

УДК 373.167.1:81

Лавренчук В. П.

КУЛЬТУРА ВПРАВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ УСПІШНОЇ ОСОБИСТОСТІ

Комунікацію в суспільстві здійснюють за певними законами, у межах віками відпрацьованих моделей, усталених форм. Зв'язки мислення й мовлення втілені передусім у процесах породження і сприйняття мовлення, які, своєю чергою, відбуваються за певними мисленнєво-мовленнєвими законами і правилами.

Життя і діяльність суспільства неможливі без спілкування людей, оскільки воно є необхідною умовою будь-якої діяльності.

У сучасній лінгвістиці комунікацію розглядають як спілкування, обмін думками, даними, ідеями тощо, тобто як специфічну форму взаємодії людей у процесі їхньої пізнавально-трудова діяльності.

Термін «комунікація» можна вживати як синонім терміна «спілкування» з метою наголошення на процесах соціальної взаємодії, аналізованих у їхньому знаковому втіленні. У процесі спілкування діють певні закони. Вони пов'язані із закономірностями процесу комунікації, психологічними особливостями учасників спілкування, їх соціальними ролями. Комуникативні закони не жорсткі, з плином часу можуть змінюватися.

Знання комуникативних законів та вміння використовувати їх, а якщо необхідно – протистояти їм – важливий складник комуникативної компетенції кожної освіченої людини.

Ключові слова: спілкування, комунікація, компетенції.

Коммуникация в обществе осуществляется по определенным законам, в рамках веками отработанных моделей, сложившихся форм. Связь мышления и речи воплощается прежде всего в процессах порождения и восприятия речи, которые, в свою очередь, происходят по определенным мыслительно-речевым законам и правилам.

Жизнь и деятельность общества невозможны без общения людей, поскольку оно является необходимым условием любой деятельности.

В современной лингвистике коммуникацию рассматривают как общение, обмен мнениями, данными, идеями и т.д., то есть как специфическую форму взаимодействия людей в процессе их познавательно-трудова деятельности.

Термин «коммуникация» можно употреблять как синоним термину «общение» с целью подчеркивания процессов социального взаимодействия, рассматриваемых в их знаковом воплощении. В процессе общения действуют определенные законы. Они связаны с закономірностями процесса комуникации, психологическими особенностями участников общения, их социальными ролями. Комуникативные законы не жесткие, с течением времени могут меняться.

Знание комуникативных законов и умение использовать их, а если необходимо – противостоять им важная составляющая комуникативной компетенции каждого образованного человека.

Ключевые слова: общение, комуникация, компетенции.

Communication in the society is performed by certain laws, within the ages of worked models, established forms. The links of thinking and speech are embodied primarily in the processes of generation and perception of speech, which, in turn, there are certain mental-speech laws and regulations.

The life and activity of society is impossible without communication between people because it is a prerequisite for any activity.

In modern linguistic the communication is considered as a dialogue, exchange of ideas, information, ideas, etc., that is as a specific form of human interaction in the course of their cognitive work.

The term «communication» can be used as a synonym for «dialogue» with the aim of highlighting the processes of social interaction, which are considered a landmark in their implementation. In the process of communication there are certain laws. They are associated with the laws of the communicative process, psychological characteristics of participants of communication and their social roles. Communicative laws are not stringent, over time they may vary.

The knowledge of communication laws and ability to use them, and if necessary – to confront them it is an important component of communicative competence of every educated person.

Keywords: communication, dialogue, competence.

Комунікація в суспільстві здійснюється за певними законами, у межах віками відпрацьованих моделей, усталених форм. Зв'язки мислення й мовлення втілені передусім у процесах породження і сприйняття мовлення, які, своєю чергою, відбуваються за певними мисленнєво-мовленнєвими законами і правилами.

Спілкування людей – складний процес взаємодії особистостей у конкретному часовому й просторовому вимірі. Будь-які стосунки людей з використанням мови мають багато спільних ознак, що дозволяє говорити про спілкування як універсальну категорію.

Життя і діяльність суспільства неможливі без спілкування людей, оскільки воно є необхідною умовою будь-якої діяльності.

Часто в побутовому мовленні, а іноді й у науковій літературі спілкування ототожнюють із комунікацією. Однак поняття «спілкування» і «комунікація» різняться між собою. Поняття «спілкування» є більш загальним, а «комунікація» – конкретним, що позначає лише один із типів спілкування.

