

КОММУНИКАТИВНАЯ КУЛЬТУРА СОТРУДНИКОВ ОРГАНОВ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ

УДК 808.5 (075.8)

С. В. Венідзіктаў, А. І. Наздрын-Платніцкая
S. V. Venidiktau, A. I. Nazdrin-Platnitskaya

Магілёўскі інстытут МУС (Беларусь)

ПУБЛІЧНАЕ ВЫСТУПЛЕННЕ ЮРЫДЫЧНАЙ ТЭМАТЫКІ: БАР’ЕРЫ РАЗУМЕННЯ І ЎЗАЕМАДЗЕЯННЯ

У артыкуле раскрываецца спецыфіка дакамунікатыўнай і камунікатыўнай стадыі публічнага выступлення юрыдычнай тэматыкі. Аналізуюцца напрамкі павышэння эфектыўнасці дзейнасці прамоўцы з улікам аўдыторнага фактару (пол, узрост, адукацыя і г. д.). Прапануюцца практычныя рэкамендацыі аптымізацыі камунікатыўнай дзейнасці супрацоўнікаў органаў унутраных спраў у масавай аўдыторыі.

Public legal speaking: the barriers of understanding and cooperation

The article deals with the specifics of pre-communicative and communicative stages of public speaking on legal subjects. Analyzed ways to improve the efficiency of speaker’s activities based on audience factors (gender, age, education, etc.). We offer practical recommendations to optimize the communicative activity of internal affairs bodies’ employees’ in the mass audience.

Маўленчая дзейнасць супрацоўнікаў органаў унутраных спраў з’яўляецца асновай прафесійнай камунікацыі, эфектыўнага выканання службовых абавязкаў, фарміравання станоўчага іміджу ўсёй прававой сістэмы. Шырыня ўзаемадзеяння, адрозненні ў мэтавых устаноўках прафесійных зносін, дзеянні ва ўмовах маўленчага процідзеяння прадвызначаюць неабходнасць правядзення “аўдыторна-арыентаванай” падрыхтоўкі супрацоўнікаў. Важна валодаць звесткамі аб тыпалогіі (узроставай, каштоўнаснай, адукацыйнай і г. д.) аўдыторыі, умець аператыўна даваць сацыяльна-псіхалагічную характарыстыку рэцыпіентаў. Найбольш востра дадзена патрэба праяўляецца пры падрыхтоўцы супрацоўнікаў органаў унутраных спраў да публічнага выступлення юрыдычнай тэматыкі. Масавая аўдыторыя выступае своеасаблівым барометрам камунікатыўнай кампетэнтнасці асобы, узаемадзеянне з ёй патрабуе высокага ўзроўню маўленчай культуры і належнага псіхалагічнага падмурку.

У прававой прапагандзе ў цяперашні час назіраецца тэматычная аднабокасць: пераважае крымінальна-прававая тэматыка. На наш погляд,

недастаткова чытаецца лекцый і праходзіць інфармацыйных гутарак па працоўным, грамадзянскім, жыллёвым, прадпрымальніцкім заканадаўстве. Аднабаковасць прававой прапаганды выяўляецца не толькі ў тэматыцы, але і ў тым, што ў выступленнях супрацоўнікі органаў унутраных спраў, як правіла, кажуць больш аб правах грамадзян, але мала надаюць увагі тлумачэнню абавязкаў. Выступленні па праву, у адрозненне ад выступленняў іншай актуальнай тэматыкі, разам з інфармацыйнай мэтай павінны мець і ярка выяўленую прафілактычную накіраванасць.

У любой масавай аўдыторыі можна вылучыць дзве групы слухачоў: зацікаўленыя ў атрыманні інфармацыі ад выступоўцы і індывідуальныя. Класічным прыкладам першай групы з'яўляюцца курсанты ўстаноў вышэйшай адукацыі сістэмы Міністэрства ўнутраных спраў. У такой аўдыторыі выступленне з'яўляецца больш рацыянальным. Задача прамоўцы – паведаміць слухачам пра факты, не перадаючы актыўна свайго да іх суб'ектыўнага стаўлення. Выступленне перад зацікаўленай аўдыторыяй мае больш устойлівую пабудову, чым прамова “пераконваючая”, у якой стандарт чаргуецца з эксперсіўнымі метадамі. Падобная “інфармацыйная прамова” супрацоўніка характарызуецца эканоміяй моўных сродкаў, лаканічнасцю, дысцыплінай і адказнасцю.

Часцей супрацоўнікам органаў унутраных спраў прыходзіцца мець справу з масавай аўдыторыяй індывідуальнага, эмацыйнага тыпу. У такім выпадку прамова таксама характарызуецца большай эмацыянальнасцю, мае задачу перадаць стаўленне гаворачага да здарэнняў, з'яў альбо фактаў. Задача прамоўцы – знаходзіць цікавае ў звычайным, адкрываць новыя сэнсы ў вядомым, праходзячы шлях ад дыстанцыравання і насцярожанасці, з якімі яго нярэдка сустракае аўдыторыя, да наладжвання псіхалагічнага кантакту з ёй.

