

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Л. Г. Кайдалова, Л. В. Пляка,
Н. В. Альохіна, В. С. Шаповалова

ПСИХОЛОГІЯ СПІЛКУВАННЯ

Навчальний посібник

Друге видання, перероблене і доповнене

Харків
НФаУ
2018

УДК 37.015.3(07)
К 15

Рецензент: *В. О. Тюріна*, доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри загальної психології та педагогіки Харківського національного університету внутрішніх справ.

*Рекомендовано ученою радою
Національного фармацевтичного університету
(протокол № 11 від 30.08.2018 р.)*

Кайдалова Л. Г.

К 15 Психологія спілкування : навчальний посібник / Л. Г. Кайдалова, Л. В. Пляка, Н. В. Альохіна, В. С. Шаповалова. — 2-ге вид., перероб. і допов. — Х. : НФаУ, 2018. — 140 с.

ISBN 978-966-615-546-0

У посібнику викладено основні теми загального курсу психології спілкування на основі сучасних досліджень у цій галузі, де враховано специфіку професійної діяльності фармацевтичних фахівців у спілкуванні з відвідувачами аптечних закладів.

Розраховано на здобувачів вищої освіти фармацевтичних спеціальностей, магістрів, інтернів, викладачів і працівників фармацевтичної галузі, всіх, хто цікавиться сучасними проблемами психологічної науки, має потребу практичного використання її здобутків.

УДК 37.015.3 (07)

ISBN 978-966-615-546-0

© Кайдалова Л. Г.,
Пляка Л. В.,
Альохіна Н. В.,
Шаповалова В. С. 2018
© НФаУ, 2018

ЗМІСТ

Передмова	5
Змістовний модуль 1. Спілкування в системі міжособистісних та суспільних взаємовідносин	7
Тема 1. Процес спілкування та його складові.....	8
1.1. Сутність і природа спілкування.....	8
1.2. Функції спілкування	11
1.3. Особистість і спілкування	13
Тема 2. Спілкування як обмін інформацією	18
2.1. Поняття мови і мовлення.....	18
2.2. Слухання як активний процес	21
2.3. Невербальна комунікація та її особливості	24
Тема 3. Спілкування як сприйняття.....	32
3.1. Соціальна перцепція та її структура.....	32
3.2. Механізми взаєморозуміння в процесі спілкування	35
3.3. Поведінка як джерело інформації	37
Тема 4. Взаємодія у процесі спілкування.....	41
4.1. Інтерактивний бік спілкування	41
4.2. Теорії міжособистісної взаємодії.....	43
4.3. Психологічний вплив. Види психологічного впливу	47
4.4. Асертивна поведінка.....	52
Тема 5. Порушення, бар'єри і труднощі спілкування	55
5.1. Порушення спілкування і комунікативні бар'єри	55
5.2. Акцентуації характеру і дефекти спілкування	61
5.3. Деструктивне спілкування	65
Змістовний модуль 2. Психологія професійного спілкування	69
Тема 6. Ділове спілкування.....	70
6.1. Специфіка, структура і функції ділового спілкування	70
6.2. Ділова бесіда як основна форма ділового спілкування	74
6.3. Переговори як різновид ділового спілкування	77

Тема 7. Конфлікти у спілкуванні: причини, шляхи запобігання і вирішення.....	82
7.1. Сутність та природа конфлікту	82
7.2. Особливості конфліктів у професійній діяльності фахівців фармації	86
7.3. Стратегія і стиль поведінки у конфліктній ситуації.....	88
Тема 8. Професійне спілкування фармацевтичних фахівців	93
8.1. Спілкування в умовах аптечного закладу	93
8.2. Правила спілкування телефоном	99
8.3. Психологічна компетентність фахівця фармації	102
Тема 9. Етика та культура спілкування працівників фармацевтичної галузі.....	106
9.1 Етика спілкування як прояв культури почуттів	106
9.2. Професійна мораль	110
9.3. Загальні етичні принципи і правила спілкування фахівців фармацевтичної галузі	110
Додатки	115

ПЕРЕДМОВА

Психологія — приваблива і важлива наука. Останнім часом неухильно зростає зацікавленість у психологічних знаннях, які стають надійним помічником кожної людини у таких сферах практичної діяльності, як освіта, медицина, фармація, юриспруденція, а також у повсякденному житті людини.

