагогіки НАПН України;

*Кондратенко Наталія Юрївна* — кандидат педагогічних наук, доцент кафедри української мови Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій;

*Видайчук Тетяна Леонідівна* — кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри української мови Факультету української філології, культури і мистецтва Київського столичного університету імені Бориса Грінченка.

**Саврасова-В'юн Тетяна.** Комунікативний практикум : навч.-метод. посібн. — Київ: Київ. стол. ун-т ім. Б. Грінченка, 2024. — 184 с.

Запропонований посібник є навчально-методичним виданням, призначеним для проведення лекційних, семінарських, практичних занять із курсу «Комунікативний практикум». У посібнику виокремлено два змістові модулі: «Теоретико-методологічні основи комунікації», «Практичні засади комунікації», кожен із яких складається з окремих тем, що містять теоретичний матеріал, основні терміни, питання для обговорення, практичні вправи для опанування комунікативних умінь і навичок, питання семінарських занять, завдання для самостійної роботи, тестові завдання для самоконтролю, рекомендовану літературу (основну й додаткову), методичні рекомендації до вивчення тем.

Навчально-методичний посібник призначено для здобувачів вищої освіти галузі знань 02 Культура і мистецтво, спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа, освітньої програми 029.00.02 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа.

УДК 316.77:378

© Т. О. Саврасова-В'юн, 2024

© Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, 2024

# ЗМІСТ

<i>Передмова</i> .....	4
<i>Загальні положення</i> .....	6
<i>Навчально-тематичний план вивчення дисципліни «Комунікативний практикум»</i> .....	8
<i>Програма навчальної дисципліни</i> .....	9

## **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1**

### **ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ КОМУНІКАЦІЇ** ..... 11

<i>Тема 1. Вступ до комунікативного практикуму. Сутність, особливості комунікації як предмет наукового пізнання</i> .....	11
<i>Тема 2. Комунікація як процес в інформаційному суспільстві</i> .....	30
<i>Тема 3. Канали комунікації. Вербальна, невербальна, паравербальна комунікація</i> .....	50
<i>Тема 4. Комунікативні бар'єри</i> .....	69

## **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2**

### **ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ КОМУНІКАЦІЇ** ..... 86

<i>Тема 5. Сучасні комунікативні технології</i> .....	86
<i>Тема 6. Рівні комунікації: міжособистісна, групова, публічна, ділова, бізнесова, масова, організаційна</i> .....	107
<i>Тема 7. Прикладні комунікації: соціальні, кризові, міжнародні, міжкультурні, політичні, релігійні</i> .....	125
<i>Тема 8. Конфлікти, їх види, причини виникнення</i> .....	143

<i>Список використаних джерел</i> .....	163
---	-----

<i>Тезаурус до курсу «комунікативний практикум»</i> .....	173
---	-----

<i>Система та критерії оцінювання навчальних результатів здобувачів вищої освіти з дисципліни «Комунікативний практикум»</i> .....	181
--	-----

# ПЕРЕДМОВА

Навчально-методичний посібник призначено для здобувачів вищої освіти галузі знань 02 Культура і мистецтво, спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа, освітньої програми 029.00.02 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа, всім, хто прагне вдосконалити свої комунікативні навички, навчитися ефективно спілкуватися з людьми в різних комунікативних ситуаціях.

Основна мета посібника — допомогти майбутнім фахівцям засвоїти теоретичний і практичний матеріал дисципліни «Комунікативний практикум»; опанувати ключові поняття, категорії в сфері міжособистісної, ділової комунікації; сформувати вміння та навички ефективної комунікації в професійній діяльності; розвинути комунікативні здібності, культуру мовлення.

Посібник має теоретико-практичне спрямування, побудований відповідно до рекомендацій запровадження кредитно-трансферної системи, що сприяє активізації освітнього процесу, мотивації до систематичної, цілеспрямованої, самостійної діяльності майбутніх фахівців, підвищує рівень об'єктивності в оцінюванні знань, стимулює чесне суперництво між здобувачами вищої освіти.

У посібнику окреслено два змістові модулі: «Теоретико-методологічні основи комунікації», «Практичні засади комунікації», кожен із яких складається з окремих тем, що містять теоретичний матеріал, основні терміни, питання для обговорення, практичні вправи для опанування комунікативних умінь і навичок, питання семінарських занять, завдання для самостійної роботи, тестові завдання для самоконтролю, реко-

мендовану літературу (основну й додаткову). Крім того, в посібнику подано методичні рекомендації до вивчення тем дисципліни, критерії оцінювання знань студентів із тем лекційних, семінарських занять, опрацювання практичних, тестових завдань, критерії оцінювання виконання студентами завдань самостійної роботи, система та критерії оцінювання знань студентів із курсу.

Наповнення тем посібника може варіюватися залежно від спеціальності, освітньої програми, кількості академічних годин, закладених на вивчення дисципліни. Наукова інформація, практичні завдання, представлені методи і техніки навчання можна комбінувати з урахування мети, завдань, умов. Креативне застосування запропонованої стратегії оволодіння знаннями, навичками ефективної комунікації сприятиме створенню умов для адаптування здобувачів вищої освіти до сучасного стану ринку праці, успішній соціалізації, розвитку інноваційного мислення, громадянської відповідальності й активної життєвої позиції, професійного становлення майбутніх фахівців.

# ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

«**Комунікативний практикум**» є нормативним курсом комплексу дисциплін, спрямованих на формування фахових, загальних компетентностей здобувачів освіти.

**Мета курсу «Комунікативний практикум»** — поглиблення фахової компетентності здобувачів освіти в сфері ділової та міжособистісної комунікативної діяльності.

## **Завдання вивчення дисципліни:**

- узагальнити, поглибити знання щодо сутності, сучасного стану, особливостей комунікативного процесу в професійній діяльності;
- сприяти розвитку комунікативних здібностей, культури мовлення;
- вдосконалити здатність застосовувати комунікативні навички у процесі реалізації практичних заходів професійного спрямування.

За результатами опанування матеріалу навчальної дисципліни «Комунікативний практикум» здобувачі набувають таких програмних компетентностей:

## **загальні:**

- здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;
- знання та розуміння предметної галузі та професійної діяльності;
- здатність працювати в команді;
- здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня;
- здатність реалізовувати свої права та обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громади та необхідності її сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина України;

**фахові:**

- здатність підтримувати ділову комунікацію з усіма суб'єктами інформаційного ринку, користувачами, партнерами, органами влади та управління, засобами масової інформації;

- здатність адмініструвати соціальні мережі, електронні бібліотеки та архіви;

- здатність використовувати автоматизовані інформаційно-пошукові системи, організовувати електронні бібліотеки та архіви;

- здатність опановувати і застосовувати технології електронного врядування й документообігу;

- здатність опановувати і використовувати технології системного аналізу інформаційної діяльності;

- здатність опановувати і застосовувати технології у галузі міжнародних комунікацій.

У процесі формування загальних, фахових компетентностей здобувачі вищої освіти отримують такі програмні результати навчання:

- впроваджувати та використовувати комунікаційні технології в соціальних системах, мультимедійне забезпечення інформаційної діяльності;

- керувати документаційними процесами установ, користуватися засобами електронного документообігу, організовувати референтну, офісну діяльність;

- оцінювати можливості застосування новітніх інформаційно-комп'ютерних і комунікаційних технологій для вдосконалення практик виробництва інформаційних продуктів і послуг;

- оцінювати результати діяльності та відстоювання прийняття рішення;

- вільно спілкуватися з професійних питань, ураховуючи усну, письмову та електронну комунікацію українською мовою та однією з іноземних мов;

- бути відповідальним, забезпечувати ефективну співпрацю в команді;

- володіти сучасними технологіями організації інформаційної діяльності в галузі міжнародних комунікацій.

# НАВЧАЛЬНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ «КОМУНІКАТИВНИЙ ПРАКТИКУМ»

Назви змістових модулів, теми	Усього	Розподіл годин за видами робіт				
		Аудиторні				
		Лекції	Семінарські заняття	Практичні заняття	Модульний контроль	Самостійна робота
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ КОМУНІКАЦІЇ</b>						
Тема 1. Вступ до комунікативного практикуму. Сутність, особливості комунікації як предмет наукового пізнання	13	2	2	2	-	7
Тема 2. Комунікація як процес в інформаційному суспільстві	13	2	2	2	-	7
Тема 3. Канали комунікації. Вербальна, невербальна, паравербальна комунікація	17	2	2	4	2	7
Тема 4. Комунікативні бар'єри	17	2	2	4	2	7
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ КОМУНІКАЦІЇ</b>						
Тема 5. Сучасні комунікативні технології	13	2	2	2	-	7
Тема 6. Рівні комунікації: міжособистісна, групова, публічна, ділова, бізнесова, масова, організаційна комунікації	13	2	2	2	-	7
Тема 7. Прикладні комунікації: соціальні, кризові, міжнародні, міжкультурні, релігійні	17	2	2	4	2	7
Тема 8. Конфлікти, їх види, причини виникнення	17	2	2	4	2	7
<i>Разом</i>	<b>120</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>24</b>	<b>8</b>	<b>56</b>



# ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

## **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1**

### **ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ КОМУНІКАЦІЇ**

**ТЕМА 1. Вступ до комунікативного практикуму. Сутність, особливості комунікації як предмет наукового пізнання**

Об'єкт, предмет, мета, завдання дисципліни «Комунікативний практикум». Наукові підходи щодо сутності, особливостей комунікації як наукового явища. Історико-теоретичні етапи розвитку теорій комунікації. Поняття комунікації. Комунікація, спілкування, інформація: співвідношення понять. Стадії комунікації. Типологія комунікацій. Спрямованість комунікації. Ознаки комунікації. Функції комунікації. Закони комунікації.

**ТЕМА 2. Комунікація як процес в інформаційному суспільстві**

Комунікативний процес. Структура комунікативного процесу, моделі комунікації. Модель Якобсона. Модель Шеннона-Вівера. Модель Ньюкома. Модель Лотмана. Модель Еко. Модель Барта. Модель знаку. Моделі масової комунікації. Пропагандистські моделі. Контр-пропагандистські моделі. Модель телевізійної комунікації. Модель «спіралі мовчання».

**ТЕМА 3. Канали комунікації. Вербальна, невербальна, пара-вербальна комунікація**

Поняття «комунікативний канал». Різновиди комунікативних каналів. Характеристика основних комунікативних каналів. Вибір, використання комунікативних каналів для здійснення комунікативної дії. Природні комунікативні канали: вокальний, візуальний, тактильний, нюховий, смаковий. Основні характеристики природного каналу. Різновиди природного каналу комунікації: вербальний, невербальний. Взаємозв'язок між природними каналами під час комунікативної дії. Технічні канали комунікації. Еволюція комунікативних каналів.

#### **ТЕМА 4. Комунікативні бар'єри**

Комунікативний бар'єр. Чинники комунікативних бар'єрів. Види комунікативних бар'єрів: соціальні, відносин, нерозуміння, психологічного походження. Шляхи подолання комунікативних бар'єрів. Подолання комунікативних бар'єрів. Розвиток емпатії, вміння слухати, розуміти невербальні засоби комунікації. Стереотипи у процесі комунікації.

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2 ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ КОМУНІКАЦІЇ**

#### **ТЕМА 5. Сучасні комунікативні технології**

Поняття «технологія». Складові комунікативної технології: систематичність, масовість, алгоритмічність. Характеристика основних комунікативних технологій: пропаганда, реклама, PR. Перфоманс. Технології політичної комунікації. Психотерапія як комунікативна процедура. Розвиток НЛП-технологій.

#### **ТЕМА 6. Рівні комунікації: міжособистісна, групова, публічна, ділова, бізнесова, масова, організаційна комунікації**

Рівні комунікації. Публічна комунікація, публічний простір. Засоби масової комунікації. Масова комунікація. Класифікація теорій масової комунікації. Види, форми публічних виступів. Організаційна комунікація. Функції, форми організаційних комунікацій.

#### **ТЕМА 7. Прикладні комунікації: соціальні, кризові, міжнародні, міжкультурні, релігійні**

Особливості прикладних комунікацій. Міжнародні та міжкультурні комунікації. Соціальна комунікація. Кризова комунікація. Управління кризовими комунікаціями. Релігійна комунікація.

#### **ТЕМА 8. Конфлікти, їх види, причини виникнення**

Сутність, джерела, причини, функції, класифікація, ознаки конфліктів. Конфлікти діяльності, поведінки, взаємин, мотиваційні. Структура конфлікту. Суб'єкт, об'єкт, умови перебігу, образи конфліктної ситуації. Форми конфліктів. Методи врегулювання конфліктів. Стратегії розв'язання конфліктів.

# ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ КОМУНІКАЦІЇ

### ТЕМА 1

#### **Вступ до комунікативного практикуму. Сутність, особливості комунікації як предмет наукового пізнання**

#### ПЛАН

1. Об'єкт, предмет, мета, завдання дисципліни «Комунікативний практикум».
2. Історико-теоретичні етапи розвитку теорій комунікації.
3. Наукові підходи щодо сутності, особливостей комунікації як наукового явища.
4. Поняття комунікації. Комунікація, спілкування, інформація: співвідношення понять.
5. Стадії розвитку, типологія комунікацій, спрямованість, ознаки, функції, закони комунікації.

**Ключові слова:** комунікація, спілкування, інформація, теорія комунікація, наукових підхід, функції комунікації, закони комунікації.

#### ***Теоретичний матеріал***

**Об'єкт, предмет, мета, завдання дисципліни «Комунікативний практикум».** Курс «Комунікативний практикум» спрямовано на ознайомлення з теоретичними основами комунікації (моделі комунікації, теорії мовлення, стилістика), засвоєння практичних аспектів комунікації (діалог, монолог, публічні виступи, презентації), аналіз комунікативних ситуацій (виявлення проблем, пошук конструктивних рішень), формування навичок ефективної комунікації (усна, письмова, невербальна комунікація), розвиток комунікативних здібностей (впевненість, емпатія, креативність, критичне мислення), підготовку до успішної професійної діяльності (встановлювати контакт, вести переговори, вирішувати конфлікти).

Об'єктом вивчення курсу є процес і результат комунікації.

Предмет опанування дисципліни — теоретичні та практичні аспекти комунікації.

Мета курсу «Комунікативний практикум» — поглиблення професійної компетентності здобувачів освіти в сфері ділової та міжособистісної комунікації.

Завдання вивчення дисципліни:

- узагальнити, поглибити знання щодо сутності, сучасного стану, особливостей комунікативного процесу в професійній діяльності;
- сприяти розвитку комунікативних здібностей, культури мовлення;
- вдосконалити здатність застосовувати комунікативні навички у процесі реалізації практичних заходів професійного спрямування.

Комунікативний практикум — курс не лише для вдосконалення комунікативних навичок, розширення кругозору, але й оволодіння практичним досвідом спілкування, підготовки до успішної кар'єри.

**Історико-теоретичні етапи розвитку теорій комунікації.** Основи дослідження проблеми комунікації було закладено античними філософами: Аристотелем, Платоном, Сократом, Цицероном. Завдяки діалогам Сократа, під час яких він уважно слухав опонентів, ставив питання, переконував, демонстрував, аргументував власну концепцію на проблему обговорення, відбувся перехід від суб'єктивних догматичних поглядів до діалогічних позицій щодо предмета розмови, що стало ключовим у розвитку європейського стилю наукової думки.

В епоху античності філософи зосереджували увагу на міжособистісних відносинах, що зумовило появу етики та риторики. Суттєвий вплив на розвиток теоретичних і практичних основ комунікації, дослідження проблем комунікації здійснено завдяки риторичі, що містила чітку структуру мовлення (вступ, назва, розповідь, опис, аргумент, спростування, заклик до почуттів, заключення). Крім того, з появою християнства, затвердження в суспільстві принципів рівності людей перед Богом, свободи волі й індивідуальної відповідальності людини, особливого місця людині в світі, любові до ближнього постало питання розвитку самосвідомості особистості, проблеми людських взаємовідносин, що зумовило розвиток комунікації.

Для епохи Відродження та Нового часу характерним є зосередження уваги на внутрішньому світі людини, як цінності, її емоціях, переживаннях, мотивах, потребах, що стало поштовхом до вдосконалення комунікативних навичок у соціумі.

Так, у період XVIII-XIX ст. у сфері комунікації центральним питанням постає розробка категоріального апарату. Ф. Шлейермахером, представником німецького романтизму, комунікацію схарактеризовано як спілкування між людьми, засноване на суб'єкт-суб'єктних відносинах, де суб'єкт — це людина з розвиненою пізнавальною активністю до дійсності. Це стало основою для становлення теорії герменевтики, що передбачала процес розуміння, інтерпретації творів.

У XIX ст. визначальним є поява нового напрямку вивчення комунікації — семіотика, зосереджена на розуміння природи комунікації з позиції знаків. Американським філософом Ч. Пірсом визначено принципи семіотики (думка як знак, мова як знак, людина як знак), розроблено класифікацію знаків: знаки-ікони (пиктограма, карта світу, відбитки); знаки-індекси (температура тіла як знак стану здоров'я, дорожній знак, логотип); знаки-символи (жести, інтонація, запах). Проте в цей період активну позицію займали критики комунікації, зокрема, Ф. Ніцше. Дослідник вважав, що мислення має тісний зв'язок із мовою, яка впливає на сприйняття людиною реальності, мова замінює реальність, робить її штучною завдяки метафорам, упорядковуючи тим самим безлад вражень.

На початку XX ст. у зв'язку з активізацією політичних процесів у суспільстві, розвитку інформаційного простору виникає потреба в системному аналізі комунікації. Крім герменевтики та семіотики, поширення набули інші напрями дослідження комунікації, а саме:

- персоналізм (Ф. Леже, О. Роден та ін.) — процес комунікації ґрунтується на взаєморозумінні, обговоренні;

- екзистенціалізм (А. Камю, Ж.-П. Сартр та ін.) — людина вирізняється від інших форм життя здатністю до комунікації, завдяки якій вона знаходить власну ідентичність, реалізує потребу в соціумі, адже існувати в ізоляції від інших не уявляє можливим;

- діалогічна філософія (Е. Левінас, П. Рікоер та ін.) — основою комунікації є діалогічні відносини за принципом «Я — Ти», за допомогою спілкування людина здійснюється як особистість;

- логічний позитивізм (А. Ейр, М. Шлік та ін.) — ідеальною мовою в процесі комунікації, яка б виключала непорозуміння, є мова математичної логіки;
- лінгвістична філософія (Д. Мур, Д. Остін та ін.) — у фокусі дослідження комунікації має стати жива мова, вільна від будь-яких вимог;
- критична філософія (Т. Адорно, Ю. Хабермас та ін.) — комунікація ґрунтується на визнаних суспільством нормах, порозуміння можливе за умови спілкування за принципом соціального партнерства.

**Наукові підходи щодо сутності, особливостей комунікації як наукового явища.** У сучасних дослідженнях визначено низку підходів щодо характеристики комунікації як наукового феномену.

За результатами дослідження американського вченого Ю. Рюша окреслено сорок підходів у розумінні комунікації, які застосовуються в різних галузях: політиці, психології, соціології тощо. З-поміж численної кількості підходів зосереджено увагу на механістичному, технократичному, інтеракційному, системному.

За механістичним підходом (Н. Луман, К. Шеннон та ін.) комунікацію представлено як процес передавання інформації від джерела до одного чи декількох одержувачів. Відповідно до основних принципів механістичного підходу комунікація виступає як лінійний процес, що передбачає інформування від адресата до одержувача; адресат визначає сенс повідомлення, яке є незмінним під час комунікації; мова застосовується як інструмент для інформування і не залежить від контексту; ролі людей в комунікації залежать від кодування, декодування та передавання інформації.

Представники технократичного підходу щодо комунікації (М. Маклюен, Е. Тоффлер та ін.) зазначене явище розглядають як процес поширення інформації за допомогою комунікаційних технологій. Згідно з принципами технократичного підходу характер комунікації зумовлено трансформацією технологій, орієнтованих на швидкий і доступний контакт; основна роль людей в комунікації зосереджена на застосування технології для передавання й отримання інформації; комунікація є максимально ефективною, якщо задля передавання великих обсягів інформації використано мінімум часу та ресурсів.

У межах інтеракційного підходу (Т. Ньюкомб, Д. Мід та ін.) комунікацію розглянуто як спосіб спілкування, в якому ключовими є взаємодія та взаєморозуміння між учасниками з врахуванням потреб, інтересів кожного. До основних аспектів інтеракційного підходу до комунікації належать: принцип активного слухання, орієнтація на відкритість для обміну ідеями, думками, емпатія, врахування особливостей аудиторії й адаптацію до неї, взаємодію на принципах соціального партнерства.

Для системного підходу (Н. Вінер, К. Шенон та ін.) характерним є розуміння комунікації як складної системи взаємодії між учасниками спілкування, елементи якої є взаємообумовленими та взаємопов'язаними. Основними аспектами системного підходу є наявність всіх складових комунікаційного процесу: відправника, отримувача, повідомлення, каналу, контексту, шуму; акцент на отримання зворотного зв'язку задля вдосконалення комунікації, корекції непорозумінь; врахування впливу зовнішніх чинників на комунікативний процес; визначення мети комунікації.

У працях Г. Почепцова зосереджено увагу на традиційному, загальнотеоретичному, прикладному, філологічному, психологічному, соціологічному підходах щодо комунікації.

За традиційним підходом (Г. Лассуел, П. Лазарфельд та ін.) комунікацію розглянуто як спілкування, що передбачає передавання інформації від одного до іншого пункту з акцентом на ефективність і точність, чітку роль відправника й отримувача. Невід'ємними частинами традиційного підходу щодо комунікації є герменевтика, риторика, філософія, логіка.

В основі загальнотеоретичного підходу (Н. Вайнер, П. Ветерс та ін.) щодо комунікації закладено розуміння зазначеного явища крізь призму теоретичних напрямів стосовно взаємодії між різними аспектами спілкування, враховуючи вплив зовнішніх і внутрішніх чинників. У межах загальнотеоретичного підходу обґрунтовано положення теорії комунікації, теорії масової комунікації, семіотики, теорії міжнародних комунікацій.

Прихильники прикладного підходу (Т. Роббінс, Д. Максвелл та ін.) вважають, що комунікація має бути націлена на вирішення практичних завдань у сфері комунікації, що передбачає розробку інструментів, стратегій, технік для налагодження ефективної кому-

нікації в конкретних ситуаціях. За прикладним підходом в основу комунікації закладено аспекти ділової комунікації, теорії інформації, теорії перформансу, теорії комунікативних обмінів.

За філологічним підходом (Е. Гофманн, О. Потєбня та ін.) комунікацію розглянуто крізь призму мовленнєвої взаємодії, розуміння і тлумачення текстів. Філологічний підхід щодо комунікації спрямовано на дослідження впливу мови, літератури, культури на визначення сенсів. У контексті філологічного підходу комунікацію вивчають із позиції лінгвістичних особливостей, структури, стилістики, засобів виразності інформації, що передається в процесі взаємодії учасників комунікації. Досліджуючи комунікативні процеси, вчені філологічного підходу застосовують основи лінгвістики, семантики, соціолінгвістики, психолінгвістики, паралінгвістики.

У межах психологічного підходу науковці (А. Бандура, Дж. Герберт та ін.) в комунікації зосереджують увагу на процес взаємодії між людьми, що містить обмін інформацією, сприйняття, емоційні аспекти взаємовідносин. Із-поміж основних напрямів дослідження комунікації вчені виокремлюють: міжкультурну, мовленнєву, невербальну комунікацію, міжособистісні відносини, когнітивні процеси.

Вчені соціологічного підходу (Ю. Хабермас, Г. Блумер та ін.) комунікацію окреслюють із позиції відносин соціальних структур суспільства, вивчаючи характер взаємодії людей, способи передавання інформації, особливості взаєморозуміння в соціумі. За соціологічним підходом ґрунтом для вивчення комунікації слугують проблеми символічної взаємодії, структури спілкування, соціальної ідентичності, питання поведінки в групах, спільнотах, масової комунікації.

**Поняття комунікації. Комунікація, спілкування, інформація: співвідношення понять.** У просторі наукових розвідок проблеми комунікації виявлено чималу кількість дефініцій зазначеного явища.

Ф. Денс, К. Ларсон охарактеризували близько 125 визначень поняття «комунікація» та виокремили такі основні позиції щодо розуміння досліджуваного феномена, зокрема:

- комунікація відображає засіб зв'язку явищ матеріального, духовного світу як структура;
- комунікація відтворює взаємообмін повідомленнями між людьми;



- комунікація визначає характер передавання, масовий обмін інформацією задля впливу на соціум.

У дослідженнях польського дослідника Т. Гобан-Класа презентовано такі характеристики терміну «комунікація»:

- комунікація — це трансляція інформації;
- комунікація — порозуміння;
- комунікація — вплив на людей;
- комунікація — єднання спільноти;
- комунікація — взаємодія суб'єктів;
- комунікація — обмін смислами;
- комунікація — нормативна компонента суспільного процесу.

На думку Ю. Косенко, комунікація (від англ. communication — спілкування) передбачає процедуру встановлення, підтримання взаємодії між учасниками спілкування різних соціальних груп, спільнот. Дослідник зазначає, що комунікація відтворює взаємопов'язані ситуаційні, інтелектуально-мисленнєві, емоційно-вольові акти сприймання, розуміння, зберігання, аналізу, переробки інформації з використанням мови, мовлення, актів паралінгвістичного, психофізіологічного характеру через знакові системи, засоби комунікації та зв'язку. Реалізація таких актів можлива за умови застосування різноманітних символів: малюнків і звуків (жести, міміка, письмо), засобів обміну інформацією (періодичні видання, аудіовізуальні матеріали), засобів встановлення контакту (Інтернет, радіо).

Доволі часто до поняття «комунікація» застосовують синонімічний термін «спілкування». Однак спілкування характеризує лише акт міжособистісної, міжгрупової взаємодії людей задля налагодження взаємовідносин, досягнення спільних цілей. Завдяки спілкуванню людина реалізує соціальну потребу взаємодії з іншими як діяльність, оскільки спілкування є частиною комунікації. Комунікація, в свою чергу, забезпечує взаємодію як між людьми, так і між людиною та масою, комп'ютером, тваринами.

Між термінами «інформація» та «комунікація» існує теж тісний зв'язок. Проте інформація виступає як відомості, знання про будь-які явища, події тощо. Дослідники (Н. Віннер, Н. Луман, Б. Рассел та ін.) щодо розуміння феномена «інформація» виокремлюють такі концепції, як:

- кібернетико-синтетичну (інформацію відтворено як сигнал, що пов'язаний із системою керування стосовно підтримки якісної визначеності, цілеспрямованого програмування функціонування, розвитку способів, програм відтворення відомостей);

- атрибутивну (інформація — віддзеркалення різноманітних повідомлень щодо об'єктів, процесів живих істот, неживих явищ природи);

- комунікативну (інформація відображає простір спілкування, поле для рефлексії).

Поза комунікацією явище інформації не існує, адже інформація окреслює потребу задоволення інформаційних потреб людини, що зумовлені рівнем розвитку спільноти.

У працях Ф. Махлупа інформацію визначено як: процес передавання повідомлень; відомості про величини, що є змінними в конкретній сфері діяльності; знання, здобуті в результаті власного дослідження; відомості про особу, обставини, ситуацію.

Отже, інформація перебуває в площині комунікації як сукупність знань, змістова частина комунікації, забезпечуючи трансляцію символів, спонукаючи до дії. Комунікація є засобом передавання повідомлень, зв'язку, спілкування, простором для генерації соціальних сенсів, що містить обмін інформацією, процес формування спільноті з подальшим узгодженням інтерпретації інформації задля створення взаєморозуміння між учасниками взаємодії.

**Стадії розвитку, типологія комунікацій, спрямованість, ознаки, функції, закони комунікації.** Акцентуючи увагу на проблемі розвитку комунікації, Л. Хижняк, Г. Федорова визначають стадії розвитку комунікації, а саме: тактильно-кінетичну, усно-вербальну, письмово-вербальну, друковано-вербальну, багатоканальну.

Для тактильно-кінетичної стадії (Ф. Де Ваал, Д. Гудолл та ін.) характерною є комунікація на рівні вищих приматів за допомогою дотиків, рухів. Важливе значення у процесі такої взаємодії відіграють емоції та жести.

Усно-вербальна стадія комунікації (С. Ерманн, Н. Чомські та ін.) властива для первісних людей, які здійснювали обмін інформацією словесним способом.

Писемно-вербальна стадія (Л. Білецький, І. Огієнко та ін.) окреслює комунікацію в період розвитку писемності, здатність фіксу-

вати інформацію на текстових носіях, забезпечуючи її збереження та передавання.

У друковано-вербальній стадії розвитку комунікації (П. Житецький, О. Потебня та ін.) підкреслено появу книги, розповсюдження друкарства, розширення можливостей доступу до інформації.

Багатоканальна стадія комунікації (О. Горобець, Ш. Туркле та ін.) є характерною для сучасного етапу розвитку суспільства, що відзначено наявністю різноманітних каналів, платформ, засобів комунікації: від письма до соціальних мереж.

Вивчаючи питання класифікації різновидів комунікації, О. Білик виокремлює типи комунікації за такими критеріями:

- ▶ за кількістю осіб, залучених до комунікації:
  - міжособистісна (спілкування між двома людьми);
  - групова (демократична взаємодія людей в групі);
  - масова (обмін інформацією, за яким один чи кілька комунікаторів мають можливість звертатися до широкої аудиторії, яка не вступає в прямий контакт із комунікаторами);
- ▶ за способом взаємодії:
  - монологічна комунікація (комунікатор говорить, аудиторія — слухає);
  - діалогічна комунікація (спілкування здійснено на основі обміну інформацією, думок між двома та більше осіб);
- ▶ за наявністю в комунікації технічних засобів:
  - безпосередня комунікація (спілкування «очі в очі» без застосування технічних засобів);
  - опосередкована комунікація (взаємодія за допомогою технічних засобів);
- ▶ за синхронністю:
  - синхронна комунікація (спілкування учасників одночасне);
  - діахронна комунікація (взаємодія учасників є почерговою);
- ▶ за періодичністю:
  - періодична комунікація (регулярне спілкування);
  - аперіодична комунікація (спілкування нерегулярне);
- ▶ за засобами взаємодії:
  - вербальна комунікація (спілкування за допомогою мови);
  - невербальна комунікація (взаємодія через виразні рухи тіла);
  - за використанням каналів сприйняття:

- візуальна комунікація (спілкування з застосуванням зорових образів);
- аудіальна комунікація (контакт завдяки звукам);
- аудіовізуальна комунікація (взаємодія за допомогою візуальних і аудіальних каналів);
- тактильна (спілкування через дотик).

У процесі комунікації важливу роль для людини відіграє комунікативна спрямованість власна та співрозмовника. Відповідно до досліджень В. Синявського, О. Сергеєнкової, спрямованість особистості передбачає емоційно-ціннісне відношення, що містить домінуючі, усвідомлені потреби, мотиви, спонукання, які визначають напрямки діяльності, поведінку, ставлення до інших. Л. Хижняк, Г. Федоровою виокремлено такі різновиди спрямованості комунікації:

- інструментальна (зосередженість на інших, досягнення соціально важливих цілей, результат);
- особистісна (орієнтація на себе, задоволення власних потреб, реалізація своїх цілей, інтересів, розвиток своїх талантів);
- змістовна (фокусування на предметі, змісті діяльності).

Із позиції В. Малахова, Ю. Шевельова, залежно від мети комунікації, розрізняють ознаки окресленого феномена:

- антропологічна (людина долучена до процесу комунікації та від неї залежить прийняття чи відхилення інформації);
- соціальна (кожен учасник комунікації мають свої потреби, інтереси, ставлення);
- кодувальна (апелювання до застосування загальноприйнятої в соціумі системи знаків задля передавання інформації);
- процесуальна (комунікація має властивість розгортатися в часі та проходити етапи від зародження до зворотного зв'язку).

Акцентуючи увагу на проблемах комунікації, Н. Попова характеризує її функції, зокрема: пізнавальну (акцент на розкриття, пояснення особливостей комунікації в природному, соціальному середовищах, окреслення специфіки комунікації в кожній зі сфер); методологічну (фокус на розробку ефективних методів наукового пізнання, дослідження елементів комунікативного простору); прогностичну (увага на характер розвитку комунікації, моделювання комунікативних ситуацій, прогнозування наслідків впливу комуні-

кації на соціум); практична (зосередженість на процесі оптимізації комунікації, досягнення її ефективності, врахування впливу чинників).

Для В. Лавренчук важливими функціями комунікації є: контактна (створення простору довіри, взаєморозуміння); інформаційна (обмін знаннями, відомостями, подіями, фактами між людьми); спонукальна (стимулювання партнера з комунікації, групу людей до здійснення будь-яких дій); координаційна (узгодження позицій партнерів зі спілкування задля налагодження співпраці); пізнавальна (отримання й усвідомлення змісту інформації, розпізнавання намірів, ставлень учасників комунікації); емотивна (процес обміну емоціями учасників комунікації, активізація переживань, почуттів у групи людей); налагодження стосунків (затвердження свого місця у просторі статусів, ролей, стосунків); впливова (орієнтація на трансформацію срану, поведінки, цінностей, поглядів, потреб).

Окрім зазначених властивостей комунікації дослідники (В. Лавренчук, Н. Попова, Л. Хижняк та ін.) виокремлюють закони комунікації, що передбачають постійні, незмінювані принципи взаємозв'язку між елементами спілкування. Науковцями схарактеризовано такі закони комунікації:

- закон взаємодії (обмін інформацією за наявності не менше двох сторін учасників);
- закон зворотного зв'язку (взаємодія між учасниками є ефективною за умови застосування зворотного зв'язку);
- закон знаку (комунікація як феномен передбачає застосування системи знаків, як опрідметнених символів, правил використання знаків);
- закон наявності підстави (комунікація можлива за умови наявності в джерела та приймача спільної основи у вигляді системи знаків, правил прийому, передавання інформації тощо);
- закон розбіжності інформаційних потенціалів (комунікація є цінною за умови відмінності інформації, знань учасників).

## Основні терміни

*Діалогічна філософія* — напрям філософської думки, зосередженої на діалозі як основному способі пізнання світу.

*Екзистенціоналізм* — філософський напрям, який досліджує проблеми людського буття, сенсу життя, свободи тощо.

*Інтерація* — взаємодія, обмін інформацією та діяльністю між суб'єктами.

*Інформація* — процес передавання повідомлень; відомості про величини, що є змінними в конкретній сфері діяльності.

*Комунікативний практикум* — курс для вдосконалення комунікативних навичок, розширення кругозору, оволодіння практичним досвідом спілкування, підготовки до успішної кар'єри.

*Комунікація* — процедура встановлення, підтримання взаємодії між учасниками спілкування різних соціальних груп.

*Критична філософія* — філософський напрям, в основі якого для пояснення явищ, понять закладено критичне мислення, аналіз, аргументація.

*Логічний позитивізм* — філософський напрям, що спирається на раціоналізм, логічний аналіз і досвід.

*Персоналізм* — релігійно-ідеалістична течія філософії, орієнтована розглядати унікальність, духовну велич людської особистості.

*Семіотика* — наука, що зосереджує увагу на розуміння природи комунікації з позиції знаків.

*Спілкування* — акт міжособистісної, міжгрупової взаємодії людей задля налагодження взаємовідносин, досягнення спільних цілей.

*Спрямованість* — емоційно-ціннісне відношення людини, що містить домінуючі, усвідомлені потреби, мотиви, спонукання, які визначають напрямки діяльності, поведінку, ставлення до інших.

У процесі розробки теоретичного матеріалу до теми використано такі джерела: 9; 42; 53; 56; 66; 69; 96; 97; 99; 125; 134.

### **Питання для обговорення**

1. Які питання охоплює дисципліна «Комунікативний практикум»?
2. На яких аспектах комунікації було акцентовано увагу дослідників в епоху середньовіччя?
3. У чому суть діалогічної філософії в проблемі дослідження комунікації?
4. Які наукові підходи виокремлюють науковці щодо розуміння комунікації?
5. Чи можна вважати, що спілкування та комунікація, синонімічні поняття?
6. За якими критеріями класифікують різновиди комунікації?
7. Як можна схарактеризувати закон комунікації — закон знаку?

## **ПРАКТИЧНИЙ БЛОК**

### **ПРАКТИЧНІ ВПРАВИ ДЛЯ ОПАНУВАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ УМІНЬ І НАВИЧОК**

#### **Вправа «Інтерв'ю»**

*Мета:* сформувати вміння формулювати власну думку, розвинути навички активного слухання, пам'ять, увагу, згуртувати учасників групи.

*Хід проведення:* учасників об'єднують в пари, партнери в парах по черзі мають упродовж трьох хвилин розповісти про себе, своє життя, таланти, після кожного учасник повідомляє інформацію про свого партнера, яку запам'ятав, інші учасники групи можуть ставити питання.

*Питання для обговорення:*

Чи погоджуєтеся з інформацією про себе, яку повідомив партнер?

У якій ролі було найбільш комфортно почуватися: в ролі слухача чи оповідача?

### **Вправа «Комунікативна компетентність — це...»**

*Мета:* визначити розуміння учасниками дефініції «комунікативна компетентність», розвинути здатність працювати в команді, вміння домовлятися, переконувати.

*Хід проведення:*

I етап: учасники об'єднуються в групи, кожна група має відтворити за допомогою малюнка або схеми асоціації щодо зазначеного поняття.

II етап: учасники презентують результати спільної діяльності в колі.

III етап: тренер презентує одне з визначень комунікативної компетентності як здатності налагоджувати, підтримувати взаємодію з оточуючими, що містить знання, вміння, навички, що зумовлюють результативне, конструктивне спілкування на основі партнерства.

### **Вправа «Суперечливі твердження: складові комунікативної компетентності особистості»**

*Мета:* сформувати знання щодо складових комунікативної компетентності, розвинути вміння аргументувати, відстоювати свою позицію.

*Хід проведення:* ведучий розміщує в чотирьох кутах кімнати таблички «Повністю згоден», «Повністю не згоден», «Важко відповісти / не знаю», «Згоден, але не повністю», пропонує учасникам озвучувати твердження щодо питання складових комунікативної компетентності. Учасники на кожне твердження мають визначити своє ставлення, займаючи місце біля таблички, яка співпадає з їх позицією, та обґрунтувати власну думку.

*Орієнтовні твердження:*

Я вважаю, що комунікативна компетентність має ґрунтуватися на обізнаності та досвіді життя особистості.

На мою думку, здатність успішно комунікувати з оточуючими — це розуміння себе й інших, враховуючи особистісні зміни, трансформацію умов зовнішнього середовища, міжособистісних відносин.



З моєї позиції, дуже швидке мовлення людини говорить про її вміння ефективно комунікувати з іншими.

Я думаю, що гумор — показник здатності особистості налагоджувати конструктивну комунікацію.

### **Вправа «Чинники розвитку комунікативної компетентності»**

*Мета:* сформувати знання про основні чинники розвитку комунікативної компетентності особистості, розвинути вміння презентувати результати своєї роботи, аргументувати власну позицію.

*Хід проведення:* кожному учаснику пропонується написати три чинники розвитку комунікативної компетентності, підготувати розгорнуту інформацію про це, після презентувати результати роботи в колі. Тренер узагальнює інформацію, створюючи загальну класифікацію чинників: спрямованість особистості, інтерес, здібності до конструктивної комунікації, вміння самостійно розвиватися, потреба в самовдосконаленні, особливості технологій, форм, методів, засобів розвитку комунікативної компетентності тощо.

*Питання для обговорення:*

Які суб'єктивні й об'єктивні чинники впливають на розвиток комунікативної компетентності людини?

Для чого важливо розумітися на чинниках розвитку комунікативної компетентності?

### **Вправа «Технології розвитку комунікативної компетентності»**

*Мета:* сформувати знання учасників щодо технологій розвитку комунікативної компетентності особистості, розвинути вміння генерувати ідеї, спільно приймати рішення, домовлятися, навички конструктивної взаємодії.

*Хід проведення:* учасники об'єднуються в команди, кожна команда має за схемою (мета технології, основні ідеї та принципи, зміст технології, методи, форми, засоби, очікувані результати) схарактеризувати одну з технологій розвитку комунікативної компетентності (інтерактивне навчання, технологія розвитку критичного мис-

лення, проектна технологія, ігрова технологія). Після підготовки команди презентують результати.

*Питання для обговорення:*

Яка технологія, на Вашу думку, є найбільш ефективною в процесі розвитку комунікативної компетентності особистості?