Метадыка падрыхтоўкі публічнага выступлення вызначаецца яго тэматыкай і скіраванасцю, характарам і ўзроўнем падрыхтаванасці аўдыторыі, а таксама адпаведнасцю самога аратара камунікатыўным патрабаванням. Прамоўца-юрыст павінен быць чалавекам высокай агульнай культуры і глыбокай эрудыцыі. Агульнавядома, што інфармацыя сама па сабе, адны толькі разрозненыя факты не здольны да змены ўстановак аўдыторыі. Таму любое паведамленне звязваецца ў свядомасці слухачоў, перш за ўсё, з кампетэнтнасцю лектара і аўтарытэтнасцю крыніцы.

Папярэдне вывучаючы характар і ўзровень падрыхтоўкі аўдыторыі, неабходна звярнуцца да дыферэнцыраванага падыходу. Трэба ўлічваць запатрабаванасць аўдыторыяй тых ці іншых прававых ведаў, з аднаго боку, і залежнасць яе зацікаўленасці ад форм падачы матэрыялу – з другога. Практыка прававой прапаганды паказвае, што значную цікавасць у слухачоў выклікаюць лекцыі, у якіх выкарыстоўваюцца матэрыялы розных прававерак, канкрэтныя прыклады з судова-следчай працы, падаецца аналіз заяў і скаргаў, што

паступаюць у дзяржаўныя арганізацыі, і паказваецца, якія па іх прымаюцца меры.

Для служачых найбольш эфектыўнай і звычайнай з'яўляецца лекцыйная форма выкладання матэрыялу. Для моладзевай аўдыторыі найбольш дзейсныя такія формы публічных выступленняў, як дыспуты, вечары пытанняў і адказаў. Да прыкладу, правядзенне адзіных дзён інфармавання ў Беларусі, як правіла, адбываецца шляхам выкладання інфармацыі без далейшага абмеркавання, што прадвызначае невысокую ступень засваення матэрыялу і зацікаўленасці ў актуальных дадзеных. У выніку асобы ва ўзросце да 18 гадоў, студэнты навучальных устаноў сярэдняй спецыяльнай і вышэйшай адукацыі дэманструюць значна больш нізкі ўзровень юрыдычных ведаў, чым людзі старэйшага узросту.

Выступленні на юрыдычныя тэмы павінны ўтрымліваць не толькі новыя для слухачоў звесткі альбо матэрыялы, якія прыводзіць у пэўную сістэму ўжо вядомыя аўдыторыі факты, але і быць разлічаны на ўздзеянне з мэтай змены ў рэцыпіентаў матываў, адносін да фактаў, падзей, з'яў. Пры падрыхтоўцы да выступлення вопытныя лектары загадзя падбіраюць пра запас упрыгожванні да лекцыі. Такімі “разынкамі” могуць быць займальныя факты, прыклады, вобразныя параўнанні, якія ярчэй, паўней раскрываюць асобныя моманты выступлення; імі могуць быць цікавыя гістарычныя факты, выказванні, дадзеныя сацыялагічных даследаванняў, звесткі з рэдкіх, унікальных крыніц. Магчыма, гэта будзе эпізод з літаратурнага твору ці новага мастацкага фільма, анекдатычны выпадак з уласнай практыкі. Але ўсё гэта павінна быць арганічна звязана са зместам лекцыі.

Не варта забываць, што ў выступленнях на прававую тэматыку існуе вялікая небяспека негатыўнага ўнушэння. Сутнасць яго заключаецца ў тым, што чалавеку забараняюць нешта рабіць, але тым самым міжволі змушаюць яго менавіта да такога ўчынку. Забарона, заклік пазбягаць пэўных дзеянняў і нават крытычнае выступленне могуць выклікаць адваротны эфект: слухачам не даюць выразнага прадстаўлення, чаму менавіта азначанае дзеянне з'яўляецца непажаданым, шкодным або супрацьзаконным. Недахопы ў абгрунтаванасці падобнай забароны выклікаюць цікаўнасць, суб'ектыўныя здагадкі, жаданне парушыць забарону. Таму пры правядзенні прафілактычных гутарак у масавай аўдыторыі супрацоўніку органаў унутраных спраў варта абмежавацца адным-двума негатыўнымі прыкладамі.

Яшчэ адна заўвага тычыцца метадыкі выкладання матэрыялу ў масавай аўдыторыі. Каб сфарміраваць навык думаць перад аўдыторыяй гэтак жа вольна, як у малых групах, каб свабодна кіраваць увагай слухачоў, не варта чытаць падрыхтаванае выступленне па тэксце. Эксперыментальна высветлена, што ў адваротным выпадку засвойваецца не больш за 17 % выкладаемай інфармацыі (чытанне з ліста дапушчальна толькі ў дакладах, на афіцыйных прыёмах, калі любую агаворку могуць няправільна зразумець і тэндэнцыйна выкарыстаць).