Спілкування – сукупність зв'язків і взаємодій людей, суспільств, суб'єктів (класів, груп, особистостей), у яких відбувається обмін інформацією, досвідом, уміннями, навичками та результатами діяльності.

Це комплексне поняття, що охоплює всі можливі типи процесів взаємозв'язку і взаємодії людей: інформаційний, інтерактивний і перцептивний.

Комунікація (лат. *communico* – зв'язую, роблю спільним) – смисловий та ідеально змістовий аспект соціальної взаємодії; обмін інформацією в різноманітних процесах спілкування.

У сучасній лінгвістиці комунікацію розглядають як спілкування, обмін думками, даними, ідеями тощо, тобто як специфічну форму взаємодії людей у процесі їхньої пізнавально-трудова діяльності.

Термін «комунікація» можна вживати як синонім терміна «спілкування» з метою наголошення на процесах соціальної взаємодії, що розглядаються в їхньому знаковому втіленні.

Спілкування в сучасному інформаційно насиченому суспільстві виконує такі функції:

1) контактну (встановлення атмосфери обопільної готовності передавати і сприймати повідомлення та підтримувати взаємний зв'язок до завершення акту спілкування);

2) інформаційну (обмін інформацією, описами, запитаннями та відповідями);

3) спонукальну (заохочення партнера, аудиторії або ж самого себе до виконання певних фізичних, фізіологічних, інтелектуальних, духовних та інших дій);

4) координаційну (взаємне орієнтування й узгодження дій учасників спілкування щодо їх спільної діяльності);

5) пізнавальну (адекватне сприйняття і розуміння змісту повідомлень, а також взаємне розуміння намірів, установок, переживань, станів один одного);

6) емотивну («обмін» емоціями, збудження в партнера, аудиторії певних переживань, психічних станів тощо);

7) налагодження стосунків (усвідомлення і фіксування свого місця в системі рольових, статусних, ділових, міжособистісних стосунків);

8) впливову (спрямування на зміну стану, поведінки, ціннісно-мотиваційної сфери партнера: намірів, поглядів, думок, рішень, уявлень, потреб, рівня активності, смаків, норм поведінки, оцінних критеріїв тощо).

У процесі спілкування ці функції тісно взаємодіють; може також переважати якась одна або декілька.

Функції комунікації визначають її роль у суспільстві:

1. Комунікація як міжособистісний (соціальний) процес і вид соціальної діяльності є одним із найважливіших чинників формування суспільства. У ньому вона виконує «цементувальну» роль.

2. Комунікація – найважливіший «механізм» формування індивіда як соціалізованої особистості, пов'язаної з конкретним етносом, його культурою, історією, психологією тощо, тобто специфікою світосприйняття, світобачення.

3. Комунікація, загалом, сформувала людину як вид *Homo sapiens* (мисляча людина), виділила його зі світу тварин, «прив'язавши» засобами референції (лат. *повідомляю*), тобто виділення, позначення всього того, що її оточує, саме до «цього світу», зорієтувала в ньому, сприяла розвитку розуму як одного з найважливіших центрів сприйняття та осмислення світу.

4. Комунікація є засобом корекції соціального вияву індивіда або групи.

5. Комунікація забезпечує існування соціальної пам'яті, зберігання й передавання інформації між генераціями і в межах однієї генерації.

6. Комунікація сприяє синхронізації життя суспільства в часі та просторі.

Отже, охоплюючи перцептивний, інтерактивний і комунікативний складники, комунікація постає найважливішим чинником соціальної організації суспільства, неунікною частиною щоденного життя кожної людини.

Із психологічного погляду будь-яка діяльність певним чином структурована. Л. Виготський і його послідовники вважають, що найважливішими складниками діяльності є:

1) мотив – причина, поштовх до початку діяльності. Мотиви можуть бути найрізноманітнішими і стосуватись практично всіх сфер людського життя: фізичної, фізіологічної, інтелектуальної, духовної;

2) мета – усвідомлене уявлення про результат, якого необхідно досягти в процесі діяльності. Мета тісно пов'язана з мотивом діяльності і впливає на її подальший перебіг;

3) дія – здійснення чого-небудь з конкретною метою, яка впливає із загальної мети;

4) операція – спосіб здійснення дії. Операції співвідносні з умовами досягнення мети (місцем, часом, оточенням, ситуацією, контекстом, різноманітними внутрішніми та зовнішніми впливами тощо).