Психологічні знання й уміння необхідні кожній людині, а працівникам фармацевтичної галузі особливо, оскільки їх професійна діяльність передбачає постійні контакти типу «людина — людина».

Уміння будувати відносини з людьми, знаходити підхід до них становить основу життєвого і професійного успіху кожної людини. Психологічні знання дозволяють фахівцеві пізнати психічні якості особистості, що обумовлюють специфіку основних підходів до розуміння сутності процесу спілкування. Знання психологічних закономірностей спілкування, застосування їх у професійній діяльності підвищує ефективність праці фармацевтичних фахівців, допомагає їм розуміти співрозмовників, регулювати взаємовідносини з колегами, лікарями, відвідувачами аптечних закладів тощо.

Психологія спілкування досліджує особливості взаємозв'язків людини із суб'єктами спілкування, допомагає глибше пізнати себе й оточення, ефективно взаємодіяти з ними. Психологічні знання потрібні кожному фахівцю фармацевтичної галузі, оскільки дозволяють йому пізнати властивості особистості, що обумовлюють специфіку поведінки, діяльності, спілкування тощо.

У посібнику висвітлюються науково-методологічні проблеми психології спілкування, розглядаються основні характеристики та функції ділового спілкування фахівців фармацевтичної галузі. Він призначений для підготовки та самопідготовки здобувачів вищої освіти зі спеціальностей «Фармація», «Лабораторна діагностика», «Економіка підприємства», «Маркетинг», «Менеджмент», «Клінічна фармація», «Технології фармацевтичних препаратів», «Технології парфумерно-косметичних засобів» з метою опанування основ психології спілкування, що допоможе сформувати культуру спілкування, компетентність, ініціативу, творче ставлення майбутнього фахівця та соціальний спосіб мислення.

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 1

**СПІЛКУВАННЯ В СИСТЕМІ
МІЖОСОБИСТІСНИХ
ТА СУСПІЛЬНИХ
ВЗАЄМОВІДНОСИН**

ТЕМА 1. ПРОЦЕС СПІЛКУВАННЯ ТА ЙОГО СКЛАДОВІ

1.1. СУТНІСТЬ І ПРИРОДА СПІЛКУВАННЯ

Спілкування відіграє важливу роль у житті й діяльності кожної людини. Завдяки спілкуванню утворюються товариства людей, в яких налагоджується взаємодія і виробляються соціальні норми поведінки.

Знання сутності спілкування, його закономірностей, функцій, взаємного обміну і проблем є підґрунтям для реалізації та поліпшення стосунків з іншими людьми і задоволення вищих потреб особистості.

Протягом життя кожен із нас постійно контактує, спілкується з різними людьми. Без спілкування особистість не може повноцінно розвиватися. Спілкуючись, люди обмінюються інформацією, досягають взаєморозуміння, взаємно впливають одне на одного. Потреба людини у спілкуванні зумовлена необхідністю взаємодіяти в процесі навчання, спільної діяльності, вирішенні будь-яких повсякденних питань. Вся історія людства є історією взаємодії людей.

Поняття «спілкування» вживається у психологічній літературі в різних значеннях:

— як обмін думками, почуттями, переживаннями (Л. С. Виготський, С. Л. Рубінштейн);

— як багатоплановий процес установлення й розвитку контактів між людьми, породжений їх потребами у спільній діяльності (Б. Г. Ананьєв, М. С. Коган, І. С. Кон, О. О. Леонтєв, А. В. Петровський, М. Г. Ярошевський);

— як специфічна соціальна форма інформаційного зв'язку (О. Д. Урсун, Л. О. Резніков);

— як взаємодія, стосунки між суб'єктами, які мають діалогічний характер (Г. М. Андреева, В. С. Соковін, К. К. Платонов);

— як складне сплетіння перцептивних, комунікативних, інтерактивних компонентів, суб'єкт-об'єктної та суб'єкт-суб'єктної форм, спілкування репродуктивного й продуктивного, особистісного й рольового (С. Д. Максименко).