Яку технологію Ви б обрали для вдосконалення власної комунікативної компетентності?

### ***Питання семінарських занять***

1. Наукові підходи щодо сутності, змісту комунікації.
2. Комунікація і спілкування: спільне і відмінне.
3. Комунікація та інформація.
4. Рівні комунікації.
5. Самопрезентація і самопросування.
6. Просування компаній і внутрішні комунікації.

### ***Завдання для самостійної роботи***

*Завдання 1.* Підготувати доповідь на тему «Комунікація як соціокультурний процес взаємодії людей».

### ***Тестові завдання для самоконтролю***

1. Комунікація — це...
  - а) формування й еволюція зв'язків;
  - б) технологія впливу на людей ;
  - в) взаємодія людей у соціальному середовищі за допомогою вербального та невербального спілкування, обмін повідомленнями.
2. Комплекс принципів, правил, методів прояву діяльності людини — це...
  - а) стиль комунікації;
  - б) естетика взаємодії;
  - в) риси лідерства;
3. Фахівець із комунікації — це...
  - а) особистість, яка є вважає, що комунікація існує для формування довіри, розвитку в майбутньому;

б) особа, яка знайомить слухачів із науковою інформацією;  
в) людина, яка здатна приймати конструктивні рішення, бути наполегливою, спроможна мотивувати інших.

4. Хто з дослідників є представником технократичного підходу щодо комунікації?

- а) Т. Ньюкомб, Д. Мід;
- б) Н. Вінер, К. Шенон;
- в) М. Маклюен, Е. Тоффлер.

5. Відповідно до якого наукового підходу комунікацію розглянуто як спосіб спілкування, в якому ключовими є взаємодія та взаєморозуміння між учасниками з врахуванням потреб, інтересів кожного?

- а) інтеракційного;
- б) системного;
- в) прикладного.

6. Уміння слухати і чути — це...

а) здатність сприймати, розуміти значення повідомлення;  
б) процес мовлення;  
в) колективна взаємодія задля формування спільних уявлень у досягненні взаєморозуміння.

7. Діалог — це...

- а) процес мовлення;
- б) комунікативний процес із намірами перемоги над партнером;
- в) обмін повідомленнями між двома особистостями.

8. Компетентність у комунікації — це...

а) сукупність ресурсів успішної комунікації: знань, умінь, навичок, стратегій, тактик взаємодії;

б) використання комплексу засобів комунікації, що є ефективними в передаванні інформації відповідними каналами;

в) спроможність ефективно обмінюватися повідомленнями в горизонтальному та вертикальному напрямках задля досягнення спільних цілей.

### **Рекомендована література**

#### *Основна:*

1. Білик О. Основи комунікації: конспект лекцій для здобувачів фахової передвищої освіти. Луцьк, 2022. 50 с.
2. Карпчук Н. П. Вступ до фаху: конспект лекцій. Луцьк, 2019. 163 с.
3. Косенко Ю. В. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. Суми, 2011. 187 с.
4. Лавренчук В. П. Культура вправної комунікації як основа формування успішної особистості. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. 2015. Вип. 57. С. 188-193.
5. Почепцов Г. Г. Комунікативний інжиніринг: теорія і практика. Навч. посібник. К., 2008. 408 с.
6. Семенюк О. А., Паращук В. Ю. Основи теорії мовної комунікації: навч. посібник. К., 2010. 240 с.
7. Хижняк Л., Федорова Г. Комплекс навчально-методичного забезпечення з дисципліни «Теорія і практика комунікацій». Харків, 2019. 113 с.

#### *Додаткова:*

1. Варяниця Л. О., Починкова М. М. Формування критичного мислення майбутніх учителів початкової школи: технологічний аспект / за ред. Н. В. Мордовцевої. Старобільськ, 2019. 127 с.
2. Винославська О. В. Система тренінгових занять для формування етичної складової професійної культури менеджера. *Вісник НТУУ КПІ*. 2005. №3(15). С. 88-95.
3. Малімон В. І. Комунікаційна політика в діяльності державного службовця: Навч. посібник. Івано-Франківськ, 2008. 344 с.
4. Марусіна О. С. Прояви когнітивного у використанні комунікативних практик. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2017. Вип. 18. С. 82–85.
5. Попова Н. В. Маркетингові комунікації: підручник. Харків, 2020. 315 с.
6. Психологічний словник / уклад. В. В. Синявський, О. П. Сергеєнкова; за ред. Н. А. Побірченко. Київ, 2007. 336 с.
7. Тренінгове навчання в закладі вищої освіти: навч.-метод. посібник / ред. М. В. Афанасьєва. Харків, 2018. 323 с.
8. Шлемкевич Т. В. Інформаційно-комунікаційний вимір сучасної політичної системи України: дис. канд. політ. наук: 23.00.02. Івано-Франківськ, 2020. 240 с.



## ТЕМА 2

# Комунікація як процес в інформаційному суспільстві

### ПЛАН

1. Комунікативний процес як наукове явище.
2. Структура комунікативного процесу.
3. Моделі комунікації.

**Ключові слова:** комунікативний процес, комунікативний акт, комунікат, комунікант, ситуація, дискурс, конситуація, контекст, пресупозиція, мовлення, кодування, декодування, канал, модель.

### *Теоретичний матеріал*

**Комунікативний процес як наукове явище.** В основі будь-якої комунікації закладено комунікативний процес, що передбачає ініціацію комуніканта, який для встановлення, підтримання контакту кодує інформацію, з одержувачем інформації (комунікатом), який, зі свого боку, декодує повідомлення, розуміє його сенс.

У дослідженнях В. Різуна сутність комунікативного процесу представлено з різних позицій: історичного (становлення, розвиток комунікації упродовж історії), типологічного (різновиди комунікації), онтологічного (сутність, принципи комунікації), рольового (особливості ролей учасників комунікації), функціонального (специфіка функцій комунікації), стильового (стилі комунікації), формального (форми спілкування), квалілогічного (ефективність спілкування), інструментального (засоби спілкування), культурологічного (вплив культурних аспектів на комунікацію), інформаціологічного (інформаційна наповненість), системного (зміст, взаємозв'язок компонентів спілкування), технологічного (особливості організації комунікації), мовленнєвого (характер застосування мови в процесі комунікації).

І. Писаревський, С. Александрова комунікативний процес розглядають як процедуру обміну інформацією між учасниками взаємодії, що передбачає не лише передавання інформації, але й пра-

вильне її розуміння одержувачем. Дослідники зазначають, що комунікативний процес реалізується поетапно:

- формування задуму (перед комунікацією відправник сформулює ідею, зміст, мету інформації, передбачає реакцію від одержувача);
- втілення задуму (словесне, символічне відтворення інформації через різні канали комунікації, такі як мова, жести, міміка, письмове повідомлення, електронні засоби зв'язку);
- трансляція (передавання інформації через обрані канали зв'язку);
- декодування (одержувач інтерпретує отриману вербальну, невербальну інформацію, формулює власні думки);
- зворотній зв'язок (отримувач надає відгук на отримане повідомлення).

Сутнісним елементом комунікативного процесу є комунікативний акт як процес взаємодії між відправником і одержувачем у певному місці та часі, в результаті якого створюється дискурс або текст. У комунікативному акті присутні щонайменше двоє партнерів, які взаємодіють у спільному інформаційному середовищі.

Із позиції Н. Горчарук, до складу комунікативного акту належать такі компоненти: адресант (відправник, комунікант), адресат (отримувач, комунікат, реципієнт), інформаційне повідомлення (зміст), засоби передавання інформації (слова, жести, листи), канали зв'язку (комунікація безпосередня, повідомлення поштою, через книги тощо), результат комунікації.

Для О. Семенюк серед компонентів комунікативного акту слід виокремити: дискурс (упорядковане повідомлення), ситуацію (сукупність обставин об'єктивної реальності), конситуацію (учасники, умови комунікації), контекст (сенси дискурсу), пресупозицію (перетин знань, досвіду учасників взаємодії), мовлення (результат мовленнєвої діяльності).

Окрім окреслених складників комунікативного акту, до зазначеного явища належать психологічні та соціальні компоненти. Психологічними компонентами є: комунікативний намір (прагнення людини взаємодіяти з іншими), ідея повідомлення (вихідна інформація від адресата до одержувача), мета повідомлення (найближча, найвіддаленіша). Соціальні компоненти комунікативного акту складають: статусну роль (стать, вік, посада), ситуативну роль

(образ, створений у процесі комунікації), стильові риси учасників комунікації (стиль мовлення, стратегії, тактики комунікації учасників).

Н. Різник вважає, що комунікативний процес можливо реалізувати за таких умов:

- наявність єдиного соціально-психологічного простору для учасників комунікації, що містить інформацію, засоби комунікації, правила, норми, звичаї, традиції взаємодії;
- застосування зрозумілої для всіх учасниками комунікації системи кодування, декодування інформації, символів, сенсів;
- правильна, адекватна інтерпретація отриманої інформації, розуміння повідомлень через слова, вчинки, дії;
- здатність учасників комунікації поєднувати вербальні, невербальні канали взаємодії;
- профілактика та подолання бар'єрів комунікації задля налагодження ефективної взаємодії;
- врахування індивідуальних характеристик учасників взаємодії.

**Структура комунікативного процесу.** Склад і особливості комунікативного процесу зумовлені формою участі (одновекторна, багатовекторна) відправника у взаємодії.

Для одновекторної комунікації характерною є монологічна форма, за якої відправник (комунікант) повідомляє інформацію отримувачу (комунікату), не очікуючи відповіді.

За багатовекторної комунікації відбувається зміна ролей відправника і одержувача, що передбачає діалогічну форму взаємодії.

Т. Повалій, О. Бойко визначають такі складові елементи комунікативного процесу:

- джерело (відправник, комунікант) — людина чи організація, яка створює, генерує повідомлення;
- кодування — формалізація інформації в форму символів (мови, жестів, образів);
- повідомлення — усна, письмова, візуальна ідея, думка, інформація;
- канал — засіб зв'язку, за допомогою якого відбувається доставка інформації;
- декодування — процес інтерпретації, розшифрування отриманої інформації;



- одержувач (реципієнт, комунікат) — людина чи організація, яка отримує повідомлення;
- зв'язок зв'язок — реакція одержувача на повідомлення, що містить характер сприйняття інформації, розуміння тексту тощо.

Розглядаючи особливості кожного складника комунікативного процесу, Н. Карпук зосереджує увагу на адресанті (комуніканті), адже саме він спрямовує зусилля щодо здійснення впливу на комуніката.

За дослідженнями Е. Гоффмана, виокремлено такі види комунікантів: аніматор (актор, який надає голову тексту, написаному іншою людиною); автор (людина, яка створила повідомлення); принципал (ініціатор інформації, що розкрито в повідомленні). У ролі комуніканта також можуть бути джерела комунікації, зокрема: окремі особи, групи людей, громадські інституції. Джерело виступає ініціатором процесу комунікації з моменту виникнення потреби створити і передати інформацію.

Кодування, як складник комунікативного процесу, спрямовано на передавання задуму відправника одержувачу з умовою забезпечення адекватної інтерпретації інформації адресатом. Процедура кодування передбачає переробку вихідної ідеї задля ефективного доведення її до одержувача.

Елементом комунікативного процесу є повідомлення, що містить осмислену, закодовану інформацію мовою чи іншими знаковими системами, яка може бути переданою під час особистої бесіди, виступу перед аудиторією, через електронну пошту, телебачення, радіо тощо. Повідомлення може містити різні види інформації: факти, аргументи, думки, ідеї.

Комунікативні повідомлення О. Білик класифікує: за функціональним призначенням (спонукальні, експресивні); за типом взаємовідносин між суб'єктами комунікації (міжособистісні, публічні, масові); за засобами комунікації (мовне, паралінгвістичне, матеріально-знакове).

Важливим складником комунікативного процесу виступає канал як засіб зв'язку, через який відправник передає повідомлення одержувачу.

Т. Повалій, О. Бойко визначають такі види комунікаційних каналів: природні (вербальні, невербальні), штучні (листи, заяви, букле-

ти), друковані (газети, журнали, книги), технічні (телефон, радіо, телебачення, Інтернет, соціальні мережі), інтерактивні (флешмоб, марафон).

Декодування передбачає процес тлумачення закодованої інформації на зрозумілу мову для одержувача. Основна мета декодування — виявити сенс отриманих сигналів, розуміння початкової ідеї інформації. Якщо декодування відбулося адекватно, одержувач реагує на повідомлення відповідно до задуму відправника.

Комунікатом у комунікативному процесі можуть виступати окремі особи, групи людей, суспільство в цілому. Класифікацію комунікатів складають: реальний комунікат (безпосередня участь в комунікації), гіпотетичний (потенційний, вигаданий комунікат), автокомунікат (звернення до себе), комунікат-ретранслятор (комунікація через чутки, новини), національний (має особливості конкретної культури), професіонал або непрофесіонал (фахівець певної галузі), гендерний (чоловік, жінка), віковий (дитина, дорослий) тощо.

Зворотній зв'язок у комунікативному процесі відображає процес отримання інформації комунікантом щодо наслідків рішень, дій у відношенні до комуніката, що допомагає коригувати поведінку для досягнення мети. Завдяки зворотному зв'язку процес комунікації стає двостороннім, спрямованим на корекцію цілей, поведінки як комуніканта, так і комуніката, адже джерело інформації може оцінити результат досягнення мети.

**Моделі комунікації.** Процес виокремлення різновидів комунікації супроводжувався появою моделей комунікації.

За характеристикою Н. Волкової, модель відтворює візуальне чи концептуальне зображення, образ об'єкта, що надає уявлення про структуру, особливості, взаємозв'язки між складниками, спрощує отримання інформації про його сутність.

У класифікації А. Архипової, О. Горпич, із-поміж моделей комунікації визначено:

- лінійні;
- нелінійні.

До лінійних моделей належить модель комунікації Г. Лассуела. Модель містить такі основні складові комунікативного процесу: Хто передає інформацію? (джерело); Що саме передається? (інфор-

мація); Як відбувається передавання інформації? (канал); Кому спрямована інформація? (одержувач); Який ефект від інформації? (результат). Цінність запропонованої моделі в її здатності презентувати докладний план комунікативних дій. Проте модель є монологічною та не розглядає питання зворотного зв'язку.

До лінійної моделі належить модель Шеннона-Вівера, що містить шість складників, а саме: інформація, відправник, кодування, повідомлення, канал, одержувач. Важливим у цій моделі є формулювання задуму та вибір інформації для передавання, яку відправник кодує в символи, обирає канал передавання, що відповідає типу символів, і передає. Одержувач отримує повідомлення, декодує, розшифровує символи, розуміє сенс інформації. Комунікативний процес за такою моделлю буде вважатися успішним за умови співпадіння сенсів інформації відправника й одержувача.

Із-поміж нелінійних моделей комунікативного процесу можна виділити циркулярну модель Шрама-Осгуда, основними складниками якої є: кодифікація — повідомлення — декодифікація — тлумачення — кодифікація — повідомлення — декодифікація — тлумачення. Окреслена модель передбачає взаємодію зі зворотнім зв'язком, що ґрунтується на принципах партнерства між комунікантом і комунікатом, які прагнуть взаєморозуміння.

У переліку нелінійних моделей є також комунікативна модель Т. Ньюкомба, в основі якої виокремлено три складники комунікативного процесу: відправник повідомлення, одержувач і тема (об'єкт). Зазначені складники є взаємопов'язаними, взаємозумовленими в стабільності, позитивному сприйнятті, що можливо досягти завдяки прагненню до рівноваги в смислових аспектах комунікації, охоплюючи емоційне забарвлення, розуміння сутності об'єкта комунікації.

У дослідженнях Д. Макквейла, до класифікації моделей комунікативного процесу належать:

- моделі трансмісії (одновекторність комунікації),
- моделі ритуалу (зосередження на єдності, згуртованості),
- моделі привернення уваги (акцент на масовий вплив),
- моделі рецепції (увага на процесі сприймання).

До моделей трансмісії належить модель комунікації Р. Якобсона, що містить чинники комунікації: комунікант, комунікат, контекст,

повідомлення, контакт, код. Для кожного чинника передбачено функцію комунікації, зокрема: емотивна, референтна, конативна, поетична, мета лінгвістична, фатична. За цією моделлю комунікативний процес відображено як комунікативний контакт, за яким відбувається реалізація особистості комуніканта, актуалізується значення повідомлення, здійснюється вплив на комуніката.

За типологічною моделлю К. Левіна, для якого комунікативний процес відображено через термін «приплив повідомлень», характерною ознакою є наявність у ситуаціях комунікації нерівномірного, неповного інформаційного припливу, контрольованого бар'єрами («воротами») — особами чи інституціями, які пропускають або пропускають інформацію.

Серед моделей трансмісії виокремлено також модель пропаганди С. Чакотіна, що ґрунтується на основі знань про умовні рефлексії людини й особливості їх взаємозв'язку з ідеологічними сенсами. Автор моделі, вважаючи, що людина більше підкорена інстинктам, ніж розуму, пропагандистську риторику пропонував застосовувати, впливаючи на рефлексії агресії, сексу, захисту та харчування. С. Чакотін у комунікативному процесі вбачав вплив на маси через передавання інформації, нав'язування ідеологічних сенсів, підкріплених умовними рефлексіями людей.

Модель Каца-Лазарсфельда в комунікативному процесі розглядає такі основні аспекти взаємодії: передавання інформації та вплив на думки, свідомість інших. Важливою рисою зазначеної моделі є двоступеневість, що передбачає лідерську роль споживачів інформації, які можуть впливати на громадську думку за допомогою міжособистісної комунікації.

Характерною властивістю моделі селекції Вестлея-Макліна є присутність у процесі комунікації професійного комунікатора (медійний представник, установа), який забезпечує опосередкування процесу спілкування між відправником і отримувачем, ураховує потреби, прагнення учасників комунікації, зближуючи їх, зосереджуючи увагу на розумінням.

До групи моделей ритуалу належить модель Дж. Карей, за концепцією якого комунікацію варто розглядати крізь призму участі, товариськості, братерства, спільної віри. Для дослідника комунікативний процес спрямовано на збереження згуртованості команди,

соціуму в часі, орієнтовано на усвідомлення комунікації мас як суспільно важливої діяльності, що забезпечує розвиток духовних, професійних рис кожного члена спільноти. В цій моделі ключову функцію уніфікації, підтримання солідарності групи відіграє ритуальне спілкування як акт єдності людей у спільноту чи забезпечення такої кооперації.

Із-поміж моделей привернення уваги важливо виокремити модель розголосу, в зміст якої закладено особливості взаємодії масових засобів комунікації з аудиторією задля забезпечення успіху в бізнесі, економіці, рекламі тощо. Засоби масової комунікації виступають як інструмент привернення уваги, захоплення інтересу, підтримки рекламодавців. Основний акцент в моделі зосереджено на увазі аудиторії до засобу комунікації, а комунікацію розглянуто як спектакль. Така модель передбачає для привернення уваги реципієнта застосування контенту, що ґрунтується на розвагах, доступності, демонстративності, не має конструктивного змістового наповнення.

В основі моделей комунікації, що належать до групи моделей рецепції, закладено уявлення про комунікативний процес як фазового процесу, що містить процедури кодування інформації та декодування.

За моделлю Ю. Лотмана, комунікативний процес передбачає складну, динамічну взаємодію між учасниками комунікації, що формує їх нові повідомлення і погляди. За допомогою взаємодії, діалогу між відправником і одержувачем актуалізується взаєморозуміння, що зумовлює зниження рівня несумісності мов комуніканта та комуніката.

У моделі НУВ Геберта, Унгурайта, Бона закладено процес комунікації як хвилю, за якою контент (розвага, новина, комендант, виховання, паблік рилейшнз, реклама) важливо застосовувати для досягнення спеціальних ефектів. Такі ефекти впливають на характер подання інформації, її захист, регулювання, зворотній зв'язок передбачає аналіз, удосконалення комунікативного процесу. Сприймання інформації аудиторією зумовлено контентом, засобами спотворення, шуму, підкріплення.

Згідно з характеристикою моделі Т. Гобан-Класа комунікативний процес відображено як єдину модель, що охоплює сам процес комунікації, його складники, систему взаємозв'язку між ними, чинники впливу на процес взаємодії.

За класифікацією Г. Почепцова серед моделей комунікативного процесу визначено:

- моделі комунікації з позиції зв'язків із громадськістю, реклами, пропаганди;
- моделі комунікації соціологічні та психологічні;
- семіотичні моделі;
- моделі психотерапевтичної комунікації;
- моделі міфологічної комунікації;
- моделі аргументування;
- моделі іміджевої комунікації;
- моделі пропагандистської комунікації.

У моделях комунікації, пов'язаних із сферами PR, реклами та пропаганди, основною метою комунікатора є зміна поведінки одержувача інформації через взаємодію.

Для сфери зв'язків з громадськістю характерними є чотири моделі комунікації, запропоновані Дж. Грюнігеном і Т. Хантом, які різняться напрямком комунікативних потоків і балансом інтересів, охоплюючи інтереси громадськості. До таких моделей належать: модель пабліситі або «прес-агенція», інформування громадськості, двостороння асиметрична модель, двостороння симетрична модель.

Моделі пабліситі й інформування громадськості є однібічними, що спрямовують потоки комунікації від установи до громадськості. За моделлю пабліситі передавання інформації здійснюється від відправника до отримувача, підкреслюючи позитивні характеристики організації чи її досягнення.

У моделі інформування громадськості зосереджено увагу на відтворення об'єктивної інформації (за оцінкою не науковців, а громадської думки) для усвідомлення громадськістю ситуації, що склалася, чи ініціативи.

Двостороння асиметрична модель передбачає обмін інформацією з акцентом на переконання та вплив щодо позитивного сприйняття отриманого повідомлення, не враховуючи звороний зв'язок.

Характерною рисою двосторонньої симетричної моделі є прагнення до взаємного обміну інформацією для досягнення взаєморозуміння, позитивних взаємовідносин, рівноправності, суб'єкт-суб'єктної взаємодії.

За моделлю пропаганди для здійснення комунікації, в процесі якої цілі комуніканта і комуніката можуть відрізнитися, важливими є чинники, що формують взаємодію, зокрема: завдання комуніканта, інтереси цільової аудиторії, характеристики каналу комунікації. Відправник, враховуючи політичні вподобання, біографічні дані, особливості прийняття рішень цільової аудиторії, фокусує увагу на формування переконань щодо ідеологічних поглядів громадськості, встановлює та утримує вигідні для комуніканта тенденції в суспільстві, підтримуючи певний стиль лідерства.

Модель реклами зорієнтована на масову аудиторію через застосування різних медійних форм для підвищення уваги споживачів до продукту чи послугу, а також для досягнення конкретних цілей із-поміж окреслених груп населення сфокусована на використання персоналізованих стратегій із стимулюванням нової поведінки, перекодовуючи вербальні повідомлення в невербальні.

Серед соціально-психологічних моделей комунікативного процесу слід виокремити модель «Спіраль тиші / мовчання» Е. Ноель-Ноймана, за якою засоби масової комунікації впливають на думку громадськості, надаю слово меншості, а не більшості. Особа, яка ідентифікує себе як меншість, утримує свою думку (зберігає мовчання) та долучається до більшості, попереджаючи факт ізоляції.

Е. Роджерсом було запропоновано дифузну модель, що належить до соціологічних і психологічних моделей комунікації, де увагу спрямовано на аналіз поширення нових ідей або товарів, враховуючи настрої різних сегментів соціуму. У процесі розповсюдження інформації про щось нове важливо переконати 5% населення, яке проходить шість етапів адаптації: увагу, інтерес, оцінку, перевірку, прийняття, підтвердження. В результаті ця частина населення обирає менш ризиковану стратегію, отримуючи позитивні оцінки від інших через міжособистісну комунікацію, користування достовірними джерелами та відгородження від мас-медіа, що намагаються досягти зміни поведінки частини населення, яке має інших погляд.

До семіотичних моделей віднесено модель Р. Якобсона, Ю. Лотмана, які розглядають роль мови і знаків у процесі сприйняття, розуміння інформації під час комунікації. Знак об'єднує елементи змісту і форми про об'єкт у процесі передавання інформації. Здійснюючи передавання форми, одночасно відбувається передавання і змісту.

Модель У. Еко також належить до групи семіотичних моделей, передбачає аналіз візуальної комунікації та масової культури, де цінності набувають іконічні знаки та їх видимі, уявні, умовні характеристики, значення візуальної комунікації перевищує роль лінгвістики в семіотиці.

Окрім моделей психотерапевтичної комунікації, що спрямовані на корекцію механізмів когнітивної діяльності людини та її навчання новим поведінковим реакціям у практичній реалізації через вплив на несвідомі (глибинні) процеси, доцільно акцентувати увагу на моделі комунікації З. Фрейда. Відповідно до зазначеної моделі поведінка людини не завжди зумовлена свідомою мотивацією, що передбачає наявність прихованих мотивів, закладених у несвідомому. В процесі комунікації приховані мотиви впливають на сприйняття людиною дійсності, її вчинки у відносинах «індивід-індивід». Виявлення прихованих мотивів дозволяє перевести несвідоме в свідомий рівень і змінити поведінку людини.

У моделях міфологічної комунікації акцент зроблено на розгляд способів передавання міфологічних змістів повідомлення та їх вплив на соціальне середовище. Розглядаючи, наприклад, модель Р. Барта, виявлено, що міф окреслено як систему знаків двох рівнів: тенденційного (конкретні образи, ідеї) та значущого (прихований, глибокий сенс). Міф у процесі комунікації відображає соціокультурні концепції, ідеологічні переконання, формує уявлення про світ із визначенням ключових аспектів реальності для конкретної соціальної спільноти. Через міф відтворено конкретні історії, що мають глибокий символічний сенс, який обумовлює культурні норми і цінності людей.

За моделлю аргументування Ф. ван Ємерена, Р. Гроотендорста комунікація відбувається в процесі передавання обґрунтованих висловлювань між учасниками взаємодії задля переконання одержувача інформації, впливу на його думку та досягнення конкретних комунікативних цілей. Зазначена модель у процесі доведення, підтримки власної позиції для комуніканта передбачає виокремлення ключових позицій інформації, створення послідовних аргументів, логічних зв'язків із основними ідеями, використання переконливих доказів. Крім того, важливим у моделі задля ефективного впливу на спільноту є аспект урахування особливостей аудиторії, вибір засобів комунікації тощо.



Основними ознаками моделі іміджевої комунікації є передбачуваність і контрольованість реакції аудиторії, яка має довіру до джерела інформації. В моделі такої комунікації визначено формат ефективного повідомлення, поведінку одержувача інформації, комунікативні канали. Г. Почепцов характеризує кроки реалізації іміджевої моделі комунікації, зокрема: аналіз потреб аудиторії, встановлення сильних і слабких позицій об'єкта, створення ідеального образу з урахуванням вимог соціальної спільноти, переведення рис об'єкта в мовні, візуальні, подієві форми.

До моделей пропагандистської комунікації, з позиції Г. Почепцова, належать: модель фальшивого джерела, модель легітимізації джерела та модель слухового джерела. В моделі фальшивого джерела закладено значну роль пропагандиста, який розробляє фейкове повідомлення, передає його одержувачу, який, зі свого боку, сприймає інформацію повідомлення як достовірну, правдиву, адже оригінальне джерело йому не відоме. За моделлю легітимізації джерела пропагандист вбудовує оригінальну інформацію в авторитетне видання, передає одержувачу його в іншій формі та з іншого джерела. Модель слухового джерела передбачає застосування інформації без покликання на конкретне, достовірне джерело.

### **Основні терміни**

*Декодування* — процес інтерпретації, розшифрування отриманої інформації.

*Дискурс* — спосіб вираження інформації, що передбачає мовлення з урахуванням соціокультурних контекстів.

*Канал* — засіб зв'язку, за допомогою якого відбувається доставка інформації.

*Кодування* — формалізація інформації в форму символів (мови, жестів, образів).

*Комунікат* — людина чи організація, яка отримує повідомлення.

*Комунікативний акт* — процес взаємодії між відправником і одержувачем у певному місці та часі, в результаті якого створюється дискурс або текст.

*Комунікативний процес* — процедура обміну інформацією між учасниками взаємодії, що містить не лише передавання інформації, але й правильне її розуміння одержувачем.

*Комунікант* — людина чи організація, яка створює, генерує повідомлення.

*Конситуація* — об'єктивно існуюча ситуація спілкування, що охоплює умови й учасників взаємодії.

*Контекст* — інформація чи обставини, що оточують слово, вислів або текст і надають йому певного сенсу.

*Мовлення* — процес вираження думок за допомогою мови, що передбачає застосування слів, граматики, інших мовних елементів для обміну інформацією.

*Модель* — візуальне чи концептуальне зображення, образ об'єкта, що надає уявлення про структуру, особливості, взаємозв'язки між складниками, спрощує отримання інформації про його сутність.

*Повідомлення* — усна, письмова, візуальна ідея, думка, інформація.

*Пресупозиція* — перетин знань, досвіду учасників взаємодії.

*Ситуація* — сукупність обставин об'єктивної реальності.

*У процесі розробки теоретичного матеріалу до теми використано такі джерела: 9; 22; 30; 31; 36; 39; 42; 50; 66; 90; 92; 101; 105; 107; 113; 150.*

### **Питання для обговорення**

1. Як науковці характеризують сутність комунікативного процесу?
2. Які компоненти охоплює в себе комунікативний акт?
3. За яких умов можливо реалізувати комунікативний процес?
4. Що передбачає процес декодування інформації?
5. Чому зворотній зв'язок є важливим у процесі ефективної комунікації?
6. Які групи моделей комунікативного процесу ввійшли в класифікацію моделей комунікації за Д. Макквейлом?
7. Які спільні риси мають моделі комунікації з позиції зв'язків із громадськістю, реклами, пропаганди за класифікацією Г. Почепцова?

## ПРАКТИЧНИЙ БЛОК

### ПРАКТИЧНІ ВПРАВИ ДЛЯ ОПАНУВАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ УМІНЬ І НАВИЧОК

#### **Вправа «Сприймання, сприйняття — це...»**

*Мета:* визначити уявлення учасників щодо понять «сприймання», «сприйняття», розвинути вміння обґрунтовувати власну думку, працювати в команді.

*Хід проведення:*

I етап: учасники групуються в дві команди, одна команда має створити малюнок або схему, що відображає сутність поняття «сприймання», інша команда — поняття «сприйняття».

II етап: учасники демонструють результати спільної роботи.

III етап: тренер акцентує увагу учасників на сутності сприймання як психічного процесу, в якому явища, події цілісно відображаються в свідомості, сприйняття як результату відзеркалення інформації про явища, отримане й інтерпретоване органами чуття.

#### **Вправа «Колір учасника»**

*Мета:* дослідити особливості сприймання учасників інших людей, розвинути емпатію, взаєморозуміння між членами групи.

*Хід проведення:* кожен учасник групи подумки визначає колір, із яким себе асоціює, потім обирає будь-якого учасника групи та визначає його колір. У колі кожен учасник має можливість назвати партнера, якого обрав для визначення кольору, колір, із яким асоціює партнера, та пояснює свій вибір. Партнер, про якого йшла розмова, повідомляє про співпадіння або розбіжність у виборі кольору першого учасника, наголошує на своїй версії кольору, потім обирає для опису на вибір іншого учасника.

## Вправа «Механізми сприймання»

*Мета:* ознайомити учасників із основними механізмами сприймання, розвинути здатність розрізняти механізми сприймання, вміння аналізувати власні особливості сприймання.

*Хід проведення:* учасники, об'єднані в пари, мають впродовж двох хвилин розповісти один одному про своє дитинство. Тренер ознайомлює учасників із механізмами сприймання (ідентифікація, емпатія, егоцентризм, рефлексія, стереотипізація, каузальна атрибуція). Після обговорення кожен учасник визначає механізм сприймання, притаманний партнеру, та обґрунтовує власну думку.

*Питання для обговорення:*

Які враження від виконання вправи?

Чи є відчуття, що інформацію, яку повідомляли про партнера, схожа з власним досвідом?

## Рольова гра «Ліфт»

*Мета:* сформувати в учасників здатність швидко адаптуватися до різних ситуацій комунікації, розвинути вміння ефективно взаємодіяти з людьми, креативність у представленні себе.

*Хід проведення:* учасники в парах уявляють ситуацію, коли застрягли в ліфті з впливовою особою, кінозіркою, представниками поліції, президентом відомої компанії, вирішили розпочати комунікацію та познайомитися. Підготовка до гри має займати не більше 30 секунд. Після підготовки учасники виконують розподілені ролі.

*Питання для обговорення:*

Чи було складно підібрати вислови для знайомства?

Яка роль виявилася найбільш незвичною?

## Вправа «Аргументи»

*Мета:* сформувати в учасників уміння аргументувати, відстоювати власну думку, розвинути уяву, критичне мислення.

*Хід проведення:* тренер пропонує учасникам підібрати по три аргументи, що підтверджують або спростовують вислів «Краще чути гірку правду, ніж слухати солодку брехню». Після підготовки учасники презентують результати роботи.

### **Вправа «Зміна теми»**

*Мета:* формування в учасників здатності до активного слухання, імпровізації інформації, розвиток уміння змінювати теми розмови.

*Хід проведення:* один із учасників групи починає розповідь на будь-яку тему, другий ввічливо вступає в комунікацію та продовжує розповідь із іншої теми, третій за прикладом другого пропонує для обговорення свою тему. Вправа завершується, коли всі учасники долучилися до розповіді.

*Питання для обговорення:*

Чи було складно ввічливо зупинити розповідь попереднього учасника?

### **Вправа «Карусель»**

*Мета:* сформувати навички швидко реагувати на початок комунікації з людьми, підтримувати та завершувати розмову, розвинути емпатію, рефлексію учасників.

*Хід проведення:* учасники розміщуються у внутрішнє та зовнішнє коло, внутрішнє є нерухомим, зовнішнє — здійснює рух вправо чи вліво. Тренер озвучує орієнтовні ситуації, кожен учасник зовнішнього кола має почати розмову з учасником внутрішнього кола, потім учасники зовнішнього кола змінюють кілька партнерів зі спілкування. У процесі виконання вправи учасники зовнішнього кола можуть змінювати ролі з учасниками внутрішнього кола.

*Ситуації комунікації:*

«Ви зустріли людину, яку добре знаєте, але довгий час не бачили. Ви зраділи зустрічі...»

«Ви побачили маленьку дитину, яку щось турбує, напружує і лякає. Важливо познайомитися з нею та заспокоїти...».

*Питання для обговорення:*

Які здібності знадобилося активізувати, виконуючи вправу?

### **Питання семінарських занять**

1. Комунікативний акт як одиниця комунікативного процесу.
2. Мова як код.
3. Комунікант як суб'єкт комунікації.
4. Особливості мовлення комуніканта.
5. Типи контексту.
6. Моделі комунікації.

### **Завдання для самостійної роботи.**

*Завдання 1.* Здійснюючи аналіз наукової літератури, визначте тенденції розвитку суспільства в галузі міжособистісної комунікації.

### **Тестові завдання для самоконтролю**

1. Комунікативний канал — це...
  - а) кількість інформації, яка передається впродовж одного комунікативного акту;
  - б) інформація, що відображає семантичну цінність;
  - в) лінія зв'язку, що забезпечує передавання повідомлення від комуніканта до одержувача.
2. Комунікаційний процес — це...
  - а) процедура обміну інформацією між учасниками взаємодії, що містить не лише передавання інформації, але й правильне її розуміння одержувачем;
  - б) тлумачення складних дефініцій за допомогою зрозумілих співрозмовнику слів;
  - в) відображення об'єктивної реальності за допомогою комунікативних засобів.
3. Комунікативний акт — це...
  - а) одиниця створення, застосування інформації;
  - б) процес взаємодії між відправником і одержувачем у певному місці та часі, в результаті якого створюється дискурс або текст;
  - в) модель комунікативної взаємодії між людьми.

4. Одновекторна комунікація — це...

а) процес обміну інформацією за допомогою визначених каналів комунікації;

б) комунікація, що має форму монологу;

в) партнерська, діалогічна взаємодія між співрозмовниками.

5. Декодування — це...

а) трансформація повідомлення у семантичну форму;

б) задум, заради якого відбувається комунікативна взаємодія;

в) процес інтерпретації, розшифрування отриманої інформації.

6. Хто з дослідників виокремив близько 40 підходів до розуміння процесу комунікації?

а) Томас Кун;

б) Юрген Рюш;

в) Чарльз Куті.

7. Конситуація — це...

а) мовленнєва діяльність, що містить лінгвістичні та екстра-лінгвістичні складники;

б) інформація чи обставини, що оточують слово, вислів або текст і надають йому певного сенсу;

в) об'єктивно наявна ситуація спілкування, що охоплює умови й учасників взаємодії.

8. Яка модель ілюструє зміну ролей у взаємодії між комунікантом і комунікатом, що призводить до трансформації комунікації у діалог?

а) модель Левіна;

б) модель Шрама-Осгуда;

в) модель Гобан-Класа.

### **Рекомендована література**

*Основна:*

1. Білик О. Основи комунікації: конспект лекцій для здобувачів фахової передвищої освіти. Луцьк, 2022. 50 с.

2. Гончарук Н. М. Психологічний аналіз комунікативного акту та його логічно-змістової структури. *Проблеми сучасної психології*. 2014. Вип. 23. С. 124–137.

3. Житарюк М. Г. Теорії та моделі масової інформації (Масова комунікація): навч. посібн. Львів, 2015. 220 с.
4. Зражевська Н. І. Комунікаційні технології: лекції. Черкаси, 2010. 224 с.
5. Карпчук Н. П. Вступ до фаху «Міжнародна інформація та суспільні комунікації»: конспект лекцій. Луцьк, 2020. 204 с.
6. Пovalій Т. Л., Бойко О. П. Соціальне партнерство та професійні комунікації в роботі менеджера соціокультурної діяльності: навчальний посібник. Суми, 2021. 241 с.
7. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. К., 1999. 307 с.
8. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підручник. К., 2008. 260 с.
9. Семенюк О. А., Паращук В. Ю. Основи теорії мовної комунікації: навч. посібник. К., 2010. 240 с.

*Додаткова:*

1. Волкова Н. П. Професійно-педагогічна комунікація: навч. посібник. Київ, 2006. 257 с.
2. Горпинич О. В., Архипова А. О. Соціологія масових комунікацій та медіапланування: навчальний посібник. Київ, 2018. 255 с.
3. Заброцький М. М. Технологія розвитку комунікативної компетентності вчителя. *Практична психологія та соціальна робота*. 2007. №7. С.31-34.
4. Конспект лекцій з дисципліни «Соціологія культури. Соціологія масових комунікацій» / укл. О. Шеломовська. Кам'янське, 2023. 88 с.
5. Малімон В. І. Комунікаційна політика в діяльності державного службовця: Навч. посібник. Івано-Франківськ, 2008. 344 с.
6. Писаревський І. М., Александрова С. А. Професійно-комунікативна компетентність (в туризмі): підручник. Харків, 2017. 175 с.
7. Різник Н. А. Навчально-методичний посібник з курсу «Основи професійної комунікації». Переяслав-Хмельницький, 2014. 80 с.
8. Руденко Ю. А. Використання сучасних психологічних технологій у формуванні мовленнєвого іміджу майбутніх вихователів. *Наука і освіта*. 2009. № 10. С. 214-219.
9. McQuail D. *Mass Communication Theory. An Introduction*. London: Sage, 1994. 621 p.



## Методичні рекомендації до вивчення теми 2

Під час опанування теми «Комунікація як процес в інформаційному суспільстві» рекомендовано:

- оволодіти теоретичним матеріалом, проаналізувати рекомендовану літературу з теми;
- з'ясувати значення термінів: декодування, дискурс, канал, кодування, комунікат, комунікативний акт, комунікативний процес, комунікант, конситуація, контекст, мовлення, модель, повідомлення, пресупозиція, ситуація;
- законспектувати відповіді на питання для обговорення;
- виконуючи практичні вправи для вдосконалення навичок, умінь комунікації, застосовувати навчально-методичну та наукову літературу з університетської бібліотеки та Інтернет-джерел;
- відповіді на питання семінарських завдань підготувати у вигляді конспекту;
- виконуючи завдання самостійної роботи, важливо дотримуватись вимог: матеріал оформити у формі есе, обсяг есе — 1,5-2 сторінки, структура есе має відповідати загальноприйнятим нормам, презентувати власний погляд на тему;
- правильні відповіді тестових завдань для самоконтролю позначити в таблиці курсивом за зразком:

1	2	3	4	5	6	7	8
а	<i>а</i>	а	а	а	а	а	а
б	<i>б</i>	б	б	б	б	б	б
в	<i>в</i>	в	в	в	в	в	в

## ТЕМА 3

### Канали комунікації. Вербальна, невербальна, паравербальна комунікація

#### ПЛАН

1. Поняття «комунікативний канал». Різновиди комунікативних каналів.
2. Вербальний канал комунікації.
3. Невербальний канал комунікації.
4. Технічні канали комунікації.