Діяльність – динамічна система, у межах якої постійно відбуваються трансформації: акт діяльності може втрачати мотив і перетворюватися на дію, яка реалізує іншу діяльність; і навпаки, дія може набу-

вати самостійної спонукальної сили й стати актом діяльності; дія може трансформуватись в операцію, почати реалізовувати різноманітні типи мети.

Класифікують діяльність за різними ознаками:

- 1) за якісною специфікою (трудова, ігрова, пізнавальна);
- 2) за сферами вияву (зовнішню, або матеріальну, і внутрішню, або теоретичну);
- 3) за результатами (конструктивну і деструктивну);
- 4) за мірою участі творчого начала (творчу, або пошукову, і рутинну, або автоматизовану);
- 5) за участю складників найважливіших сфер вияву людини (когнітивну, психічну, психологічну, духовну, фізичну, фізіологічну та ін.). Ці та інші типи діяльності можуть трансформуватись один в інший, супроводжувати інші типи тощо.

МД, як і будь-яка інша діяльність, має мотиви, мету (цілі), специфічні дії та операції. Водночас МД – це певна абстракція, не зіставна з іншими видами діяльності, наприклад працею або грою, оскільки обслуговує всі види діяльності і є частиною кожного. МД як спілкування з застосуванням засобів мовного коду є одним із виявів знакової діяльності людей і її основним видом, який логічно й генетично передує решті її видів.

Важливою теоретичною проблемою є співвідношення мовленнєвої діяльності та діяльності спілкування. Оскільки МД – спеціалізоване використання мовлення, то в такому сенсі – це елемент діяльності спілкування.

Мовленнєве спілкування – передусім соціальна взаємодія, оскільки, як зазначають сучасні російські психолінгвісти Ю. Сорокін, Є. Тарасов і О. Шахнарович, його розпочинають не для того, щоб обмінятися інформацією – це завжди лише засіб для досягнення іншої, немовленнєвої мети, яка може і не усвідомлюватися комунікантами... У повсякденній свідомості, що актуалізується в спілкуванні, відображені соціальні відносини (національні, класові, групові, трудові, міжособистісні та ін).

Існує кілька типологій спілкування за різними критеріями:

1. За участю чи неучастю мови (мовного коду): вербальне (словесне, від лат. *verbum* – слово) або невербальне спілкування. До засобів невербального спілкування належать міміка, жести, постава, тип одягу, зачіска тощо, а також інтонація, тембр голосу тощо.

2. За формою реалізації засобів мовного коду: усне спілкування (сприяє швидкому реагуванню сторін, що спілкуються, передає всі нюанси розмови); письмове (більш формалізоване, може бути розірване в часі й просторі (наприклад, листування)); співрозмовниками можуть бути незнайомі люди (наприклад, художня комунікація, ділове спілкування тощо); друковане (характерне уніфікаційними особливостями). Окремо виділяти його запропонував представник Празького лінгвістичного гуртка (20–30-ті роки ХХ ст.) чеський мовознавець Йозеф Вахек (1909–1996).

3. За темою спілкування: політичне, наукове, побутове, релігійне (теїстичне), філософське, навчально-педагогічне, виховне та ін. Теми, порушені в спілкуванні, мають вплив на його перебіг.

4. За метою спілкування: ділове спілкування (має конкретну предметну або інформаційну мету); розважальне (проведення часу в спілкуванні).

5. За мірою офіційності: офіційне спілкування (відбувається у формальних комунікативних ситуаціях: начальник – підлеглий, колега – колега, покупець – продавець тощо); неофіційне (відбувається в неформальних комунікативних ситуаціях, без необхідності обов'язкового підтримання статусних норм комунікації; це спілкування друзів, приятелів, закоханих тощо).

6. За мірою контрольованості: формальне спілкування (відбувається в офіційних контрольованих і регламентованих ситуаціях (наприклад, переговори)); неформальне (відбувається в ситуаціях з невимушеністю розмови (бесіда друзів)).