Спілкування — процес установлення і розвитку контактів між людьми, який породжується потребами спільної діяльності і полягає в обміні інформацією, виробленні єдиної стратегії взаємодії, сприйнятті та розумінні іншої людини.

На думку відомого філософа Григорія Сковороди, людина, спілкуючись, реалізує свої природні обдаровання, які можна реалізувати тільки через освіту та самопізнання. Пізнати в собі справжню людину — в цьому щастя, а корінь нещастя — в неправильному розумінні своїх здібностей, самої себе.

Люди завжди спілкуються на основі певної діяльності. У деяких видах діяльності використовують засоби і способи, властиві для спілкування (діяльність провізора, менеджера). У діяльності багато часу витрачається на підготовку, що полягає у спілкуванні для установлення контактів, обговорення плану роботи. При спілкуванні розвиваються й утворюються нові зв'язки та стосунки між людьми, людина опановує досвід попередніх поколінь і збагачує його своїми відкриттями. Отже, спілкування і діяльність єдині, але не тотожні.

У процесі спілкування можна виділити такі аспекти: зміст, мета і засоби.

Зміст спілкування — інформація, яка в міжособистісних контактах передається від однієї людини до іншої. Це можуть бути відомості про внутрішній (емоційний) стан співрозмовника, про середовище, наукові та побутові знання, навички та уміння, про саму людину (її зовнішній вигляд, особливості характеру, манера поведінки тощо). Зміст спілкування реалізується за допомогою вербального і невербального спілкування.

Мета спілкування — обмін думками, інформацією та індивідуальним досвідом.

Засоби спілкування — шляхи передачі інформації, наприклад, за допомогою органів чуття, мови та інших знакових систем.

Вербальне (словесне) спілкування є одним з основних засобів людського спілкування, що відбувається за допомогою

мови (усної чи письмової). Володіючи мовою, люди обмінюються думками, розуміють одне одного і взаємодіють.

Невербальне спілкування відбувається мимовільно, за допомогою міміки, жестів, поз, інтонації. Невербальні засоби передавання інформації людина засвоює раніше, ніж вербальні. Прикладом може бути спілкування з немовлям, коли воно реагує на жести, вираз обличчя, інтонацію дорослих. Для розуміння невербальних засобів спілкування необхідне спеціальне навчання.

Основними компонентами спілкування є: суб'єкти, засоби, потреби, мотивація та мета, способи взаємодії та взаємовпливу, результати спілкування.

Спілкування, як соціальне явище, охоплює всі сфери суспільного буття та діяльності людей і може бути охарактеризовано за різними параметрами, мати різні види і форми залежно від контингенту учасників, тривалості стосунків, ступеня опосередкування, завершеності, бажаності.

Без спілкування, як особливого різновиду діяльності, неможливий розвиток людини як особистості, як суб'єкта діяльності, як індивідуальності. Воно задовольняє потребу людини в контакті з іншими людьми. Зміст і форми спілкування впливають на розвиток тих чи інших якостей індивіда.

Спілкування розвиває в людині вольові якості тоді, коли ситуації спілкування привчають людину до зібраності, наполегливості, рішучості, сміливості тощо.

Спілкування має велике значення у формуванні людської психіки, інтелекту, розвитку і становленні її культурної поведінки. Завдяки спілкуванню людина розширює загальний світогляд, мислення, сприймання, розвивається як особистість. Стосунки, які наповнюють спілкування, надають йому своєрідності, певного емоційного забарвлення. Існує безліч тем для спілкування людей. Чим їх більше, чим ширше коло спілкування особистості, тим багатша сама особистість, оскільки у процесі спілкування відбувається моральне та інтелектуальне збагачення людини, виявляються симпатії та антипатії, розкривається справжня значущість однієї людини для іншої.

Отже, без спілкування людина не здатна не лише психологічно розвиватися, але й просто забезпечувати своє існування.