**Ключові слова:** вербальний канал, діалогічне, електронна комунікація, комунікативний канал, мовлення, монологічне мовлення, невербальний канал, письмова комунікація, слухання, технічний канал, читання.

#### **Теоретичний матеріал**

**Поняття «комунікативний канал». Різновиди комунікативних каналів.** У сучасному інформаційному суспільстві в комунікативному процесі актуальності набувають засоби зв'язку, які допомагають здійснювати передавання інформації. Такі засоби зумовлюють наявність матеріальних, організаційних, технічних інструментів, які виступають своєрідними комунікативними каналами.

Із позиції Л. Божук, у комунікативному каналі окреслено фізичні та матеріальні засоби комунікації (мова, знак, код, технічний пристрій, програмний продукт), що допомагають учасникам взаємодії створювати, сприймати інформацію.

У працях В. Малімон зазначено, що комунікативний канал відтворює фактичний або потенційний шлях контактування, за допомогою якого відбувається передання повідомлення від одного учасника комунікації до іншого. Завдяки комунікативному каналу суб'єкти взаємодії сприймають фактичне віддзеркалення інформації, що містить у собі змістове навантаження.

Л. Білоконенко, Л. Божук, М. Попов, О. Тодоров О. Холод, розрізняють природні та штучні канали комунікації.

За характеристикою Л. Білоконенко, в каналах природної комунікації відтворено застосування вроджених у людини засобів передавання інформації зі значущим змістом. Природні канали комунікації за способом представлення можуть бути вербальними і невербальними.

Для вербального каналу притаманним є застосування мови людини, що передбачає обмін інформацією учасниками комунікації за допомогою слів в усній або письмовій формі.

Особливістю невербального каналу комунікації є обмін інформацією між учасниками взаємодії за допомогою немовних засобів спілкування, а саме: міміки, жестів, рухів тіла тощо. Такі засоби комунікації доповнюють вербальне спілкування, створюючи додаткову виразність, змістовність інформаційного повідомлення.

Л. Божук окреслює штучні канали комунікації як засоби зв'язку з передавання інформації, створені людиною. До штучних каналів належать: іконічний канал як шлях передавання інформації за допомогою графічних зображень (схем, діаграм, ілюстрацій тощо); символний канал як засіб комунікації, в основі якого закладено застосування знаків-символів на амулетах, прикрасах, талісманах; художній канал як контактний засіб взаємодії через використання мистецьких форм вираження (музику, танці, поезію, театр, живопис, скульптуру, архітектуру).

**Вербальний канал комунікації.** У працях Н. Попової, А. Катаєва, Л. Базалієвої в процесі вербальної комунікації відтворено обмін інформацією в словесній формі за допомогою знакових систем, зокрема мови. За вербальною комунікацією передбачено розгляд повідомлення з позиції гносеологічного, онтологічного, прагматичного аспектів.

Вербальна комунікація реалізується завдяки усному мовленню, письмовій мові, слуханню, читанню.

Усна вербальна комунікація спрямована на адекватне сприйняття повідомлення реципієнтом. Діяльність ініціатора комунікації (відправника, комуніканта) зосереджена на передаванні інформації. В свою чергу реципієнт (слухач, адресат) концентрує увагу на повідомленні з позиції сприйняття, усвідомлення, прийняття рішення щодо його застосування.

Перш ніж передати інформацію реципієнту, відправник визначає особливості аудиторії, мету озвучування повідомлення, використовуючи притаманну лише реципієнту манеру говоріння, жанр, код мови, досвід комунікації. Манера мовлення відправника в процесі комунікації може бути доповненою невербальним каналом взаємодії (своєрідний темп, тембр, акценти, паузи). Отримуючи від реципієнта зворотній зв'язок, відправник адаптує свою мовленнєву діяльність до потреб, особливостей аудиторії, де мовленнєву діяльність розтлумачено як процес створення й уявлення інформації завдяки мовним засобам, що використовують учасники комунікативної взаємодії.

У процесі мовлення передбачено реалізацію усної форми мовленнєвої діяльності, що містить вираження думок, почуттів за допомогою висловлювань. Мовлення можливо здійснити за умови відповідної ситуації, що спонукає до висловлення, наявності мети передавання інформації, володіння знаннями про предмет комунікації, усвідомлення потреб, поглядів реципієнта, наявності засобів презентації думок, почуттів, ставлень до мовленнєвої діяльності.

О. Гаврилова пропонує виокремити такі основні функції мовлення:

- комунікативну (обмін інформацією між учасниками взаємодії),
- конструктивну (формулювання, висловлення думок),
- апелятивну (вплив на реципієнта для досягнення певної реакції),
- емотивну (емоційна реакція щодо ситуації),
- фатичну (обмін встановленими правилами поведінки для збереження взаємодії),
- метамовну (інтерпретація змісту інформації).

До різновидів мовлення М. Попов, О. Тодорова відносять внутрішнє мовлення та зовнішнє. Мовлення внутрішнє передбачає розмову індивіда власне з самим собою, зовнішнє — окреслює характеристики діалогу та монологу.

За діалогічним мовленням передбачено взаємодію двох учасників комунікації, характер якої зумовлено обставинами та досвідом попереднього спілкування. Монологічне мовлення засноване на однібічній взаємодії, в якій один учасник комунікації озвучує інформацію, інший слухає.

Слухання розтлумачено в працях Н. Попової А. Катаєва, Л. Балзієвої як вид мовленнєвої діяльності, що передбачає одержання,

обробку мовної інформації завдяки слуховому аналізатору. Взаєморозуміння між учасниками комунікації зумовлене здатністю слухати і чути. Слухання спрямоване на розкриття сутності, осмислення змісту одержаної інформації.

Із-поміж функцій письмової мови окреслено: фіксацію інформації в документах, відбір і викладання інформації, трансляцію повідомлення на певні відстані, зберігання відомостей про будь-що як документальні докази, ведення реєстрового обліку задля ідентифікації відомостей, планування в процесі вирішення складних завдань.

Розвинене вміння слухати забезпечує розуміння думки партнера, що містить: активне сприйняття повідомлення від адресанта, утримання від висловлення власних емоцій, заохочення співрозмовника до продовження комунікації, незначний вплив на комуніканта з позиції розвитку його думок.

Розглядаючи проблему слухання, Н. Попова, А. Катаєв, Л. Базалієва виокремлюють рівні слухання, зокрема: слухання-співчуття, неглибоке слухання, пасивне слухання.

Дж. Келлі схарактеризував такі види слухання: критичне (наявність критичного аналізу повідомлення, спроба до розуміння його змісту), емпатичне (усвідомлення емоційного ставлення до повідомлення), нерефлексивне (уважне слухання без коментарів), активно-рефлексивне (слухання з уточненнями, висловленнями тощо).

Особливістю письмової мови є застосування письма для обміну інформацією між учасниками комунікації.

За потреби ефективно письмово виразити думки необхідно розвивати такі механізми формування текстів:

- відбір слів, що відповідають темі тексту;
- спільне впорядкування ознак у групі висловлювань;
- визначення наявності в предмета ознаки, що виступає ключовою в сенсових аспектах пропозиції;
- встановлення взаємозв'язку між реченнями.

Письмову комунікацію зазвичай застосовують для фіксації записів повідомлення, передавання важливої, офіційної інформації, як письмову основу в процесі обговорення, представлення доказів, у разі поширення інформації кільком адресатам тощо.

Читання як засіб вербальної комунікації, на думку, А. Усатого, характеризує один із аспектів мовленнєвої діяльності, що ґрунту-

ється на сприйнятті, розумінні інформації, записаної чи відтвореної технічним обладнанням. Читання передбачає візуальне сприймання тексту, смислове розуміння, інтерпретацію інформації, що закладено в тексті, його вимовлення тощо. Через взаємодію візуального сприймання до основних етапів читання дослідник відносить:

- тлумачення, розуміння слів;
- визначення сенсу слів відповідно до еталонів, контексту;
- виявлення взаємозв'язків між словами на синтаксичному рівні;
- окреслення зумовленості між собою речень, абзаців;
- виокремлення відповідності наданої інформації зі знаннями читача.

У працях Г. Волошиної, Є. Мельник, Р. Слобоженко визначено такі типи читання: вголос (текст промовляють вголос), мовчазне (читання про себе).

Із-поміж переваг читання є характер сприйняття, розуміння інформації на рівні «форма-значення», що ґрунтується на візуальному сприйнятті форм слова; наявність взаємодії слів із іншими словами, створюючи контекст; відсутність еталонів говоріння, аудіювання для інтерпретації інформації; можливість відобразити ситуацію та усвідомити її сенс.

**Невербальний канал комунікація.** Досліджуючи проблему невербальної комунікації, Н. Карпук зазначає, що виокремлене явище характеризує форму спілкування, в основі якого закладено різні знакові системи, окрім слів.

Для невербальної комунікації характерні такі особливості:

- полісенсорна природа (комунікація через різні органи чуття: зір, слух, нюх, дотик);
- еволюційна першість (невербальна комунікація з'явилася раніше, ніж вербальна);
- незалежність від мови (сигнали невербальної комунікації не залежать від слів);
- підсвідомий характер (невербальні сигнали сприймаємо та проявляємо несвідомо);
- універсальність (невербальні сигнали є зрозумілими людям різних культур);
- акустичні особливості (застосування різних засобів звучання мови: темп, ритм, тембр, гучність)

- психофізіологічне сприйняття (невербальні сигнали сприймаються психікою та тілом на іншому рівні, ніж вербальні).

З-поміж видів невербальної комунікації Н. Карпук визначає:

- оптико-кінетичні (комунікація за допомогою жестів, рухів тіла, міміки тощо);
- фонаційні (передавання інформації через тон мови, темп, паузи, гучність, тембр);
- графічні (комунікація через схеми, шрифти, графіки);
- ситуативні (дистанція, тривалість погляду, рукостискання, зовнішній вигляд тощо).

За класифікацією засобів невербальної комунікації І. Писаревського, С. Александрової виокремлено:

- кінесичні засоби, що передаються за допомогою рухів тіла (міміка, пози тіла, погляд, хода, жести), доповнюють вербальну інформації, насичуючи її емоціями, сприяють кращому розумінню співрозмовника, дозволяючи побачити справжні його наміри, допомагають встановити контакт, підтримати розмову, вплинути на партнера по комунікації;

- просодичні та екстралінвістичні засоби, що відображають ритміко-інтонаційні характеристики мови (інтонація, темп, наголос, гнучкість, тембр) та психофізіологічні реакції на ситуацію комунікації (мовчання, паузи, сміх, плач), допомагають зробити мову більш експресивною, переконливою, передати емоції, підтримати увагу співрозмовника, налагодити контакт із людьми, збудувати довіру;

- такесичні засоби, що передбачають контакт через дотики (потискання руки, обійми, поплескування по плечу тощо), використовуються задля передавання емоцій, створення зв'язку, зниження рівня стресу, розвитку дітей, поліпшення фізичного здоров'я;

- проксемічні засоби віддзеркалюють особливості використання співрозмовниками простору в комунікації, що передбачає розміщення партнерів один відносно одного та дистанцію між учасниками комунікації, зосереджуючи увагу на характері взаємовідносин партнерів.

Орієнтуючись на класифікацію засобів невербальної комунікації І. Писаревського, С. Александрової, вважаємо за необхідне окреслити особливості деяких засобів.

У міміці людини закладено універсальний спосіб передавання емоцій (радості, смутку, гніву страху, подиву), адже через рухи м'язів цілісно представлено вираз обличчя, за яким доволі легко можливо побачити внутрішній стан партнера по комунікації.

Положення тіла (поза) може багато розповісти про те, як людина себе почуває. Відкрита поза свідчить про зацікавленість та готовність до спілкування, закрита — про скутість, невпевненість або небажання спілкуватися.

Напрямок, інтенсивність погляду передають важливу інформацію про людину. Прямий погляд може свідчити про впевненість, щирість, зацікавленість людини, відведений — про невпевненість, сором'язливість або нещирість.

За манерою ходити можливо визначити настрій, темперамент, фізичний стан людини, а також її соціальний статус. Основними характеристиками ходи виступають: темп, ритм, довжину кроку, положення рук, поставу тощо.

За допомогою рухів рук, голови (жести) стає більш зрозумілою вербальна комунікація. До різновидів жестів належать жести: ілюстративні (доповнюють мову, наочно її підкреслюють); емоційні (відображають емоції та почуття); регулятивні (налаштовують комунікацію під ситуацію); символічні (передбачають застосування знаків, які є зрозумілими іншим).

У мелодиці голосу (інтонації), як просодичному засобі невербальної комунікації, зосереджено вираження емоцій (радість, страх, здивування, іронію), намірів (щирість, згоду, сумнів), ставлення до мовлення (серйозність, гумор, зневагу), підкреслено сенс інформації, ритм мови.

Швидкість мовлення (темп) свідчить про психофізіологічні особливості, емоційний стан мовця, його налаштування до співрозмовника, настрої, компетентність, обставини, тему розмови.

Завдяки наголосу людина здатна, виокремлюючи певні слова чи склади слів голосом, підкреслює їх значущість, виражає емоції, вирізняє слова з однаковими написанням тощо.

За допомогою сили звучання голосу (гучності) людина акцентує особливу увагу на емоціях, важливості інформації, чіткості думок.

У забарвленні голосу (тембрі) людини закладено її унікальність, особливість, що залежить від анатомічних властивостей мовного апарату, способу життя, емоцій.



Мовчання як екстралінгвістичний засіб невербальної комунікації відображає відсутність мови задля можливості співрозмовнику висловитися, прояву емоцій, розуміння мови, намірів іншого.

Невеликі перерви в мовленні (паузи) застосовуються людиною з метою підкреслення значущої інформації, особливих моментів, під час яких співрозмовник може обміркувати свої думки, сформулювати відповідь.

Сміх, як засіб невербальної взаємодії, відтворює почуття веселості людини, яке символізує розрядку напруги, позитивні емоції, можливість усвідомити співрозмовником, що озвучена ним інформація не сприймається як серйозна.

За допомогою виразу смутку (плачу) людина привертає до себе увагу з підтекстом допомоги і підтримки, викликає в інших співчуття, проявляє негативні емоції, що символізують розчарування, образу тощо.

У процесі застосування такесичних засобів невербальної комунікації через потискання руки співрозмовник може передавати вітання, подяку, підтримку, співчуття, символізуючи, що міцне потискання свідчить про впевненість, авторитет, слабке — про зневіру, коротке підкреслює нейтральність, довге наголошує на щирості, емоційній близькості.

Застосовуючи обійми, людина акцентує свою увагу на любові до партнера, співчутті до співрозмовника, підтримці, де короткі обійми є знаком привітання, довгі — символом щирості і теплоти, міцні свідчать про сильні емоції, легкі — про ніжність і турботу.

Використовуючи поплескування по плечу, людина може підбадьорювати співрозмовника в його намірах, прагненнях, вітати при зустрічі чи прощатися, співчувати, підтримувати іншого.

Характеризуючи розташування партнерів один до одного, як проксемічного засобу, важливо розуміти, що пряме розташування свідчить про зацікавленість, увагу, під кутом — символізує про невпевненість, незгоду, з боку — знак байдужості, бажання завершити розмову.

Дистанція між партнерами відображає ставлення співрозмовників один до одного, де інтимна зона (0–45 см) — відстань близьких людей, особиста зона (45–120 см) — відстань для комунікації з друзями, знайомими, соціальна зона (120–400 см) — відстань для спіл-

кування з незнайомими людьми, публічна зона (400 см і більше) — відстань для публічних виступів.

**Технічні канали комунікації.** З розвитком інформаційних, комп'ютерних технологій у процесі комунікації крім охарактеризованих каналів взаємодії в сучасному соціальному середовищі, згідно з дослідженнями М. Побережної, Н. Тарасової, з'являються комп'ютерно-опосередковані (електронні) та друковані засоби (канали) комунікації.

М. Побережна електронну комунікацію визначає як динамічний процес обміну інформацією (письмова, усна комунікація) з використанням комп'ютерних мереж, телекомунікацій, Інтернету, інструментів мультимедіа.

Основними властивостями засобів електронної комунікації, що характеризують переваги застосування цього каналу взаємодії, є: доступність, зручність, швидкість, анонімність. Проте існують і недоліки у використанні електронних засобів комунікації, зокрема: відсутність невербальної комунікації, наявність відволікаючих чинників, технічні збої тощо.

До різновидів технічних каналів комунікації, як засобів зв'язку з використанням технологій для передавання інформації між двома і більше пунктами, Н. Тарасова відносить: канали активної взаємодії (радіо, телебачення, Інтернет, електронна пошта, соціальні мережі), канали пасивного зв'язку (друкована преса, кіно, реклама).

Для М. Побережної до технічних каналів комунікації належать: інформаційна система, Web-сайти, віртуальна реклама, реклама на телебаченні, канали передавання корпоративної інформації, засоби дистанційної комунікації.

Ґрунтуючись на дослідженнях зазначених авторів виокремлюємо такі технічні канали комунікації:

- комп'ютерно-цифрові — способи взаємодії з застосуванням комп'ютерних, цифрових технологій (онлан-ігр, відеоконференцій, форумів, відеочатів, аудіочатів, Web-сайтів);

- електронні лінії зв'язку — канали із застосуванням електричних сигналів для передавання інформації (мережа Інтернет, Wi-Fi, Bluetooth);

- друковані канали — засоби комунікації, носієм передавання інформації яких є папір, електронні носії (газети, журнали, каталоги, листівки, електронні книги, Web-сторінки);

- мережеві канали — засоби комунікації з використанням комп'ютерних мереж для передавання інформації (електронна пошта, соціальні мережі, блоги, вікі, месенджери);
- мобільні телекомунікації — канал обміну інформацією через стільникову мережу мобільного зв'язку за допомогою мобільних телефонів (голосові дзвінки, текстові повідомлення, мультимедійні повідомлення, мобільний Інтернет);
- телебачення — засіб передавання інформації за допомогою електронних сигналів трансляції зображень і звуку через телевізори (інформаційні, аналітичні, розважальні телеканали).

Завдяки використанню технічних каналі комунікації сучасне суспільство має змогу встановлювати контакт із іншими, мати доступ до будь-яких відомостей, навчатися, розважатися, вести бізнес, здійснювати політичну та соціальну діяльність тощо.

### **Основні терміни**

*Вербальний канал комунікації* — спосіб взаємообміну повідомленнями між учасниками комунікації за допомогою слів в усній або письмовій формі.

*Внутрішнє мовлення* — розмова індивіда власне з самим собою.

*Діалогічне мовленням* — взаємодія двох учасників комунікації, характер якої зумовлено обставинами та досвідом попереднього спілкування.

*Екстралінвістичні засоби* — способи комунікації, що відтворюють психофізіологічні реакції учасників на ситуацію взаємодії.

*Електронна комунікація* — динамічний процес обміну інформацією з використанням комп'ютерних мереж, телекомунікацій, Інтернету, інструментів мультимедіа.

*Зовнішнє мовлення* — розмова індивіда з іншими.

*Кінесичні засоби* — способи комунікації, що передаються за допомогою рухів тіла.

*Комунікативний канал* — фактичний або потенційний шлях зв'язку, за яким здійснюється передавання інформації від одного учасника комунікації до іншого.

*Мовленнєва діяльність* — процес створення й уявлення інформації завдяки мовним засобам, що використовують учасники комунікативної взаємодії.

*Мовлення* — реалізація усної форми мовленнєвої діяльності, що містить вираження думок, почуттів за допомогою висловлювань.

*Монологічне мовлення* — однобічна взаємодія, в якій один учасник комунікації озвучує інформацію, інший слухає.

*Невербальний канал комунікації* — засіб обміну інформацією між учасниками взаємодії за допомогою немовних способів спілкування, а саме: міміки, жестів, рухів тіла.

*Письмова комунікація* — фіксація записів повідомлення, поширення інформації кільком адресатам.

*Проксемічні засоби* — канали комунікації, що віддзеркалюють особливості використання співрозмовниками простору та дистанцію в комунікації.

*Просодичні засоби* — способи комунікації, що відображають ритміко-інтонаційні характеристики мови.

*Слухання* — вид мовленнєвої діяльності, що передбачає одержання, обробку мовної інформації завдяки слуховому аналізатору.

*Такесичні засоби* — способи комунікації, що передбачають контакт через дотики.

*Технічні канали комунікації* — засоби зв'язку з використанням технологій для передавання інформації між двома і більше пунктами.

*Читання* — засіб вербальної комунікації, що ґрунтується на сприйнятті, розумінні інформації, записаної чи відтвореної технічним обладнанням.

*У процесі розробки теоретичного матеріалу до теми використано такі джерела: 10; 11; 23; 25; 42; 46; 66; 72; 81; 90; 91; 95; 96; 117; 121; 126.*

### **Питання для обговорення**

1. Як дослідники процесі комунікації характеризують феномен «комунікативний канал»?

2. Яким чином відбувається застосування невербального каналу комунікації?

3. Якою є перевага усної форми мовленнєвої діяльності над письмовою?

4. За якими характеристиками розрізняють діалогічне мовлення та монологічне?

5. Які засоби невербальної комунікації виокремлено дослідниками?
6. Схарактеризуйте роль технічних каналів комунікації в розвитку соціальної взаємодії.

## ПРАКТИЧНИЙ БЛОК

### ПРАКТИЧНІ ВПРАВИ ДЛЯ ОПАНУВАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ УМІНЬ І НАВИЧОК

#### **Вправа «Комунікативний етикет — це...»**

*Мета:* визначити уявлення учасників щодо понять «комунікативний етикет», розвинути вміння обґрунтовувати власну думку, працювати в команді.

*Хід проведення:*

I етап: учасники об'єднуються в три команди, які створюють малюнок або схему, що відображає сутність поняття «комунікативний етикет».

II етап: учасники демонструють результати спільної роботи.

III етап: тренер акцентує увагу учасників на сутності комунікативного етикету як системи правил застосування мовних, немовних засобів спілкування, що відповідають моральним нормам соціуму, національно-культурним традиціям, враховуючи індивідуальні особливості учасників взаємодії.

#### **Вправа «Етикет комунікації вразив»**

*Мета:* поглибити знання щодо характеристики комунікативного етикету, розвинути навички аналізувати конкретні ситуації життя, сприяти обміну досвідом, сформуванню вміння конструктивно обговорювати враження, думки.

*Хід проведення:*

I етап: тренер пропонує учасникам об'єднатися в пари, кожна пара має згадати ситуації з життя, в яких комунікативний етикет інших людей їх особисто вразив, проговорити ситуації.

II етап: учасники презентують результати роботи в парах.

*Питання для обговорення:*

Що саме вразило в життєвих ситуаціях?

Чи були згадані Вами люди в ситуаціях значущими для Вас?

### **Вправа «Комунікативні ознаки культури мовлення»**

*Мета:* сформувати знання учасників про елементи культури мовлення, розвинути творчість у створенні переліку ознак культури мовлення, сприяти розвитку аналітичної діяльності щодо ролі культури мовлення в особистому та професійному житті.

*Хід проведення:* учасники об'єднуються в дві команди, одна команда складає перелік комунікативних ознак культури мовлення, інша — створює перелік ознак комунікації, в якій відсутня культура мовлення. Після підготовки команди презентують результати своєї роботи. За результатами діяльності команд тренер акцентує увагу на основні комунікативні ознаки культури мовлення, зокрема: точність, правильність, змістовність, логічність, доречність, виразність, чистота, багатство тощо.

### **Вправа «Дискусія»**

*Мета:* сприяти ефективній взаємодії учасників за допомогою невербальної комунікації, розвинути взаєморозуміння, здатність вирішувати завдання за умови обмежених можливостей.

*Хід проведення:* учасники об'єднуються в трійки, в кожній трійці один учасник відображає роль «глухого і німого» (комунікація за допомогою зору, жестів, пантоміміки), другий — «глухого і паралітика» (спілкування завдяки мовленню), третій — «сліпий і німий» (сприйняття інформації за допомогою слуху, комунікація завдяки жестам, міміки). Учасники в трійках мають домовитися про місце, час і мету зустрічі, виконуючи умови ролі.

*Питання для обговорення:*

Чи вдалося учасникам домовитися?

Яку роль було виконувати найскладніше?

### **Вправа «Гвалт»**

*Мета:* розвинути в учасників навички активного слухання, концентрації, здатності виокремлювати голос партнера з загального шуму, уміння сприймати важливу інформацію.

*Хід проведення:* учасники об'єднуються в пари, партнери кожної пари розходяться в різні кути кімнати на максимальну відстань, розпочинають одночасно обговорювати будь-яку тематику, спілкуються лише зі своїм партнером, виокремлюючи його голос у загальному шумі.

*Питання для обговорення:*

Чи вдалося зрозуміти, що повідомляє партнер?

### **Вправа «Уважне слухання — конструктивна відповідь»**

*Мета:* розвиток в учасників уміння ефективно комунікувати, активно слухати, висловлювати власну думку, чітко перефразувати сказане партнера, навичок емпатії.

*Хід проведення:* учасники в парах висловлюють судження відносно себе, партнера чи ставлення до співрозмовника, партнер перефразовує озвучене і переказує почуте, застосовуючи фрази: «Ти зараз відчуваєш...», «Тобі, можливо, здається, що...», «Ти вважаєш, що...», потім учасники здійснюють обмін ролями.

*Питання для обговорення:*

Які відчуття від перефразованої інформації партнера?

### **Вправа «Ситуації комунікації»**

*Мета:* сформувати в учасників уміння ефективно взаємодіяти, застосовувати різні засоби комунікації, розвинути стратегічне мислення в процесі прийняття рішень із питань комунікації.

*Хід проведення:* тренер пропонує учасникам створити трійки, уявити, що вони менеджери одного з відділів компанії, що виготовляє електронну апаратуру, процес взаємодії між співробітниками здійснюється за допомогою різних каналів комунікації (вербальних, невербальних, технічних), щодня відділ працює з великою кількістю повідомлень, використовує різні канали комунікації, необхідно ви-

конати низку комунікативних завдань відповідно до плану роботи, а саме: узгодити зустріч із трьома співробітниками з іншого відділу; привітати колегу, яка нещодавно стала мамою; повідомити співробітників складу про те, що кілька клієнтів висловили незадоволення щодо якості пакування; узгодити зустріч із керівником; поінформувати працівників відділу про нові нормативні документи; вирішити конфліктну ситуацію між двома співробітниками, які планують відпустку одночасно. Після підготовки завдання учасники презентують результати роботи в колі, розігруючи ситуації.

### ***Питання семінарських занять***

1. Мовна (вербальна, словесна) комунікація у гносеологічному, онтологічному, прагматичному аспектах.
2. Функції мови.
3. Правила активного слухання.
4. Особливості візуальної комунікації.
5. Мовчання як форма комунікації.
6. Характеристика паравербальної комунікації.

### ***Завдання для самостійної роботи***

*Завдання 1.* Підготуйте матеріали для розміщення в соціальних мережах із теми «Значення вербальних, невербальних, технічних каналів комунікації для сучасного суспільства».

### ***Тестові завдання для самоконтролю***

1. Вербальний канал комунікації — це...
  - а) засіб обміну інформацією учасниками комунікації за допомогою слів в усній або письмовій формі;
  - б) розмова індивіда з самим собою;
  - в) однібічна взаємодія, в якій один учасник комунікації озвучує інформацію, інший слухає.
1. Невербальний канал комунікації — це...
  - а) вид мовленнєвої діяльності, що передбачає одержання, обробку мовної інформації завдяки слуховому аналізатору;



б) засіб обміну інформацією між учасниками взаємодії за допомогою немовних способів спілкування;

в) засіб вербальної комунікації, що ґрунтується на сприйнятті, розумінні інформації.

3. Засіб вербальної комунікації, що ґрунтується на сприйнятті, розумінні інформації, записаної чи відтвореної технічним обладнанням — це...

а) читання;

б) слухання;

в) мовлення.

4. Способи комунікації, що передаються за допомогою рухів тіла — це ...

а) такесичні засоби;

б) проксемічні засоби;

в) кінесичні засоби.

5. Що передбачає апелятивна функція мовлення?

а) формулювання, висловлення думок;

б) обмін встановленими правилами поведінки для збереження взаємодії;

в) вплив на реципієнта для досягнення певної реакції.

6. До якого виду слухання належить уважне слухання без коментарів?

а) емпатичне;

б) нерефлексивне;

в) критичне.

7. Засоби зв'язку з використанням технологій для передавання інформації між двома і більше пунктами — це...

а) технічний канал комунікації;

б) невербальний канал комунікації;

в) вербальний канал комунікації.

8. Мережеві канали комунікації — це...

а) канали із застосуванням електричних сигналів для передавання інформації;

б) засоби комунікації з використанням комп'ютерних мереж для передавання інформації;

в) засоби комунікації з використанням комп'ютерних і цифрових технологій.

## Рекомендована література

### Основна:

1. Білоконенко Л. А. Українськомовна комунікологія: практикум. Кривий Ріг, 2020. 105 с.
2. Божук Л. В. Соціальні комунікації: методичні рекомендації до самостійної роботи. К.: НАУ, 2021. 56 с.
3. Карпук Н. П. Вступ до фаху: конспект лекцій. Луцьк, 2019. 163 с.
4. Ковалинська І. В. Невербальна комунікація. К., 2014. 289 с.
5. Писаревський І. М., Александрова С. А. Професійно-комунікативна компетентність (в туризмі). Харків, 2017. 175 с.
6. Побережна М. П. Електронні канали комунікації: функції, переваги, недоліки. *Наукові праці НУХТ*. 2012. № 43. С. 174-180.
7. Попов М. П., Тодорова О. Л. Комунікації в сфері державного управління та місцевого самоврядування: Конспект лекцій. Одеса, 2022. 172 с.
8. Попова Н. В., Катаєв А. В., Базалієва Л. В. Маркетингові комунікації: підручник. Харків: «Факт», 2020. 315 с.
9. Тарасова Н. С. Класифікація форм комунікації в епоху панування візуальних образів. *Вісник Харківського нац. ун-ту імені В. Н. Каразіна*. 2014. № 1122. Вип. 33. С. 33–38.
10. Усатий А. В. Закономірності процесу сприймання літературних творів старшокласниками. *Українська література в загальноосвітній школі*. 2012. № 3. С. 16–22.
11. Холод О. Соціальні комунікації: тенденції розвитку: навч. посіб. К., 2018. 370 с.

### Додаткова:

1. Бочаріна Н. О. Психологічні особливості формування гуманістичної спрямованості майбутнього соціального педагога: дис. канд. наук: 19.00.07. Переяслав-Хмельницький, 2012. 300 с.
2. Войтенко С. М., Колосов А. Б. Програма розвитку групової ефективності спортивної команди: метод. вказівки. Вінниця, 2018. 120 с.
3. Волошина Г. П. Особливості уроків читання та літературознавча пропедевтика у початковій школі. Умань, 2011. 126 с.
4. Гаврилов О. В. Мова, мовлення, їхні функції і вплив на психічний розвиток особистості. *Збірник наукових праць «Проблеми сучасної психології»*. 2019. № 2. С. 85–96.

5. Малімон В. І. Комунікаційна політика в діяльності державного службовця. Івано-Франківськ, 2008. 344 с.
6. Мацюк З., Станкевич Н. Українська мова професійного спілкування: навч. посібник. Львів, 2005. 245 с.
7. Мельник Є. Ю., Слобоженко Р. А. Читання вголос як ефективний прийом опрацювання мовленнєвого матеріалу. *Сучасні тенденції іншомовної професійної підготовки майбутніх фахівців немовних спеціальностей в полікультурному просторі* / за ред. Ю. О. Волошина, Н. В. Гончаренко-Закревської, Н. М. Василюшиної. К., 2023. С. 138–145.
8. Олійник І. Мовленнєва діяльність як основа формування комунікативної компетентності молодших школярів. *Нова педагогічна думка*. 2023. № 2 (114). С. 116–120.
10. Руденко Ю. А. Використання сучасних психологічних технологій у формуванні мовленнєвого іміджу майбутніх вихователів. *Наука і освіта*. 2009. № 10. С. 214–219.
11. Хронюк І. Є. Психологія спілкування: навчально-методичний посібник для практичних психологів та соціальних педагогів. Сквиря, 2008. 86 с.
12. Яцура В. В., Жук О. П. Менеджмент: навчальний посібник. Львів, 2008. 444 с.

### **Методичні рекомендації до вивчення теми 3**

Під час опанування теми «Канали комунікації. Вербальна, невербальна, паравербальна комунікація» рекомендовано:

- оволодіти теоретичним матеріалом, проаналізувати рекомендовану літературу з теми;

- з'ясувати значення термінів: вербальний канал, діалогічне, електронна комунікація, комунікативний канал, мовлення, монологічне мовлення, невербальний канал, письмова комунікація, слухання, технічний канал, читання;

- законспектувати відповіді на питання для обговорення;

- виконуючи практичні вправи для вдосконалення комунікативних умінь і навичок, застосовувати навчально-методичну та наукову літературу з університетської бібліотеки та Інтернет-джерел;

- відповіді на питання семінарських завдань підготувати у вигляді конспекту;



## ТЕМА 4

### Комунікативні бар'єри

#### ПЛАН

1. Сутність феномена «комунікативний бар'єр». Чинники комунікативних бар'єрів.
2. Різновиди комунікативних бар'єрів.
3. Особливості подолання комунікативних бар'єрів.

*Ключові слова:* бар'єр, гендер, комунікативний бар'єр, етика, модель поведінки, мотивація, семантика, сприйняття, стереотип, стиль, темперамент, характер, фонетика.

#### *Теоретичний матеріал*

**Сутність феномена «комунікативний бар'єр». Чинники комунікативних бар'єрів.** Проблему комунікативних бар'єрів відображено в працях Л. Барановської, Н. Глушаниця, В. Ключан, О. Марченко, С. Тищенко, Г. Федорової, М. Філоненко, Л. Хижняк, О. Шибаніної, Н. Щур та інших науковців.

У великому тлумачному словнику сучасної української мови феномен «бар'єр» розглянуто як перешкоду, перепону, що заважає здійснювати, розвивати будь-що.

Л. Барановська, Н. Глушаниця вважають, що комунікативні бар'єри окреслюють типові перешкоди, що з'являються в процесі взаємодії між людьми через різноманітні об'єктивні чи суб'єктивні чинники й ускладнюють процес комунікації.

За дослідженнями Н. Вайцехівської, комунікативні бар'єри можуть стати причинами порушень, що перешкоджають взаєморозумінню, зумовлюють вербальні конфлікти між людьми.

На думку Л. Березовської, за комунікативними бар'єрами криються труднощі, що становлять перепони в процесі обміну поглядами, почуттями, враженнями через недостатній розвиток умінь застосовувати мовні засоби, встановлювати контакт із іншими, керувати емоціями, уникати стереотипних уявлень про співрозмовника, орієнтуватися в ситуаціях взаємодії.

Комунікативні бар'єри, для І. Писаревського, С. Александрової, відтворюють перешкоди, що викривлюють сенс інформації, ускладнюють ефективну комунікацію, деформують сприйняття повідомлення.

В основі комунікативних бар'єрів, як зазначає М. Козирев, закладено негативні переживання, установки, почуття сорому, провини, тривоги, зумовлені труднощами в процесі адекватного обміну повідомленнями між співрозмовниками.

Для Л. Хижняк, Г. Федорової, Г. Федосової, Н. Щур, комунікативні бар'єри належать до різновиду психологічних бар'єрів, внутрішніх перешкод, що блокують процес передавання інформації від відправника до одержувача, адже за природою виконують захисну функцію від зайвої чи обтяжливої інформації, активізуючи негативні емоції. Проявляються комунікативні бар'єри в поведінці людини, для якої характерними є відсутність співчуття, здатності до гнучкості в спілкуванні з іншими, наявність смислових перешкод.

Із-поміж основних причин появи комунікативних бар'єрів між людьми, як зазначають О. Носенко, А. Кайдалова, слід виокремити: різний словниковий запас, відмінні інтелектуальні властивості, сприйняття ситуації взаємодії, розбіжності в знаннях щодо тематики розмови, особливостях взаємин між співрозмовниками, неспівпадіння в соціокультурних, політичних, професійних, релігійних уподобаннях учасників комунікації. До визначеного переліку бар'єрів комунікації Н. Войцехівська додає: порушення кордонів взаємодії, відмінність цілей і потреб, особисте неприйняття партнера, різниця в рівнях розвитку комунікативних здібностей, пізнавальних процесів, невідповідність обставин комунікації тощо.

У працях І. Писаревського, С. Александрової причинами виникнення комунікативних бар'єрів є: заздалегідь сформовані моделі поведінки, оцінки, концепції; використання стереотипів щодо партнера; сформульовані завчасно висновки щодо особистості співрозмовника; застосування першого враження про людину для оцінки окремих рис; приписування своїх властивостей, станів іншим людям тощо.

Узагальнюючи причини появи комунікативних бар'єрів, Н. Щур виділяє мотиваційну, операційну, когнітивну, соціально-психологічну групи чинників.

Мотиваційні чинники містять захисну реакцію в поведінці людини в ситуаціях іншомовної комунікації через неадекватну самооцінку та високі вимоги до себе, що зумовлює появу захисного механізму мотивації задля збереження самооцінки й ускладнює взаємодію.

Властивостями операційних чинників є недостатньо сформований рівень мовних і мовленнєвих навичок, комунікативних умінь, що призводить до неадекватного сприйняття, розуміння інформації, нездатності взаємодіяти зі співрозмовником, впливати на його поведінку, ухвалювати спільні конструктивні рішення, володіти невербальними засобами комунікації.

Характерними рисами когнітивних чинників комунікативних бар'єрів є особливості сформованості вміння розрізняти звуки, інтонацію, рівень розвитку пам'яті, мислення, процесів мисленнєво-мовленнєвої діяльності тощо.

До соціально-психологічних чинників комунікативних бар'єрів належать емоційна напруга, що заважає раціонально мислити в процесі мовленнєвої активності людини, наявність негативних поглядів і переконань, відсутність упевненості в своїх силах, недостатній рівень адаптаційних можливостей, що підкріплює тривогу через невизначеність процесу взаємодії. Зазначені чинники комунікативних бар'єрів, як підкреслює дослідник, є взаємозалежними, що зумовлює застосування комплексного підходу в процесі подолання комунікативних перешкод.

**Різновиди комунікативних бар'єрів.** Класифікація видів комунікативних бар'єрів, охарактеризована дослідниками (М. Козирева, О. Марченко, О. Шебаніна та ін.), є різноманітною.

Так, О. Марченко до комунікативних бар'єрів відносить такі види:

- мовні бар'єри: семантичний (застосування однакових знаків для позначення різних явищ), фонетичний (особливості вимови, інтерпретації почутого), бар'єр неввічливості (невміння слухати, чути думку іншого), бар'єр модальностей (нездатність вирізнити пріоритетний засіб сприйняття інформації);

- бар'єри взаємодії: мотиваційний (різний рівень мотивації учасників взаємодії), етичний (наявність несумісної моральної позиції між співрозмовниками), некомпетентності (нездатність усвідомити отриману інформацію), стилів спілкування (залежність від характеру, темпераменту, світогляду співрозмовника);

- бар'єри сприйняття, усвідомлення: естетичний (неакуратний вигляд учасника комунікації), статусний (особливості соціального становища партнера), негативних емоцій (перебування співрозмовника в стані стресу), стану здоров'я (врахування стану здоров'я партнера), установки (наявність у партнера негативного ставлення до взаємодії, співрозмовника), двійника (очікування від партнера вчинків, подібних до своїх);

- гендерний бар'єр (прояв природних відмінностей комунікативної поведінки чоловіків і жінок).

О. Шебаніна, В. Клочан, С. Тищенко з-поміж різновидів комунікативних бар'єрів виокремлюють:

- бар'єр негативних емоцій (наявність почуття незадоволеності життям, стресу, конфліктних ситуацій);

- бар'єр сприйняття (наявність перешкод у розумінні, настанов, вражень);

- бар'єр мови (скутість мовної мускулатури, особливості нервової системи);

- бар'єри настанов (система цінностей, специфічні риси адаптації);

- бар'єр першого враження (труднощі комунікації після отримання первинних емоцій у взаємодії з партнером);

- бар'єри взаєморозуміння (готовність адекватно інтерпретувати надану інформацію від партнера);

- бар'єр темпераменту, характеру (труднощі взаємодії особистостей із різними типами нервової системи, індивідуальних характеристик).