7. За кількістю співрозмовників: внутрішнє (комунікант спілкується сам із собою); міжособистісне (спілкуються двоє); комунікація в межах малої мовної групи (3–5 комунікантів); публічне (20–30 і більше). Його різновиди: активний промовець і пасивна аудиторія; учасники пов'язані спільним виконанням обов'язків – ієрархічна комунікація; масова комунікація (1000 і більше учасників). Пов'язана зі спілкуванням за допомогою газет, журналів, телебачення, радіо, Інтернету тощо; міжнародна та міжкультурна комунікації (відбувається між представниками різних етносів, народів, рас тощо. Однією з її форм є телевізійні мости, учасниками яких можуть бути мільйони глядачів і слухачів).

8. За соціальними чинниками: особистісно зорієнтоване (скероване на встановлення особистісних стосунків, передусім духовних, товариських) і соціально зорієнтоване (скероване на встановлення статусних, ролевих, ієрархічних тощо стосунків, наприклад, начальник – підлеглий).

9. За формою спілкування: закрите спілкування (спілкування, за якого зміст розмови перебуває ніби на задньому плані, а на передньому – сам процес спілкування, його форма і правила (світське спілкування, розмови на загальні теми)); відкрите (у ньому порушено будь-які теми, висловлена власна думка (ділова розмова, розмова друзів, закоханих)); змішане спілкування (має в собі елементи обох типів спілкування: викладач – студент, лікар – пацієнт тощо).

10. За свободою вибору партнера: ініціативне спілкування (співбесідники мають змогу вибирати своїх партнерів у комунікації, уникати спілкування з неприємними людьми); вимушене спілкування (людина розпочинає його незалежно від своїх бажань (розмова з начальником)).

11. За скерованістю стосовно адресанта, адресата й об'єкта комунікації: активна гетерокомунікація (мовець і адресат є одночасно суб'єктом щодо себе і суб'єктом щодо іншого та об'єктом щодо себе та

об'єктом щодо іншого; це звичайна діалогова система); аутокомунікація, або інтрасуб'єктивна квазікомунікація (суб'єкт одночасно є адресантом і адресатом (внутрішній діалог), тобто є об'єктом стосовно себе безпосередньо); пасивна псевдоадресація (суб'єкт має фіктивного адресата, репрезентуючи природну знаковість); псевдомовлення (суб'єкт є псевдомовцем в акті простих фізичних дій). Водночас, факт відсутності конкретного адресата не завжди перетворює описову ситуацію на квазімовленнєвий акт, оскільки потребує активної роботи читача; псевдоспілкування («розмови» з тваринами, рослинами, неживими об'єктами тощо).

12. За тривалістю: постійне (переважає і колективах і сім'ях); періодичне (у випадку кількарізних зустрічей, наприклад, з лікарем); короткотривале (спілкування з супутниками в транспорті, в черзі); довготривале (з друзями тощо).

У межах соціальної психології виділяють типи спілкування з урахуванням соціальних характеристик його учасників. Ними можуть бути: індивіди (І), соціальні групи (Г) (множини людей зі спільними соціальними ознаками: сім'я, родичі, друзі тощо) і масові сукупності людей (М) (множини випадково зібраних людей: натовп, пасажери транспорту тощо). Види комунікативної діяльності, активними суб'єктами котрих є І або Г, або М, називають мікрокомунікацією, мідікомунікацією, макрокомунікацією. У межах цих типів комунікації спілкування може виявлятися як наслідування (н), діалог (д), управління (у).

У комунікації, як і в системі мови, діють певні закони. Вони пов'язані із закономірностями процесу комунікації, психологічними особливостями учасників спілкування, їх соціальними ролями. Комунікативні закони не жорсткі, з плином часу можуть змінюватися, мають національну специфіку. Водночас за необхідності вони виявляються у будь-яких типах міжособистісного і масового спілкування, а тому їх можна вважати об'єктивними законами комунікації.

Комунікативні закони – найзагальніші нежорсткі тенденції, які наявні в усіх типах групового і масового спілкування.

Реалізуються вони незалежно від того, хто конкретно спілкується, з якою метою, в якій ситуації тощо.

Крім комунікативних законів (загальних законів), у спілкуванні людей з участю мови діють також правила спілкування. Їх слід розрізняти, оскільки вони є виявом особливостей процесу комунікації, які повторюються, але значною мірою залежать від конкретних складників та умов спілкування (психологічних станів учасників, конкретної ситуації, тематики тощо).