Чытанне без тэксту дае магчымасць сачыць за аўдыторыяй і бачыць праявы ўвагі, цікавасці, задавальнення, стомленасці, здзіўлення, неразумення і хутка рэагаваць на іх альбо узмацненнем элементаў займальнасці, папулярнасці, альбо стварэннем праблемнай сітуацыі, пераменай спосабу доказаў, альбо зменай інтанацыі, тэмпу прамовы і г. д.

Важным псіхалагічным фактарам, які даводзіцца ўлічваць у методыцы, з'яўляецца пол слухачоў. Аднополая аўдыторыя найбольш складаная для прамоўцы: мужчынская – сур'ёзная, салідная, сумная; жаночая – своеасабліва эмацыйная. Для лектара найбольш прадуктыўнай з'яўляецца праца ў змешанай аўдыторыі. Вопыт нашай дзейнасці па фарміраванні камунікатыўнай кампетэнтнасці супрацоўнікаў органаў унутраных спраў сведчыць аб тым, што мужчыну больш аптымальна выступаць у жаночым калектыве, а жанчыне – у мужчынскім. Практыка паказвае, што камунікатыўная праца, накіраваная на сацыялізацыю асуджанай асобы пасля адбыцця пакарання, больш выніковая ў жанчын-супрацоўніц.

Важна таксама, каб слухачы ведалі аднаго: у адваротным выпадку не спрацоўвае прынцып самавыяўлення (гэтым тлумачыцца нязручнасць выступленняў на бацькоўскіх сходах у школах, аднадзённых семінарах, ва ўстановах адпачынку, дзе прысутнічае сума слухачоў, але няма аўдыторыі як такой; у выніку даводзіцца прамаўляць “уніфікавана”, выступленне разлічваецца адначасова на ўсіх і нікога канкрэтна). Для аратара і слухачоў неабякава, у які час сутак адбываецца выступленне: найбольш прадуктыўным часам прынята лічыць сярэдзіну дня.

Устанаўленню паразумення з аўдыторыяй лектару перашкаджаюць два бар'еры: сэнсавы і эмацыйны. Сэнсавы ўзнікае ў тым выпадку, калі аратар не змог правільна разлічыць узровень падрыхтоўкі слухачоў. Змест выступлення павінен быць даступным, прадугледжваць свядомае засваенне слухачамі выкладаемага матэрыялу. Эмацыйны бар'ер узнікае ў тым выпадку, калі аўдыторыя псіхалагічна не падрыхтавалася да ўспрымання прамоўцы (з падобнай сітуацыяй, напрыклад, можа сутыкнуцца ўчастковы інспектар міліцыі ў інтэрнаце, калі па тэлебачанні дэманструецца папулярны шматсерыйны фільм).

Працягласць выступлення ў масавай аўдыторыі таксама з'яўляецца важкім фактарам яго эфектыўнасці. Яна вызначаецца тэмай выступлення і аб'ектыўнымі магчымасцямі слухачоў. Доўгія лекцыі далёка не заўсёды апраўданыя, таму сярэдняя іх працягласць складае 45 хвілін. Для выступленняў, уціснутых у жорсткія часовыя рамкі (20–30 хвілін), патрэбны і адмысловыя тэматыка, і свая методыка рэалізацыі. Такія лекцыі павінны насіць характар інфармацыі, гутаркі, кансультацыі, закранаць адно-два пытанні і адрознівацца асаблівай дынамічнасцю і лагічнай складанасцю.

Такім чынам, зносіны з грамадзянамі для супрацоўнікаў міліцыі з'яўляюцца надзвычай важным аспектам прадуктыўнай службовай дзейнасці.

Падрыхтоўка спецыяліста для органаў унутраных спраў патрабуе фарміравання інструментальных уменняў у сувязі з аналізам і прадуцыраваннем выказванняў, маўленчымі паводзінамі ў актуальных сітуацыях зносін. Таму ўдасканальванне навыкаў публічнага выступлення, фарміраванне культуры мовы, псіхалагічнай кампетэнтнасці супрацоўнікаў органаў унутраных спраў з'яўляюцца актуальнымі задачамі як ведамаснай адукацыйнай сістэмы, так і сістэмы службовай падрыхтоўкі.

Список основных источников

1. Венедиктов, С. В. Риторика : учеб. пособие / С. В. Венедиктов, С. И. Даниленко. – Минск : Изд-во Гревцова, 2013. – 168 с.
2. Голубев, В. Л. Речевой потенциал сотрудника органов внутренних дел : практ. пособие / В. Л. Голубев, О. В. Бурибо. – Минск : Академия МВД, 2010. – 299 с.
3. Мурина, Л. А. Риторика : курс лекций / Л. А. Мурина. – Минск : БГУ, 2002. – 175 с.