У дослідженнях Л. Березовської, Г. Щілінської, М. Козирева серед видів комунікативних бар'єрів виділено: емоційні бар'єри, пов'язані з психологічними, емоційними станами співрозмовника; фонетичні бар'єри, зумовлені особливостями дикції, інтонації, темпу, ритму мовлення партнера по спілкуванню; стилістичні бар'єри, окреслені неузгодженістю нормам, правилам стилістики, етики комунікації; інтелектуальні бар'єри, пов'язані з порушеннями в логічному, граматичному формулюванні думок; семантичні бар'єри, проявлені в неспроможності сприймати інформацію одержувачем; мотиваційні бар'єри, спричинені наявністю різних цілей, мотивів, потреб у співрозмовників.



Із позиції Л. Кайдалової, Л. Пляка, в повідомленні, яке отримує людина від співрозмовника, закладено психологічний вплив на думки, мотивацію, поведінку, що передбачає зміну поглядів, реакцій. Відчуваючи вплив, людина активізує механізми захисту через застосування відповідних бар'єрів. Для дослідників існують такі типи комунікативних бар'єрів:

- уникнення (людина ухиляється від впливу, відчуваючи небезпеку в контакті);
- авторитет (ґрунтується на довірі чи недовірі співрозмовнику, зумовлює особливості сприйняття повідомлення);
- непорозуміння (наявність недоліків у розумінні, інтерпретації інформації);
- зовнішні бар'єри (активізація механізму захисту через уникнення, недовіру чи неприйняття інформації);
- внутрішні бар'єри (ставлення до неприємної, небезпечної інформації).

Розуміння причин комунікативних бар'єрів, здатність вирізнити специфічні риси різних видів бар'єрів обумовлює визначення шляхів подолання досліджуваного явища.

**Особливості подолання комунікативних бар'єрів.** Процес подолання комунікативних бар'єрів задля здійснення ефективної комунікації передбачає покроковий підхід до налаштування конструктивної взаємодії між співрозмовниками та містить такі позиції: створення умов для позитивного, безпечного комунікативного простору; визначення мети й очікуваних результатів комунікації; озвучування ключових положень задля взаєморозуміння й адекватної інтерпретації інформації; реагування на запитання та виклики; окреслення необхідних ресурсів задля досягнення цілей комунікації; формулювання висновків, узагальнень; встановлення термінів реалізації ухвалених рішень.

За рекомендацією Л. Божук, долаючи комунікативні бар'єри, важливо дотримуватися певних правил взаємодії, зокрема: попередньо підготуватися до передавання інформації, інтерпретуючи зміст повідомлення; уникати семантичних непорозумінь за допомогою уточнення понять, явищ, про які йдеться в повідомленні; звертати увагу на невербальну комунікацію; проявляти емпатію, щирість у комунікації; дотримуватися індивідуального підходу до партнера,

враховувати його досвід, рівень культури, цінності, інтереси, потреби; встановлювати зворотній зв'язок із іншим учасником взаємодії тощо.

Із-поміж основних правил подолання комунікативних бар'єрів В. Зінченко, О. Степаненко виокремлюють такі: визначення контексту перед взаємодією з партнером; уникнення одновекторної комунікації, орієнтація на багатовекторну; зосередження на збалансовану комунікацію без надмірної чи відсутньої взаємодії; врахування факту, що дії, вчинки учасників взаємодії є більш значущими, ніж прописані в документах правила і норми.

Т. Космеда, акцентуючи увагу на подоланні комунікативних бар'єрів, наголошує на важливості в процесі взаємодії формувати правильне літературне мовлення, розвивати психічні процеси, уміння виразного висловлення думок, вдосконалювати навички мовлення, комунікативні якості (правильність, зрозумілість, точність, виразність, чистоту, лаконічність, багатство мовлення).

Ключовим аспектом у подоланні комунікативних бар'єрів, на думку М. Козирева, є керування увагою співрозмовника за допомогою прийому «нейтральна фраза» (проголошення фрази, що не належить до тематики розмови), прийому «залучення» (мовлення із застосування паравербальних засобів мовлення), прийому «зоровий контакт» (установлення контакту очі в очі), прийому «ефективне слухання» (застосування поз тіла, контакт очима, що мінімізують відволікання партнера), прийому «рефлексивне слухання» (використання активних реакцій через перефразування, уточнення, резюмування тощо).

У працях І. Жданової зазначено, що подолання комунікативних бар'єрів є значним аспектом ефективної комунікації, який вимагає від співрозмовників не лише глибокого розуміння процесу взаємодії, але й уміння адаптуватися до різних ситуацій, встановлювати, підтримувати контакт із різноплановою аудиторією. Дослідник визначає ряд підходів до подолання комунікативних бар'єрів, а саме:

- долаючи фонетичний бар'єр, доцільно зосередити увагу на якості мовлення, яке має бути зрозумілим, розбірливим, достатньої гучності з урахуванням психофізіологічних можливостей сприйняття партнера;

- у вирішенні проблеми семантичного бар'єра важливо усвідомлювати наявність у співрозмовника здатності надати словам свого унікального значення, враховувати різницю в інтерпретації понять, явищ;

- у процесі подолання стилістичного бар'єра слід застосовувати правило рамки (інформація має бути структурованою: початок передбачає формулювання цілей, перспектив щодо взаємодії, кінець містить підсумки розмови, окреслює ступінь досягнення мети) та правило ланцюга (зміст інформації доцільно з'єднувати у ланцюг: перераховувати відомості, визначати спочатку головне, потім другорядне);

- перемога над логічним бар'єром можлива за умови наявності знань про основні способи аргументації (висхідна як послідовне зростання сили аргументів, доказів із початку до кінця інформування, низхідна — застосування зменшувальної сили аргументів упродовж інформування).

Розуміння і подолання комунікативних бар'єрів є важливим аспектом гармонійної комунікації, адже забезпечує допомогу в процесі уникнення непорозумінь, конфліктів, підвищення якості взаємодії, покращення взаємовідносин між людьми, досягнення спільних цілей, особистісного й професійного вдосконалення.

### **Основні терміни**

*Адаптація* — процес пристосування людини до нових умов, обставин, середовища.

*Бар'єр* — перешкода, перепона, що заважає здійснювати, розвивати будь-що.

*Гендер* — соціально-культурна конструкція, що відображає уявлення про статеву роль, поведінку, ідентичність чоловіків і жінок.

*Емпатія* — спроможність до сприйняття, розуміння, відчуття емоцій, почуттів іншої людини.

*Етика* — галузь філософії, що вивчає моральні принципи, правила поведінки, цінності соціума.

*Комунікативний бар'єр* — перешкода, що з'являється в процесі взаємодії між людьми через різноманітні об'єктивні чи суб'єктивні чинники й ускладнює процес комунікації.

*Логіка* — наука, що вивчає правила коректного мислення, виведення аргументованих висновків.

*Модель поведінки* — комплексний набір символів, спрямований на формування певного візуального враження.

*Мотивація* — стимулюючий чинник вчинення дії, що визначає активність і спрямованість діяльності людини.

*Семантика* — галузь лінгвістики, що досліджує особливості тлумачення слів, висловів, речень, текстів.

*Сприйняття* — процес відображення подій, явищ як цілісного образу.

*Статус* — положення людини чи установи в суспільстві, що визначає їх соціальне становище.

*Стереотип* — спрощене, стійке, узагальнене уявлення про явища, події, людей, що не відповідає реальності.

*Стиль* — спосіб виявлення особистості чи групи через певні риси, особливості мовлення, дії, вибір засобів виразності.

*Темперамент* — унікальний склад особистісних рис, що визначає стійкі тенденції сприйняття, активності, поведінки, реакцій людини.

*Установка* — ситуативно утворена узагальнена стратегія поведінки.

*Фонетика* — галузь лінгвістики, що досліджує звукову систему мови, звуковий апарат людини, звукову будову слів, правила вимови звуків, їх взаємозв'язки.

*Характер* — сукупність вроджених і набутих психічних рис, що окреслюють поведінку, почуття, реакції людини.

*У процесі розробки теоретичного матеріалу до теми використано такі джерела: 4; 6; 11; 17; 21; 35; 38; 41; 47; 54; 70; 74; 80; 83; 88; 90; 110; 123; 125; 129; 135; 136; 137.*

### **Питання для обговорення**

1. Як дослідники тлумачать феномен «комунікативний бар'єр»?
2. Які виокремлюють чинники комунікативних бар'єрів?
3. У чому суть соціально-психологічних чинників комунікативних бар'єрів?
4. Які різновиди комунікативних бар'єрів визначено науковцями?

5. Чи може негативне світосприйняття людини стати одним із видів комунікативного бар'єра?
6. Які основні правила подолання комунікативних бар'єрів?
7. Що важливо враховувати в процесі подолання фонетичного бар'єра?

## ПРАКТИЧНИЙ БЛОК

### ПРАКТИЧНІ ВПРАВИ ДЛЯ ОПАНУВАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ УМІНЬ І НАВИЧОК

#### Вправа «Модель комунікативного бар'єра»

*Мета:* з'ясувати уявлення учасників про сутність, види комунікативних бар'єрів, розвинути вміння візуалізувати концепції щодо феномена «комунікативний бар'єр», аргументувати власну думку, творчо працювати в команді.

*Хід проведення:*

I етап: учасники об'єднуються в три команди, які створюють із картинок кольорових журналів колаж на тему: «Модель комунікативного бар'єра», що відображає сутність зазначеного явища.

II етап: учасники демонструють результати творчої діяльності.

III етап: тренер акцентує увагу учасників на сутності комунікативного бар'єра як перешкоди, що з'являються в процесі взаємодії між людьми через різноманітні об'єктивні чи суб'єктивні чинники й ускладнюють процес комунікації.

#### Вправа «Інопланетяни»

*Мета:* поглибити знання щодо чинників, видів комунікативних бар'єрів, розвинути навички подолання комунікативних бар'єрів, удосконалити рівень комунікативних якостей.

*Хід проведення:* тренер пропонує учасникам об'єднатися в дві команди (одна команда виконує роль інопланетян, друга — землян), кожна команда готує та ставить питання щодо різновидів комунікативних бар'єрів одна одній під час зустрічі, потім команди міняються ролями.

*Питання для обговорення:*

Які саме види комунікативних бар'єрів вдалося виокремити під час зустрічі команд?

Чи можна узагальнити чинники комунікативних бар'єрів у дві групи: зовнішні та внутрішні?

### **Вправа «Сурдопереклад»**

*Мета:* підвищити рівень уваги учасників, розвинути вміння застосовувати невербальну комунікацію, чітко, точно виражати власні думки, сформувати здатність до аналізу бар'єрів комунікації.

*Хід проведення:* тренер пропонує учасникам об'єднатися в пари, кожна пара підбирає короткий вірш, визначає ролі диктора та сурдоперекладача, диктор читає вірш, сурдоперекладач має відобразити зміст вірша за допомогою міміки і жестів. Після підготовки, пари демонструють спільну роботу, інші учасники визначають бар'єри в комунікації (труднощі передавання рими, ритму, змісту, сенсу, обмеженість жестів тощо) кожної пари.

*Питання для обговорення:*

Які бар'єри комунікації продемонстровано кожною парою?

Чи можливо було відобразити зміст вірша кожної пари по-іншому?

### **Вправа «Східний ярмарок»**

*Мета:* активізувати учасників групи, розвинути навички переконання, міжособистісної взаємодії, сформувати вміння домовлятися, співпрацювати в процесі досягнення цілей.

*Хід проведення:* учасникам пропонується згадати картину східного ярмарку, озвучити асоціації, роздає кожному учаснику по 5 стікерів, на кожному з яких необхідно написати своє ім'я, скласти стікери всередину. Всі стікери з іменами тренер збирає в одному місці, перемішує, кожен учасник має обрати по 5 складених стікерів і відправитися на східний ярмарок. Кожен учасник має за 5 хвилин «купити» всі стікери зі своїм ім'ям, використовуючи вмовляння, торг, суперечку тощо. Учасники, які зібрали першими стікери зі своїм ім'ям, стають переможцями.

*Питання для обговорення:*

Чи всім комфортно було брати участь у східному ярмарку?  
Як вдалося подолати комунікативні перешкоди?

### **Вправа «Випробування ролей»**

*Мета:* поглибити знання учасників щодо наслідків різних реакцій співрозмовників на агресивний чи пасивний підходи до взаємодії, розвинути здатність виконувати різні ролі залежно від обставин, сформувані вміння конструктивно реагувати на конфліктні ситуації.

*Хід проведення:* тренер об'єднує учасників у пари, кожна пара отримує комунікативні ситуації, які необхідно розіграти, випробовуючи на собі роль агресивної, невпевненої та впевненої особистості. Після підготовки пари демонструють результати роботи.

*Орієнтовні комунікативні ситуації:*

1. Колега тривалий час спілкується з Вами по мобільному телефону, відволікаючи Вас від термінових справ. Ваша реакція: «...».
2. Керівник компанії не дозволяє Вам піти після завершення робочого дня, вказуючи на недосконало виконану роботу.
3. Керівник необ'єктивно, з Вашої позиції, залишив Вас без премії.
4. Співробітник образив Вас у присутності інших колег.
5. Ваші колеги після завершення робочого часу голосно обговорюють керівництво, заважаючи Вам завершити робочі справи.

*Питання для обговорення:*

Яку роль було виконувати найскладніше?

Яка роль виявилася найефективнішою для вирішення ситуації?

Як зазвичай Ви реагуєте на схожі ситуації?

### **Вправа «Досвід спілкування»**

*Мета:* збагатити розумовий арсенал різними підходами щодо вирішення комунікативних труднощів, розвиток навичок аналізу проблемних ситуацій, пошук ефективних стратегій взаємодії з іншими.

*Хід проведення:* учасники в колі по черзі описують ситуації з власного життя, в яких їм вдалося побороти комунікативні бар'єри.

*Питання для обговорення:*

Чи відчували Ви впевненість у процесі подолання комунікативних перешкод?

Які фрази, слова Ви застосовували долаючи комунікативні бар'єри?

### **Вправа «Сильний аргумент»**

*Мета:* розвинути в учасників навички переконливого мовлення, вміння застосовувати аргументи для впливу на інших у різних ситуаціях, удосконалення здатності адаптувати аргументи до співрозмовників із різними віковими, соціальними характеристиками.

*Хід проведення:* учасники розміщуються у внутрішнє та зовнішнє коло, внутрішнє є нерухомим, зовнішнє — здійснює рух вправо чи вліво. Тренер озвучує орієнтовні ситуації, кожен учасник зовнішнього кола має почати розмову з використанням аргументів задля переконання партнера змінити поведінку, діяльність, учасники зовнішнього кола змінюють кілька партнерів зі спілкування. У процесі виконання вправи учасники зовнішнього кола можуть змінювати ролі з учасниками внутрішнього кола.

*Орієнтовні ситуації комунікації:*

Переконати робити ранкову зарядку: чоловіка поважного віку, хлопця підліткового віку, сорокарічну жінку.

Застосувати сильні аргументи задля переконання припинити палити: дев'ятикласника, поліцейського з п'ятнадцятирічним досвідом професійної діяльності, нещодавно розлучену жінку.

Використати влучні аргументи задля здійснення пожертви у фонд захисту тварин: успішного бізнесмена, чоловіка поважного віку, тридцятирічну жінку.

*Питання для обговорення:*

Які здібності знадобилося активізувати, виконуючи вправу?



### **Питання семінарських занять**

1. Типологія бар'єрів комунікації.
2. Чинники комунікативних бар'єрів.
3. Помилки в процесі комунікації.
4. Негативні емоції як чинник бар'єрів комунікації.
5. Принципи взаєморозуміння у спілкуванні.
6. Правила переконання.

### **Завдання для самотійної роботи.**

*Завдання 1.* Підготуйте матеріали вебінару на тему «Шляхи подолання бар'єрів комунікації».

### **Тестові завдання для самоконтролю**

1. Комунікативний бар'єр — це...
  - а) обмін інформацією учасниками взаємодії за допомогою засобів невербальної комунікації;
  - б) перешкода, що з'являється в процесі взаємодії між людьми через різноманітні об'єктивні чи суб'єктивні чинники й ускладнює процес комунікації;
  - в) посередник, який сприяє передаванню повідомлення від відправника до отримувача.
2. Який тип комунікативних бар'єрів характеризує наявність недоліків у розумінні, інтерпретації інформації?
  - а) уникнення;
  - б) авторитету;
  - в) непорозуміння.
3. У чому сутність семантичного бар'єра?
  - а) застосування однакових знаків для позначення різних явищ;
  - б) невміння слухати, чути думку іншого;
  - в) нездатність вирізнити пріоритетний засіб сприйняття інформації.
4. Нездатність усвідомити отриману інформацію — це бар'єр...
  - а) етичний;
  - б) невічливості;
  - в) некомпетентності.

5. Хто з дослідників вважає, що комунікативні бар'єри належать до різновиду психологічних бар'єрів?

- а) Л. Хижняк;
- б) Л. Барановська;
- в) Л. Божук.

6. Якими характеристиками наділені операційні чинники комунікативних бар'єрів?

а) наявність емоційної напруги, що заважає раціонально мислити в процесі мовленнєвої активності людини, наявність негативних поглядів і переконань;

б) недостатньо сформований рівень мовних і мовленнєвих навичок, комунікативних умінь;

в) наявність захисної реакції в поведінці людини в ситуаціях іншомовної комунікації через неадекватну самооцінку та високі вимоги до себе.

7. До чинників психологічного бар'єру комунікативної взаємодії належить...

а) емоційна напруга;

б) психічні властивості особистості (інтровертованість, чутливість, стриманість);

в) усі окреслені характеристики особистості.

8. Що передбачає прийом подолання комунікативних бар'єрів «залучення»?

а) мовлення із застосування паравербальних засобів мовлення;

б) використання активних реакцій через перефразування, уточнення, резюмування;

в) озвучування фрази, що не належить до тематики розмови.

### **Рекомендована література**

*Основна:*

1. Барановська Л. В., Глушаниця Н. В. Психологія ділового спілкування: навч. посібник. К., 2016. 248 с.

2. Березовська Л. Комунікативні бар'єри у спілкуванні соціального працівника: шляхи подолання. *Український Педагогічний журнал*. 2020 № 2. С. 87–94.

3. Зінченко В. М., Степаненко О. К. Формування мовленнєвої компетентності професійно орієнтованої особистості. Посібник. Дніпро, 2017. 80 с.
4. Кайдалова Л. Г., Пляка Л. В. Психологія спілкування: навчальний посібник. Х., 2011, 132 с.
5. Марченко О. В. Комунікативна культура юриста: навч. посібник. Дніпропетровськ, 2015. 200 с.
6. Орел А., Жмайлов В. Прикладні аспекти комунікативних бар'єрів у сучасному суспільстві. *Економіка та суспільство*. 2022. № 45. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-100>.
7. Писаревський І. М., Александрова С. А. Професійно-комунікативна компетентність (в туризмі). Харків, 2017. 175 с.
8. Савенкова Л. Психологія спілкування: навч. посіб. К., 2015. 309 с.
9. Філоненко М. М. Психологія спілкування. Підручник. К., 2008. 224 с.
10. Хижняк Л., Федорова Г. Комплекс навчально-методичного забезпечення з дисципліни «Теорія і практика комунікацій». Харків, 2019. 113 с.
11. Шебаніна О., Клочан В., Тищенко С. Комунікації в публічному адмініструванні: конспект лекцій. Миколаїв, 2018. 200 с.
12. Щур Н. М. Подолання комунікативних бар'єрів у процесі розвитку іншомовної професійної компетентності в умовах ЗВО. *Освітній дискурс*. 2021. № 32(4). С. 35–45.

*Додаткова:*

1. Божук Л. В. Соціальні комунікації: методичні рекомендації до самотійної роботи. К., 2021. 56 с.
2. Великий тлумачний словник сучасної української мови: 250000 / уклад., голов. ред. В. Т. Бусел. Київ; Ірпінь, 2005. 1728 с.
3. Вирішую конфлікти та будує мир навколо себе. Базові навички медіації однолітків. Навчально-методичний посібник / В. Л. Андреєнкова, К. Б. Левченко, М. М. Матвійчук, О. В. Дацко. К., 2020. 200 с.
4. Войцехівська Н. Конфліктний дискурс в українській художній літературі: структурний, семантичний, комунікативний і лінгвокогнітивний аспекти: дис. ... докт. філол. наук: 10.02.01. Київ, 2018. 512 с.
5. Жданова І. В. Професійно-психологічна підготовка працівників слідчих підрозділів. Навчальний посібник. Х., 2014. 516 с.
6. Козирев М. П. Комунікативні бар'єри спілкування та шляхи їх подолання. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. серія психологічна*. 2014. Вип. 1. С. 201–211.

7. Космеда Т. А. Сучасна педагогічна риторика. *Теорія, практика, міжпредметні зв'язки: зб. наук. праць за матер. наук. семінару*. Львів, 2007. 268 с.

8. Миронець С. М. Психологічні особливості прояву комунікативних бар'єрів у рятувальників міжнародних гуманітарних місій. *Проблеми екстремальної та кризової психології*. 2013. Вип. 13. С. 177–186.

9. Музичко Л. В., Тімкова А. В., Корват Л. В. Психологія та педагогіка: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. К.: КНЕУ, 2008. 304 с.

10. Носенко О. В., Кайдалова А. В. Сучасний менеджмент: комунікативні бар'єри в організації та засоби їх подолання. *Професійний менеджмент в сучасних умовах розвитку ринку: матеріали II наук.-практ. конф. X.*, 2013. С. 132–134.

11. Петрінко В.С. Конфліктологія: курс лекцій, енциклопедія, програма, таблиці. Навчальний посібник. Ужгород, 2020. 360 с.

12. Психологія спілкування: зб. тренінгів / за ред. Л. О. Савенкової. К., 2013. 187 с.

13. Хронюк І.Є. Психологія спілкування: навчально-методичний посібник для практичних психологів та соціальних педагогів. Сквира: Джерело, 2008. 86с.

14. Щілінська Г. Комунікативні бар'єри у процесі міжкультурної взаємодії студентів та шляхи їх вирішення. *Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент*. 2015. Вип. 18. С. 50–58.

15. Яковлева Н. Психолого-педагогічні умови подолання комунікативних бар'єрів у процесі вивчення іноземної мови: автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.07. Київ, 2003. 25 с.

### **Методичні рекомендації до вивчення теми 4**

Під час опанування теми «Комунікативні бар'єри» рекомендовано:

- оволодіти теоретичним матеріалом, проаналізувати рекомендовану літературу з теми;

- з'ясувати значення термінів: бар'єр, гендер, етика, комунікативний бар'єр, модель поведінки, мотивація, семантика, сприйняття, стереотип, стиль, темперамент, характер, фонетика;

- законспектувати відповіді на питання для обговорення;

- виконуючи практичні вправи для вдосконалення комунікативних умінь і навичок, застосовувати навчально-методичну та наукову літературу з університетської бібліотеки та Інтернет-джерел;

- відповіді на питання семінарських завдань підготувати у вигляді конспекту;
- виконуючи завдання самостійної роботи, важливо дотримуватись вимог: матеріал вебінару має бути розрахований на 30 хвилин презентації, містити інформативну частину, прикладні рекомендації, практичні вправи;
- правильні відповіді тестових завдань для самоконтролю позначити в таблиці курсивом за зразком:

1	2	3	4	5	6	7	8
а	а	<i>а</i>	а	<i>а</i>	а	а	<i>а</i>
<i>б</i>	б	б	б	б	<i>б</i>	б	б
в	<i>в</i>	в	<i>в</i>	в	в	<i>в</i>	в

# ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2

## ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ КОМУНІКАЦІЇ

### ТЕМА 5

#### Сучасні комунікативні технології

##### ПЛАН

1. Сутність дефініції «технологія». Специфічні риси комунікативних технологій.
2. Характерні особливості комунікативних технологій пропаганди, реклами, PR, перфомансу.
3. Політична комунікація як технологія.
4. Технології психотерапевтичної комунікації, нейролінгвістичного програмування.

**Ключові слова:** зв'язки з громадськістю, комунікативна технологія, навіювання, нейролінгвістичне програмування, переконання, перфоманс, політична комунікація, пропаганда, психотерапевтична комунікація, реклама, технологія.

#### ***Теоретичний матеріал***

**Сутність дефініції «технологія». Специфічні риси комунікативних технологій.** Дефініція «технологія» (грец. — майстерність, уміння), з позиції В. Малімон, відображає комплекс прийомів, способів збору, зберігання, отримання, аналізу інформації чи інших складових, застосованих у різних секторах виробництва.

Технологія зазвичай спрямована на досягнення конкретного, передбаченого результату з акцентом на максимально точні вимоги певного продукту.

На думку Н. Зражевської, технології обирають відповідно до технічного завдання, яке містить критерії щодо способу виконання окреслених завдань і очікуваного результату. У працях дослідника технологію окреслено як систему методів, які застосовують у послідовності. Науковець виокремлює такі характеристики технології:

- розподіл процесу на внутрішні етапи, дії, що є взаємопов'язаними між собою;
- послідовність кроків для досягнення конкретного вихідного продукту;
- одночасне виконання включених у технологію процедур для досягнення результату.

Розглядаючи питання комунікації, В. Малімон акцентує увагу на комунікативній технології, що є спеціальним засобом формування комунікації, забезпечує отримання результату за умови виконання технологічного процесу. Ці результати виявлено в сфері соціальної поведінки, враховуючи становлення соціальних стереотипів, утворення нових норм і концепцій.

За Г. Почепцовим, основною рисою комунікаційних технологій є вплив на колективну свідомість, що створює відмінні риси між методами міжособистісного впливу.

Для Л. Климанської комунікативні технології мають такі ознаки:

- штучне, свідоме керування комунікативними ресурсами;
- існування цілі, значущої для соціуму, планомірність і доречність;
- системність;
- плановість;
- використання технологій (структура, послідовність);
- розподіл функціональних обов'язків;
- вдосконалення, відгук;
- дискретність, наявність початку, кінця;
- унікальність і стандартизація;
- періодичність і можливість тиражування.

О. Білик вважає, що сучасні комунікативні технології важливо розробляти професіоналам, які, використовуюючи методи довіри та відкритості, можуть здійснити вплив на широку аудиторію. Науковець окреслює такі властивості комунікативної технології: регулярність, колективність, послідовність, циклічність. Крім того, науковець, акцентуючи увагу на значущості сучасних комунікативних технологій у житті людей, а саме: зростання обізнаності населення щодо ринкових умов, зменшення соціальної ізоляції завдяки соцмережам, поліпшення захисту осіб, розширення можливостей доступу до глобальних ресурсів, — виокремлює типи комунікативних стратегій: демонстраційну, маніпулятивну, конвенціональну.

У працях Г. Почепцова зазначено, що до комунікативних технологій ХХ століття належать: зв'язки з громадськістю, створення іміджу, піар-технології, інформаційно-психологічні війни, управління кризовими комунікаціями, написання промов, пропаганда, психотерапевтична бесіда, спілкування з аудиторією, розповсюдження пліток, електоральна агітація.

**Характерні особливості комунікативних технологій пропаганди, реклами, PR, перфомансу.** За Н. Зражевською, пропаганду представлено як розповсюдження інформації за допомогою фактів, аргументів, пліток, які можуть бути навмисно неправдивими задля впливу на думку соціуму. Засоби пропагування, з позиції автора, можуть бути застосовано в процесі безпосередньої комунікації, через радіо, друковані ЗМІ, телебачення тощо. Пропаганда має стратегію впливу на думки, поведінку людей через вибіркове представлення фактів, використання символів для досягнення конкретних цілей.

Для Н. Островської до компонентів пропаганди належать: адресант, повідомлення, ресурс, адресат.

Г. Джоветт, В. О'Доннелл пропонують таку структуру аналізу пропагандистських джерел: фундаментальні погляди, мета пропагандистської акції; обставини, в яких розгорнуто пропагандистську діяльність; особистість пропагандиста чи організації; група людей, на яку спрямована пропаганда; використані техніки; реакція аудиторії; антипропаганда.

Для успішної пропаганди, як зазначає О. Опалюк, необхідно мати конкретну ідею, визначену аудиторію та засоби для досягнення мети. Ефективність пропаганди визначено відношенням між фактичним числом зацікавлених осіб і запланованою кількістю. Основні критерії ефективної пропаганди автор розділяє на: чітко сформульовану головну ідею; простоту сприйняття інформації цільовою аудиторією; стійкість до критики через обґрунтованість, несуперечність тез. Головна мета пропаганди полягає в поширенні інформації серед широкого загалу, переконанні в правдивості, правильності поглядів, цінностей.

Із-поміж ключових методів пропаганди В. Тарасова відносить: спрощення (метод перетворення складних питань на більш зрозумілі), замовчування (маскування небажаної інформації), заміну (засіб відволікання уваги від неприємних поточних ситуацій).



Т. Литовченко пропонує детальний огляд технік пропаганди:  
«буденна розповідь» — адаптація індивіда до негативного змісту інформації;

«тримай крадія» — задля дискредитації особи, ідеї, події застосування звернення уваги громадськості в інший бік шляхом спричинення галасу;

«заговорювання» — зниження значущості, активізації негативної реакції до певного явища за допомогою інформаційного шуму;

«емоційного резонансу» — спосіб формування певного настрою широкої аудиторії, що знижує рівень її психологічного захисту;

«ефект бумеранга» — вираження співчуття до опонентів у процесі інтенсивної конфронтації задля підвищення рівня довіри до чуток, неправдивої інформації;

«ефект первинності» — перша доступна інформація має значний вплив на масову свідомість;

«інформаційна блокада» — засоби масової інформації контролюють інформаційні позиції, не допускаючи інші погляди до широкої аудиторії;

«використання медіаторів» — пропагандистські повідомлення орієнтовані впливати на лідерів мікросоціальних груп;

«промивання мізків» — застосування різних прийомів і методів зміни уявлень адресата задля досягнення бажаного впливу;

«констатація факту» — бажану інформацію презентовано засобами масової інформації як таку, що відбулася;

«псевдосоціологічні опитування» — формування в аудиторії бажаного переконання щодо окресленої проблеми;

«очевидці події» — формування потрібного смислового, емоційного наповнення інформації шляхом збору відповідей випадкових людей на опитування;

«підміна» — застосування евфемізмів у процесі опису негативних подій задля формування позитивного сприйняття насильницьких дій;

«напівправа» — приховування частини інформації;

Е. Довіфат запропонував класифікацію законів пропаганди:

- закон когнітивного спрощення;
- закон нав'язливого відтворення;
- закон сортування та лімітування інформації;
- закон емоційної ескалації.

Із-поміж засобів передавання інформації пропаганди виокремлено: новинні повідомлення, офіційні заяви, історичні дослідження, ненаукова інформація, брошури, пропагандистські аудіо-, відеоматеріали, телепрограми, афіши, рекламні плакати.

Реклама, як комунікативна технологія, є постійним супутником усіх сфер життєдіяльності людини впродовж багатьох століть. Перша відома письмова реклама, яку знайшли в руїнах міста Мемфіс у Давньому Єгипті має 2500-річну історію. Це рекламне повідомлення містило інформацію про те, що громадянин із острова Крит Ріно має здатність за волею богів інтерпретувати сновидіння. В умовах сьогодення реклама стає достатньо складним явищем, адже виходить за межі маркетингових досліджень.

Н. Бутенко розглядає рекламу як форму розповсюдження попередньо сплачених повідомлень про продукт чи послугу задля привернення уваги людей, які можуть стати потенційними споживачами запропонованого продукту.

У дослідженнях Ю. Миронова, Р. Крамар представлено рекламу як оплачену форму масової пропозиції товару, послуги від імені конкретного замовника задля споживацького впливу на аудиторію. Основною метою реклами є привернення уваги, активізація інтересу, передавання інформації споживачу, заохочення його до дій заздалегідь запланованим чином.

Здійснюючи класифікацію реклами, О. Лісневська виокремлює різновиди реклами за:

- цілями (комерційна — інформація про продукт чи послуги; політична — формування позитивного іміджу політичної сили; соціальна — пропаганда соціальних феноменів);
- способами впливу (раціональна — переконання шляхом наведення аргументів; емоційна — вплив на почуття через асоціації);
- потужністю впливу (жорстока — заохочення до імпульсивної покупки; м'яка — поступова зміна поглядів щодо товару).

Ю. Миронов, Р. Крамар у класифікації реклами визначають такі види:

- реклама-інформування (популяризація, просування інформації про товар, послугу);
- реклама-переконання (аргументація, підкріплення інформації про товар);

- реклама-нагадування (відновлення уваги споживачів щодо товару);
- реклама-підтримка (підтвердження правильного вибору товару споживача).

За носіями інформації С. Гребінська, А. Матвеев окреслюють такі види реклами:

- вулична реклама (реклама на бігбордах, транспорті тощо);
- внутрішня реклама (рекламна інформація в публічних приміщеннях);
- реклама на друкованій продукції (реклама на паперових носіях — листівки, банери, візитки);
- реклама на сувенірній продукції (брендові подарунки, корпоративні сувеніри);
- реклама на радіо та телебаченні (аудіо-реклама, відео-, телереклама).

З-поміж ключових функцій реклами Н. Попова відносить: закріплення інформації про установу, бренд, товар; переконання споживачів у перевагах запропонованих товарів, послуг; підвищення рівня довіри серед партнерів організації, установи; активізація попиту на продукцію компанії; прискорення випуску на ринок нових товарів; тлумачення сутності нових продуктів; конкурентна боротьба; управління сезонним попитом; поліпшення іміджу установи, організації.

У комунікативному процесі до складу рекламної технології належать: відправник, одержувач, інформаційне повідомлення, процедура кодування, тлумачення інформації, комунікативні канали.

Ключовим у складі рекламної комунікативної технології є інформаційна довідка, що містить текст і зображення. Враження самостійного рішення щодо вибору товару споживачем є показником ефективності рекламного повідомлення. У вербальній частині реклами значущим є композиція, що містить: гасло, заголовок, інформаційний аргументований блок, фінальний девіз.

Рекламна комунікативна технологія спрямована на встановлення контакту через канали комунікації між маркетологом і споживачькою аудиторією за допомогою процедури кодування з застосуванням різних методів впливу, зокрема:

- навіювання (форма впливу, спрямована на сприйняття інформації без доказів на основі престижу джерела, ідентифікації, слоганів, аудіовізуальних засобів, багатократного повторення);
- переконання (спосіб впливу за допомогою аргументів, демонстрації істинності інформації);
- зараження (інструмент впливу через передавання емоцій однієї людини іншій зі зміною ставлення до товарів);
- наслідування (форма впливу через спонукування до копіювання людиною поведінки, вчинків інших).

Комунікативна технологія PR (паблік рілейшнс, зв'язки з громадськістю) — технологія, сфокусована на створення сприятливого комунікативного середовища задля підтримки інтересів і потреб соціуму.

За дослідженнями Н. Зражевської, стандартна PR-кампанія містить такі складові:

- ідентифікацію проблеми;
- стратегічне планування;
- виконання дій, комунікації;
- оцінку результатів.

Технологія зв'язки з громадськістю виконує такі комунікативні функції, зокрема:

- проведення планованої, систематичної роботи в рамках менеджменту;
- управління взаєминами між установою й громадськістю;
- моніторинг рівня спілкування, поведінки всередині та поза установою;
- аналіз впливу політичних рішень, діяльності на громадськість;
- внесення змін у політику організації в умовах конфлікту з орієнтацією на інтереси громадськості;
- консультування з упровадження нових підходів у політиці установи, що зумовлені думкою громадськості;
- створення, зміцнення зв'язків між установою і громадськістю.

Основними напрямками діяльності сучасного PR є: розширення взаємодії зі ЗМІ; організація бізнес-медіа заходів; створення, проведення корпоративних івентів; написання текстів; здійснення досліджень; проведення моніторингу ЗМІ.

Розглядаючи проблему технології перфомансу, Г. Агафонова, О. Карчевська зосереджують увагу на діяльності, що має символіч-

ний характер і спрямована на привернення уваги, створення враження в аудиторії.

І. Гофман розглядає перформанс як соціальну кампанію з використанням театральних засобів і драматичних елементів. Дослідник вважає, що перформанс може перетворювати звичайну людину на актора, який охоплює увагою оточуючих, змінюючи їх сприйняття.

Із позиції М. Мельник, Н. Ковпак, перформанс відображає взаємодію з аудиторією через гру, спрямований на розширення емоційного простору глядачів, відтворення філософського тлумачення реальності, створення метафізичної атмосфери, адаптацію до нового.

У дослідженнях Р. Шехнера виділено такі основні типи перформансів:

- гра (встановлення правил гравцем);
- ритуал (вплив традицій, обрядів на переконання, сприйняття людини);
- шоу (демонстрація театральної вистави з застосуванням елементів ритуалу задля впливу на переконання людини).

Н. Хома зауважує, що перформанс здійснюють замовники через задалегідь заплановані, організовані акції задля збільшення свого іміджевого капіталу. Як негиповий інструмент комунікації, перформанс звернено до несвідомих аспектів колективної свідомості.

На думку Г. Маркус, перформанс передбачає театральне шоу, де увага спрямована на скандальні події, сенсації, що спонукають до емоційної реакції суспільства (симпатії, антипатії, захоплення чи презирства).

**Політична комунікація як технологія.** За політичним енциклопедичним словником, політичну комунікацію представлено як процес передавання, обміну інформацією в сфері політики, що організовує політичний процес, розширює його концептуальні рамки, сприяє формуванню громадської думки, залучає громадськість до політичного життя.

В. Темерівський інтерпретує політичну комунікацію як сукупність форм спілкування, що охоплює формальні, неформальні, вербальні, невербальні, горизонтальні, вертикальні, міжособистісні, масові методи взаємодії, спрямовані на інформування соціуму щодо політичної діяльності, структурування політичного простору, окреслення в ньому владних взаємовідносин.

У сфері політичної взаємодії беруть участь громадяни, соціальні групи, політичні організації, учасники виборів, політичні партії, різноманітні асоціації, державні, міжнародні установи.

Ключовими рисами політичної комунікації є:

- зміна напрямку реалізації залежно від обставин,
- наявність зворотного зв'язку,
- трансформація ролей суб'єкта й об'єкта.

М. Остапенко виокремлює різновиди політичної комунікації, зокрема:

- горизонтальну комунікацію, що передбачає взаємодію між інституційними установами та політичними акторами;
- вертикальну комунікацію, що враховує взаємозв'язки між різними ступенями ієрархії політичної системи.

У працях О. Шиманової зазначено, що політичну комунікацію зазвичай реалізують за допомогою таких каналів комунікації:

- мас-медіа (друковані й електронні засоби);
- організацій (політичні установи, громадські об'єднання);
- особистих зв'язків (неофіційні засоби комунікації).

На думку В. Темерівського, до основних напрямів діяльності суб'єктів політичної комунікації належать:

- оповіщення громадськості, еліт про стан політики в державі;
- поширення анонсів політичного спрямування;
- регулювання політичних зв'язків;
- активізація діяльності політичних партій, рухів;
- регулювання процесів вираження громадської думки;
- формування політичної культури;
- розвиток політичної свідомості;
- агітація і мотивація електоральних секторів.

Ефективна політична комунікація в демократичному суспільстві має відповідати технологічним вимогам сучасного суспільства, бути інтерактивною, мати двосторонній обмін інформацією, правовий контроль над ЗМІ з дотриманням поваги до свободи слова, особистого життя.

Із позиції М. Остапенко, ефективність політичної комунікації зумовлена:

- політичними (характер діяльності партій, розвиток політичної культури), історичними (повага до суспільної, історичної пам'яті),

- суспільними (різноманітне життя суспільства),
- організаційними (фінансова підтримка, членство в партії),
- технічними (можливості ЗМІ, залучення до політичної діяльності громадських організацій, профспілкових об'єднань) чинниками.

**Технології психотерапевтичної комунікації, нейролінгвістичного програмування.** Психотерапевтична комунікація — особливий тип спілкування між терапевтом і клієнтом, спрямований на корекцію думок, світосприйняття, вирішення її психологічних проблем через вплив на емоції, свідомість людини.