Правила спілкування – рекомендації щодо ефективного спілкування, які склалися в суспільстві й віддзеркалюють комунікативні традиції певного етносу. Їх засвоюють шляхом наслідування і навчання й реалізують у спілкуванні переважно автоматично.

Російський мовознавець і фахівець із теорії та практики ефективної комунікації Й. Стернін виокремлює низку основних законів спілкування.

Закон дзеркального розвитку спілкування: співбесідники в процесі спілкування імітують стиль один одного. Ця імітація відбувається автоматично, підсвідомо. Наприклад, якщо в розмові хтось раптом починає говорити пошепки, інші мимоволі звертають на це увагу і понижують гучність голосу. І навпаки, якщо співбесідник починає говорити голосно, інші учасники спілкування відчують бажання підвищити голос.

Дія закону віддзеркалення починається тоді, коли хтось із учасників спілкування відхиляється від його норм. У разі зародження конфлікту дію цього закону можна нейтралізувати: якщо хтось починає кричати, а йому демонстративно відповідають тихо й повільно, то співбесідник обов'язково (за законом віддзеркалення) стане говорити тихіше.

Цей закон впливає на тематику розмов, поставу тіла учасників спілкування, ритм їхніх рухів, навіть дихання. Він дає змогу налагодити добрі стосунки між комунікантами, тобто є одним із найважливіших принципів безконфліктного спілкування.

Закон залежності ефективності спілкування від комунікативних зусиль: ефективність спілкування прямо пропорційна комунікативним зусиллям. Тобто що більше комунікативних зусиль затрачає адресант, то вища ефективність його мовленнєвого впливу.

Ефективність спілкування відрізняється від ефективності, наприклад, у виробництві, в якому вона пов'язана з мінімізацією затрат. У спілкуванні ж, навпаки: щоб досягти комунікативного успіху, необхідно застосовувати весь арсенал вербальних і невербальних засобів, дотримуватись законів, правил, конвенцій спілкування, норм етикету тощо, тобто затрачати більше зусиль. Досвід свідчить, що коротко висловлені прохання і розпорядження виконують із меншим бажанням, оскільки їх сприймають як неувічливі, агресивні.

Закон прогресивного зростання нетерпіння слухачів: що довше говорить мовець, то неуважніші й нетерплячіші його слухачі. За даними дослідників, друга половина промови оратора завжди видається приблизно вдвічі довшою від першої, а останні десять хвилин – утричі довшими за перші десять. Отже, ефективне мовлення повинне бути коротким і тривати не довше 10 хвилин.

Закон зниження рівня інтелекту аудиторії зі збільшенням її чисельності: що більше людей слухає промовця, то нижчим є середній рівень інтелекту аудиторії. Тобто в цьому законі знаходить своє втілення «ефект натовпу», який полягає в тому, що в натовпі людина гірше мислить логічно; домінує права півкуля головного мозку, яка «відповідає» за емоції. Тому в натовпі посилюються емоційні реакції й

послаблюється інтелектуальна діяльність, знижується критичність сприйняття, людина стає довірливою і легше піддається впливам оточення. З огляду на це лектору, оратору, проповіднику слід брати до уваги кількість слухачів. Найважче переконати одного слухача.

Закон комунікативного самозбереження: людина у спілкуванні намагається зберегти досягнуту нею комунікативну рівновагу. Так, нова ідея, висловлена співбесіднику, як правило, спершу піддається сумніву, навіть відхиляється. Згодом вона може бути схваленою. Чи, наприклад, мовець переважно стримується від висловлювання своєї думки під загрозою її критики або заперечення. Впливом цього закону багато в чому обумовлена комунікативна поведінка у групі: людині простіше пристосуватися до поведінки групи, ніж протистояти їй. Це явище підкорення груповій комунікативній поведінці.

Закон комунікативного самозбереження дає змогу людині підтримувати внутрішній спокій, рівновагу, відкидаючи дратівливу інформацію, трансформуючи її в спокійнішу.

Закон ритму спілкування: співвідношення говоріння і мовчання в мовленні кожної людини – величина постійна. У кількісному вияві вона становить приблизно 1:23. Отже, людина говорить менше, ніж мовчить. Цей закон діє в житті кожної людини чітко. Звичний ритм спілкування необхідно витримувати. В іншому разі з'явиться психічний неспокій, можливі стреси, погіршення настрою і загального стану здоров'я.