1.2. ФУНКЦІЇ СПІЛКУВАННЯ

Спілкування — це багатоплановий процес, який виконує цілу низку функцій. Функціональні можливості спілкування реалізуються на різних рівнях, залежать від ситуацій, змісту і мети спілкування.

Функції спілкування (лат. *functio* — виконання, здійснення) — ролі й завдання, які воно виконує в процесі життєдіяльності особистості (рис. 1.1).

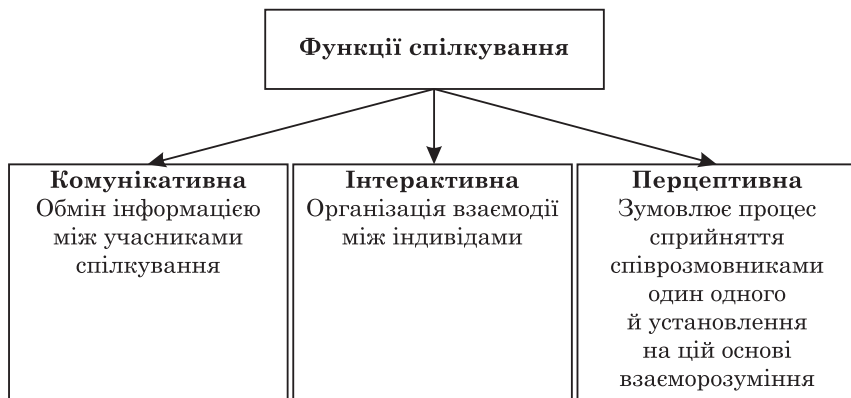


Рис. 1.1. Класифікація функцій спілкування за С. Д. Максименком

Більшість класифікацій функцій спілкування пов'язана з обміном інформацією, взаємодією та сприйняттям людьми одне одного. В. Семиченко характеризує спілкування як головну умову виживання, навчання, виховання та розвитку особистості. Вона виділяє такі функції спілкування:

контактна — установлення комунікації як виявлення взаємної готовності прийняти та передати інформацію;

інформаційна — обмін інформацією;

спонукальна — стимул, спрямування активності на виконання певних дій;

координаційна — взаємна орієнтація на узгодження дій для спільної діяльності;

розуміння — адекватне сприйняття і розуміння стилю поведінки, взаєморозуміння;

амотивна — цілеспрямований виклик необхідних емоцій, обмін емоціями, зміна у партнерів емоційних станів;

установлення відносин — усвідомлення та фіксація свого місця в системі;

здійснення впливу — зміна стану, поведінки, ціннісно-мотиваційної сфери, особистісно-сміслових утворень, намірів, настанов, думок, рішень, потреб, дій, оцінок.

Функції спілкування (за Б. Ломовим):

✓ *інформаційно-комунікативна* (полягає в будь-якому обміні інформацією);

✓ *регуляційно-комунікативна* (регуляція поведінки й спільної діяльності у процесі взаємодії). Завдяки спілкуванню людина здійснює регуляцію не лише власної поведінки, а й поведінки інших людей і реагує на їхні дії, тобто відбувається процес взаємного налагодження дій;

✓ *афективно-комунікативна* (регуляція емоційної сфери людини) — характеризує емоційну сферу людини, в якій виявляється ставлення індивіда до навколишнього середовища, зокрема й соціального.

Функції спілкування (за С. Максименком):

✓ *комунікативна* — різні форми та засоби обміну і передавання інформації, завдяки яким стають можливими збагачення дій та взаєморозуміння людей (зв'язок людини зі світом в усіх формах діяльності). Здійснюється за допомогою мови, є необхідною умовою наступності і розвитку, соціального та наукового прогресу людства, індивідуального розвитку особистості. Обмін інформацією, що відбувається між людьми в різних видах діяльності, забезпечується комунікативною функцією спілкування. Контакти між людьми не обмежуються лише потребами передавання інформації;

✓ *інтерактивна* — взаємодія між індивідуумами, а саме обмін не тільки знаннями, ідеями, а також впливом, взаємними намаганнями, діями тощо;

✓ *перцептивна* — процес сприйняття партнерами один одного, їх взаємного пізнання як основи для взаєморозуміння.