Психотерапевтична комунікація є ключовим напрямом діяльності психологів, психіатрів, які застосовують комунікативні моделі, відповідний діалог у задля покращення психічного здоров'я пацієнта, його стосунків із соціумом

Психотерапевтичну комунікацію фахівці здійснюють за допомогою різноманітних форм, методів, закладених в основу психотерапевтичних підходів: зокрема: психоаналізу, когнітивної психотерапії, гештальт-терапії, групової психотерапії тощо.

У більшості видів психотерапії ключовим методом є бесіда, що передбачає нарративний діалог, спрямований на побудову розмови на засадах партнерства, активної взаємодії. Під час нарративного діалогу один партнер із комунікації передає ініціативу іншому партнеру добровільно, підтримуючи його емоційними реакціями, перифразуваннями, уточненнями.

За психоаналітичним підходом, розробленим З. Фройдом, головним методом психотерапії є бесіда, в процесі якої спеціаліст ставить питання клієнту, виявляючи причини психічних захворювань, прихованих у сфері несвідомого. Клієнт має можливість опиратися проти такого контакту.

У підході когнітивної психотерапії на початку розмови клієнт разом із терапевтом формулюють проблему, що потребує вирішення, потім за допомогою сократичного діалогу виокремлюють окремі аспекти проблеми, визначають відчуття, емоції клієнта, аналізують важливість подій його життя, причинно-наслідкові зв'язки поведінкових реакцій. Реалізуючи таку терапію, фахівець з-поміж методів комунікативного впливу застосовує переконання, нав'ювання, роботу з метафорою, асоціаціями.

Підхід гештальт-терапії передбачає застосування терапевтичного діалогу, за яким увага клієнта має бути зосереджена на усвідомлення власних потреб, конструктивного сприйняття проблеми.

Під час групової психотерапії комунікація відбувається всередині групи за моделлю взаємодії «колектив — особа», що передбачає реалізацію потреби в колективному позитивному впливі на людину. До групової психотерапії належать такі терапевтичні методи: тренінгові групи, психодрама, тілесна терапія групи, арт-терапія групи тощо.

Наприклад, за допомогою метода психодрами, що є формою групової психотерапії з використанням театральних інструментів щодо розкриття особистісних характеристик, внутрішнього потенціалу людини, учасники групи відтворюють конфліктні ситуації, формуючи моделі поведінки, які можна втілити у реальній практиці. Завершуючи відтворення ситуацій, учасники здійснюють аналіз поведінкових реакцій кожного задля розширення набору ролей особистості.

Технологія нейролінгвістичного програмування — психотерапевтичний напрям, що досліджує індивідуальний досвід людини за допомогою розкриття механізмів, методів моделювання, передавання моделей поведінки іншим.

Зазначена технологія, як зауважує В. Бебик, передбачає одержання інформації людиною через різноманітні комунікативні канали (візуальний, аудіальний, кінестетичний тощо). Від розпізнавання найбільш активних каналів сприйняття в людини залежить ефективність комунікації. Особливості розвитку сенсорної чутливості допомагає виявити найдрібніші сигнали органів чуття, забезпечує надання якісного, оперативного зворотного зв'язку під час комунікації, сприяє розумінню реакцій людини на слова, дії, думки.

У технології нейролінгвістичного програмування застосовують психодіагностичний метод із аналізом міміки, жестів, положення тіла задля глибшого розуміння поведінки людини. Крім того, цінним є аналіз мовних шаблонів, метафор у розмові людини, які, наприклад, символізують намір створити власний імідж. Ще одним методом технології є інтерпретація та реакції на асоціації від ароматів, картинок, кольорів, звуків, що є збудниками емоцій і почуттів.

Із-поміж нейролінгвістичних технологій впливу В. Петрик, М. Присяжнюк визначають такі прийоми:



- використання звукових шаблонів (створення нового образу за допомогою підлаштування до мелодії мови, дихання, формуючи нову взаємодію);
- застосування архетипних візуальних елементів (акцент на присутні в людини архетипи як засіб для маніпуляції)
- акцентування в тексті (виділення конкретного важливого елементу, використання відмінних від основного тексту шрифтів чи кеглів задля привертання уваги);
- субмодальне програмування (маніпулювання властивостями картинки або звуку для формування необхідного емоційного настрою);
- застосування каталептичного ефекту (нерухома поза як штучно створений стан задля виявлення готовності опонента передати ініціативу);
- регресивний розвиток (демонстрація зображень із минулого задля пробудження спогадів, перенесення в стан трансу, задля керування людиною на рівні підсвідомості);
- деструкція шаблонів (зміна позиції партнера шляхом трансформації звичних концепцій на інші моделі реагування);
- оцінка поведінки як прояву позитивних цілей (розмежування намірів і поведінкових реакцій із недотриманням етичних норм і принципів);
- використання асоціативних або дисоціативних методів (пробудження в індивіда асоціативної ситуації, яка містить негативні емоції, або дисоціативні ситуації, де індивід грає роль спостерігача);
- словесне і несловесне підлаштування (пристосування до представників соціуму задля використання методів психологічного впливу з метою маніпуляції).

### **Основні терміни**

**Зараження** — інструмент впливу через передавання емоцій однієї людини іншій зі зміною ставлення до товарів.

**Зв'язки з громадськістю** — технологія, сфокусована на створення сприятливого комунікативного середовища задля підтримки інтересів і потреб соціуму.

*Комунікативна технологія* — спеціальний засіб формування комунікації, що забезпечує отримання результату за умови виконання технологічного процесу.

*Навіювання* — форма впливу, спрямована на сприйняття інформації без доказів на основі престижу джерела, ідентифікації, слоганів, аудіовізуальних засобів, багатократного повторення.

*Наслідування* — форма впливу через спонукання до копіювання людиною поведінки, вчинків інших.

*Нейролінгвістичного програмування* — психотерапевтичний напрям, що досліджує індивідуальний досвід людини за допомогою розкриття механізмів, методів моделювання, передавання моделей поведінки іншим.

*Переконання* — спосіб впливу за допомогою аргументів, демонстрації істинності інформації.

*Перформанс* — соціальна кампанія з використанням театральних засобів і драматичних елементів.

*Політична комунікація* — процес передавання, обміну інформацією в сфері політики, що організовує політичний процес, розширює його концептуальні рамки, сприяє формуванню громадської думки, залучає громадськість до політичного життя.

*Пропаганда* — розповсюдження інформації за допомогою фактів, аргументів, пліток, які можуть бути навмисно неправдивими задля впливу на думку соціуму.

*Психотерапевтична комунікація* — особливий тип спілкування між терапевтом і клієнтом, спрямований на корекцію думок, світосприйняття, вирішення її психологічних проблем через вплив на емоції, свідомість людини.

*Реклама* — форма розповсюдження попередньо сплачених повідомлень про продукт чи послугу задля привернення уваги людей, які можуть стати потенційними споживачами запропонованого продукту.

*Технологія* — комплекс прийомів, способів збору, зберігання, отримання, аналізу інформації чи інших складових, застосованих у різних секторах виробництва.

*У процесі розробки теоретичного матеріалу до теми використано такі джерела:* 2; 5; 9; 14; 32; 39; 44; 63; 64; 66; 73; 76; 82; 84; 85; 87; 94; 96; 98; 116; 118; 124; 132; 141; 142; 145; 149; 155.

## **Питання для обговорення**

1. Як, із позиції дослідників, розглянуто дефініцію «комунікативна технологія»?
2. Які основні ознаки є характерними для технології як явища?
3. Які основні методи пропаганди запропоновано науковцями?
4. Чи належить організація корпоративних заходів до напрямів діяльності сучасного PR?
5. Які види перформансу виокремлює Р. Шехнер?
6. У чому полягає сутність політичної комунікації?
7. Які специфічні риси має технологія психотерапевтичної комунікації?

## **ПРАКТИЧНИЙ БЛОК**

### **ПРАКТИЧНІ ВПРАВИ ДЛЯ ОПАНУВАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ УМІНЬ І НАВИЧОК**

#### **Вправа «Домовленість»**

*Мета:* підвищити в учасників рівень уміння спілкуватися телефоном, домовлятися, вести ефективний діалог.

*Хід проведення:* тренер пропонує учасникам об'єднатися в пари, учасники кожної пари мають уявити розмову телефоном між собою, вирішити такі питання: укласти важливу для установи угоду; домовитися про працевлаштування в конкретній організації; отримати кошти для реалізації благодійних проектів. Після підготовки учасники діляться досягненнями.

*Питання для обговорення:*

Чи вдалося встановити діловий контакт із співрозмовником?

Чи можна вважати вислови «Хто там говорить?», «Нехай візьме трубку Сидоренко» нормативними в діловій комунікації?

## Вправа «Реклама»

*Мета:* поглибити знання учасників щодо ефективного застосування комунікативних засобів, технік у спілкуванні, підвищити рівень навичок письмової комунікації.

*Хід проведення:* тренер пропонує учасникам об'єднатися в дві команди, кожна команда має розробити рекламу ефективної письмової комунікації, акцентуючи увагу на засобах, прийомах, які варто застосовувати для успішного спілкування. Після підготовки команди презентують результати роботи.

*Питання для обговорення:*

Які прийоми було використано задля впливовості реклами?

## Вправа «Фінальне висловлення»

*Мета:* сформувати здатність застосовувати ввічливі вислови для припинення розмови телефоном, розвинути емпатію, толерантність.

*Хід проведення:* учасникам пропонується доповнити перелік фраз, які доцільно використовувати, завершуючи розмову телефоном. Наприклад, «Було дуже приємно з Вами поговорити, але мені треба терміново здійснити дзвінок», «Не зручно Вас зупиняти, але мені потрібно йти». Після підготовки учасники презентують результати роботи.

*Питання для обговорення:*

Що слугує вибором фраз завершення телефонної розмови?

## Вправа «Комунікативні ситуації»

*Мета:* сформувати в учасників уміння ефективно взаємодіяти у письмовій формі, розвинути стратегічне мислення в процесі прийняття рішень із питань комунікації.

*Хід проведення:* тренер пропонує учасникам створити пари, уявити, що вони керівники відділу з комунікації в організації, в якій процес взаємодії між співробітниками зазвичай здійснюється в письмовій формі, слід вирішити ряд комунікативних завдань: написати попередження працівнику, який упродовж тижня приходив на роботу з запізненням; привітати двох робітників із підвищенням;

підготувати документи на звільнення співробітника, який недбало виконував доручену йому роботу. Після підготовки учасники презентують результати роботи в колі.

### **Вправа «Запрошення»**

*Мета:* відпрацювати навички офіційного письма, організації заходів, розвинути здатність правильно структурувати запрошення, застосовуючи офіційну мову, форма.

*Хід проведення:* учасники мають написати запрошення на будь-які урочистості в офіційній формі, після підготовки виступити з результатами роботи перед аудиторією.

*Питання для обговорення:*

Чи всі деталі заходу вдалося врахувати під час складання запрошення?

### **Вправа «Розписка»**

*Мета:* відпрацювати навички офіційно оформляти розписки, коректно висловлюватися відповідно до ситуації, розвинути уважність до деталей, відповідальність.

*Хід проведення:* учасники мають написати розписку таких випадках: отримали цінні книги від представника бібліотеки в тимчасове користування задля підготовки до наукового заходу; одержали від керівника центру комп'ютерів ноутбук для презентації проекту з літератури; отримали музичну апаратуру в кабінеті музики задля проведення виховного заходу. Після підготовки учасники виступають із результатами роботи перед аудиторією.

*Питання для обговорення:*

Чи був раніше досвід написання розписок?

### **Вправа «Службовий лист»**

*Мета:* ознайомити учасників із правилами оформлення, структури службового листа, сформулювати вміння написання офіційних документів із застосуванням реквізитів, розвинути навички лаконічно і зрозуміло створювати службові листи.

*Хід проведення:* тренер пропонує учасникам об'єднатися в три групи, одна група має окреслити мету та види ділових листів (листи-повідомлення, супровідні листи, гарантійні листи, листи-відповіді, листи-повідомлення, листи-нагадування тощо), друга — правила оформлення, вимоги до написання тексту листа, третя — особливості оформлення реквізитів службових листів. Після підготовки групи демонструють результати спільної роботи та створюють на вибір один із запропонованих видів ділових документів.

*Питання для обговорення:*

Які характерні особливості є в написанні службових листів?

### ***Питання семінарських занять***

1. Міжнародні стандарти е-урядування.
2. Базові моделі електронного урядування.
3. Типологія комунікаційних стратегій.
4. Особливості побудови комунікаційної стратегії.
5. Технології соціальних медіа.
6. Блогосфера як комунікативний простір.

### ***Завдання для самостійної роботи.***

*Завдання 1.* Складіть запитання для інтерв'ю з видатним фахівцем Вашої галузі для преси або мас-медіа.

### ***Тестові завдання для самоконтролю***

1. Як називають спеціально організовані методи комунікації, за умови технологічного порядку дотримання яких гарантовано попередньо визначений результат?

- а) комунікативні принципи;
- б) комунікативні технології;
- в) комунікативні функції.

2. Розповсюдження різних інформаційних повідомлень (факти, аргументи, чутки) з метою впливу на думку суспільства, соціальні групи — це...

- а) реклама;
- б) пропаганда;
- в) зв'язки з громадськістю.

3. Як називають модель комунікації пропаганди, за якої інформацію застосовано без зазначення джерела?

- а) викривленого джерела;
- б) легітимізації джерела;
- в) слухового джерела.

4. Дослідники розглядають агітацію як...

- а) усну, письмову, візуальну політичну діяльність, спрямовану на зміну свідомості, настроїв людей задля виконання політичних дій;
- б) закріплення свідомістю людини цінностей, установок;
- в) технологія облаштування комунікативного середовища, сприятливого для суб'єкта.

5. Образна діяльність людини, спрямована на привернення уваги до себе — це...

- а) пропаганда;
- б) зв'язки з громадськістю;
- в) перфоманс.

6. Як називають психологічний вплив, що майстерно змінює активність людини, залишаючись непоміченим?

- а) передавання нової інформації одержувачу;
- б) пропонування нового підходу до усвідомлення відомої інформації;
- в) застосування маніпулятивних прийомів.

7. Психотерапевтична комунікація — це...

- а) спеціальна взаємодія, спрямована на вирішення психічних труднощів, корекцію думок через вплив на емоції та мислення людини;
- б) процес передавання від комуніканта до комуніката психологічної інформації;
- в) залучення особистості до актуалізації політичних проблем.

8. Як називається прийом технології нейролінгвістичного програмування, що передбачає навмисне демонстрування зображень, сцен із минулого задля введення людини в стан ностальгії?

- а) маркування тексту;
- б) вікової регресії;
- в) руйнації шаблонів.

### **Рекомендована література**

#### *Основна:*

1. Агафонова Г., Карчевська О. Політичний перфоманс як інструмент формування політичної культури українського суспільства. *Вісник Прикарпатського університету. Політологія*. 2020. Вип. 14. С. 16–23.
2. Бебик В. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: монографія. К., 2005. 440 с.
3. Білик О. Основи комунікації: конспект лекцій для здобувачів фахової передвищої освіти. Луцьк, 2022. 50 с.
4. Бутенко Н.В. Основи маркетингу: навч. посіб. К., 2004. 140 с.
5. Зражевська Н. І. Комунікаційні технології. Черкаси, 2010. 224 с.
6. Климанська Л. Соціально-комунікативні технології в політиці: таємниці політичної «кухні». Монографія. Львів, 2007. 332 с.
7. Лісневська А.О. Психологія масової комунікації: навчальний посібник для студентів. Чернігів, 2012. 120 с.
8. Миронов Ю.Б., Крамар Р.М. Основи рекламної діяльності. Навчальний посібник. Дрогобич, 2007. 108 с.
9. Опалюк О., Вержиковська О., Михальська Ю. Сучасні комунікативні технології. Кам'янець-Подільський, 2021. 203с.
10. Островська Н. Прикладні соціально-комунікаційні технології: навчальний посібник. Запоріжжя, 2017. 110 с.
11. Петрик В., Присяжнюк М., Компанцева Л., Скулиш Є., Бойко О., Остроухов В. Сугестивні технології маніпулятивного впливу. К., 2011. 248 с.
12. Попова Н. В. Основи реклами: навчальний посібник. Х., 2016. 145 с.
13. Фройд З. Вступ до психоаналізу. Нові висновки. Київ: Видавництво Богдан. 2021. 552 с.

#### *Додаткова:*

1. Авраменко О. О., Яковенко Л. В., Шийка В. Я Ділове спілкування: Навчальний посібник. Івано-Франківськ, 2015. 160 с.
2. Гребінська С. І., Матвеев А. Ю. Маркетингові дослідження історичного розвитку реклами та її сучасного стану. *Економіка і суспільство*. 2017. № 13. С. 414–419.
3. Литовченко Т. Абетка бойової пропаганди. *Енциклопедія методів пропаганди* / В. Сороченко. URL: <https://defence-line.org/archives/75942>.



4. Малімон В. Комунікативні технології в публічному управлінні: навч.-метод. матер. Івано-Франківськ, 2018. 51 с.
5. Мельник М., Ковпак Н. Перформанс як форма акціонізму в контексті сучасних мистецьких дійств. *Культура і сучасність*. 2018. Вип. 1. С. 87–92.
6. Остапенко М. Політична комунікація : теоретичні аспекти дослідження. *Політичний менеджмент*. 2012. № 3 (54). С. 135–144.
7. Політологічний енциклопедичний словник / за ред. Ю. С. Шемчушенка, В. Д. Бабкіна, В. П. Горбатенка. К., 2004. 736 с.
8. Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. Київ, 2017. 260 с.
9. Психологія спілкування: зб. тренінгів / Л. О. Савенкова, В. М. Приходько, Є. О. Варбан та ін.; за ред. Л. О. Савенкової. К., 2013. 187 с.
10. Тарасова В. Війна знаків або семіотика інформаційно-психологічної війни (на матеріалі англomовного масмедійного дискурсу) / Scientific developments of European countries in the area of philological researches: Collective monograph. Riga, 2020. Part 2. С. 543–560.
11. Темерівський В. Інформаційно-комунікативний аспект політичного маркетингу. *Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї*. К., 2011. Вип. 22. С. 95–105.
12. Хома Н. Політичний перформанс як акціоністські форма протесту. *Політичн акультура та ідеаологія*. 2015. Вип. 2. С 78–93.
13. Шевчук С. В. Ділове мовлення. Модульний курс: Підручник. К., 2003. 448 с.
14. Шиманова О. Теоретичні основи дослідження політичної комунікації. *Укр. нац. ідея: реалії та перспективи розв.* 2007. Вип. 19. С. 179–183
15. Dovifat E. Handbuch der Publizistik. Berlin, 1971. 333 p.
16. Jowett G., O'Donnell V. Propaganda and Persuasion. New York, 2006. 422 p.
17. Goffman E. The interaction order. *American Sociological Review*. 1982. Vol. 48. P. 1–17.
18. Marcus G. Emotions and Politics: Hot Cognitions and the Rediscovery of passion. *Social Science information*. 1991. №32. P. 195–232.
19. Schechner R. Performance Theory. London, New York, 2003. 432 p.

### Методичні рекомендації до вивчення теми 5

Під час опанування теми «Сучасні комунікативні технології» рекомендовано:

- оволодіти теоретичним матеріалом, проаналізувати рекомендовану літературу з теми;
- з'ясувати значення термінів: зв'язки з громадськістю, комунікативна технологія, навіювання, нейролінгвістичне програмування, переконання, перформанс, політична комунікація, пропаганда, психотерапевтична комунікація, реклама, технологія;
- законспектувати відповіді на питання для обговорення;
- виконуючи практичні вправи для вдосконалення вмінь і навичок у сфері комунікації, застосовувати навчально-методичну та наукову літературу з університетської бібліотеки та Інтернет-джерел;
- відповіді на питання семінарських завдань підготувати у вигляді конспекту;
- виконуючи завдання самостійної роботи, важливо дотримуватись вимог: матеріал інтерв'ю має бути обсягом не менше 2 сторінок друкованого тексту, відповідати умовам практичного застосування;
- правильні відповіді тестових завдань для самоконтролю позначити в таблиці курсивом за зразком:

1	2	3	4	5	6	7	8
а	а	а	<i>а</i>	а	а	<i>а</i>	а
б	б	б	б	б	б	б	<i>б</i>
в	в	<i>в</i>	в	<i>в</i>	<i>в</i>	в	в

## ТЕМА 6

### Рівні комунікації: міжособистісна, групова, масова, публічна, ділова, бізнесова, організаційна

#### ПЛАН

1. Сутність і класифікація рівнів комунікації.
2. Характеристика рівнів комунікації.

**Ключові слова:** бізнесова, внутрішньоособистісна, групова, ділова, масова, міжособистісна, організаційна, публічна комунікації, рівень, рівень комунікації.

#### *Теоретичний матеріал*

**Сутність і класифікація рівнів комунікації.** Оксфордський словник містить тлумачення рівня як досягнутої висоти чи значення, положення на шкалі, соціального, морального, інтелектуального стандарту.

За словником української мови Б. Грінченка рівень окреслено як міру, ступінь, що визначає висоту певного об'єкта або точки над базовою площиною.

Н. Попова, А. Катаєв, Л. Базалієва розуміють рівень як кількісний показник оцінки чогось, вираженість певної характеристики, якості, явища.

У комунікативному просторі розвідка наукової літератури презентує вивчення різнопланових аспектів рівнів комунікації, оскільки спілкування відбувається в різних сферах життєдіяльності людей.

Рівень комунікації відтворює ступінь складності, широту взаємодії між особами чи групами людей, що визначає особливості спілкування за різними критеріями (способом, типом, кількістю учасників).

Із позиції М. Житарюк, рівні комунікації охоплюють такі сфери, як: культурно-духовна, наукова, виробнича, рекреаційна, навчальна. Крім того, з-поміж факторів, що мають вплив на рівні комунікації, виокремлено вікову категорію, стать, приналежність до нації,

етносу, расові особливості. Дослідження аспектів комунікації розкриває можливості для аналізу міжнародних, міжтериторіальних форм взаємодії.

Різноманіття форм і цілей комунікації зумовлює множинність рівнів спілкування, які мають відмінні характеристики.

М. Житарюк за ступенем вираженості комунікативної взаємодії та масовості розглядає такі рівні комунікації:

- масовий, що відбувається на рівні всієї соціетальної системи;
- локальний, що охоплює сімейну або триадну взаємодію;
- внутрішньогруповий, який орієнтований на комунікацію в межах конкретної групи;
- міжгруповий, що має місце між різними групами.

Г. Почепцов класифікує рівні комунікації з урахуванням числа залучених учасників на:

- внутрішньоособистісну (внутрішній монолог),
- міжособова (між кількома учасниками),
- групову (взаємодія 3-5 учасників),
- публічну (комунікація 20-30 учасників і більше),
- структурну (спілкування 100 і більше учасників),
- масову (обмін інформацією між 1000 і більше учасників).

У працях Ю. Косенка рівні комунікації розподілено за формами: монологічною (одновекторною), діалогічною (багатовекторною). Монологічний рівень автор розмежовує за типами комунікації: з собою; з групою; з громадськістю; з масою; ринково-медійна. Діалогічний рівень містить такі види комунікації: міжособистісну (інтерперсональну), міжгрупову, групову (у малих або великих групах), публічну, масову, віртуальну.

Дж. Пауелл окреслює п'ять рівнів комунікації залежно від ступеня розвитку стосунків між людьми: фрази (обмін беззмістовними репліками); факти (розмова на загальні теми); думки (висловлення власних думок, ідей); почуття (розповіді про ставлення до партнера чи ситуацію через вербалізацію почуттів, емоцій); довіра (глибоке розуміння іншої людини, її емоційний стан, щирість і відвертість у процесі взаємодії).

М. Остапенко поділяє комунікацію на кілька рівнів: внутрішньоособистісний, міжособистісний, внутрішньогруповий, міжгруповий, інституційний, суспільний, глобальний.

Кожен рівень комунікації містить різні мережі взаємодії, що об'єднують засоби, канали, способи передавання, обміну інформації. Відповідно до особливостей застосування комунікаційних мереж, ґрунтуючись на дослідженнях М. Остапенко, виокремлюємо такі комунікативні рівні: внутрішньоособистісний, міжособистісний, груповий, масовий, публічний, діловий, бізнесовий, організаційний.

**Характеристика рівнів комунікації.** Внутрішньоособистісну комунікацію відтворено в монолозі, реалізованому в свідомості особистості, процесі самоусвідомлення, самоаналізі, в якому людина одночасно займає позицію відправника й одержувача інформації.

Зв'язок із самим собою — основа для ефективної комунікації з іншими людьми, адже містить розуміння своїх думок, почуттів, потреб, аналіз, інтерпретацію. Такий спосіб комунікації відбувається переважно через роздуми.

Внутрішньоособистісне спілкування виявлено через внутрішній дискурс, соло-вокальну комунікацію та соло-письмову взаємодію.

Внутрішньоособистісний зв'язок — процес, зумовлений «Я» концепцією (уявлення про себе, що формується на основі самооцінки), сприйняттям (відтворення побаченого, усвідомленого), очікуваннями (прогнози щодо майбутнього, їхній вплив на думки, почуття, поведінку).

Міжособистісна комунікація — форма взаємодії людей, в якій кожна зі сторін виступає в ролі комунікатора та реципієнта, з метою досягнення взаєморозуміння між двома і більше особами.

Розглядаючи особливості міжособистісної комунікації, варто враховувати наступні аспекти:

- у міжособистісній комунікації важливим є активність обох співрозмовників;
- інтенсивний обмін ідеями між учасниками сприяє поліпшенню міжособистісної взаємодії;
- важливим є не лише передавання інформації, але й здатність сприймати, аналізувати, осмислювати її;
- інформація між співрозмовниками сприяє створенню загального інформаційного простору між ними;
- прямий контакт між учасниками є більш впливовим, ніж спілкування через технічні або соціальні засоби.

П. Лазерсфельд аргументував перевагу взаємодії очі в очі над контактом за допомогою інших засобів тим, що особистісні контакти важче уникнути, вони мають більшу гнучкість, зміст інформації за такої взаємодії легко змінюється під інтереси аудиторії, особисті стосунки підвищують довіру до слів, змінюють переконання людини.

У міжособистісній комунікації розрізняють два типи взаємодії залежно від каналу передавання інформації: усну (спілкування в реальному часі за допомогою мови); письмову (спілкування за допомогою листів, електронних повідомлень).

До правил міжособистісної комунікації належать такі:

- у процесі взаємодії зі співрозмовником важливо зберігати спокій, адже надмірна емоційність може ускладнити сприйняття інформації;
- завершуючи слухати промову опонента, слід показати, що ви зрозуміли та вислухали його;
- задля контактування з іншою особою, варто звертати увагу на мову тіла, жести, створювати атмосферу відкритості, довіри;
- під час комунікації важливо зосередити увагу на партнері, не відволікатися на формулювання питань, що волієте поставити.

Групова комунікація — тип комунікації, в ході якої принаймні один учасник спілкування належить до певної соціальної групи. Головною метою групової комунікації є координація взаємодії між учасниками для виконання спільних завдань, досягнення взаємозалежних цілей. Із-поміж чинників групової комунікації важливим є дотримання групових комунікативних ролей.

Дж. Краган, Д. Райт виокремлюють групові комунікативні ролі: керівник завдання (потреба в лідерському досвіді), експедитор (забезпечення виконання групою завдань), постачальник інформації (представлення нових ідей), пошуковець інформації (впровадження завдань групи), воротар (керування обговоренням), реєстратор (фіксування обговорень шляхом ведення нотаток).

Класифікація ролей за Р. Белбіном містить 9 типів ролей у команді: форматор (шукає шляхи вирішення проблем), реалізатор (виконує всю роботу), завершувач (надає значення деталям), координатор (розподіляє обов'язки), командний гравець (вирішення конфліктів), дослідник ресурсів (веде переговори), експерт з моніторингу (критичний аналіз інформації), фахівець (працівник із экс-

пертним знанням), таємний інформатор (демонструє оригінальні підходи, ідеї).

Масова комунікація — організований вид суспільно-культурної діяльності, що містить різноманітні інтелектуальні, емоційні, вольові прояви, спрямовані на об'єднання масової аудиторії за аспектами духовності, професійності тощо.

Маса людей відображає різноманітну, неорганізовану, анонімну групу.

Для масової комунікації характерними є розподіл аудиторії, застосування технічних засобів для комунікації, одночасне передавання інформації через різні канали, доступність інформації для всіх.

Із-поміж ключових інструментів масової взаємодії виокремлено: телеканал, радіо, промоцію, пресу, соціальні мережі.

За твердженням Е. Сепіра, серед основних засобів масової комунікації визначено: мову, жестикуляцію, моделювання суспільної поведінки, «соціальну підказку» (непрямий або прихований перебіг), який впливає на спосіб взаємодії людей; другорядними засобами масової комунікації можна вважати: трансформації в мові, образність, формування фізичного простору для сприяння ефективному спілкуванню та обміну інформацією.

До ключових питань масової комунікації варто віднести: пояснення сутності та ролі масової комунікації; механізм забезпечення зворотного зв'язку; моделювання процесів масової комунікації; визначення впливу соціальних чинників на взаємодію; вплив масової комунікації на мовні норми; особливості каналів масової комунікації.

Публічна комунікація — спосіб усного передавання інформації в офіційному контексті перед публікою (групою осіб, які об'єднані духовно, але фізично сепаровані).

Публічна комунікація спрямована на передавання інформації безпосередньою через взаємодію комунікатора з аудиторією, поєднує в собі застосування як словесних, так і несловесних засобів, які мають прямий вплив на аудиторію, зачіпають суспільний інтерес.

Мета публічної комунікації полягає у двох аспектах: сприяти обміну інформацією та надавати цій інформації публічний статус.

Жанри публічної комунікації вирізняються від звичайних жанрів, що використовуються в побутовому спілкуванні. Для їх використання необхідно сформувати мовні навички відповідно до кон-

кретної ситуації, дотримуватися етичних принципів мовної поведінки, зокрема, норм співпраці, взаємодії в спілкуванні.

У сфері навчання до жанрів публічного спілкування належать такі види діяльності: пояснення матеріалу, діалог між вчителем та учнями, лекції, семінари, захист робіт. У науковій галузі одним із основних способів комунікації з публікою є представлення наукових доповідей, виступи на наукових конференціях, захист дисертацій. Основна мета усного обміну науковою інформацією — виявлення або прийняття істини як факту з наукової позиції. У сфері управління мета комунікації полягає в забезпеченні оптимальної роботи колективу як одного цілісного організму. У громадсько-політичному, соціокультурному контекстах усна публіцистична мова використовується в таких формах, як політичні виступи на мітингах, інтерв'ю в телевізійних програмах із метою впливу на свідомість аудиторії, привернення уваги до важливих суспільних проблем, формування громадської думки.

Публічна комунікація вимагає толерантності до адресата, адже спрямована на досягнення згоди чи спільних дій.

Організаційна комунікація — процес взаємодії, спрямований на створення й обмін повідомленнями, що охоплюють всі аспекти життя організації.

Процес комунікації в організації зазвичай здійснено у формальних і неформальних контекстах в усній і письмовій формах за допомогою різноманітних засобів взаємодії.

Комунікацію вважають ключовим аспектом розвитку організації, адже сприяє взаємодії установи з зовнішнім оточенням та інтеграції внутрішніх складників.

Зміст, форма, мета комунікації зумовлено типом соціальної організації, рівнем її розвитку, внутрішньою структурою.

Розуміння природи комунікації в різних моделях організацій дозволяє виявити її особливості. Комунікаційні системи в організаціях охоплюють окрім основних складників комунікативної взаємодії (комунікатор, реципієнт, канал передавання інформації) ще цілі, цінності установи, комунікативні зв'язки.

Визначена мета організаційної комунікації полягає сприяє, крім контролю діяльністю чи поведінкою персоналу, взаємозв'язку та обміну інформацією.



Із-поміж основних функцій організаційної комунікації виокремлено:

- інформаційну (передавання інформації, обмін, організація інформаційного простору);
- соціальної інтеграції (створення сприятливих комунікативних відносин між організацією й суспільством);
- інтегративну (поєднання різних аспектів діяльності в організації для створення єдиної соціально-організаційної системи);
- регулятивну (регулювання стандартів і норм у соціумі);
- конформізму (передавання знань, досвіду, що стосуються як соціальної, так і організаційної сфери);
- гедоністичну (забезпечення комфорту, задоволення персоналу шляхом позитивного спілкування).

До різновидів обмуну інформацією між людьми в середині організації належать: взаємодія з середовищем зовнішнього впливу на установу, вертикальний обмін інформацією всередині організації, горизонтальна комунікація в просторі підприємства, комунікативні процеси в організації, які можуть бути офіційними чи неофіційними.

У процесі відтворення організаційних комунікацій виявлено ряд труднощів реалізації зазначеної взаємодії, зокрема, наявність: змістовних бар'єрів (труднощі в розумінні значення, важливості інформації), організаційних перешкод (незадовільне просторове розташування учасників, статус учасників); міжособистісного непорозуміння (різниця в цінностях, поглядах); індивідуальних бар'єрів (особливості мислення, діяльності учасників), економічних, географічних перешкод (проблеми ресурсів, часу); недовершеності каналів передавання інформації; технологічних труднощів (надмірна кількість інформації) тощо.

Ділова комунікація передбачає взаємодію, орієнтовану на оптимізацію предметного виду діяльності (виробничого, наукового тощо), залучає до спілкування двох або більше співрозмовників, які цінують один одного, встановлюють відносини, що базують на повазі один до одного та довірі.

До завдань ділової комунікації належить: налагодження корисних взаємовідносин із громадськістю задля створення позитивного сприйняття діяльності установи; створення сприятливих умов для ефективного розміщення товарів, послуг на внутрішньому, міжна-

родному ринках з урахуванням конкурентоспроможності, зниження загальних витрат; проведення бізнес-зустрічей для популяризації організації, презентації результатів комерційної діяльності.

Здійснюючи ділову комунікацію важливо підтримувати контакти всіх учасників формальної, рольової взаємодії, розуміти зміст, мету комунікації, здійснювати моніторинг комунікативних дій співрозмовників, дотримуватися правил ділового етикету, уникати упередженого ставлення.

Прояв ділової комунікації відбувається за такими формами спілкування: монологічною (активне висловлювання однієї особи), діалогічною (учасники активно взаємодіють між собою), полілогічною (багатостороннє спілкування).

Залежно від потреб, особливостей установи, що застосовує різні методи, стилі передавання інформації, розрізняють види ділової комунікації, а саме:

- електронну комунікацію, якій притаманне швидке передавання інформації без прив'язування до місця перебування співрозмовника;
- усну (вербальну) ділову комунікацію, що відтворює живе спілкування, обмін повідомленнями очі в очі між співрозмовниками ділової сфери;
- письмову ділову комунікацію, для якої характерним є лаконічний зрозумілий обмін інформацією за допомогою інструкцій, офіційних листів, розпоряджень тощо.

Бізнесова комунікація окреслює набір заходів, спрямованих на створення, розвиток, підтримку позитивної репутації особи, установи в цільовій аудиторії, суспільства задля забезпечення довіри, досягнення його стратегічних цілей.

До основних завдань бізнесової комунікації належить: формування, підтримка іміджу, аналіз впливу чинників зовнішнього середовища на діяльність підприємства, розвиток відносин із цільовими аудиторіями; надання бізнес-особі чи бізнес-установі економічної діяльності потрібної інформації; визначення нових ресурсів для розвитку бізнесу; покращення внутрішньої комунікації в організації.

Ефективна комунікація в бізнесі має вирішальне значення для досягнення цілей бізнес-установи. Правильно донесена ідея до цільової аудиторії створює сприятливі умови для успішної участі

в економічних відносинах, забезпечує громадську підтримку, захищаючи інтереси, репутацію суб'єкта економічної сфери.

До бізнесової комунікації належать усі форми внутрішньо-організаційного спілкування (засідання, обговорення), зовнішніх міжсуб'єктних комунікацій (переговори, конференції), зовнішніх міжгрупових, суб'єкт-об'єктних комунікацій (реклама, зв'язки з громадськістю).

Бізнесову комунікацію класифікують за критеріями: застосування комунікативних каналів (усна, письмова, електронна комунікація); рівня спілкування (міжособистісна, міжгрупова взаємодія); сфери економічної реалізації; місця проведення (внутрішня, зовнішня комунікація); джерел управління комунікативним процесом (формальна, неформальна взаємодія); цілей спілкування; тривалості (довготривала, періодична); ставлення до співрозмовників.

Ефективність бізнесової комунікації залежить від дотримання таких принципів: дотримання балансу між раціональним і емоційним, урахування ситуації, встановлення об'єктивності, толерантності в сприйнятті партнера, розвитку психічних процесів учасників взаємодії.

### **Основні терміни**

*Бізнесова комунікація* — взаємодія, спрямована на створення, розвиток, підтримку позитивної репутації особи, установи в цільової аудиторії, суспільства задля забезпечення довіри, досягнення його стратегічних цілей.

*Внутрішньоособистісна комунікація* — монолог, реалізований у свідомості особистості, процесі самоусвідомлення, самоаналізі, в якому людина одночасно займає позицію відправника й одержувача інформації.

*Вторинні засоби масової комунікації* — мовні перетворення, символізм, створення фізичних умов для проведення комунікативної взаємодії.

*Групова комунікація* — тип комунікації, під час якої хоча б один із учасників спілкування належить до певної соціальної групи.

*Ділова комунікація* — взаємодія, орієнтована на оптимізацію предметного виду діяльності, залучає до спілкування двох або біль-

ше співрозмовників, які цінують один одного, встановлюють відносини, що ґрунтуються на взаємній повазі, довірі.

*Електронна комунікація* — швидке передавання інформації без прив'язування до місця перебування співрозмовника.

*Маса людей* — різноманітна, неорганізована, анонімна група.

*Масова комунікація* — організований вид суспільно-культурної діяльності, що містить різноманітні інтелектуальні, емоційні, вольові прояви, спрямовані на об'єднання масової аудиторії за аспектами духовності, професійності тощо.

*Міжособистісна комунікація* — форма взаємодії людей, в якій кожна зі сторін виступає в ролі комунікатора та реципієнта, з метою досягнення взаєморозуміння між двома і більше особами.

*Організаційна комунікація* — процес взаємодії, спрямований на створення й обмін повідомленнями, що охоплюють всі аспекти життя організації.

*Первинні засоби масової комунікації* — мова, жестикуляція, імітація суспільної поведінки, «соціальний натяк».

*Письмова ділова комунікація* — лаконічний зрозумілий обмін інформацією за допомогою інструкцій, офіційних листів, розпоряджень.

*Публічна комунікація* — спосіб усного передавання інформації в офіційному контексті перед публікою (групою осіб, які об'єднані духовно, але фізично сепаровані).

*Рівень* — кількісний показник оцінки чогось, вираженість певної характеристики, якості, явища.

*Рівень комунікації* — ступінь складності, широта взаємодії між особами чи групами людей, що визначає особливості спілкування за різними критеріями.

*Усна (вербальна) ділова комунікація* — живе спілкування, обмін повідомленнями очі в очі між співрозмовниками ділової сфери.

*У процесі розробки теоретичного матеріалу до теми використано такі джерела: 8; 9; 11; 36; 53; 84; 90; 95; 96; 101; 114; 119; 125; 139; 140; 147; 148; 153; 154; 156.*

### **Питання для обговорення**

1. Як дослідники визначають явище «рівень комунікації»?
2. За якими ознаками науковці класифікують рівні комунікації?
3. Чим вирізняється внутрішньоособистісна комунікація від міжособистісної?
4. Що спільного між масовою комунікацією та публічною?
5. Які спільні характеристики поділяють ділова та організаційна комунікації?
6. За якими критеріями класифікують бізнесову комунікацію?

## **ПРАКТИЧНИЙ БЛОК**

### **ПРАКТИЧНІ ВПРАВИ ДЛЯ ОПАНУВАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ УМІНЬ І НАВИЧОК**

#### **Вправа «Зустріч із однокласником»**

*Мета:* здійснити учасниками аналіз власної комунікації, сформувати вміння правильно реагувати на питання та ситуації, розвиток навичок конструктивної взаємодії з іншими, емпатії.

*Хід проведення:*

I етап: учасники об'єднуються в пари, уявляють, що зустріли однокласника, який у період навчання в школі був значущою особистістю. Однокласник має ставити питання, учасник — відповідати, говорити про себе, своє життя. Після відбувається ротація ролей.

II етап: учасники демонструють результати творчої діяльності.

*Питання для обговорення:*

Чи складно швидко реагувати і відповідати на питання?