Співвідношення говоріння і мовчання варіює залежно від багатьох чинників, насамперед професійних. Наприклад, учителі, викладачі, актори, продавці та деякі інші категорії людей говорять багато, а тому потребують відпочинку від говоріння; люди похилого віку, хворі тощо, тобто «виключені» в силу обставин зі звичного ритму говоріння, потребують більшої уваги, «задіяності» в говорінні: вони повинні «набрати» певний обсяг спілкування.

Ритм спілкування залежить від статі – жінки відчують більшу потребу в говорінні, ніж чоловіки; від віку – у дітей і молоді величезна потреба у спілкуванні, у людей середнього віку вона зменшується, а в похилому віці знову зростає. Існує також національна специфіка реалізації цього закону. Мало розмовляють фіни, естонці, шведи, норвежці, народи Півночі; значно активніше спілкуються італійці, іспанці, французи. Українці належать до народів з великим обсягом словесного спілкування.

Закон мовленнєвого самовпливу: словесне втілення ідеї або емоції формує цю ідею або емоцію в мовця. Як свідчить практика, словесне втілення певної думки дає змогу людині впевнитися в ній, остаточно утвердити її для себе. Відомий старий анекдот: «Іване, я тобі вже двадцять разів пояснювала, сама нарешті зрозуміла, а ти все ще не розумієш!». На цьому законі, зокрема, ґрунтується аутогенне тренування, в основі котрого – словесні команди, які подає людина сама собі і які регулюють її психічні та фізичні стани: «Я спокійний, серце б'ється рівно, у мене хороший настрій» тощо.

Закон довіри до зрозумілих висловлювань: що простіше мовець висловлює свої думки, то краще його розуміють і більше йому вірять. Йдеться про апеляцію до вічних і простих істин. Цей закон стосується також форми висловлення згаданих істин: вона не повинна бути ускладненою.

Закон притягування критики: що більше людина виділяється в оточенні, то більше про неї лихословлять і критикують її вчинки. Дію цього закону пояснюють психологічно: усе, що привертає увагу, стає предметом обговорення; концентруються ж переважно на недоліках людей, які певним чином виділилися, з метою опустити їх до свого рівня. Американський фахівець із проблем спілкування Дейл Карнегі зазначав: «Не сварять лише пень від зрубаного дерева, ти ж не можеш стати пнем». Американський менеджер Ел Ньюхарт зауважував: «Не звертайте увагу на тих, хто у всьому вам перечить. Коли ви досягнете успіху, насмішки перетворяться на вітання. Ті, хто сміялися над вами, почнуть сміятися разом із вами».

Закон самовиникнення інформації: у разі дефіциту інформації в певній групі спілкування інформація самопороджується у вигляді чуток. Раз народившись, вони можуть стати причиною появи інших чуток.

Закон модифікації нестандартної комунікативної поведінки учасників спілкування: якщо співбесідник у спілкуванні порушує комунікативні норми, інший співбесідник змушує його змінити комунікативну поведінку. Цей закон конкурує із законом віддзеркалення: перемагає один із цих законів, залежно від ситуації, особистостей учасників спілкування, їхніх комунікативних ролей, статусів, психології, ментальних станів тощо.

Закон прискороного поширення негативної інформації: інформація негативного змісту має тенденцію до швидшого поширення, ніж позитивна. Дія цього закону пов'язана з підвищеною увагою людей до негативних факторів, оскільки позитивне швидко сприймають за норму і перестають обговорювати.

Закон спотворення інформації («зіпсованого телефону»): будь-яка інформація, яку передають у групі спілкування, спотворюється в процесі передавання. Міра спотворення інформації прямо пропорційна кількості осіб, які її передають. Причини спотворення – суб'єктивна інтерпретація інформації кожною особою, яка її отримує, а також дія «правила коментування», тобто особистісного ставлення до змісту інформації. Спотворення спричинене також невмінням слухати співбесідника, іноді – небажанням демонструвати те, що все зрозуміло.