Перцептивні вміння та навички виявляються в здатності визначати контекст зустрічі, розуміти настрій партнера за його

вербальною та невербальною поведінкою, враховувати «психологічні ефекти» сприйняття під час аналізу комунікативної ситуації. Це пов'язано зі сприйняттям зовнішнього вигляду, дій, вчинків людини та їх тлумаченням.

1.3. ОСОБИСТІТЬ І СПІЛКУВАННЯ

Спілкування є потребою й умовою людини, воно передбачає процес обміну цінностями й соціальним досвідом особистості, формує ставлення до себе, до інших людей і суспільства тощо.

Без спілкування не може відбуватися повноцінний розвиток людини ні як особистості, ні як індивідуальності, ні як професіонала. Можна назвати низку найважливіших чинників, які роблять спілкування необхідною складовою в розвитку особистості.

Особистість у контексті спілкування реалізується на таких рівнях:

1. **Спілкування — взаємовплив.** Становлення та розвиток особистості за таких умов є результатом психологічного впливу одного суб'єкта на іншого у процесі взаємодії, діалогу. Спілкуючись, люди передають одне одному знання про навколишню дійсність, уміння та навички, необхідні для здійснення певного виду діяльності. У ході спілкування відбувається активізація внутрішніх особливостей і станів особистості й актуалізація складових її комунікативного потенціалу.

2. **Спілкування — діяльність.** Залучення професійного досвіду до практики спілкування, реалізації діяльничої сутності спілкування, в якому особистість є його учасником, унікальною і неповторною індивідуальністю, суб'єктом діяльності. Спілкування є неодмінною передумовою розвитку в майбутнього провізора комплексу якостей, компетентностей і здібностей, які роблять його фахівцем, здатним взаємодіяти, розуміти і впливати в процесі професійної комунікативної діяльності (розвиток перцептивно-рефлексивних властивостей та емоційно-емпатійних можливостей).

3. **Спілкування — обмін інформацією.** Становлення особистості відбувається у процесі реалізації її комунікативних здібностей, якостей, умінь, комунікативної програми поведінки. У ході спілкування відбувається обмін цінностями, нормами,

інформацією, необхідними людині для її повноцінного становлення в соціумі. Спілкування розширює загальний світогляд людини та сприяє розвитку психічних утворень, необхідних їй для життєдіяльності.

4. **Спілкування — сприймання** людьми одне одного. На цьому рівні виникає взаєморозуміння (непорозуміння) між учасниками спілкування.

5. **Спілкування — міжособистісні відносини.** Розвиток статусно-рольових характеристик індивіда, прояв соціально-психологічних стереотипів його поведінки, взаємовідносин у колективі, вміння враховувати позиції співрозмовника.

Потреба в спілкуванні є специфічною людською потребою, відмінною від інших потреб. Л. І. Марісова виділила такі групи комунікативних потреб:

- в іншій людині і взаєминах з нею;
- у належності до соціальної спільноти;
- у співпереживанні і співчутті;
- у турботі, допомозі і підтримці з боку інших;
- в установленні ділових зв'язків для здійснення спільної діяльності та співробітництва;
- у постійному обміні досвідом, знаннями;
- в оцінці з боку інших, у повазі, авторитеті;
- у виробленні спільного з іншими людьми розуміння і пояснення об'єктивного світу й усього, що відбувається в ньому.

Мотиви спілкування можуть бути діловими й особистісними, вони виростають із потреб особистості. У процесі спілкування людина задовольняє потребу контактувати та взаємодіяти з людьми, поділитися різними думками та переживаннями, бути членом групи, пізнавати щось нове, надавати і приймати допомогу тощо.

Цілями спілкування можуть бути:

- надання чи отримання допомоги;
- самоствердження чи самовираження;
- пошук співрозмовника для бесіди, діяльності, спільної гри тощо;
- пошук людини, від якої можна отримати розуміння, співчуття, емоційний відгук, похвалу тощо.