Чи все розповіли про себе однокласнику?

Під час розмови хотілося розповісти однокласнику про власні успіхи чи поразки?

### Вправа «Крамниця чудес»

*Мета:* формування вміння усвідомлювати власні потреби і бажання, здатності аналізувати, вирішувати складні комунікативні ситуації, стимулювання творчого мислення, уяви, розвиток навичок самопрезентації, співпраці.

*Хід проведення:* учасникам пропонується виставити на продаж у крамниці чудес свої якості, вміння, навички та замовити альтернативний товар, в якому є потреба. Наприклад, продаж 200 грамів толерантності, куплю 50 грамів впевненості. Всі учасники мають продати і купити будь-які якості, вміння та навички.

*Питання для обговорення:*

Що складніше було виконати: реалізувати чи придбати?

Яких якостей, умінь виявилось забагато, а яких замало для успішної комунікації?

### Вправа «Зразок самопрезентації»

*Мета:* поглибити знання щодо власних стратегій самопрезентації, розвиток навичок ефективного представлення себе.

*Хід проведення:* учасники відповідно до запропонованої схеми розробляють матеріал представлення себе в ситуації співбесіди на заміщення вакантної посади і демонструють підготовлений матеріал у колі інших, окреслюючи та аналізуючи власну стратегію самопрезентації (уникання, модель привабливості, вихвалення, самодеградація, домінування).

*Орієнтовна схема самопрезентації:*

1. Усміхніться і представте себе.
2. Опишіть рівень і якість Вашої освіти.
3. Окресліть ключові компетенції, якими Ви володієте.
4. Обґрунтуйте мотивацію щодо роботи в компанії.
5. За потреби акцентуйте увагу на сімейному положенні.
6. Схарактеризуйте Ваші життєві інтереси, хобі.
7. Підкресліть ефективні особистісні властивості.
8. Зазначте ключові переваги Вашої особистості.
9. Висловіть подяку співрозмовнику за увагу.

*Питання для обговорення:*

Чи вдалося в процесі самопрезентації визначити сильні та слабкі сторони власної особистості?

### **Вправа «Аналіз самопрезентацій»**

*Мета:* розвинути в учасників навички критичного мислення, аналізу, здатність визначати види стратегій самопрезентації, вдосконалити вміння презентувати себе.

*Хід проведення:* учасникам пропонується переглянути відео з презентацією творчої діяльності письменниці та студентів за покликаннями: <https://www.youtube.com/watch?v=JUWO3q0wN48>, <https://www.youtube.com/watch?v=EnfD936VYgo>. Учасники в трійках мають здійснити аналіз презентацій, визначити стратегії представлення героїв відео та ознайомити інших із результатами дослідження.

*Питання для обговорення:*

Чи допомагає аналіз презентацій героїв здійснити самоаналіз у процесі презентації себе?

### **Рольова гра «Демонстрація іміджу»**

*Мета:* ознайомлення з різними ролями, підходами до комунікації, дослідження впливу іміджу на сприйняття інших людей, розвиток емпатії, комунікативних навичок задля встановлення позитивних взаємовідносин між людьми.

*Хід проведення:* учасникам пропонується об'єднатися в чотири команди, вибрати образи для розігрування ситуації, презентувати ситуацію, демонструючи особливості іміджу обраного героя.

*Образи іміджу героїв:*

Педагог створює суворі правила в закладі освіти, розглядає дисципліну інших як безумовне слідування вимогам, цінують підкорення, інтелект і здатність логічно мислити інших пригнічують за допомогою адміністративних дій.

Журналіст просто відпрацьовує свій робочий час, участі в командній роботі не бере, байдужий до респондентів, воліє аби йому не перешкоджали у власних діях.

Спеціаліст ІТ-сфери орієнтований на виконання своїх обов'язків, занурений у роботу, некомунікабельний, має великі амбіції, не проявляє зацікавленості до діяльності колег.

Фахівець банку розуміє своїх клієнтів, ставиться до них із повагою, відкритий до спілкування на різноманітні теми, володіє високим інтелектом, досконалими професійними компетентностями.

*Питання для обговорення:*

Що відчували, виконуючи роль обраного героя?

Яким чином налагодити комунікацію з людьми, які обрали для взаємодії з ішими подібний імідж?

### **Вправа «Публічна промова»**

*Мета:* сформувати в учасників уміння структурувати власні думки, ідеї для вдалої промови, розвинути навички управління мовленням, аргументації, здатності привертати увагу слухачів.

*Хід проведення:* тренер пропонує учасникам ознайомитися з алгоритмом публічної промови, учасники створюють текст промови та демонструють її перед іншими.

Орієнтований алгоритм промови:

Експозиція: «Чи знали Ви, що...»

Мета промови: «Чи хотіли б Ви дізнатися, як можна...», «Ми сьогодні зосередимося на тому, як...»

Аргументація: «Ця тема стосується кожного з нас, оскільки...»

Ключові аспекти промови: «Найбільш суттєвими в цій темі є...», «Варто відзначити, що...»

Висновок промови: «У підсумку важливо відзначити, що...»

### **Питання семінарських занять**

1. Інтерперсональна комунікація.
2. Мікро-, міді-, макро-комунікація.
3. Ефективність масової комунікації.
4. Особливості внутрішніх комунікацій в організації.
5. Жанри публічної комунікації.
6. Політична комунікація в інформаційному суспільстві.



### **Завдання для самостійної роботи.**

**Завдання 1.** Написати тези доповіді «Ділові комунікативні навички особистостей різних культур».

### **Тестові завдання для самоконтролю**

1. Ступінь складності, широта взаємодії між особами чи групами людей, що визначає особливості спілкування за різними критеріями — це...

- а) міжособистісна комунікація;
- б) комунікативний рівень;
- в) публічна комунікація.

2. Як називають рівень комунікації за класифікацією Дж. Пауєлла, що передбачає глибоке розуміння іншої людини, її емоційний стан, щирість?

- а) рівень фрази;
- б) рівень почуття;
- в) рівень довіри.

3. Як називають рівень комунікації, що передбачає розуміння своїх думок, почуттів, потреб, аналіз, інтерпретацію?

- а) масовий;
- б) міжособистісний;
- в) внутрішньоособистісний.

4. Як характеризують рівень комунікації, під час якого хоча б один із учасників спілкування належить до певної соціальної групи?

- а) груповий;
- б) організаційний;
- в) діловий.

5. Маса людей — це...

а) організований вид суспільно-культурної діяльності, що містить різноманітні інтелектуальні, емоційні, вольові прояви;

б) різноманітна, неорганізована, анонімна група;

в) спосіб усного передавання інформації в офіційному контексті перед публікою.

6. Процес взаємодії, спрямований на створення й обмін повідомленнями, що охоплюють всі аспекти життя організації — це...
- а) бізнесова організація;
  - б) ділова комунікація;
  - в) організаційна комунікація.
7. Як називають вид ділову комунікацію, для якої характерним є лаконічний зрозумілий обмін інформацією за допомогою інструкцій, офіційних листів?
- а) електронна комунікація;
  - б) усна комунікація;
  - в) письмова комунікація.
8. До основного завдання бізнесової комунікації належить...
- а) підтримка іміджу, аналіз впливу чинників зовнішнього середовища на діяльність підприємства;
  - б) визначення нових ресурсів для розвитку бізнесу;
  - в) всі зазначені.

### **Рекомендована література**

#### *Основна:*

1. Беляева О.М. Мовленнева комунікація: структура, види, форми, перешкоди. *Світ медицини та біології*. 2016. № 1(55). С. 185–191.
2. Білик О. Основи комунікації: конспект лекцій для здобувачів фахової передвищої освіти. Луцьк, 2022. 50 с.
3. Божук Л. В. Соціальні комунікації: методичні рекомендації до самостійної роботи. К., 2021. 56 с.
4. Житарюк М. Теорія та історія соціальних комунікацій. Вінниця, 2014. 30 с.
5. Косенко Ю. В. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. Суми, 2011. 187 с.
6. Остапенко М. Політична комунікація: теоретичні аспекти дослідження. *Політичний менеджмент*. 2012. № 3. С. 135–144.
7. Писаревський І. М., Александрова С. А. Професійно-комунікативна компетентність (в туризмі). Харків, 2017. 175 с.
8. Попова Н. В., Катаєв А. В., Базалієва Л. В. Маркетингові комунікації: підручник. Харків: «Факт», 2020. 315 с.

9. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації: навч. посібник. Київ, 1999. 308 с.
10. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю: навч. посібник. Київ: НМЦВО, 2001. 560 с.

*Додаткова:*

1. Афанасьєва Н. Є., Перелигіна Л. А. Теоретико-методологічні основи соціально-психологічного тренінгу. Навчальний посібник. Харків, 2015. 315 с.
2. Вавілова А. С. Стратегії самопрезентації дорослих та підлітків у соціальних мережах. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2021. № 2. С. 14-21.
3. Лигоміна Т. Професійний імідж психолога. *Практичний психолог: дитячий садок*. 2020. № 1. С. 14-17.
4. Попов М. П., Тодорова О. Л. Комунікації в сфері державного управління та місцевого самоврядування: Конспект лекцій. Одеса, 2022. 172 с.
5. Словарь української мови в 4 т. / упоряд. Б. Грінченко. Київ, 1959. 563 с.
6. Хижняк Л. М., Федорова Г.Ю. Комплекс навчально-методичного забезпечення з дисципліни «Теорія і практика комунікацій». Харків, 2019. 113 с.
7. Belbin R. M. *Team Roles at Work*. London. 2022. 156 p.
8. Cragan J. F., Wright D. W., Kasch C. R. *Communication in small groups: theory process skills*. Wadsworth Cengage Learning. 2008. 360 p.
9. Lasswell H. D. *The structure and function of communication in society. The communication of ideas* / ed. L. Bryson. New York: Harper and Row. 1948. P. 37-51.
10. Lazarsfeld P. F., Merton R. K. *Mass Communication, Popular Taste, and Organized Social Action. Mass Culture* / ed. B. Rosenberg, D. White. 1957. P. 457-473.
11. Powell J. *Why A Powell m I Afraid To Tell You Who I Am? USA: Argus Communication*. 1969. 167 p.
12. Sapir E. *Language*. New York: Harcourt, Brace. 1921. 258 p.
13. *The Oxford American Dictionary of Current English* / ed. F. R. Abate. New York, Oxford, 1999. 1013 p.



## ТЕМА 7

### Прикладні комунікації: соціальні, кризові, міжнародні, міжкультурні, релігійні

#### ПЛАН

1. Характер простору соціальних комунікацій.
2. Кризові комунікації: засоби та перспективи.
3. Особливості міжнародної комунікації.
4. Міжкультурна комунікація: виклики, можливості.
5. Релігійна комунікація: аспекти взаєморозуміння.

**Ключові слова:** акультурація, діалог культур, інкультурація, криза, кризові комунікації, культурний код, міжкультурна комунікація, міжнародні комунікації, прикладні комунікації, релігійна комунікація, соціалізація, соціальна комунікація.

#### *Теоретичний матеріал*

**Характер простору соціальних комунікацій.** О. Холод розуміє прикладні комунікації як тип взаємодії, орієнтований на досягнення конкретних результатів у різних галузях суспільного життя (навчання, культурі, виробничому процесі).

У дослідженнях О. Білик до сфери прикладних комунікацій належать: соціальні, кризові, міжнародні, міжкультурні, релігійні комунікації.

За дослідженнями О. Холод, соціальні комунікації як методи і засоби впливу на соціальне середовище з використанням комунікаційних технологій для створення, пошуку, організації, передавання, обміну, визначення впливу на адресата інформації, що орієнтовані на контроль, управління соціальними процесами, взаємозв'язком і відносинами в соціумі.

Г. Почепцов, В. Різун тлумачать соціальну комунікацію як міжособистісну взаємодію у суспільстві, засновану на комплексних знакових повідомленнях, наповнених досвідом, емоціями, визначених різноманітним соціальним впливом і правилами, які існують у соціальному середовищі.

Поняття соціальної комунікації в публічному просторі розкрито в працях М. Кагана як інформаційний процес, що з'єднує суб'єкт із об'єктом), дослідженнях Ч. Кулі — як систему, що забезпечує комунікацію між людьми за допомогою розумових символів, роботах А. Панфілової — як взаємообмін емоційним, інтелектуальним компонентами, розробках П. Сміта — як акт передавання повідомлення від мозку до мозку, розвідках А. Урсула — як процес прийняття, утримування і переробки інформації тощо.

У соціальній комунікації відтворено рух сенсів соціального контексту з урахуванням часу, простору між одержувачем і відправником повідомлення.

Одержувач і відправник у процесі соціальної комунікації реалізують три основні цілі: пізнавальну, мотиваційну, емоційну.

Задля реалізації цілей, комунікативні повідомлення мають містити знання, навички, стимулювати, надихати чи підтримувати одержувача повідомлення.

Г. Лассуел, В. Різун, О. Холод визначають складники соціальної комунікації. Так, Г. Лассуел виокремлює п'ять структурних складників комунікації: «хто», «що», «як», «кому», «навіщо». У дослідженнях В. Різун визначено поділ соціальних комунікацій на такі складові елементи: штучні, інноваційні, ключові, структуровані, організовані, громадські, публічні, технологічні, законодавчі. О. Холод пропонує розглянути такі показники: з огляду на цільову аудиторію; за даними джерела; за інформаційний каналом взаємообміну інформацією.

З-поміж різновидів соціальної комунікації окреслено:

- за цільовою аудиторією (міжособова, колективна);
- за першоджерелом (офіційна, неофіційна);
- за способом передавання (вербальна, невербальна, письмова, цифрова);
- за способом налагодження, підтримування спілкування (конкретна, абстрактна);
- за активністю мовця (активна, пасивна);
- за рівнем структурованості процесу взаємодії (випадкова, впорядкована).

Основними ознаками соціальних комунікацій є:

- впорядкованість (поширення інформації завдяки застосуванню технологічних, організаційних засобів);

- соціально-особистісна зорієнтованість (спрямування на формування особистості, розвиток у соціальному середовищі);
- правовизначеність (орієнтація на дотримання норм, правил задля зменшення конфліктності, досягнення гармонії);
- уніфікація (визначення відповідності життєвого стилю, мислення, етикету в соціумі).

Серед функцій соціальних комунікацій виокремлюють:

- інформаційну (поширення інформації);
- експресивні (передавання оцінної інформації);
- прагматичну (мотивація до дії, реакції).

Соціальна комунікація відтворює обмін соціальною інформацією на різних рівнях, із багатьох напрямків, що відбувається між сферами глобального суспільства, їх відображеннями на національному рівні. Процес соціальних набуває соціального характеру, якщо в ньому бере участь людина. Характер та розвиток соціальних комунікацій визначено рівнем загальної культури суспільства, його цінностями й нормами, що впливають на рівень культури, особливості функціонування суспільних сфер.

**Кризові комунікації: засоби та перспективи.** У працях Л. Хижняк, Г. Федорової зазначено, що кризові комунікації — це процес майстерного управління ситуацією в умовах кризи з можливим спрямуванням перебігу непередбачуваних нестандартних подій на зменшення шкоди репутації держави, компанії, лідера в переломний період часу.

За дослідженнями Дж. Енджела сутність кризи представлено як загострення конфлікту в суспільному устрої, що призводить до суперечностей і дестабілізації соціально-економічної системи.

Кризи можна класифікувати залежно від походження: стихійні лиха, кризи, спричинені людиною.

Основними характеристиками криз є:

- неочікуваність;
- нестача інформаційних даних;
- стрімкий розвиток подій;
- фокусування уваги на споживачеві;
- імпульсивні дії, що затьмарюють розум;
- обговорення актуальних питань назагал;
- отримання бажаних результатів;
- недовіра.

Для Г. Почепцова до ключових питань комунікації в умовах кризи варто віднести: різке звуження кола контрольованих факторів; невизначеність подій; зниження довіри до офіційних джерел інформації; перехід до альтернативних першоджерел. Під час кризи люди не тільки потребують більше інформації, але й ставлять під сумнів достовірність, об'єктивність офіційних повідомлень.

П. Кухта вважає, що криза може призвести до позитивного і негативного впливу: реформування соціально-економічної сфери або її знищення, формування нової кризи; зростання або спад кризи; неминучі або тимчасові трансформації.

Л. Хижняк, Г. Федорова пояснюють суть керування кризовими комунікаціями:

- необхідно забезпечити контроль над кризою для лідерів країн, громадян, керівництва;

- важливо зберегти авторитет;
- варто підтримувати комунікацію з зацікавленими сторонами.

Д. Коник визначає системні складники кризової комунікації:

- ідентифікація кризових факторів;
- розробка антикризового плану;
- контроль над ситуацією, аналіз дезінформації;
- аналіз ефективності програми кризової комунікації.

На думку Т. Кумбс, у процесі кризових комунікацій доцільно зосередити увагу на правилах її здійснення, зокрема:

- миттєвості (оперативне надання інформації, реагування на запити задля систематизації інформації);

- синхронності (єдина інформаційна політика);
- відвертості (відкритість до співпраці з різними групами).

У дослідженні М. Зубаревої висвітлено ключові похибки, виявлені у рамках антикризової кампанії: невпевненість, що викликає недовіру до мовця; непрозорість, що породжує сумніви і підозри; популізм; провокативні дії, спрямовані на загострення ситуації та ескалацію конфлікту; деструктивні моделі поведінки.

**Особливості міжнародної комунікації.** Проблема міжнародних комунікацій є предметом дослідження Л. Білоконенко, О. Кісіль-Чорнойван, Є. Панченко, Г. Почепцова, К. Савченко, О. Шевченко та ін.

У працях О. Шевченко міжнародні комунікації розглянуто як процеси спілкування з глобальною аудиторією в мультикультур-



ному оточенні, орієнтовані на покращення відносин між різними представниками міжнародної спільноти.

О. Кісілевич-Чорнойван визначає міжнародні комунікації як циркуляцію інформації між різними учасниками міжнародних відносин, такими як: держави, громадські угруповання й окремі особи.

Для Л. Білоконенко міжнародна комунікація виступає як взаємодія між державами, міжнародними спільнотами, громадськими угрупованнями різних країн, об'єднань у галузі культури, науки, спорту, релігії.

Г. Почепцов розуміє міжнародні комунікації як комунікаційні потоки у глобальному світі. Автор визначив науки, які досліджують питання комунікації за такими підходами:

- стандартний (ґрунтується на багаторічному дослідженні комунікації, що охоплює: герменевтику, риторику, філософію, логіку, теорію аргументації),
- концептуальний (має в основі аспекти теорії комунікації, масової комунікації, семіотики, теорії міжнародних комунікацій);
- практичний (в основі — пошук практичних відповідей на актуальні питання, базуючись на психоаналізі, ділової комунікації, теорії перформативності, теорії каналів зв'язку, теорії мовних актів);
- лінгвістичний (передбачає дослідження в сфері лінгвістики, семантики, соціолінгвістики, психолінгвістики, паралінгвістики);
- психологічний, соціологічний (розгляд комунікації з погляду її психологічних, соціологічних аспектів).

Із-поміж характерних рис міжнародної комунікації Є. Панченко виокремлює: географічну розподіленість комунікативних компонентів; відокремленість; інтеркультуралізм; темпоральний інтервал; істотні затрати. За типами автор визначає зовнішні та внутрішні, висхідні та низхідні міжнародні комунікації.

К. Савченко акцентує увагу на перешкодах у міжнародних комунікаціях, зокрема: проблема мовної комунікації; когнітивні упередження; культурний вплив; невербальні сигнали.

Виявлення проблем міжнародної комунікації є основою до їх вирішення через механізми зворотного зв'язку (індивідуальні й індивідуально-групові); запровадження мовних курсів і тренінгів із транскультурної компетентності; розвиток гнучкості, формування навичок командної роботи.

**Міжкультурна комунікація: виклики, можливості.** Міжкультурна комунікація — природний процес, який відбувається впродовж всієї історії людства. Різноманітність культур у світі впливає з унікальності кожної людини, що призводить до багатоаспектності культурних особливостей, традицій, світоглядів, які є відмінними в кожній країні.

І. М'язова розтлумачує міжкультурну комунікацію як явище, що містить як теоретичний аспект, так і практичний набір умінь, необхідних для успішного спілкування задля розуміння соціальних норм різних культур.

За Л. Липчанко-Ковачик, предмет міжкультурної комунікації охоплює широкий спектр контактів: від міжособистісного до глобального рівня. Міжкультурна комунікація сприяє взаєморозумінню, повазі в міжкультурному просторі, забезпечує рівноправний обмін ідеями та досвідом.

До характерних рис міжкультурної комунікації Л. Лебедева відносить:

- аспект із урахуванням культурних особливостей (культура охоплює всі аспекти людської діяльності, досягнень у різних сферах цивілізації, починаючи від фольклорних традицій, міфологічних переказів, завершуючи мистецьким надбанням);
- філологічний аспект, орієнтований на дослідження мовних відмінностей, які можуть відігравати роль у взаємодії між представниками різних мовних спільнот, впливати на комунікацію);
- етичний аспект, сфокусований на усвідомлення різниці етичних стандартів різних народів світу;
- соціально-комунікативний аспект, що передбачає набуття знань і розуміння соціокультурних норм спілкування);
- психологічний аспект, що вивчає крос-культурну взаємодію й етнопсихологічні особливості;
- професійно-прикладний аспект, що має на меті практичне застосування знань у сфері міжкультурної комунікації.

Для міжкультурної комунікації характерними є розвиток таких процесів:

- ідентифікація (ототожнення себе з певною культурою);
- соціалізація (засвоєння людиною соціальних ролей);
- інкультурація (набуття культурної компетентності);

- акультурація (взаємообмін елементами культури між народами, націями).

За В. Манакіним, до основних категорій міжкультурної комунікації належать нація, народ, національна свідомість, стереотипи, прототипи, символи, культурні коди, світогляд тощо. Вказані категорії слугують інструментами для вивчення й аналізу особливостей вербального, невербального обміну між особами, що належать до різних націй, мовно-культурних груп.

У міжкультурній комунікації основним елементом є встановлення контакту, який відображається у формі діалогу або полілогу між культурами.

В. Манакін діалог культур трактує як вплив різних культур одна на одну через спілкування, мову та інші форми культурного обміну, що призводить до запозичення, інтеграції елементів культур.

У межах міжкультурної комунікації культура може бути розглянута як сукупність переданих і встановлених правил соціальної поведінки, що характерні для певних національних або етнічних груп людей. Характеристики такої соціокультурної діяльності закладено у колективній свідомості, виявлено через специфічні системи культурних символів, засвоєно через різноманітні культурні коди.

Культурний код — це система правил, символів та цінностей, яку використовують представники певної культури для інтерпретації світу навколо них, категоризації інформації, оцінки подій, людей і речей, поведінки, зв'язку з іншими. Культурний код охоплює всі аспекти життя, культури народу, матеріальні і нематеріальні прояви, соціальні, сенсорні аспекти, реалізовується в культурному контексті.

Культурний контекст відображає соціально-історичний простір, в якому сформовано нав'язані соціумом очікування, уявлення і переконання щодо культурних цінностей.

І. Радченко розподіляє культури залежно від контексту на:

- вузько контекстні (західні країни), яким властиво: подання інформації, застосовуючи максимальну вербалізацію, висловлювання думок у виразних формулюваннях; наявне бажання спілкуватися більше, ніж чути; наявність конфліктів, які можуть бути корисними, відверте висловлення протилежних поглядів, що може сприяти знаходженню істини;

- широко контекстні (східні країни), яким притаманні: представлення інформації шляхом мінімальної її вербалізації, через ухилення від прямих висловлювань думок; наявне бажання чути більше, ніж спілкуватися; ухилення від суперечок, відвертих обговорень, вираження протилежних позицій.

До чинників, що сприяють ефективній міжкультурній комунікації належать: наявність намірів для взаємодії; колективний підхід; баланс між особистими, груповими цілями; критичне мислення; комунікативна гнучкість; структурованість мовлення; дотримання правил поведінки в різних ситуаціях.

**Релігійна комунікація: аспекти взаєморозуміння.** М. Петрушкевич трактує релігійну комунікацію як взаємодію між віруючими в межах їх віросповідання, між представниками різних релігійних спільнот; засіб виявлення, підтримки релігійної ідентичності й цілісності особистості на релігійному рівні.

Релігійна комунікація ґрунтується на ключових поняттях, що стосуються сенсу життя, моралі, духовності. Бог або абсолют є джерелом релігійних знань, одержувачем релігійних звернень.

У процесі релігійних комунікацій людина набуває релігійної зрілості та самоусвідомлення, розширює сферу релігійних знань і вірувань, бере участь у згуртуванні чи розколюванні релігійної громади, встановлює правила поведінки в релігійній спільноті, опановує релігійний досвід.

Існує два аспекти релігійної комунікації:

- божественне послання, що передається людям через посередників, ґрунтується на вірі в те, що священники, пророки можуть отримувати від Бога повідомлення;

- шлях людського спілкування з абсолютним проходить через посередників, молитви стають частиною ритуалів поклоніння, елементи служби влітаються в молитви, враховуючи певні жести і культові словесні форми.

З-поміж жанрів, що лежать в основі релігійної комунікації є: пророцтво, духовна промова, молитва.

Релігійна комунікація поєднує в собі загальні риси комунікації з унікальною метою — налагодити духовний зв'язок із вищою силою, що вимагає використання спеціальних інструментів для передавання релігійних знань. Крім того, релігійна комунікація містить

специфічні риси, зокрема: для ефективної релігійної комунікації важлива попередня підготовка; завдяки цій комунікації релігія постає як динамічний процес діалогу, де відбувається обмін знаннями, досвідом і вірою; релігійна комунікація тяжіє до використання традиційних методів, таких як: одкровення, проповідь і молитва.

Компоненти релігійної комунікаційної системи містять: літургійну мову, мову Писання, релігійні тексти, релігійні медіа, заповідь, молитву.

Системи комунікації в християнстві, іудаїзмі, ісламі тісно пов'язані, адже ґрунтуються на священних текстах, які слугують їм джерелом авторитету, натхнення.

Релігійну комунікацію можна дослідити й зрозуміти краще, розглядаючи такі ключові складники: вертикальний і горизонтальний.

Зв'язок людини з Богом можна віднести до вертикальних стосунків, що підкреслює ієрархічну різницю. Вертикальна комунікація може проявлятися: в колективних формах (спільні богослужіння, колективні молитви, ритуали чи інші практики); може мати індивідуальний характер, коли людина звертається до вищих сил самотійно через молитву, медитацію або інші духовні практики.

Існують моделі комунікації за вертикальним складником:

- теїстична модель, в якій одкровення слугує основою, надаючи людям знання про Бога і його волю;
- антропологічна модель, де молитва слугує основою, надаючи людям можливість спілкуватися з Богом.

Релігійна комунікація за горизонтальним складником — це спілкування, взаємодія між віруючими людьми. Конфесії є суттєвими у формуванні й зміцненні релігійних спільнот, створюючи подібне символічне бачення. Віруючі мають можливість невимушено взаємодіяти в межах конфесії, розуміючи інформацію, кодуючи і дешифруючи її з застосуванням каналів комунікації.

Виділяють основні моделі горизонтальної комунікації: інтерактивна (Я та інший); громадська (Я й угруповання); міжконфесійна модель (спільнота зі спільнотою); релігійне послання як спосіб, яким Бог спілкується з людством.

Релігійна комунікаційна система охоплює комплексний процес передавання, сприйняття, осмислення, розуміння релігійної інформації, що сприяє формуванню, розвитку релігійних спільнот, є невід'ємною частиною релігійних процесів.

## Основні терміни

*Акультурація* — взаємообмін елементами культури між народами, націями.

*Діалог культур* — вплив різних культур одна на одну через спілкування, мову та інші форми культурного обміну, що призводить до запозичення, інтеграції елементів культур.

*Ідентифікація* — ототожнення себе з певною культурою.

*Інкультурація* — набуття культурної компетентності.

*Криза* — загострення конфлікту в суспільному устрої, що призводить до суперечностей і дестабілізації соціально-економічної системи.

*Кризові комунікації* — процес майстерного управління ситуацією в умовах кризи з можливим спрямуванням перебігу непередбачуваних нестандартних подій на зменшення шкоди репутації держави, компанії, лідера в переломний період часу.

*Культурна картина світу* — спосіб, яким людина сприймає реальність через культурно зумовлені уявлення, отримані за допомогою органів чуття, відображаючи колективний та індивідуальний досвід.

*Культурний код* — система правил, символів, цінностей, яку використовують представники певної культури для інтерпретації світу навколо них.

*Міжкультурна комунікація* — явище, що містить як теоретичний аспект, так і практичний набір умінь, необхідних для успішного спілкування задля розуміння соціальних норм різних культур.

*Міжнародні комунікації* — процеси спілкування з глобальною аудиторією в мультикультурному оточенні, орієнтовані на покращення відносин між різними представниками міжнародної спільноти.

*Прикладні комунікації* — тип взаємодії, орієнтований на досягнення конкретних результатів у різних галузях суспільного життя.

*Релігійна комунікація* — взаємодія між віруючими в межах їх віросповідання, між представниками різних релігійних спільнот.

*Соціалізація* — засвоєння людиною соціальних ролей.

*Соціальна комунікація* — міжособистісна взаємодія в суспільстві, заснована на комплексних знакових повідомленнях, наповнених досвідом, емоціями, визначених різноманітним соціальним впливом, правил соціального середовища.

У процесі розробки теоретичного матеріалу до теми використано такі джерела: 9; 10; 40; 43; 49; 55; 60; 62; 67; 68; 78; 86; 89; 100; 101; 104; 106; 112; 125; 126; 130; 142.

### **Питання для обговорення**

1. Які основні цілі переслідують відправник і одержувач в процесі соціальної комунікації?
2. Як дослідники класифікують різновиди соціальної комунікації?
3. Які кроки важливо зробити задля керування кризовими комунікаціями?
4. Чим вирізняється міжнародна комунікація від соціальної?
5. Які категорії належать до міжкультурної комунікації?
6. Які процеси забезпечують міжкультурну комунікацію?
7. У чому відмінності між горизонтальною та вертикальною релігійною комунікацією?

## **ПРАКТИЧНИЙ БЛОК**

### **ПРАКТИЧНІ ВПРАВИ ДЛЯ ОПАНУВАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ УМІНЬ І НАВИЧОК**

#### **Вправа «Розподіл винагород»**

*Мета:* сформувати в учасників вміння аргументувати, переконувати, вести переговори, розвинути здатність приймати рішення в складних умовах, домовлятися.

*Хід проведення:* тренер оголошує учасникам, що вони представники компанії «Сенс», виконують ролі (керівника установи, начальника з персоналу, начальника з маркетингу, адміністратора, начальника з продажу, начальника відділу поставок, начальника виробництва, секретаря, головного бухгалтера, помічника бухгалтера), які розподіляють між собою самостійно; власник компанії виділив на виплату винагород за виконання праці 150 тис. грн. за місяць, акцентуючи увагу на самостійному розподілі коштів між співробітниками; необхідно за 10 хвилин спільно визначити скільки коштів

винагороди отримає кожний із співробітників. Після підготовки учасники презентують результати роботи.

*Питання для обговорення:*

За якими критеріями здійснювався розподіл коштів між співробітниками?

### **Вправа «Відділ інновацій»**

*Мета:* розвиток навичок комунікації, роботи в команді, формування здатності управляти ситуаціями протиріччя, вести перемовини, виходити на договір.

*Хід проведення:* тренер повідомляє учасникам про ситуацію: «До інноваційного відділу влаштувалася на роботу нова колега, яка в минулому мала вищу посаду. Вона відзначається високою ефективністю у виконанні завдань, цікавиться справами колег, надаючи їм корисні поради. Одного дня до інноваційного відділу завітав експерт із якості товару, який розпочав бурхливу дискусію з претензіями стосовно якості продукту до однією зі співробітниць. Нова колега, підтримуючи експерта, вступила в дискусію, зосереджуючи увагу на можливості вдосконалити продукт. Співробітниця відреагувала на слова нової колеги різко з акцентом не втручатися в її справи. Нова колега образилася. Після суперечки обидві співробітниці звернулися до начальника зі скаргами: одна — на некомпетентність і грубість, інша — на перешкоди в роботі»; необхідно визначити дії начальника.

*Питання для обговорення:*

Який бік протиріччя Ви підтримуєте?

Що мав зробити в ситуації начальник?

Якого характеру мають бути проведені бесіди начальника зі співробітницями?

### **Вправа «Досвідчений рибалка і рибка золота»**

*Мета:* сформувати в учасників навички аргументувати, підбирати контраргументи, розвинути вміння вести переговори в процесі вирішення складної ситуації.

*Хід проведення:* тренер озвучує учасникам суть ситуації: «Старий рибалка і його дружина жили біля синього моря. Одного разу, коли старий вийшов на риболовлю, випадково виймав золоту рибку



і зрозумів, що рибка не проста, її необхідно переконати жити в його домі. Рибка не хотіла розчаровувати старого і подумала, що має йому довести про кращі для неї умови життя в морі, щоб він її відпустив. Рибалка поклав рибку в відро та задумався про аргументи, рибка вирішила, що теж має час на роздуми». Учасники об'єднуються в пари, обирають ролі та розігрують ситуації, застосовуючи аргументи, переконуючи один одного вирішити на їх користь проблему.

*Питання для обговорення:*

Які характерні риси переговорів виявили в процесі взаємодії?

### **Вправа «Тип переговорів»**

*Мета:* ознайомити учасників із типами ведення переговорів, сформувати здатність працювати в команді, знаходити спільне рішення, розвинути вміння аналізувати, порівнювати стратегії ведення переговорів.

*Хід проведення:* тренер пропонує учасникам об'єднатися в трійки, кожна трійка має скласти характеристики типів поведінки ведення переговорів (м'якого, жорсткого, принциповий). Підсля підготовки трійки демонструють результати своєї роботи.

*Питання для обговорення:*

Який тип ведення переговорів для Вас є найбільш прийнятним?

Якими якостями необхідно володіти задля конструктивного ведення переговорів і досягнення в переговорному процесі результату?

### **Вправа «Пазли»**

*Мета:* сформувати в учасників здатність до організації, координації дій у команді, вирішення завдань в умовах обмеженого контакту, розвинути навички ефективної комунікації, співпраці, ведення перемовин.

*Хід проведення:* тренер об'єднує учасників у дві команди, призначає в командах керівників установи, які самостійно обирають співробітників установи; кожна команда отримує конверт із розрізаною на дрібні частини картинку та завдання її зібрати; цілісну картинку може бачити тільки керівник, який розміщується спиною до команди, не промовляючи жодного слова, має можливість надсилати вка-

зівки лише в письмовій формі. Після роботи команд здійснюється аналіз діяльності кожного представника установи.

*Питання для обговорення:*

Чи були вказівки керівника зрозумілими команді?

Які якості в процесі виконання завдання були виявлені в учасників?

### **Вправа «Подорож Європою»**

*Мета:* ознайомити учасників із ключовими аргументами впливу на думку інших, розвинути навички переконання, відстоювання власних інтересів, сформувані вміння вирішувати суперечливі ситуації.

*Хід проведення:* тренер об'єднує учасників у чотири команди, з якої лише один учасник може отримати квиток подорожі Європою; завдання кожного учасника команд переконати інших, що саме йому важливо подорожувати, відстоюючи власні інтереси, підбираючи переконливі аргументи. Після роботи команди обговорюють результати досягнення.

*Питання для обговорення:*

Хто в командах був найпереконливішим?

Які аргументи учасників були наведені команді?

Чому учасники команд віддали перевагу представленій кандидатурі?

### **Питання семінарських занять**

1. Характерні риси міжкультурної комунікації.
2. Культурна дистанція.
3. Сучасні тенденції в кризових комунікаціях.
4. Вертикальна та горизонтальна релігійна комунікація.
5. Міждисциплінарність теорії міжкультурної комунікації.
6. Культурний шок.

### **Завдання для самостійної роботи.**

*Завдання 1.* Схарактеризуйте три кризові ситуації як події, що зумовлюють життєдіяльність основної маси людей.

### **Тестові завдання для самоконтролю**

1. Прикладні комунікації — це...

- а) тип взаємодії, орієнтований на досягнення конкретних результатів у різних галузях суспільного життя;
- б) сфера знань, що вивчає комунікаційні процеси;
- в) наука, в основі якої закладено застосування вмій, навичок комунікації задля вирішення проблемних питань.

2. Соціальні комунікації — це...

- а) комунікація, яка базується на вивченні лише знакових повідомлень;
- б) переміщення значень у соціальному контексті з урахуванням часу та простору між одержувачем і відправником повідомлення;
- в) процес обміну набутими знаннями.

3. Кризові комунікації — це...

- а) імпульсивні дії, що затьмарюють розум під час комунікації;
- б) процес майстерного управління ситуацією в умовах кризи з можливим спрямуванням перебігу непередбачуваних нестандартних подій на зменшення шкоди репутації держави, компанії;
- в) загострення конфлікту в суспільстві, на яке неможливо вплинути.

4. Міжнародні комунікації — це...

- а) взаємообмін відомостями;
- б) процес спілкування з окремими індивідами, орієнтований на покращення взаємовідносин;
- в) процеси спілкування з глобальною аудиторією в мультикультурному оточенні, орієнтовані на покращення відносин між різними представниками міжнародної спільноти.

5. Міжкультурні комунікації — це...

- а) набір вмій і навичок, необхідних для успішного спілкування задля розуміння соціальних норм різних культур;
- б) процес вивчення культурних особливостей;
- в) процес вивчення соціокультурних норм спілкування.

6. Хто з дослідників виокремив п'ять структурних складових у комунікації «хто», «що», «як», «кому», «навіщо»?

- а) В. Різун;
- б) О. Холод;
- в) Г. Лассуел.

7. Релігійні комунікації — це...
  - а) процес розповсюдження просвітницької діяльності;
  - б) спілкування між віруючими в межах їх віросповіді, взаємодія між представниками різних релігійних спільнот;
  - в) поширення релігійних знань і вірувань.
8. Взаємообмін елементами культури між народами, націями — це...
  - а) акультурація;
  - б) інкультурація;
  - в) соціалізація.

### **Рекомендована література**

#### *Основна:*

1. Білик О. Основи комунікації: конспект лекцій для здобувачів фахової передвищої освіти. Луцьк, 2022. 50 с.
2. Білоконенко Л. А. Українськомовна комунікологія: практикум. Кривий Ріг, 2020. 105 с.
3. Зубарева М. А. Прикладні антикризові PR-технології: навч. посіб. Острого, 2014. 162 с.
4. Кісілевич-Чорнойван О. М. Міжнародне інформаційне право: навч. посіб. К., 2011. 160 с.
5. Коник Д. Довіра громади: кризові комунікації органів місцевого самоврядування. Практичний посібник. К., 2020. 70 с.
6. Мальцева К. С. Міжкультурні непорозуміння і проблема міжкультурного перекладу: автореф. дис... канд. філос. наук: 09.00.04. К., 2002. 20 с.
7. Манакін В. М. Мова і міжкультурна комунікація: навч. посібник. К., 2012. 147 с.
8. М'язова І. Ю. Міжкультурна комунікація: зміст, сутність та особливості прояву (соціально-філософський аналіз): автореф. дис. канд. філос. наук: 09.00.03. К., 2008. 18 с.
9. Панченко Є. Г. Міжнародний менеджмент: навчальний посібник. Київ, 1996. 78 с.
10. Петрушкевич М. С. Релігійна комунікація у контексті масової культури. Острого, 2018. 408 с.
11. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. Київ, 1999. 308 с.
12. Радченко І. Б. Вступ до теорії міжкультурної комунікації. Конспект лекцій. Харків, 2021. 80 с.

13. Савченко К. В. Міжнародний менеджмент: конспект лекцій. Суми, 2009. 154с.

14. Холод О. Соціальні комунікації: тенденції розвитку. К., 2018. 370 с.

*Додаткова:*

1. Кухта П. В. Кризи, їх причини та наслідки. *Ефективна економіка*. 2012. № 10. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1439>.

2. Лазарева О. В. Міжнародний менеджмент. Миколаїв, 2009. 95 с.

3. Лебедева Л. Е. Міжкультурна комунікація: лінгвістичний аспект. *Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*. 2013. Вип. 9. С. 246-252.

4. Липчанко-Ковачик О. В., Варга Л. І., Моргун І. В. Країнознавство як основа міжкультурної комунікації. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*. 2020. № 68. Т. 1. С 86–89.

5. Методичні рекомендації до самостійного вивчення дисципліни «Організація проведення переговорів» / Укл. О. П. Крупський, О. В. Щипанова. Дніпро, 2011. 284 с.