Закон емоційної афіліації («зараження»): особи, які перебувають в однаковому емоційному стані, прагнуть об'єднатися в групу і спілкуватися один з одним. Збуджені люди створюють групи і навіть натовпи; люди в поганому настрої шукають друзів по нещастю; веселій людині хочеться спілкуватися з веселими партнерами.

Закон мовленнєвого посилення емоцій: емоційні вигуки людини посилюють емоцію, яку ця людина переживає в конкретний момент. Встановлено, що словесна констатація емоції посилює її в півтора-

два рази. Це явище активно використовують у пропаганді, рекламі, деяких медитативних і релігійних практиках.

Закон мовленнєвого поглинання емоцій: у разі послідовної вдумливої розповіді про емоцію, яку переживають, вона поглинається мовленням і щезає. Висловлене у зв'язній розповіді емоційне переживання і вислухане кимось «щезає» разом зі словами, використаними для розповіді. Слова ніби всмоктують емоцію, забирають її в людини. Це явище відоме як «поскаржитись комусь на життя».

Ще однією формою вияву цього закону є емоційне мовлення, навіть інвективне (викривальне, образливе), але ні на кого не спрямоване. Емоція «розчиняється» в словах.

Закон емоційного пригнічування логіки: перебувачи в емоційному стані, людина втрачає логічність та аргументованість мовлення. У такому разі в її мисленнєвій діяльності починає домінувати права півкуля головного мозку, яка відповідає за емоції, а ліва, що відповідає за логіку, розуміння і породження зв'язного мовлення, пригнічена, ніби вимкнута. Саме тому збуджену людину логікою не переконати, з нею слід спілкуватись спокійно, не сперечаючись, демонстративно згоджуватися, потроху знижуючи рівень її збудженості, заспокоювати, щоб згодом задіяти логіку.

Знання комунікативних законів та вміння використовувати їх, а якщо необхідно – протистояти їм – важливий складник комунікативної компетенції кожної освіченої людини.

Література:

1. Бабич Н. Д. Основи культури мовлення / Н. Д. Бабич. – Львів, 2000. – 232 с.
2. Баранник Д. Х. Усний монолог / Д. Х. Баранник. – Дніпропетровськ, 1996. – 144 с.
3. Бацевич Ф. С. Нариси з комунікативної лінгвістики [Текст] / Ф. С. Бацевич. – Л. : Видавничий центр ЛНУ ім. І.Франка, 2003. – 278 с.
4. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної девіатології. [Текст] / Ф. С. Бацевич. – Л. : Львівський національний ун-т ім. Івана Франка, 2000. – 236 с.
5. Гойхман О. Я. Речевая коммуникация : учебник / О. Я. Гойхман, Т. М. Наденина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 272 с.
6. Горелов И. Н. Вопросы теории речевой деятельности / И. Н. Горелов. – Таллин, 1987. – 196с.
7. Дейк Т. ван Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
8. Дризд Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации / Т. М. Дризд. – М. : Издательство «Наука»; Академия наук СССР, Институт социологических исследований, 1984.
9. Каменская О. Л. Текст и коммуникация / О. Л. Каменская. – М. : Высшая школа, 1990. – 152 с.
10. Ключев Е. В. Речевая коммуникация. Успешность речевого взаимодействия : учеб. Пособие / Е. В. Ключев. – М. : РИПОЛ КЛАССИК, 2002. – 317 с.
11. Колшанский Г. В. Коммуникативная функция и структура языка. Серия «Лингвистическое наследие XX века» / Г. В. Колшанский. – М., 2007. – 176 с.
12. Почепцов Г. Г. Коммуникативные аспекты семантики / Г. Г. Почепцов – К. : Вища школа, 1987. – 131 с.
13. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації / Г. Г. Почепцов. – К. : Київ, ун-т, 1999. – 308 с.
14. Сагач Г. М. Вибрані праці [Текст] : у 5 т. / Г. М. Сагач – Рівне, 2006.
15. Сагач Г. М. Словник основних термінів та понять риторики / Г. М. Сагач. – К., 2000. – 215 с.
16. Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации : учеб. пособие / Е. А. Селиванова. – К. : Фитосоциоцентр, 2002. – 336 с.
17. Селиванова О. О. Актуальні напрями сучасної лінгвістики (аналітичний огляд) / О. О. Селиванова. – Київ : Вид-во Укр. фітосоціол. центру, 1999. – 148 с.