Важливу роль у виборі партнера спілкування відіграє наявність спільних інтересів, цінностей, світогляду, а також

необхідність співробітництва, взаємодії в процесі отримання або надання допомоги. У деяких випадках вибір партнера спілкування обумовлений зовнішніми чинниками: близькістю проживання, знайомством батьків і т.д.

У процесі міжособистісного спілкування завжди відбувається взаємодія людей, що відрізняються один від одного емоційною сферою, вольовими та іншими якостями. На ефективність спілкування впливає сформованість у особистості таких комунікативних якостей, як комунікабельність, толерантність, емпатія, рефлексія, доброзичливість, повага, ввічливість тощо.

Комунікабельність — особистісна якість, що характеризується потребою у спілкуванні, здатністю легко вступати в контакт, викликати позитивні емоції у співрозмовників, відчувати задоволення від спілкування.

Толерантність (лат. *tolerantia* — терпіння) — терпимість людини до інших людей, здатність приймати їх такими, якими вони є, без виникнення агресивних захисних дій.

Толерантне ставлення до співрозмовника є однією з важливих якостей особистості. Толерантність виявляється у витримці особистості, здатності відповідно реагувати на конфліктну ситуацію в процесі комунікативної взаємодії. Толерантна особистість має володіти такими особистісними якостями, як гуманність, рефлексивність, відповідальність, упевненість у собі та у своїх силах, перцепція як уміння спостерігати за людьми, емпатія.

Емпатія — ситуативно виникаюче переживання, стійка індивідуальна якість, спрямованість особистості, що виявляється в готовності виказати емоційне тепло, співпереживання, співчуття, сприймати і розуміти співрозмовника, налагоджувати ефективну взаємодію.

Рефлексія — здатність займатися самоаналізом, тобто здатність до критичного переосмислення власного досвіду. Вона функціонує як аналіз суб'єктом власного психічного стану, сприяє свідомому виконанню будь-якої діяльності, спрямована на самовдосконалення особистості.

Доброзичливість — ставлення до співрозмовника, орієнтоване на здійснення добра. Виявляється в прихильності, симпатії, співчутті, добротності. Доброзичлива людина підтримує співрозмовника, не звинувачує його.

Повага — шанобливе ставлення до співрозмовника, за-свідчує ступінь власної самоповаги, бо людина, яка поважає себе, не вдаватиметься до образ і приниження гідності іншої.

Ввічливість — позитивна налаштованість співрозмовників один до одного, що забезпечує комфортний клімат спілкування. Зовнішнім виявом ввічливості є привітний вираз обличчя, зацікавлений погляд, прихильні жести, усмішка.

Отже, людське спілкування має цілу низку умов і правил оптимального здійснення, проте саме воно, безумовно, спирається на особистісні якості. Всі ці якості сприяють ефективній комунікативній взаємодії, задоволенню потреб і реалізації мотивів спілкування.

ТЕМИ РЕФЕРАТИВ ТА ПОВІДОМЛЕНЬ

1. Історичний аспект психології спілкування.
2. Суспільні, міжособистісні стосунки і спілкування.
3. Перцептивний компонент — сприйняття партнерами один одного.
4. Інтерактивний компонент — організація взаємодії.
5. Вплив темпераменту на спілкування.
6. Методи дослідження спілкування, міжособистісних стосунків, комунікативних здібностей і навичок особистості.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПІДГОТОВКИ ТА КОНТРОЛЮ

1. Дайте визначення поняття «спілкування».
2. Чим зумовлюється потреба у спілкуванні?
3. Що є об'єктом і предметом спілкування?
4. За яких умов обмін інформацією набуває характеру спілкування? Які причини можуть зашкодити цьому процесу?
5. Дайте характеристиску комунікативним якостям особистості.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

1. Диференційна психологія : підручник / за заг. ред. С. Д. Максименка. — К. : Слово, 2013. — 600 с.