6. Почепцов Г. Г. Соціальні комунікації і нові комунікативні технології. *Комунікація*. 2010. № 1. С. 19–26.

7. Пронько Л. М. Діловий протокол та ведення переговорів: методичні рекомендації. Вінниця, 2019. 61 с.

8. Різун В. В. До питання про соціально-комунікаційний підхід у на-уці. *Комунікація*. 2010. № 1. С. 35–36.

9. Рубінс М. 40 вправ для групового коучингу. URL: [file:///C:/Users/User/Downloads/zbirnik\\_1.pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/zbirnik_1.pdf).

10. Старовойтенко Н. В., Чемерис І. А., Білик Л. І., Ключка С. І. Психологія управління. Черкаси, 2020. 300 с.

11. Хижняк Л. М., Федорова Г.Ю. Комплекс навчально-методичного забезпечення з дисципліни «Теорія і практика комунікацій». Харків, 2019. 113 с.

12. Шевченко О. В. PR-технології формування міжнародного іміджу держави. *PR в органах державної влади та місцевого самоврядування* / ред. В. М. Бебик, С. В. Куніцина. К., 2023. 240 с.

13. Школа волонтерів: навчальний посібник / за ред. Г. С. Скитьової. К., 2016. 166 с.

14. Engel J. F. Consumer behaviour. New York, 2019. 774 p.



## ТЕМА 8

### Конфлікти, їх види, причини виникнення

#### ПЛАН

1. Конфлікт: складники й особливості вияву.
2. Функції, різновиди конфліктів.
3. Чинники конфліктів і шляхи їх врегулювання.

**Ключові слова:** динаміка розвитку конфлікту, компроміс, конфлікт, конфліктогени, конфронтація, мотиви конфлікту, образи конфлікту, об'єкт конфлікту, пристосування, співробітництво, структура конфлікту, суб'єкти конфлікту, умови конфлікту, ухилення.

#### Теоретичний матеріал

**Конфлікт: складники й особливості вияву.** Конфлікти є неминучим компонентом усіх аспектів нашого життя, що виникає як між особами з різними цілями, цінностями, мотивами, так і між групами людей. Усвідомлення причин, характеру перебігу конфлікту є ключем до ефективного його врегулювання. В умовах сьогодення конфлікти є складними і багатогранними феноменами, що сприяють як негативному, так і позитивному розвитку подій.

У працях О. Гладкової конфлікт (із латинського слова «conflictus») передбачає зіткнення, яке може бути реальним або уявним, об'єктивним чи суб'єктивним; протиріччя між людьми, які намагаються його вирішити емоційно.

Із позиції М. Філоненко, конфлікт — це розбіжності в цілях, потребах, уявленнях, поглядах учасників взаємодії.

Конфлікт — реакція адаптаційних процесів людей на вплив негативних чинників ззовні, що призводить до змін у процесі взаємодії.

Конфлікт може приймати такі форми:

- експресія негативних емоцій із вираженими проявами у поведінці (напруженість, ворожнеча, непорозуміння, критика).
- негативна атмосфера (роздратованість, напруженість у взаємодії, незадоволеність).

- відкрита конфронтація (спалахи емоцій, образи, спроби вирішення ситуації силою, непокірність, розрив відносин).

Із-поміж ключових ознак конфлікту О. Головка, Н. Лисак, Н. Петренко виокремлюють такі:

- виявлення реальних або уявних розбіжностей у поглядах, інтересах до будь-якого явища, що виникають за випадкових обставин або в результаті навмисних учинків учасників взаємодії та характеризуються відкритістю і демонстративністю;

- зміна стилю комунікації, спрямованого на конфронтацію з боку залучених учасників взаємодії, що супроводжується почуттям взаємного неприйняття, зневаги;

- активні дії учасників взаємодії, зумовлені бажанням перемогти, з використанням низки методів і прийомів негативного впливу (осуду, образ, залякування, шантажу, тиску);

- підвищення рівня негативних емоцій, що призводять до нестабільного стану учасників і непередбачуваних їх реакцій.

Будь-який конфлікт за своєю особливістю має структуру, що характеризує комплекс зв'язків, за допомогою яких феномен залишається цілісним, відмінним від інших соціальних явищ.

Ключовими елементами конфлікту, з позиції Л. Долинської, Л. Матяш-Заяц, виокремлено:

- суб'єкти (індивіди, соціальні групи) — активні сторони конфлікту, які свідомо чи несвідомо ініціюють, впливають на перебіг конфлікту відповідно до власних інтересів, що зумовлені статусом і рангом;

- об'єктом виступає причина, мотивація чи прихована сила, яка провокує на конфлікт;

- умови окреслюють характер конфлікту, його залежність від впливу зовнішніх чинників, зокрема: просторових, часових, соціально-психологічних;

- образи ситуації конфлікту — уявлення учасників про себе, протилежний бік конфлікту та його простору, що супроводжує розвиток пізнавальних процесів, рефлексії, комунікативних навичок;

- мотиви в конфлікті виступають як внутрішні сили, що підштовхують до суперечки, зіткнення, конфронтації та виявляються через потреби, інтереси, цілі, цінності, переконання;

- позиції сторін окреслюють вимоги, претензії, бажані результати, що виявляються в процесі взаємодії, де внутрішня позиція ви-



значає цілі, мотиви або залишається невидимою, зовнішня — відображає мовленнєву поведінку, погляди сторін.

Конфлікти мають місце як в професійних відносинах, так і в особистих стосунках. Для кожного конфлікту характерною рисою є динаміка розвитку, що може бути раптовою або поступовою зміною взаємин між учасниками, враховуючи особливості особистостей, цілі, зовнішні впливи.

Початок конфлікту відбувається з усвідомлених, активних дій одного учасника, який завдає шкоду іншому. Інший учасник реагує на дії, вживаючи відповідних заходів. Конфлікт завжди має багатоаспектну природу, різні форми, наслідки, проте його завершення передбачає припинення навмисних дій.

Динаміка конфлікту, з позиції В. Галаган, В. Орлова, О. Отич, проходить такі етапи:

- передконфліктний етап передбачає наявність випадкового чи спровокованого учасниками події конфліктогену (слів, дій або бездіяльність, що провокує суперечку, протиріччя, недовіру, застосування претензій, доведення правомірності звинувачень, руйнацію взаємодії, готовність до боротьби) та залежить від установок, прагнень, емоційних орієнтацій учасників конфлікту;

- етап усвідомлення відображає розпізнавання проблеми, яку необхідно вирішити, аналіз ситуації, розуміння, прийняття обставин, окреслення позицій сторін, власних інтересів, потреб;

- етап реалізації визначає дії, поведінкові реакції сторін у конфлікті, зокрема: агресивні, що демонструють виклик; пасивні, які є відповіддю на виклик; умовно-узгоджені, що передбачають уступку; злагоджені, що схильні до компромісу;

- етап згасання визначає характер завершення конфлікту (деструктивний, конструктивний, заморожування), в результаті чого відносини учасників конфлікту нормалізуються цілком або частково.

**Функції, різновиди конфліктів.** Залежно від контексту й обставин взаємодії учасників конфлікти можуть виконувати різноманітні функції.

Так, М. Філоненко характеризує позитивні та негативні функції конфліктів. Із-поміж позитивних функцій визначено:

- діагностичну (дослідження ситуації в групі, колективі);

- вдосконалюючу (активізація особистісного потенціалу учасників, розвиток творчості, прийняття нестандартних рішень задля стабілізації відносин, комунікативного простору);
- інформаційно-інтегруючу (виявлення додаткових відомостей про себе, інших, що супроводжує розвиток рефлексії, самоусвідомлення);
- структурно-консолідуючу (формування організованих команд, груп, установ із злагодженою діяльністю);
- активізуючу (розкриття внутрішніх ресурсів, можливостей учасників взаємодії);
- стимулюючу (розвиток особистісних якостей, властивостей задля подальшої успішної самореалізації);
- психотерапевтичну (нейтралізація дискомфортичних відносин між комунікантами, подолання внутрішньоособистісних конфліктів, досягнення рівноваги і гармонії в стосунках).

До несприятливих функцій конфлікту належать:

- маніпулятивна (формування узагальнених уявлень, негативних прийомів самовираження за допомогою маніпуляцій, самоствердження за рахунок інших);
- дестабілізаційна (втрата сприятливої психологічної атмосфери в команді, загострення учасників взаємодії);
- антимотиваційна (зниження рівня інтересу до роботи, погіршення її якості та ефективності);
- когнітивно-дисонансна (неправильне тлумачення проблеми учасниками комунікації);
- деструктивна (застосування учасниками ірраціональних захисних механізмів);
- дезінтеграційна (складність співпрацювати на партнерських засадах у процесі та після конфлікту);
- конфронтаційна (загострення протиріччя, орієнтація на перемогу окремо кожного учасника взаємодії, що негативно впливає на вирішення проблеми);
- ресурсозатратна (зростання витрат на вирішення суперечностей).

На окрему увагу заслуговує проблема класифікації конфліктів, адже від знання видів залежно від різних критеріїв зазначеного феномена сприяє кращому розумінню й аналізу причин, наслідків і шляхів врегулювання протиріч.

За дослідженнями Г. Ложкіна, Н. Пов'якель представлено класифікацію конфліктів:

- за кількістю учасників взаємодії (особистісний, міжособистісний, груповий, міжгруповий, міждержавний, міжнаціональний тощо);
- за ознакою діяльності учасників конфлікту (управлінський, сімейний, політичний, економічний, соціальний тощо);
- за характером і часом перебігу (гострий, хронічний, швидкоплинний, довготривалий);
- за здатністю до трансформацій (конструктивний, деструктивний);
- за силою протиріччя (невдоволення, відмінність позицій, непорозуміння, війна тощо);
- за рівнем напруженості (основний, неосновний, реальний, уявний).

А. Бондар, Н. Волкова визначають таку класифікацію конфліктів:

- за природою походження (міжособистісний особистісний, міжособистісний, міжгруповий, міждержавний);
- за особливістю прояву (відкритий, прихований);
- за характером вирішення (простий, складний);
- за сутністю (реальний, уявний);
- за наслідками (продуктивний, непродуктивний);
- за ефективністю (конструктивний, стабілізуючий, деструктивний);
- за напрямками взаємодії (горизонтальний, вертикальний);
- за кількістю учасників (діадичний, локальний, загальний);
- за характером виникнення (стихийний, запланований, спровокований);
- за тривалістю (короткочасний, тривалий, затяжний);
- за аспектами врегулювання (керований, некерований);
- за етичними ознаками (соціально прийнятний, неприйнятний).

Окреслені види конфліктів, маючи свої характеристики, передбачають відповідні наслідки, що зумовлюють особливості взаємодії та розвитку учасників комунікації.

**Чинники конфліктів і шляхи їх врегулювання.** Конфлікти між учасниками комунікації виникають унаслідок наявності існуючих суперечностей чи викривлених поглядів щодо певних явищ, подій, що є фундаментом для ідентифікації причин зазначеного феномена.

За дослідженнями А. Бондар, О. Фенцик, виокремлюють такі групи чинників конфліктів, зокрема:

- технічні (суперечності між способом, предметом і можливістю реалізувати будь-яку діяльність);
- аксіологічні (протиріччя між метою соціальної групи й особистістю);
- економічні (розбіжності між результатом, якістю предмета і його вартістю);
- лідерські (протиріччя в сприйнятті, оцінюванні співробітника керівником установи тощо);
- соціальні (неузгодженість між людьми різного віку, статі, статусу, інтересів);
- психосоціальні (розбіжності між людьми з різними індивідуально-психологічними властивостями).

Із позиції В. Галаган, В. Орлова, О. Отич, конфлікти виникають у результаті впливу

- об'єктивних (ситуації соціальної комунікації, що призвели до протиріч у думках, інтересах, установках учасників комунікації: відсутність, нестача духовних, матеріальних цінностей, протиріччя в поглядах, мотивації, спосіб життєдіяльності тощо);
- організаційно-управлінських (розбіжності, що виникають у процесі створення, діяльності установ, організацій, соціальних груп: невідповідність структури установи особливостям предметної діяльності, порушення функціональних зв'язків між установами, відділами, співробітниками);
- соціально-психологічних (суперечності на фоні різного тлумачення інформації в процесі взаємодії учасників, невідповідність ролей стосункам у комунікації);
- особистісних чинників (індивідуально-психологічні властивості учасників комунікації: слабка стресостійкість, неадекватна самооцінка, недосконала здатність до самоконтролю, підвищена тривожність тощо).

Усвідомлення причин конфліктів між учасниками комунікації сприяє конструктивному врегулюванню непорозуміння. Завершити конфлікт можливо за умови трансформації ставлення учасників до позицій співрозмовника, ситуації, ролей. У процесі врегулювання конфлікту кожна особистість обирає для себе власну стратегію поведінки.

Р. Фішер, В. Юрей, Б. Паттон, вивчаючи проблему стратегій поведінки в переговорному процесі, акцентували увагу на стратегії, запропонованої американським дослідником Д. Нешом, — «рівновага Неша». Головний принцип стратегії полягає в тому, що жодна сторона взаємодії в складних стосунках не має можливості запропонувати ефективну співпрацю, якщо інші учасники не готові змінити свої позиції; жодна сторона конфлікту не має можливості досягти результату наодинці, діючи всупереч іншим. На основі представленої стратегії дослідники розробили стратегію «win-win» (перемога — перемога), що ґрунтується на усвідомленому розумінні обох сторін проблеми протиріччя, їх прагненні до спільного успіху, сприяє досягненню бажаного результату. Стратегія «win-win» спрямована на злагоджену роботу, конструктивну взаємодію учасників переговорів шляхом врахування потреб, інтересів всіх учасників, виявлення причин непорозуміння, перетворення конкурентів на близьких партнерів. Окрім стратегії «win-win», дослідники представили стратегію «lose-win» (поразка — перемога) — спосіб взаємодії, що передбачає програш одного учасника з перевагою його конкурента; стратегію «lose-lose» (поразка — поразка) — форма конфлікту, що містить програш обох учасників взаємодії; «win-lose» (перемога — поразка) — стратегія, спрямована на перевагу над конкурентом, що за результатом боротьби призводить до програшу.

У дослідженнях У. Томаса, Р. Кілмена представлено такі способи поведінки в конфлікті:

- суперництво;
- уступка;
- ухилення;
- згода;
- співпраця.

Конфронтація (суперництво, конкуренція) — стратегія поведінки в конфлікті, спрямована на досягнення домінуючого становища, прагнення стати центром ситуації за рахунок знецінення думок інших. До основних рис стратегії належить: нехтування поглядами, потребами інших, абсолютизація власної позиції, агресивна манера комунікації, ігнорування співпраці. Стратегія має наслідки, зокрема: загострення недоброзичливих відносин, руйнування довіри з іншими людьми, відсутність конструктивного результату.

Пристосування (уступка) — способи поведінки в ситуації конфлікту, для якої характерною є готовність поступатися власним інтересам на користь іншим. Зазначену стратегію застосовують за умови, коли питання розмови не є принциповим, коли відносини з іншими є більш цінними, коли людина не впевнена в своїй правоті. Наслідками використання стратегії є: формування фрустрації, неконструктивне вирішення проблеми, не вигідне поступливе становище.

Ухилення — форма поведінки в конфлікті, для якої притаманним є прагнення віддалити чи відсунути вирішення. Стратегію застосовують у випадках, коли конфлікт не є принциповим, коли ситуація емоційна, напружена, коли для збору інформації потрібен час. До особливостей стратегії належить: відсутність діалогу, ігнорування проблеми, перекладання відповідальності. Наслідками застосування стратегії є: невирішена проблема, накопичення емоцій, поведінку розглянуто як слабкість.

Для стратегії компромісу (згоди), як стратегії поведінки в конфлікті, характерною є готовність йти на поступки задля досягнення прийняттого для всі учасників рішення. Цінною зазначена стратегія є у випадку, коли необхідно терміново прийняти потрібне рішення, коли важливо зберегти добрі стосунки між учасниками взаємодії, коли жодна сторона конфлікту не може досягти перемоги. Особливостями стратегії компромісу є наявність факту перемовин, здатність учасників взаємодії йти на поступки, готовність сторін конфлікту шукати спільний знаменник.

Стратегія співробітництва (співпраця) передбачає процес спільної діяльності учасників конфлікту, які прагнуть вирішити протиріччя шляхом врахування потреб, цінностей кожного, пошуку вигідних умов взаємодії для обох учасників. Перевагами стратегії є підвищення ефективності в досягненні результатів, формування нових ідей, рішень щодо проблеми, підвищення мотивації щодо діяльності над спільним проектом, розвиток особистості, командної роботи.

На думку Н. Волкової, Л. Дубровської, за наявності конфліктної ситуації ефективним є застосування різноманітних методів досягнення взаєморозуміння, зокрема:

- методу рефлексії, за яким передбачено представлення себе в позиції конкурента, розуміння його потреб, емоцій, думок, врахування його намірів;

- методу співпереживання, що втілює процес пізнання й усвідомлення переживань опонента щодо проблеми;

- методу індукції, що передбачає застосування конструктивного мислення задля розуміння іншого учасника комунікації, моделювання ситуації його очима.

У працях Н. Пов'якель, Л. Котлової зазначено, що з-поміж методів подолання, вирішення конфліктних ситуацій є:

- формування позитивної суспільної думки про учасників взаємодії;

- залучення авторитетної особи задля вирішення конфлікту;

- реалізація спільного проєкту;

- запрошення до вирішення конфлікту медіатора (посередника), який допомагає знайти справедливе, взаємоприйнятне рішення;

- чітке інструктування учасників комунікації щодо особливостей взаємодії;

- координування й об'єднання зусиль учасників щодо спільної діяльності;

- орієнтування учасників конфлікту на досягнення соціальних цілей;

- застосування програми стимулювання;

- структурні зміни в установах, соціальних групах тощо.

С. Гаркавець, Л. Волченко пропонують непрямі методи та прийоми вирішення конфліктів, зокрема:

- метод вираження почуттів;

- метод позитивного сприйняття опонента;

- метод впливу авторитетної особи;

- прийом прямої агресії;

- прийом уважного слухання супротивника;

- метод обміну позиціями;

- метод розширення світогляду.

Л. Коберник вважає, що ефективним методом вирішення конфліктів є метод переговорів, що передбачає застосування системи прийомів, орієнтованих на виявлення спільного, прийняттого рішення для учасників взаємодії. Дослідник виокремлює ряд кроків, необхідних у процесі вирішення конфлікту, а саме:

- зупинити активне протистояння;

- усвідомити необхідність змін у власній поведінці;

- знизити рівень негативних емоцій стосовно опонента;
- оцінити конфлікт ззовні;
- виявити справжні потреби й інтереси опонента;
- визначити основні страхи співрозмовника;
- окреслити суть проблеми конфлікту;
- запропонувати декілька варіантів вирішення проблемного питання, враховуючи інтереси обох сторін;
  - визначити декілька варіантів часткового розв'язання конфлікту;
  - зазначити об'єктивні характеристики вирішення протиріч;
  - змодельовати ситуацію з реакціями опонента на варіанти вирішення проблеми;
- відкрито поговорити з суперником щодо проблеми;
- постійно коригувати стратегію поведінки в конфлікті;
- оцінити власну поведінку та вчинки інших.

Отже, методи вирішення конфліктної ситуації, орієнтовані мінімізувати негативні емоції, врахувати інтереси, потреби обох учасників взаємодії, сприяють формуванню довірливих відносин, розумінню поглядів, позицій, ефективному розв'язанню суперечностей, стабільному врегулюванню конфлікту.

### **Основні терміни**

*Динаміка розвитку конфлікту* — миттєва чи послідовна зміна взаємин між учасниками, враховуючи особливості особистостей, цілі, зовнішні впливи.

*Згода (компроміс)* — поведінкова стратегія під час конфлікту, для якої характерною є готовність йти на поступки задля досягнення прийняттого для всі учасників рішення.

*Конфлікт* — розбіжності в цілях, потребах, уявленнях, поглядах учасників взаємодії.

*Конфліктоген* — це висловлювання діяльність чи бездіяльність, що провокує суперечку, протиріччя, недовіру.

*Конфронтація* — поведінкова тактика в конфлікті, спрямована на досягнення домінуючого становища, прагнення стати центром ситуації за рахунок знецінення думок інших.

*Мотиви конфлікту* — внутрішні сили, що підштовхують до суперечки, зіткнення, конфронтації та виявляються через потреби, інтереси, цілі, цінності, переконання.



**Образи конфлікту** — уявлення учасників про себе, протилежний бік конфлікту та його простору, що супроводжує розвиток пізнавальних процесів, рефлексії, комунікативних навичок.

**Об'єкт конфлікту** — причина, мотивація чи прихована сила, яка провокує на конфлікт.

**Пристосування** — способи поведінки в ситуації конфлікту, для якої характерною є готовність поступатися власним інтересам на користь іншим.

**Співробітництво** — стратегія спільної діяльності учасників конфлікту, які прагнуть вирішити протиріччя шляхом врахування потреб, цінностей кожного, пошуку вигідних умов взаємодії для обох учасників.

**Структура конфлікту** — комплекс зв'язків, за допомогою яких феномен залишається цілісним, відмінним від інших соціальних явищ.

**Суб'єкти конфлікту** — активні сторони конфлікту, які свідомо чи несвідомо ініціюють, впливають на перебіг конфлікту відповідно до власних інтересів.

**Умови конфлікту** — характер конфлікту, його залежність від впливу зовнішніх чинників.

**Ухилення** — форма поведінки в конфлікті, для якої притаманним є прагнення віддалити чи відсунути вирішення.

*У процесі розробки теоретичного матеріалу до теми використано такі джерела: 7; 12; 22; 24; 26; 27; 28; 29; 34; 45; 51; 52; 58; 65; 79; 93; 122; 123; 143; 146; 151.*

### **Питання для обговорення**

1. Як дослідники розуміють феномен «конфлікт»?
2. Які елементи входять до структури конфлікту?
3. Які характерні риси має передконфліктний етап протиріччя?
4. Що передбачає інформаційно-інтегруюча функція конфлікту?
5. За якими ознаками науковці класифікують конфлікти?
6. Які основні чинники конфліктів виокремлено дослідниками?
7. У чому суть стратегії «ухилення»?

## ПРАКТИЧНИЙ БЛОК

### ПРАКТИЧНІ ВПРАВИ ДЛЯ ОПАНУВАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ УМІНЬ І НАВИЧОК

#### **Вправа «Конфлікт — це...»**

*Мета:* визначити уявлення учасників щодо понять «конфлікт», розвинути вміння обґрунтовувати власну думку, працювати в команді.

*Хід проведення:*

I етап: учасники об'єднуються в три команди, які створюють малюнок або схему, що відображає сутність поняття «конфлікт».

II етап: учасники демонструють результати спільної роботи.

III етап: тренер акцентує увагу учасників на сутності конфлікту як розбіжності в цілях, потребах, уявленнях, поглядах учасників взаємодії.

#### **Вправа «Позитивні та негативні боки конфлікту»**

*Мета:* підвищити в учасників рівень здатності виокремлювати позитивні, негативні аспекти конфлікту, розвинути критичне мислення.

*Хід проведення:* тренер пропонує учасникам об'єднатися в дві команди, одна команда окреслює позитивні аспекти конфлікту, інша — негативні. Після підготовки команди презентують результати роботи.

*Питання для обговорення:*

Чи в кожному конфлікті є позитивні та негативні аспекти?

#### **Вправа «Я в конфліктних ситуаціях»**

*Мета:* проаналізувати власні емоції, поведінкові стратегії під час конфлікту, розвинути здатність до рефлексії.

*Хід проведення:* учасникам пропонується створити автопортрет «Я в конфліктній ситуації», максимально відтворюючи емоції, поведінкові реакції в конфліктних ситуаціях. Після підготовки учасники презентують результати роботи, інші — здійснюють аналіз малюнків.

*Питання для обговорення:*

Які особистісні риси були виявлені Вами в процесі створення автотрону?

### **Вправа «Я-комунікація»**

*Мета:* сформувати вміння в конструктивний спосіб висловлювати почуття, думки іншій особі, розвиток здатності домовлятися, знижувати рівень агресії, протиріччя, опанування стратегії співпраці.

*Хід проведення:* учасникам пропонується розіграти діалог із партнером у конфліктній ситуації, застосовуючи кроки Я-повідомлення задля виходу на договір, співпрацю.

Алгоритм кроків:

Крок 1. Початок фрази відповідає опису поведінки іншої людини, яка не є для Вас прийнятною: «Вчора спостерігав за Вашою поведінкою, помітив, що вона не відповідала ситуації, була неадекватною...».

Крок 2. Вираження почуттів, емоцій, які Ви відчули в момент неприйнятної поведінки іншої людини: «В цій ситуації я відчував себе ніякого, мені було соромно...».

Крок 3. Окреслити бажану поведінку партнера, яку б Ви хотіли бачити: «Я б хотів і був би Вам дуже вдячний, якби Ваша поведінка відповідала ситуації...».

Крок 4. Озвучити партнеру бажання працювати над проблемою спільно: «І тоді ми з Вами мали б змогу інтегрувати зусилля і вирішити всі проблемні питання...».

*Питання для обговорення:*

Чи вдалося вирішити конфлікт, застосовуючи кроки Я-повідомлення?

### **Вправа «Способи врегулювання конфлікту»**

*Мета:* сформувати в учасників вміння застосовувати різні стратегії поведінки в конфлікті, розвинути здатність адаптуватися до різних комунікативних ситуацій.

*Хід проведення:* тренер пропонує учасникам створити пари, кожна пара програє конфліктні ситуації, застосуючи різні стратегії поведінки (конфронтацію, уникнення, пристосування, компроміс, співпраця).

Ситуації для гри:

1. Сусід звернувся до мешканців будинку зі скаргою на Вас через шум і галас під час вечірніх святкувань.

2. Батько намагається змусити доньку займатися спортом, але вона відмовляється, стверджуючи, що не має на це часу через участь у театральному гуртку.

3. Керівник установи вимагає від Вас працювати в неробочий час безоплатно, вимагаючи збереження при цьому якості роботи.

*Питання для обговорення:*

Які властивості вдалося розкрити, виконуючи ролі в різних стратегія поведінки в конфлікті?

### **Вправа «Посередництво в конфлікті»**

*Мета:* сформувати в учасників уміння ефективно вирішувати напружені комунікативні ситуації, застосовувати стратегії врегулювання конфліктів, розвинути навички співпраці, аналізу непорозуміння між партнерами по спілкуванню.

*Хід проведення:* тренер пропонує учасникам об'єднатися в трійки, кожна трійка програє конфліктну ситуацію на будь-яку тему, в якій два учасника виконують ролі конфліктуючих сторін, третій учасник виступає в ролі посередника (медіатора). Після підготовки трійки демонструють сценки.

*Питання для обговорення:*

Які поведінкові реакції в конфлікті були застосовані учасниками?

Які нестандартні способи комунікації продемонстрували учасники?

Які стратегії врегулювання конфлікту доцільно було використати аби вирішити протиріччя?

### **Вправа «Коректна відповідь»**

*Мета:* ознайомити учасників із техніками зниження напруги в конфлікті, сформувати здатність конструктивно реагувати на зауваження, критику, розвинути навички ефективної комунікації в складних ситуаціях.

*Хід проведення:* тренер пропонує учасникам ознайомитися з техніками зниження та підвищення напруги, об'єднатися в пари, в яких

один учасник озвучує фрази, що провокують конфлікт, інший, застосовуючи техніки зниження напруги, згладжує суперечності, непорозуміння. Після підготовки учасники презентують результати діяльності.

Техніки зниження напруги в конфлікті:

- дозволити партнеру висловитися;
- зосередити увагу на власному емоційному стані та стані партнера;

- наголосити на спільних цілях, потребах Ваших і партнера;

- виявити зацікавленість до проблем співрозмовника;

- підкреслити важливість партнера, його позиції для Вас;

- якщо Ви помилилися — доцільно швидко визнати це;

- озвучити конструктивну пропозицію щодо вирішення конфліктної ситуації;

- навести докази, аргументи;

- проголошувати фрази впевненим, спокійним темпом мови;

- обирати оптимальну відстань від партнера, зберігати контакт очима.

- техніки підвищення напруги в конфлікті:

- втручатися у висловлювання партнера;

- ігнорувати емоційний стан свій і партнера;

- наголошувати на відмінностях своїх і партнера;

- проявляти байдужість до проблем співрозмовника;

- принижувати, негативно оцінювати партнера;

- відкладати момент прийняття своєї помилки;

- шукати винного, звинувачувати співрозмовника;

- критикувати особистість;

- прискорювати темп мови;

- ухилятися від контакту, змінювати позиції тіла.

Орієнтовні фрази, що провокують конфлікт:

Ти забагато на себе береш.

Від тебе важко дочекатися допомоги.

У тебе поганий смак.

Ти постійно всім незадоволений.

Твої жарти дуже недотепні.

Ти занадто балакучий.

Твоя вихованість залишає бажати кращого.

*Питання для обговорення:*

Чи сприймали Ви зауваження партнера серйозно?

Що саме допомогло коректно відповідати співрозмовнику?

### ***Питання семінарських занять***

1. Психологічні аспекти конфліктів.
2. Види поведінки на початку конфліктних ситуацій.
3. Методи врегулювання конфліктів.
4. Секрети медіації.
5. Стратегія вирішення конфлікту — співробітництво.
6. Техніки зниження і підвищення напруги в момент конфлікту.

### ***Завдання для самостійної роботи.***

*Завдання 1.* Схарактеризуйте три ситуації з власного життя, що спровокували конфлікт. Окресліть стратегії, що Ви обрали, вирішуючи конфліктну ситуацію.

### ***Тестові завдання для самоконтролю***

1. Конфлікт — це...
  - а) комплекс зв'язків, за допомогою яких феномен залишається цілісним, відмінним від інших соціальних явищ;
  - б) активні сторони конфлікту, які свідомо або несвідомо ініціюють, впливають на перебіг конфлікту відповідно до власних інтересів;
  - в) зіткнення, яке може бути реальним або уявним, об'єктивним чи суб'єктивним.
2. Причина, мотивація чи прихована сила, яка провокує на конфлікт — це...
  - а) об'єкт конфлікту;
  - б) умова конфлікту;
  - в) образ конфлікту.
3. Як називають етап проходження конфлікту, що передбачає поведінкові реакції сторін у процесі взаємодії?
  - а) етап усвідомлення;
  - б) етап реалізації;
  - в) етап згасання.

4. Яку функцію виконує конфлікт, активізуючи особистісний потенціал учасників, розвиток їх творчості?

- а) стимулююча;
- б) дослідницька;
- в) вдосконалююча.

5. До якого критерія класифікації конфліктів належить конструктивний конфлікт?

- а) кількість учасників взаємодії;
- б) здатність до трансформації;
- в) рівень напруженості.

6. Чинники конфлікту, що відображають протиріччя між метою соціальної групи і особистістю — це...

- а) технологічні;
- б) аксіологічні;
- в) соціологічні.

7. Пристосування — це...

а) способи поведінки в ситуації конфлікту, для якої характерною є готовність поступитися власним інтересам на користь іншим;

б) форма поведінки в конфлікті, для якої притаманним є прагнення віддалити чи відсунути вирішення;

в) стратегія поведінки в конфлікті, спрямована на досягнення домінуючого становища, прагнення стати центром ситуації за рахунок знецінення думок інших.

8. Як називають метод урегулювання конфлікту, що передбачає застосування конструктивного мислення задля розуміння іншого учасника комунікації, моделювання ситуації його очима?

- а) метод рефлексії;
- б) метод співпереживання;
- в) метод індукції.

### **Рекомендована література**

*Основна:*

1. Волкова Н. П. Професійно-педагогічна комунікація : навч. посібн. Київ: ВЦ «Академія», 2006. 256 с.

2. Вступ до спеціальності: методичні рекомендації / уклад. Л. О. Дубровська, В. Л. Дубровський. Ніжин, 2020. 150 с.

3. Галаган В. Я., Орлов В. Ф., Отич О. М. Конфліктологія: конспект лекцій. К.: ДЕДУТ, 2008. 293 с.
4. Гарькавець С. О., Волченко Л. П. Конфлікти в освітньому середовищі: діагностика та практика вирішення: навчально-методичний посібник. Харків, 2020. 92 с.
5. Гладкова О. О. У зоні педагогічного конфлікту. Методична розробка. Дніпропетровськ, 2014. 20 с.
6. Долинська Л. В., Матяш-Заяц Л. П. Психологія конфлікту: навчальний посібник. К.: Каравела, 2010. 304 с.
7. Кoberник Л. О. Конфліктні форми поведінки: виникнення та подолання в юнацькому віці: методичні рекомендації. Умань, 2009. 77с.
8. Конфліктологія: навч. посіб. / Л. М. Герасіна, М. П. Требін, В. Д. Воднік та ін. Х.: Право, 2012. 128 с.
9. Конфліктологія. Опорний конспект лекцій / укл. О. В. Головка, Н. О. Лисак, Н. В. Петренко. Харків, 2018. 117 с.
10. Ложкін Г. В., Пов'якель Н. І. Психологія конфлікту: терія і сучасна практика: навчальний посібник. К., 2006. 416 с.
11. Ніколаєнко С. І. Конфлікти у педагогічній взаємодії та способи їх розв'язання. *Гуманітарний вісник ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет ім. Григорія Сковороди»*. 2013. Вип. 29. Т. 5. С. 222–227.
12. Пов'якель Н.І., Котлова Л.О. Ціннісні орієнтації у подоланні конфліктних форм поведінки студентів. Умань, 2011. 143 с.
13. Філоненко М. М. Психологія спілкування. Підручник. К., 2008. 224 с.

*Додаткова:*

1. Белавіна Т. І., Васютинський В. О., Вінков В. Ю. Подолання негативних наслідків належності до неефективних субкультур: соціально-психологічний тренінг: метод. Рекомендації. К., 2016. 58 с.
2. Боднар А. В. Психологічні основи професійної педагогічної комунікації у вищих закладах культури і мистецтв I-II рівня акредитації: навчально-методичний посібник. Ужгород, 2013. с. 93 с.
3. Герасімова Н. Є. Внутрішньоособистісні конфлікти в процесі соціальної адаптації студентів до умов вищих навчальних закладів. К., 2004. 21 с.
4. Гриньова Н. В., Станішевська В. І. Психокорекційний тренінг «Вчимось конструктивно вирішувати конфліктні ситуації». *KELM*. № 4 (48). 2022. С. 196.



5. Ласькова В. Г. Особливості конфліктної взаємодії в юнацьких спортивних командах. К, 1998. 184 с.
6. Лефтеров В. О., Цільмак О. М. Методика проведення практичних занять з елементами тренінгу з «Психології управління» : практикум. Одеса, 2019. 52 с.
7. Фенцик О. М. Педагогічна комунікація: практикум для студентів спеціальності 013 «Початкова освіта» освітнього ступеня магістр. Мучачево: вид-во МДУ, 2019. 162с
8. Fisher R., Urey W., Patton B. Getting to Yes: Negotiating Agreement without Giving In. Boston, 1991. 90 p.
9. Kilmann R. H. Celebrating the Thomas-Kilmann Conflict Mode Instrument (TKI) and Systemwide Conflict Management»: Kilmann Diagnostics. URL: <https://kilmanniagnostics.com/celebrating-the-thomas-kilmann-instrument-tki-and-systemwide-conflict-management/>.
10. Nesh D. F. Non-cooperative games. *Annals of Mathematics*. 1951. Vol. 54. № 2. P. 286–295.
11. Peseschkian N. Cultural Dimension in the Training in Medical Psychotherapy. *Positive Psychotherapy: A Transcultural and Interdisciplinary Approach to Psychotherapy*. 1990. № 53 (1–4). P. 39–45.

### **Методичні рекомендації до вивчення теми 8**

У процесі опанування теми «Конфлікти, їх види, причини виникнення» рекомендовано:

- оволодіти теоретичним матеріалом, проаналізувати рекомендовану літературу з теми;
- з'ясувати значення термінів: динаміка розвитку конфлікту, компроміс, конфлікт, конфліктогени, конфронтація, мотиви конфлікту, образи конфлікту, об'єкт конфлікту, пристосування, співробітництво, структура конфлікту, суб'єкти конфлікту, умови конфлікту, ухилення;
- законспектувати відповіді на питання для обговорення;
- виконуючи практичні вправи для вдосконалення комунікативних умінь і навичок, застосовувати навчально-методичну та наукову літературу з університетської бібліотеки та Інтернет-джерел;
- відповіді на питання семінарських завдань підготувати у вигляді конспекту;

- виконуючи завдання самостійної роботи, важливо дотримуватись вимог: матеріал має бути обсягом не менше 3 сторінок друкованого тексту, відповідати умовам практичного застосування;
- правильні відповіді тестових завдань для самоконтролю позначити в таблиці курсивом за зразком:

1	2	3	4	5	6	7	8
а	<i>а</i>	а	а	а	а	<i>а</i>	а
б	б	<i>б</i>	б	<i>б</i>	<i>б</i>	б	б
<i>в</i>	в	в	<i>в</i>	в	в	в	<i>в</i>

# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авраменко О. О., Яковенко Л. В., Шийка В. Я Ділове спілкування: навчальний посібник. Івано-Франківськ, 2015. 160 с.
2. Агафонова Г., Карчевська О. Політичний перфоманс як інструмент формування політичної культури українського суспільства. *Вісник Прикарпатського університету. Політологія*. 2020. Випуск 14. С. 16–23.
3. Афанасьєва Н. Є., Перелигіна Л. А. Теоретико-методологічні основи соціально-психологічного тренінгу. Навчальний посібник. Харків, 2015. 315 с.
4. Барановська Л. В., Глушаниця Н. В. Психологія ділового спілкування: навч. посібник. К., 2016. 248 с.
5. Бебик В. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: монографія. К.: МАУП, 2005. 440 с.
6. Березовська Л. Комунікативні бар'єри у спілкуванні соціального працівника: шляхи подолання. *Український Педагогічний журнал*. 2020 № 2. С. 87–94.
7. Белавіна Т. І., Васютинський В. О., Вінков В. Ю. Подолання негативних наслідків належності до неефективних субкультур: соціально-психологічний тренінг: метод. рекомендації. К., 2016. 58 с.
8. Беляєва О.М. Мовленнева комунікація: структура, види, форми, перешкоди. *Світ медицини та біології*. 2016. № 1(55). С. 185–191.
9. Білик О. Основи комунікації: конспект лекцій для здобувачів фахової передвищої освіти. Луцьк, 2022. 50 с.
10. Білоконенко Л. А. Українськомовна комунікологія: практикум. Кривий Ріг, 2020. 105 с.
11. Божук Л. В. Соціальні комунікації: методичні рекомендації до самостійної роботи. К.: НАУ, 2021. 56 с.
12. Боднар А. В. Психологічні основи професійної педагогічної комунікації у вищих закладах культури і мистецтв I-II рівня акредитації: навчально-методичний посібник. Ужгород, 2013. 93 с.

13. Бочаріна Н. О. Психологічні особливості формування гуманістичної спрямованості майбутнього соціального педагога: дис. канд. наук: 19.00.07. Переяслав-Хмельницький, 2012. 300 с.
14. Бутенко Н.В. Основи маркетингу: навч. посіб. К., 2004. 140 с.
15. Вавілова А. С. Стратегії самопрезентації дорослих та підлітків у соціальних мережах. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2021. № 2. С. 14–21.
16. Варяниця Л. О., Починкова М. М. Формування критичного мислення майбутніх учителів початкової школи: технологічний аспект / за ред. Н. В. Мордовцевої. Старобільськ, 2019. 127 с.
17. Великий тлумачний словник сучасної української мови: 250000 / уклад., голов. ред. В. Т. Бусел. Київ; Ірпінь, 2005. 1728 с.
18. Винославська О. В. Система тренінгових занять для формування етичної складової професійної культури менеджера. *Вісник НТУУ КПІ*. 2005. №3(15). С. 88–95.
19. Вирішую конфлікти та будує мир навколо себе. Базові навички медіації однолітків. Навчально-методичний посібник / В. Л. Андреевкова, К. Б. Левченко, М. М. Матвійчук, О. В. Дацко. К., 2020. 200 с.
20. Войтенко С. М., Колосов А. Б. Програма розвитку групової ефективності спортивної команди: методичні вказівки. Вінниця, 2018. 120с.
21. Войцехівська Н. Конфліктний дискурс в українській художній літературі: структурний, семантичний, комунікативний і лінгвокогнітивний аспекти: дис. ... докт. філол. наук: 10.02.01. Київ, 2018. 512 с.
22. Волкова Н. П. Професійно-педагогічна комунікація: навч. посібник. Київ, 2006. 257 с.
23. Волошина Г. П. Особливості уроків читання та літературознавча пропедевтика у початковій школі. Умань, 2011. 126 с.
24. Вступ до спеціальності: методичні рекомендації / уклад. Л. О. Дубровська, В. Л. Дубровський. Ніжин, 2020. 150 с.
25. Гаврилов О. В. Мова, мовлення, їхні функції і вплив на психічний розвиток особистості. *Збірник наукових праць «Проблеми сучасної психології»*. 2019. № 2. С. 85-96.
26. Галаган В. Я., Орлов В. Ф., Отич О. М. Конфліктологія: конспект лекцій. К.: ДЕДУТ, 2008. 293 с.
27. Гарькавець С. О., Волченко Л. П. Конфлікти в освітньому середовищі: діагностика та практика вирішення: навчально-методичний посібник. Харків, 2020. 92 с.