2. Дьяченко, М. И. Психологический словарь-справочник / М. И. Дьяченко, Л. А. Кандыбович. — Минск. : Харвест, 2007. — 576 с.
3. Енциклопедія освіти / Акад. пед. наук України; голов. ред. В. Г. Кремень. — К. : Юрінком Інтер, 2008. — 1040 с.
4. Ильин, Е. П. Психология общения и межличностных отношений / Е. П. Ильин. — СПб. : Питер, 2009. — 576 с.
5. Кайдалова, Л. Г. Психологія: навч.-метод. посіб. / Л. Г. Кайдалова, Н. В. Альохіна, Л. В. Пляка. — Х. : НФаУ, 2013. — 237 с.
6. Кайдалова, Л. Г. Психологія спілкування : навч. посіб. / Л. Г. Кайдалова, Л. В. Пляка. — Х. : НФаУ, 2011. — 132 с.
7. Максименко, С. Д. Загальна психологія : навч. посіб. / С. Д. Максименко. — К. : Центр навч. літ., 2004. — 272 с.
8. Скрипниченко, О. В. Загальна психологія / О. В. Скрипниченко, Л. В. Волинська, З. В. Огороднійчук та ін. — К. : Либідь, 2005. — 464 с.
9. Словник психолого-педагогічних термінів і понять / упоряд. Ю. В. Буган, В. І. Урупський. — Тернопіль : Астон, 2001. — 176 с.
10. Трухін, І. О. Соціальна психологія спілкування: навч. посіб. / І. О. Трухін. — К. : Центр навч. літ., 2005. — 336 с.
11. Філоненко, М. М. Психологія спілкування : підручник / М. М. Філоненко. — К. : Центр навч. літ., 2008. — 224 с.
12. Цимбалюк, І. М. Психологія спілкування: навч.-метод. посіб. / І. М. Цимбалюк. — 2-ге вид., випр. та допов. — К : Професіонал, 2007. — 464 с.
13. Шапарь, В. Б. Психологічний словник найсучасніших термінів / В. Б. Шапарь. — Х.: Прапор, 2009. — 672 с.

ТЕМА 2. СПІЛКУВАННЯ ЯК ОБМІН ІНФОРМАЦІЄЮ

2.1. ПОНЯТТЯ МОВИ І МОВЛЕННЯ

Вербальна комунікація здійснюється за допомогою мови (мовлення). Провідна роль належить усному мовленню, за допомогою якого відбувається передавання інформації іншим людям. Правильність мови свідчить про рівень культури та освіти особистості, зміст — про розум та моральні якості, а характер інтонацій — про емоційність та настрій людини.

Для більш глибокого і повноцінного розуміння процесів, що відбуваються під час обміну інформацією, фахівцям фармацевтичної галузі необхідні знання психологічних особливостей вербального спілкування. До них відносять говоріння і слухання, які відбуваються в процесі комунікативної діяльності.

У сучасних умовах провідним є *мовне спілкування*, або *вербальна комунікація*, що реалізується за допомогою мовлення. Л. Виготський, вивчаючи особливості спілкування між людьми, писав: «Спілкування, не опосередковане мовою чи якоюсь іншою системою знаків або засобів, як воно спостерігається серед тварин, робить можливим спілкування лише найбільш примітивного типу й у найбільш обмежених розмірах. Щоб передати якесь переживання чи зміст свідомості іншій людині, немає іншого шляху, крім віднесення цього змісту до певного класу, до певної групи явищ, а це потребує узагальнення. Тобто вищі, властиві людині форми психологічного спілкування можливі лише завдяки тому, що людина за допомогою мислення узагальнено відображає дійсність».

Мова — засіб для спілкування, мислення, передавання і засвоєння життєвого досвіду особистості; складається зі слів, правил їх вимови і написання.

Мова, як засіб спілкування, пов'язує людину з різними поколіннями, народами. Доки існує мова, доти живе народ. У кожного народу своя мова, яка супроводжується певними правилами і культурою її використання та застосування в процесі комунікативних зв'язків.

Мова — засіб обміну інформацією в усіх суспільно важливих сферах комунікації: політиці, науці, фармації, виробництві і діловій сфері тощо. *Мовлення* є інструментом спілкування, воно може визначати і змінювати характер взаємодії.