28. Герасімова Н. Є. Внутрішньоособистісні конфлікти в процесі соціальної адаптації студентів до умов вищих навчальних закладів. К., 2004. 21 с.
29. Гладкова О. О. У зоні педагогічного конфлікту. Методична розробка. Дніпропетровськ, 2014. 20 с.
30. Гончарук Н. М. Психологічний аналіз комунікативного акту та його логічно-змістової структури. *Проблеми сучасної психології*. 2014. Вип. 23. С. 124–137.
31. Горпинич О. В., Архипова А. О. Соціологія масових комунікацій та медіапланування: навчальний посібник. Київ, 2018. 255 с.
32. Гребінська С. І., Матвеев А. Ю. Маркетингові дослідження історичного розвитку реклами та її сучасного стану. *Економіка і суспільство*. 2017. № 13. С. 414–419.
33. Гриньова Н. В., Станішевська В. І. Психокорекційний тренінг «Вчимося конструктивно вирішувати конфліктні ситуації». *KELM*. № 4 (48). 2022. С. 196.
34. Долинська Л. В., Матяш-Заяц Л. П. Психологія конфлікту: навчальний посібник. К.: Каравела, 2010. 304 с.
35. Жданова І. В. Професійно-психологічна підготовка працівників слідчих підрозділів. Навчальний посібник. Х., 2014. 516 с.
36. Житарюк М. Г. Теорії та моделі масової інформації (Масова комунікація): навч. посібн. Львів, 2015. 220 с.
37. Заброцький М. М. Технологія розвитку комунікативної компетентності вчителя. *Практична психологія та соціальна робота*. 2007. №7. С.31–34.
38. Зінченко В. М., Степаненко О. К. Формування мовленнєвої компетентності професійно орієнтованої особистості. Посібник. Дніпро, 2017. 80 с.
39. Зражевська Н. І. Комунікаційні технології: лекції. Черкаси, 2010. 224 с.
40. Зубарева М. А. Прикладні антикризові PR-технології: навч. посіб. Острог, 2014. 162 с.
41. Кайдалова Л. Г., Пляка Л. В. Психологія спілкування: навчальний посібник. Х., 2011, 132 с.
42. Карпчук Н. П. Вступ до фаху: конспект лекцій. Луцьк, 2019. 163 с.
43. Кісілевич-Чорнойван О. М. Міжнародне інформаційне право: навч. посіб. К., 2011. 160 с.
44. Климанська Л. Соціально-комунікативні технології в політиці: Таємниці політичної «кухні». Монографія. Львів, 2007. 332 с.

45. Коберник Л. О. Конфліктні форми поведінки: виникнення та подолання в юнацькому віці: методичні рекомендації. Умань, 2009. 77 с.
46. Ковалинська І. В. Невербальна комунікація. К., 2014. 289 с.
47. Козирев М. П. Бар'єри педагогічного спілкування. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ*. 2013. Вип. 2. С. 136–146.
48. Козирев М. П. Комунікативні бар'єри спілкування та шляхи їх подолання. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. серія психологічна*. 2014. Вип. 1. С. 201–211.
49. Коник Д. Довіра громади: кризові комунікації органів місцевого самоврядування. Практичний посібник. К., 2020. 70 с.
50. Конспект лекцій з дисципліни «Соціологія культури. Соціологія масових комунікацій» / укл. О. Шеломовська. Кам'янське, 2023. 88 с.
51. Конфліктологія: навч. посіб. / Л. М. Герасіна, М. П. Требін, В. Д. Воднік та ін. Х.: Право, 2012. 128 с.
52. Конфліктологія. Опорний конспект лекцій / укл. О. В. Головка, Н. О. Лисак, Н. В. Петренко. Харків, 2018. 117 с.
53. Косенко Ю. В. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. Суми, 2011. 187 с.
54. Космеда Т. А. Сучасна педагогічна риторика. *Теорія, практика, міжпредметні зв'язки: зб. наук. праць за матер. наук. семінару*. Львів, 2007. 268 с.
55. Кухта П. В. Кризи, їх причини та наслідки. *Ефективна економіка*. 2012. № 10. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1439>.
56. Лавренчук В. П. Культура вправної комунікації як основа формування успішної особистості. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. 2015. Вип. 57. С. 188–193.
57. Лазарева О. В. Міжнародний менеджмент. Миколаїв, 2009. 95 с.
58. Ласькова В. Г. Особливості конфліктної взаємодії в юнацьких спортивних командах. К, 1998. 184 с.
59. Лефтеров В. О., Цільмак О. М. Методика проведення практичних занять з елементами тренінгу з «Психології управління»: практикум. Одеса, 2019. 52 с.
60. Лебедева Л. Е. Міжкультурна комунікація: лінгвістичний аспект. *Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*. 2013. Вип. 9. С. 246–252.
61. Лигоміна Т. Професійний імідж психолога. *Практичний психолог: дитячий садок*. 2020. № 1. С. 14–17.

62. Липчанко-Ковачик О. В., Варга Л. І., Моргун І. В. Країнознавство як основа міжкультурної комунікації. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*. 2020. № 68. Т. 1. С. 86–89.
63. Литовченко Т. Абетка бойової пропаганди. Енциклопедія методів пропаганди / В. Сороченко. URL: <https://defence-line.org/archives/75942>.
64. Лісневська А.О. Психологія масової комунікації: навчальний посібник для студентів. Чернівці, 2012. 120 с.
65. Ложкін Г. В., Пов'якель Н. І. Психологія конфлікту: терія і сучасна практика: навчальний посібник. К., 2006. 416 с.
66. Малімон В. І. Комунікаційна політика в діяльності державного службовця: Навч. посібник. Івано-Франківськ, 2008. 344 с.
67. Мальцева К. С. Міжкультурні непорозуміння і проблема міжкультурного перекладу: автореф. дис... канд. філос. наук: 09.00.04. К., 2002. 20 с.
68. Манакін В. М. Мова і міжкультурна комунікація: навч. посібник. К., 2012. 147 с.
69. Марусіна О. С. Прояви когнітивного у використанні комунікативних практик. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2017. Вип. 18. С. 82–85.
70. Марченко О. В. Комунікативна культура юриста: навч. посібник. Дніпропетровськ, 2015. 200 с.
71. Мацюк З., Станкевич Н. Українська мова професійного спілкування: навч. посібник. Львів, 2005. 245 с.
72. Мельник Є. Ю., Слобоженко Р. А. Читання вголос як ефективний прийом опрацювання мовленнєвого матеріалу. *Сучасні тенденції іншомовної професійної підготовки майбутніх фахівців немовних спеціальностей в полікультурному просторі* / за ред. Ю. О. Волошина, Н. В. Гончаренко-Закревської, Н. М. Василюшиної. К.: ФМВ, НАУ, 2023. С. 138–145.
73. Мельник М., Ковпак Н. Перформанс як форма акціонізму в контексті сучасних мистецьких дійств. *Культура і сучасність*. 2018. Вип. 1. С. 87–92.
74. Методичні рекомендації до самостійного вивчення дисципліни «Організація проведення переговорів» / Укл. О. П. Крупський, О. В. Щипанова. Дніпро, 2011. 284 с.
75. Миронець С. М. Психологічні особливості прояву комунікативних бар'єрів у рятувальників міжнародних гуманітарних місій. *Проблеми екстремальної та кризової психології*. 2013. Вип. 13. С. 177–186.
76. Миронов Ю.Б., Крамар Р.М. Основи рекламної діяльності. Навчальний посібник. Дрогобич, 2007. 108 с.

77. Музичко Л. В., Тімкова А. В., Корват Л. В. Психологія та педагогіка: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. К.: КНЕУ, 2008. 304 с.
78. М'язова І. Ю. Міжкультурна комунікація: зміст, сутність та особливості прояву (соціально-філософський аналіз): автореф. дис. канд. філос. наук: 09.00.03. К., 2008. 18 с
79. Ніколаєнко С. І. Конфлікти у педагогічній взаємодії та способи їх розв'язання. *Гуманітарний вісник ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет ім. Григорія Сковороди»*. 2013. Вип. 29. Т. 5. С. 222–227.
80. Носенко О. В., Кайдалова А. В. Сучасний менеджмент: комунікативні бар'єри в організації та засоби їх подолання. *Професійний менеджмент в сучасних умовах розвитку ринку: матеріали ІІ наук.-практ. конф.* Х., 2013. С. 132–134.
81. Олійник І. Мовленнева діяльність як основа формування комунікативної компетентності молодших школярів. *Нова педагогічна думка*. 2023. № 2 (114). С. 116–120.
82. Опалюк О., Вержиховська О., Михальська Ю. Сучасні комунікативні технології. Кам'янець-Подільський, 2021. 203с.
83. Орел А., Жмайлов В. Прикладні аспекти комунікативних бар'єрів у сучасному суспільстві. *Економіка та суспільство*. 2022. № 45. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-100>.
84. Остапенко М. Політична комунікація: теоретичні аспекти дослідження. *Політичний менеджмент*. 2012. № 3. С. 135–144.
85. Островська Н. Прикладні соціально-комунікаційні технології: навчальний посібник. Запоріжжя, 2017. 110 с.
86. Панченко Є. Г. Міжнародний менеджмент: навчальний посібник. Київ, 1996. 78 с.
87. Петрик В., Присяжнюк М., Компанцева Л., Скулиш Є., Бойко О., Остроухов В. Сугестивні технології маніпулятивного впливу. К., 2011. 248 с.
88. Петрінко В.С. Конфліктологія: курс лекцій, енциклопедія, програма, таблиці. Навчальний посібник. Ужгород, 2020. 360 с.
89. Петрушкевич М. С. Релігійна комунікація у контексті масової культури. Острог, 2018. 408 с.
90. Писаревський І. М., Александрова С. А. Професійно-комунікативна компетентність (в туризмі): підручник. Харків, 2017. 175 с.
91. Побережна М. П. Електронні канали комунікації: функції, переваги, недоліки. Наукові праці НУХТ. 2012. № 43. С. 174–180.



92. Пovalій Т. Л., Бойко О. П. Соціальне партнерство та професійні комунікації в роботі менеджера соціокультурної діяльності: навчальний посібник. Суми, 2021. 241 с.
93. Пов'якель Н.І., Котлова Л.О. Ціннісні орієнтації у подоланні конфліктних форм поведінки студентів. Умань, 2011. 143 с.
94. Політологічний енциклопедичний словник / за ред. Ю. С. Шемчушенка, В. Д. Бабкіна, В. П. Горбатенка. К., 2004. 736 с.
95. Попов М. П., Тодорова О. Л. Комунікації в сфері державного управління та місцевого самоврядування: Конспект лекцій. Одеса, 2022. 172 с.
96. Попова Н. В., Катаєв А. В., Базалієва Л. В. Маркетингові комунікації: підручник. Харків: «Факт», 2020. 315 с.
97. Психологічний словник / уклад. В. В. Синявський, О. П. Сергєнкова; за ред. Н. А. Побірченко. Київ, 2007. 336 с.
98. Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. Київ, 2017. 260 с.
99. Почепцов Г. Г. Комунікативний інжиніринг: теорія і практика. Навч. посібник. К., 2008. 408 с.
100. Почепцов Г. Г. Соціальні комунікації і нові комунікативні технології. *Комунікація*. 2010. № 1. С. 19–26.
101. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. К., 1999. 307 с.
102. Пронько Л. М. Діловий протокол та ведення переговорів: методичні рекомендації. Вінниця, 2019. 61 с.
103. Психологія спілкування: зб. тренінгів / Л. О. Савенкова, В. М. Приходько, Є. О. Варбан та ін.; за ред. Л. О. Савенкової. К., 2013. 187 с.
104. Радченко І. Б. Вступ до теорії міжкультурної комунікації. Конспект лекцій. Харків, 2021. 80 с.
105. Різник Н. А. Навчально-методичний посібник з курсу «Основи професійної комунікації». Переяслав-Хмельницький, 2014. 80 с.
106. Різун В. В. До питання про соціально-комунікаційний підхід у науці. *Комунікація*. 2010. № 1. С. 35–36.
107. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підручник. К., 2008. 260 с.
108. Рубінс М. 40 вправ для групового коучингу. URL: file:///C:/Users/User/Downloads/zbirnik\_1.pdf.
109. Руденко Ю. А. Використання сучасних психологічних технологій у формуванні мовленнєвого іміджу майбутніх вихователів. *Наука і освіта*. 2009. № 10. С. 214–219.
110. Савенкова Л. Психологія спілкування: навч. посіб. К., 2015. 309 с.

111. Саврасова-В'юн Т.О. Робоча програма навчальної дисципліни «Комунікативний практикум». Київ, 2023. 24 с.
112. Савченко К. В. Міжнародний менеджмент: конспект лекцій. Суми, 2009. 154с.
113. Семенюк О. А., Паращук В. Ю. Основи теорії мовної комунікації: навч. посібник. К., 2010. 240 с.
114. Словарь української мови в 4 т. / упоряд. Б. Грінченко. Київ, 1959. 563 с.
115. Старовойтенко Н. В., Чемерис І. А., Білик Л. І., Ключка С. І. Психологія управління. Черкаси, 2020. 300 с.
116. Тарасова В. Війна знаків або семіотика інформаційно-психологічної війни (на матеріалі англomовного масмедійного дискурсу). *Scientific developments of European countries in the area of philological researches: Collective monograph*. Riga, 2020. Part 2. С. 543-560.
117. Тарасова Н. С. Класифікація форм комунікації в епоху панування візуальних образів. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2014. № 1122. Вип. 33. С. 33-38.
118. Темерівський В. Інформаційно-комунікативний аспект політичного маркетингу. *Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї*. К., 2011. Вип. 22. С. 95–105.
119. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю: навч. посібник. Київ, 2001. 560 с.
120. Тренінгове навчання в закладі вищої освіти: навч.-метод. посібник / ред. М. В. Афанасьєва. Харків, 2018. 323 с.
121. Усатий А. В. Закономірності процесу сприймання літературних творів старшокласниками. *Українська література в загальноосвітній школі*. 2012. № 3. С. 16-22.
122. Фенцик О. М. Педагогічна комунікація: практикум для студентів спеціальності 013 «Початкова освіта» освітнього ступеня магістр. Мукачево, 2019. 162с
123. Філоненко М. М. Психологія спілкування. Підручник. К., 2008. 224 с.
124. Фройд З. Вступ до психоаналізу. Нові висновки. Київ: Видавництво Богдан. 2021. 552 с.
125. Хижняк Л., Федорова Г. Комплекс навчально-методичного забезпечення з дисципліни «Теорія і практика комунікацій». Харків, 2019. 113 с.
126. Холод О. Соціальні комунікації: тенденції розвитку: навч. посіб. К., 2018. 370 с.

127. Хома Н. Політичний перформанс як акціоністські форма протесту. *Політична культура та ідеологія*. 2015. Вип. 2. С 78–93.
128. Хронюк І. Є. Психологія спілкування: навчально-методичний посібник для практичних психологів та соціальних педагогів. Сквира, 2008. 86 с.
129. Шебаніна О., Клочан В., Тищенко С. Комунікації в публічному адмініструванні: конспект лекцій. Миколаїв, 2018. 200 с.
130. Шевченко О. В. PR-технології формування міжнародного іміджу держави. *PR в органах державної влади та місцевого самоврядування* / ред. В. М. Бебик, С. В. Куніцина. К., 2023. 240 с.
131. Шевчук С. В. Ділове мовлення. Модульний курс: Підручник. К., 2003. 448 с.
132. Шиманова О. Теоретичні основи дослідження політичної комунікації. *Укр. нац. ідея: реалії та перспективи розв.* 2007. Вип. 19. С. 179–183
133. Школа волонтерів: навчальний посібник / за ред. Г. С. Скитьової. К., 2016. 166 с.
134. Шлемкевич Т. В. Інформаційно-комунікаційний вимір сучасної політичної системи України: дис. канд. політ. наук: 23.00.02. Івано-Франківськ, 2020. 240 с.
135. Щілінська Г. Комуникативні бар'єри у процесі міжкультурної взаємодії студентів та шляхи їх вирішення. *Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент*. 2015. Вип. 18. С. 50–58.
136. Щур Н. М. Подолання комуникативних бар'єрів у процесі розвитку іншомовної професійної компететності в умовах ЗВО. *Освітній дискурс*. 2021. № 32(4). С. 35–45.
137. Яковлева Н. Психолого-педагогічні умови подолання комуникативних бар'єрів у процесі вивчення іноземної мови: автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.07. Київ, 2003. 25 с.
138. Яцура В. В., Жук О. П. Менеджмент: навчальний посібник. Львів, 2008. 444 с.
139. Belbin R. M. *Team Roles at Work*. London, 2022. 156 p.
140. Cragan J. F., Wright D. W., Kasch C. R. *Communication in small groups: theory process skills*. Wadsworth Cengage Learning, 2008. 360 p.
141. Dovifat E. *Handbuch der Publizistik*. Berlin, 1971. 333 p.
142. Engel J. F. *Consumer behaviour*. New York, 2019. 774 p.
143. Fisher R., Urey W., Patton B. *Getting to Yes: Negotiating Agreement without Giving In*. Boston, 1991. 90 p.

144. Jowett G., O'Donnell V. Propaganda and Persuasion. New York, 2006. 422 p.
145. Goffman E. The interaction order. *American Sociological Review*. 1982. Vol. 48. P. 1–17.
146. Kilmann R. H. Celebrating the Thomas-Kilmann Conflict Mode Instrument (TKI) and Systemwide Conflict Management»: Kilmann Diagnostics. URL: <https://kilmanniagnostics.com/celebrating-the-thomas-kilmann-instrument-tki-and-systemwide-conflict-management/>.
147. Lasswell H. D. The structure and function of communication in society. *The communication of ideas* / ed. L. Bryson. New York: Harper and Row. 1948. P. 37–51.
148. Lazarsfeld P. F., Merton R. K. Mass Communication, Popular Taste, and Organized Social Action. *Mass Culture* / ed. B. Rosenberg, D. White. 1957. P. 457–473.
149. Marcus G. Emotions and Politics: Hot Cognitions and the Rediscovery of passion. *Social Science information*. 1991. №32. P. 195–232.
150. McQuail D. Mass Communication Theory. An Introduction. London: Sage, 1994. 621 p.
151. Nesh D. F. Non-cooperative games. *Annals of Mathematics*. 1951. Vol. 54. № 2. P. 286–295.
152. Peseschkian N. Cultural Dimension in the Training in Medical Psychotherapy. *Positive Psychotherapy: A Transcultural and Interdisciplinary Approach to Psychotherapy*. 1990. № 53 (1–4). P. 39–45.
153. Powell J. Why A Powell m I Afraid To Tell You Who I Am? USA: Argus Communication. 1969. 167 p.
154. Sapir E. Language. New York: Harcourt, Brace. 1921. 258 p.
155. Schechner R. Performance Theory. London, New York, 2003. 432 p.
156. The Oxford American Dictionary of Current English / ed. F. R. Abate. New York, Oxford, 1999. 1013 p.

## ТЕЗАУРУС ДО КУРСУ «КОМУНІКАТИВНИЙ ПРАКТИКУМ»

*Адаптація* — процес пристосування людини до нових умов, обставин, середовища.

*Акультурація* — взаємообмін елементами культури між народами, націями.

*Бар'єр* — перешкода, перепона, що заважає здійснювати, розвивати будь-що.

*Бізнесова комунікація* — взаємодія, спрямована на створення, розвиток, підтримку позитивної репутації особи, установи в цільовій аудиторії, суспільства задля забезпечення довіри, досягнення його стратегічних цілей.

*Вербальний канал комунікації* — спосіб взаємообміну повідомленнями між учасниками комунікації за допомогою слів в усній або письмовій формі.

*Внутрішнє мовлення* — розмова індивіда власне з самим собою.

*Внутрішньоособистісна комунікація* — монолог, реалізований у свідомості особистості, процесі самоусвідомлення, самоаналізі, в якому людина одночасно займає позицію відправника й одержувача інформації.

*Вторинні засоби масової комунікації* — мовні перетворення, символізм, створення фізичних умов для проведення комунікативної взаємодії.

*Гендер* — соціально-культурна конструкція, що відображає уявлення про статеву роль, поведінку, ідентичність чоловіків і жінок.

*Групова комунікація* — тип комунікації, під час якої хоча б один із учасників спілкування належить до певної соціальної групи.

*Декодування* — процес інтерпретації, розшифрування отриманої інформації.

*Динаміка розвитку конфлікту* — миттєва чи послідовна зміна взаємин між учасниками, враховуючи особливості особистостей, цілі, зовнішні впливи.

*Дискурс* — спосіб вираження інформації, що передбачає мовлення з урахуванням соціокультурних контекстів.

*Діалогічна філософія* — напрям філософської думки, зосередженої на діалозі як основному способі пізнання світу.

- Диалогічне мовлення* — взаємодія двох учасників комунікації, характер якої зумовлено обставинами та досвідом попереднього спілкування.
- Диалог культур* — вплив різних культур одна на одну через спілкування, мову та інші форми культурного обміну, що призводить до запозичення, інтеграції елементів культур.
- Ділова комунікація* — взаємодія, орієнтована на оптимізацію предметного виду діяльності, залучає до спілкування двох або більше співрозмовників, які цінують один одного, встановлюють відносини, що ґрунтуються на взаємній повазі, довірі.
- Екстралінвістичні засоби* — способи комунікації, що відтворюють психофізіологічні реакції учасників на ситуацію взаємодії.
- Екзистенціоналізм* — філософський напрям, який досліджує проблеми людського буття, сенсу життя, свободи тощо.
- Електронна комунікація* — динамічний процес обміну інформацією з використанням комп'ютерних мереж, телекомунікацій, Інтернету, інструментів мультимедіа.
- Емпатія* — спроможність до сприйняття, розуміння, відчуття емоцій, почуттів іншої людини.
- Етика* — галузь філософії, що вивчає моральні принципи, правила поведінки, цінності соціума.
- Зараження* — інструмент впливу через передавання емоцій однієї людини іншій зі зміною ставлення до товарів.
- Зв'язки з громадськістю* — технологія, сфокусована на створення сприятливого комунікативного середовища задля підтримки інтересів і потреб соціуму.
- Згода (компроміс)* — поведінкова стратегія під час конфлікту, для якої характерною є готовність йти на поступки задля досягнення прийняттого для всі учасників рішення.
- Зовнішнє мовлення* — розмова індивіда з іншими.
- Ідентифікація* — ототожнення себе з певною культурою.
- Інкультурація* — набуття культурної компетентності.
- Інтерація* — взаємодія, обмін інформацією та діяльністю між суб'єктами.
- Інформація* — процес передавання повідомлень; відомості про величини, що є змінними в конкретній сфері діяльності.

*Канал* — засіб зв'язку, за допомогою якого відбувається доставка інформації.

*Кінесичні засоби* — способи комунікації, що передаються за допомогою рухів тіла.

*Кодування* — формалізація інформації в форму символів (мови, жестів, образів).

*Комунікат* — людина чи організація, яка отримує повідомлення.

*Комунікативна технологія* — спеціальний засіб формування комунікації, що забезпечує отримання результату за умови виконання технологічного процесу.

*Комунікативний акт* — процес взаємодії між відправником і одержувачем у певному місці та часі, в результаті якого створюється дискурс або текст.

*Комунікативний бар'єр* — перешкода, що з'являється в процесі взаємодії між людьми через різноманітні об'єктивні чи суб'єктивні чинники й ускладнює процес комунікації.

*Комунікативний канал* — фактичний або потенційний шлях зв'язку, за яким здійснюється передавання інформації від одного учасника комунікації до іншого.

*Комунікативний практикум* — курс для вдосконалення комунікативних навичок, розширення кругозору, оволодіння практичним досвідом спілкування, підготовки до успішної кар'єри.

*Комунікативний процес* — процедура обміну інформацією між учасниками взаємодії, що передбачає не лише передавання інформації, але й правильне її розуміння одержувачем.

*Комунікант* — людина чи організація, яка створює, генерує повідомлення.

*Комунікація* — процедура встановлення, підтримання взаємодії між учасниками спілкування різних соціальних груп.

*Конситуація* — об'єктивно існуюча ситуація спілкування, що містить умови й учасників взаємодії.

*Контекст* — інформація чи обставини, що оточують слово, вислів або текст і надають йому певного сенсу.

*Конфлікт* — розбіжності в цілях, потребах, уявленнях, поглядах учасників взаємодії.

*Конфліктоген* — це висловлювання діяльність чи бездіяльність, що провокує суперечку, протиріччя, недовіру.

- Конфронтація* — поведінкова тактика в конфлікті, спрямована на досягнення домінуючого становища, прагнення стати центром ситуації за рахунок знецінення думок інших.
- Криза* — загострення конфлікту в суспільному устрої, що призводить до суперечностей і дестабілізації соціально-економічної системи.
- Кризові комунікації* — процес майстерного управління ситуацією в умовах кризи з можливим спрямуванням перебігу непередбачуваних нестандартних подій на зменшення шкоди репутації держави, компанії, лідера в переломний період часу.
- Критична філософія* — філософський напрям, в основі якого для пояснення явищ, понять закладено критичне мислення, аналіз, аргументація.
- Культурна картина світу* — спосіб, яким людина сприймає реальність через культурно зумовлені уявлення, отримані за допомогою органів чуття, відображаючи колективний та індивідуальний досвід.
- Культурний код* — система правил, символів, цінностей, яку використовують представники певної культури для інтерпретації світу навколо них.
- Логіка* — наука, що вивчає правила коректного мислення, виведення аргументованих висновків.
- Логічний позитивізм* — філософський напрям, що спирається на раціоналізм, логічний аналіз і досвід.
- Маса людей* — різноманітна, неорганізована, анонімна група.
- Масова комунікація* — організований вид суспільно-культурної діяльності, що містить різноманітні інтелектуальні, емоційні, вольові прояви, спрямовані на об'єднання масової аудиторії за аспектами духовності, професійності тощо.
- Міжкультурна комунікація* — явище, що містить як теоретичний аспект, так і практичний набір умінь, необхідних для успішного спілкування задля розуміння соціальних норм різних культур.
- Міжнародні комунікації* — процеси спілкування з глобальною аудиторією в мультикультурному оточенні, орієнтовані на покращення відносин між різними представниками міжнародної спільноти.
- Міжособистісна комунікація* — форма взаємодії людей, в якій кожна зі сторін виступає в ролі комунікатора та реципієнта, з метою досягнення взаєморозуміння між двома і більше особами.



- Мовленнєва діяльність* — процес створення й уявлення інформації завдяки мовним засобам, що використовують учасники комунікативної взаємодії.
- Мовлення* — процес вираження думок за допомогою мови, що передбачає застосування слів, граматики, інших мовних елементів для обміну інформацією.
- Модель* — візуальне чи концептуальне зображення, образ об'єкта, що надає уявлення про структуру, особливості, взаємозв'язки між складниками, спрощує отримання інформації про його сутність.
- Модель поведінки* — комплексний набір символів, спрямований на формування певного візуального враження.
- Монологічне мовлення* — одnobічна взаємодія, в якій один учасник комунікації озвучує інформацію, інший слухає.
- Мотивація* — стимулюючий чинник вчинення дії, що визначає активність і спрямованість діяльності людини.
- Мотиви конфлікту* — внутрішні сили, що підштовхують до суперечки, зіткнення, конфронтації та виявляються через потреби, інтереси, цілі, цінності, переконання.
- Навіювання* — форма впливу, спрямована на сприйняття інформації без доказів на основі престижу джерела, ідентифікації, слоганів, аудіовізуальних засобів, багатократного повторення.
- Наслідування* — форма впливу через спонукування до копіювання людиною поведінки, вчинків інших.
- Невербальний канал комунікації* — засіб обміну інформацією між учасниками взаємодії за допомогою немовних способів спілкування, а саме: міміки, жестів, рухів тіла.
- Нейролінгвістичного програмування* — психотерапевтичний напрям, що досліджує індивідуальний досвід людини за допомогою розкриття механізмів, методів моделювання, передавання моделей поведінки іншим.
- Образи конфлікту* — уявлення учасників про себе, протилежний бік конфлікту та його простору, що супроводжує розвиток пізнавальних процесів, рефлексії, комунікативних навичок.
- Об'єкт конфлікту* — причина, мотивація чи прихована сила, яка провокує на конфлікт.

- Організаційна комунікація* — процес взаємодії, спрямований на створення й обмін повідомленнями, що охоплюють всі аспекти життя організації.
- Первинні засоби масової комунікації* — мова, жестикуляція, імітація суспільної поведінки, «соціальний натяк».
- Переконання* — спосіб впливу за допомогою аргументів, демонстрації істинності інформації.
- Персоналіз* — релігійно-ідеалістична течія філософії, орієнтована розглядати унікальність, духовну велич людської особистості.
- Перформанс* — соціальна кампанія з використанням театральних засобів і драматичних елементів.
- Письмова ділова комунікація* — лаконічний зрозумілий обмін інформацією за допомогою інструкцій, офіційних листів, розпоряджень.
- Письмова комунікація* — фіксація записів повідомлення, поширення інформації кільком адресатам.
- Повідомлення* — усна, письмова, візуальна ідея, думка, інформація.
- Політична комунікація* — процес передавання, обміну інформацією в сфері політики, що організовує політичний процес, розширює його концептуальні рамки, сприяє формуванню громадської думки, залучає громадськість до політичного життя.
- Пресупозиція* — перетин знань, досвіду учасників взаємодії.
- Прикладні комунікації* — тип взаємодії, орієнтований на досягнення конкретних результатів у різних галузях суспільного життя.
- Пристосування* — способи поведінки в ситуації конфлікту, для якої характерною є готовність поступатися власним інтересам на користь іншим.
- Проксемічні засоби* — канали комунікації, що віддзеркалюють особливості використання співрозмовниками простору та дистанцію в комунікації.
- Пропаганда* — розповсюдження інформації за допомогою фактів, аргументів, пліток, які можуть бути навмисно неправдивими задля впливу на думку соціуму.
- Просодичні засоби* — способи комунікації, що відображають ритміко-інтонаційні характеристики мови.
- Психотерапевтична комунікація* — особливий тип спілкування між терапевтом і клієнтом, спрямований на корекцію думок,

світосприйняття, вирішення її психологічних проблем через вплив на емоції, свідомість людини.

*Публічна комунікація* — спосіб усного передавання інформації в офіційному контексті перед публікою (групою осіб, які об'єднані духовно, але фізично сепаровані).

*Реклама* — форма розповсюдження попередньо сплачених повідомлень про продукт чи послугу задля привернення уваги людей, які можуть стати потенційними споживачами запропонованого продукту.

*Релігійна комунікація* — взаємодія між віруючими в межах їх віросповідання, між представниками різних релігійних спільнот.

*Рівень* — кількісний показник оцінки чогось, вираженість певної характеристики, якості, явища.

*Рівень комунікації* — ступінь складності, широта взаємодії між особами чи групами людей, що визначає особливості спілкування за різними критеріями.

*Семантика* — галузь лінгвістики, що досліджує особливості тлумачення слів, висловів, речень, текстів.

*Семіотика* — наука, що зосереджує увагу на розуміння природи комунікації з позиції знаків.

*Слухання* — вид мовленнєвої діяльності, що передбачає одержання, обробку мовної інформації завдяки слуховому аналізатору.

*Ситуація* — сукупність обставин об'єктивної реальності.

*Соціалізація* — засвоєння людиною соціальних ролей.

*Соціальна комунікація* — міжособистісна взаємодія в суспільстві, заснована на комплексних знакових повідомленнях, наповнених досвідом, емоціями, визначених різноманітним соціальним впливом, правил соціального середовища.

*Співробітництво* — стратегія спільної діяльності учасників конфлікту, які прагнуть вирішити протиріччя шляхом врахування потреб, цінностей кожного, пошуку вигідних умов взаємодії для обох учасників.

*Спілкування* — акт міжособистісної, міжгрупової взаємодії людей задля налагодження взаємовідносин, досягнення спільних цілей.

*Сприйняття* — процес відображення подій, явищ як цілісного образу.

*Спрямованість* — емоційно-ціннісне відношення людини, що містить домінуючі, усвідомлені потреби, мотиви, спонукання,

які визначають напрямки діяльності, поведінку, ставлення до інших.

*Статус* — положення людини чи установи в суспільстві, що визначає їх соціальне становище.

*Стереотип* — спрощене, стійке, узагальнене уявлення про явища, події, людей, що не відповідає реальності.

*Стиль* — спосіб виявлення особистості чи групи через певні риси, особливості мовлення, дії, вибір засобів виразності.

*Структура конфлікту* — комплекс зв'язків, за допомогою яких феномен залишається цілісним, відмінним від інших соціальних явищ.

*Суб'єкти конфлікту* — активні сторони конфлікту, які свідомо чи несвідомо ініціюють, впливають на перебіг конфлікту відповідно до власних інтересів.

*Такесичні засоби* — способи комунікації, що передбачають контакт через дотики.

*Темперамент* — унікальний склад особистісних рис, що визначає стійкі тенденції сприйняття, активності, поведінки, реакцій людини.

*Технічні канали комунікації* — засоби зв'язку з використанням технологій для передавання інформації між двома і більше пунктами.

*Технологія* — комплекс прийомів, способів збору, зберігання, отримання, аналізу інформації чи інших складових, застосованих у різних секторах виробництва.

*Умови конфлікту* — характер конфлікту, його залежність від впливу зовнішніх чинників.

*Усна (вербальна) ділова комунікація* — живе спілкування, обмін повідомленнями очі в очі між співрозмовниками ділової сфери.

*Установка* — ситуативно утворена узагальнена стратегія поведінки.

*Ухилення* — форма поведінки в конфлікті, для якої притаманним є прагнення віддалити чи відсунути вирішення.

*Фонетика* — галузь лінгвістики, що досліджує звукову систему мови, звуковий апарат людини, звукову будову слів, правила вимови звуків, їх взаємозв'язки.

*Характер* — сукупність вроджених і набутих психічних рис, що окреслюють поведінку, почуття, реакції людини.

*Читання* — засіб вербальної комунікації, що ґрунтується на сприйнятті, розумінні інформації, записаної чи відтвореної технічним обладнанням.

# СИСТЕМА ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ НАВЧАЛЬНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ З ДИСЦИПЛІНИ «КОМУНІКАТИВНИЙ ПРАКТИКУМ»

Ключовою метою оцінювання навчальних результатів із дисципліни «Комунікативний практикум» є визначення рівня опанування теоретичним матеріалом, розвитку практичних умінь і навичок здобувачів вищої освіти з визначених тем курсу. Оцінювання передбачає застосування усної та письмової форм опитування, колективні обговорення, презентації.

До системи оцінювання навчальних результатів із дисципліни належить поточний і підсумковий контроль знань здобувачів вищої освіти (систематичне відвідування лекцій, відповіді на семінарських, практичних заняттях, виконання тестових завдань і самостійної роботи), що оцінюються від 0 до 100 балів за національною шкалою та шкалою ECTS: 108 балів — теоретична частина (8 балів — відвідування лекцій, 100 балів — виконання тестових завдань); 220 балів — практичний блок (132 бали — оцінювання активності на практичних заняттях, 88 балів — відповіді на семінарських заняттях); 20 балів — виконання завдань самостійної роботи.

## СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ СТУДЕНТІВ

Вид навчальної діяльності студента	Максимальна к-ть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 1	
		к-ть одиниць	максимальна кількість балів	к-ть одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	4	4	4	4
Відвідування практичних занять	1	6	6	6	6
Відвідування семінарських занять	1	4	4	4	4
Робота на практичному занятті	10	6	60	6	60

Вид навчальної діяльності студента	Максимальна к-ть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 1	
		к-ть одиниць	максимальна кількість балів	к-ть одиниць	максимальна кількість балів
Робота на семінарському занятті	10	4	40	4	40
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	2	10
Виконання тестових завдань	25	2	50	2	50
<i>Разом</i>		28	174	28	174
Максимальна кількість балів: 348					
Розрахунок коефіцієнта: $348 : 100 = 3,48$					

Навчальний матеріал вважається засвоєним, якщо здобувач вищої освіти отримав результати від 60 до 100 балів за всі види діяльності в процесі вивчення дисципліни.

#### ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

Сума балів за види навчальної діяльності	ECTS оцінка	Оцінка за національною шкалою
90–100 балів	A	відмінно
82–89 балів	B	дуже добре
75–81 балів	C	добре
69–74 балів	D	задовільно
60–68 балів	E	достатньо
35–59 балів	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
1–34 балів	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу

Оцінювання теоретичних знань і практичних умінь, навичок здобувачів вищої освіти за активну участь у практичних, семінарських заняттях здійснюється за такими критеріями:

11 балів — максимальний бал (10 балів за відповідь, 1 бал за присутність);

10 балів — відповідь здобувача вищої освіти є повною, правильною, аргументованою, засвідчує про високі знання окресленого питання з застосуванням різних методів наукового дослідження;

9–6 балів — відповідь здобувача вищої освіти є недосконалою, не містить всіх ключових відомостей із теми, не в повній мірі розкриває суть термінів, категорій, не базується на аналізі наукових підходів, теорій, поглядів учених;

5–1 бал — відповідь здобувача вищої освіти є доповненням із влучними коментарями, запитаннями до інших здобувачів або питання розкрито поверхово, допущено значні неточності в змістових характеристиках термінів, невміло сформульовано думку.

Основними критеріями оцінювання виконаних завдань самостійної роботи є:

5 балів — максимальний бал за самостійну роботу, з них:

2 бали — наявність аргументованості, послідовності представлення матеріалу, використання аналітичних навичок у розгляді теми;

2 бали — глибоке усвідомлення, обґрунтування засвоєних знань, умінь, навичок, самостійне виконання окресленого завдання;

1 бал — творчий підхід до виконання завдання.

Оцінювання виконаних тестових завдань здійснюється за такими критеріями:

25 балів — максимальний бал за вирішення тестових завдань;

23–25 балів — завдання виконано компетентно з мінімальною кількістю неточностей;

20–22 бали — завдання виконано в повному обсязі зі значною кількістю дрібних неточностей;

19–17 балів — завдання виконано в неповному обсязі з незначною кількістю суттєвих помилок;

15–16 балів — завдання виконано в неповному обсязі зі значною кількістю суттєвих помилок;

10–14 балів — завдання виконано в неповному обсязі, але задовольняє мінімальні вимоги до результатів навчання;

7–9 балів — завдання виконано недостатньо для задоволення мінімальних вимог до результатів навчання;

1–6 балів — завдання не виконано, результати навчання потребують повторного вивчення теми.

*Навчальне видання*

**ТЕТЯНА ОЛЕКСАНДРІВНА  
САВРАСОВА-В'ЮН**

---

# КОМУНІКАТИВНИЙ ПРАКТИКУМ

*Навчально-методичний посібник*

Видання публікується в авторській редакції

Науково-методичний центр видавничої діяльності  
Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

Завідувачка НМЦ видавничої діяльності *М. М. Прядко*

Відповідальна за випуск *А. М. Даниленко*

Над виданням працювала *В. І. Скрябіна*

Погоджено до оприлюднення в Інтернеті 24.05.2024 р.

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка,  
вул. Бульварно-Кудрявська, 18/2, м. Київ, 04053.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 8052 від 29.01.2024 р.

*Попередження!* Згідно із Законом України «Про авторське право і суміжні права» жодна частина цього видання не може бути використана чи відтворена на будь-яких носіях, розміщена в мережі «Інтернет» без письмового дозволу Київського столичного університету імені Бориса Грінченка й авторів. Порушення закону призводить до адміністративної, кримінальної відповідальності.