Мова в діяльності фахівців фармацевтичної галузі виступає як носій інформації і як засіб впливу на інших людей. Саме тому мова має бути виразною, логічною, грамотною, оскільки всі ці її якості безпосередньо впливають на особистість іншої людини, її думки, настрій, поведінку тощо.

Мовлення кожної людини відрізняється вимовою, структурою речень, виразністю та іншими характеристиками. У спілкуванні людина використовує незначну частину мовного багатства (приблизно 10-20 тис. слів). За стилем виділяють мовлення: побутове, художнє, ділове, наукове.

Стили мовлення:

- ✓ *побутовий* — притаманний повсякденному спілкуванню;
- ✓ *художній* — застосовується в літературних творах (проза, поезія тощо);
- ✓ *діловий* — використовують в офіційному спілкуванні (доповіді, документи тощо);
- ✓ *науковий* — характерний для наукової діяльності.

ФУНКЦІЇ МОВИ

Мова є знаряддям мислення та інтелектуальної діяльності. Вона забезпечує орієнтацію особистості в умовах завдання, вироблення та виконання плану дій, порівняння одержаного результату з окресленою метою. Засобами мовлення фахівець фармації ефективно вирішує різноманітні професійні завдання або здійснює функції професійного спілкування: інформує, налагоджує контакти з відвідувачами аптек, виражає почуття, впливає, спонукає, самостверджується тощо. Плідне використання можливостей мовлення є результативним засобом вирішення різноманітних проблем, які виникають перед провізором у процесі професійної діяльності.

Рівень володіння мовою, багатство та культура мовного висловлювання визначає можливість та ефективність спілкування кожної конкретної особистості. Спостерігаючи за мовою людини, можна визначити місце її проживання, етнічну та соціальну належність, рівень розвитку й освіти особистості.

ВИДИ МОВИ

Розмовна мова — це мова, яку ми використовуємо в повсякденному спілкуванні. Вона не завжди відповідає загальноприйнятим нормам, може містити діалектні та жаргонні вирази, що використовуються в певній місцевості або представниками певної професії чи виду діяльності.

Літературна мова — це мова, яка відповідає певним нормам і є свідченням мовної культури.

Штучна мова — це мова глухонімих, азбука Морзе, шифри та ін. До штучних мов належать також комп'ютерні мови, завдяки яким здійснюється спілкування людини з комп'ютером та у мережі Internet.

Усна мова — це різновид мовлення, що сприймається іншими співрозмовниками на слух. Ця форма реалізації мови здійснюється за допомогою звуків, являє собою процес говоріння і є первинною формою існування мови. На противагу письмовій усна мова економніша. Вона впливає на взаємовідносини, на формування суспільної думки і порівняно вільна у виборі слів, інтонацій. Правильне усне мовлення може забезпечити швидкість взаєморозуміння між співрозмовниками.

Письмова мова — це мова, зафіксована на папері за допомогою спеціальних графічних знаків. Розрахована на зорове сприйняття, здійснюється у формі писання й читання написаного. Письмова мова в порівнянні з усною має певні психологічні особливості: вона звернута до відсутнього співрозмовника і здійснюється без контакту з ним.

ФОРМИ МОВИ

Внутрішня мова — це мова, якою ми користуємося, коли щось обмірковуємо. Це наш внутрішній голос, наш внутрішній співрозмовник, це живий процес народження думки в слові. Як правило, внутрішня мова монологічна, хоча іноді вона може набути форми діалогу (наприклад, коли ми відчуваємо невпевненість у чомусь, переконуємо себе).

Зовнішня мова — це форма мови, за допомогою якої відбувається безпосереднє спілкування двох чи більше суб'єктів. Співрозмовники розуміють один одного завдяки перебуванню в одній ситуації і мають можливість оцінити вплив своїх слів. Наприклад, провізор, помітивши, що його співрозмовник не зрозумів, може повторити сказане, перефразувати свою думку, навести приклад.

Різновидами мовлення фахівця є монолог та діалог.

Діалог (діалогічне мовлення) — мовлення, в якому безпосередньо взаємодіють дві особи. Він характеризується неорганізованістю, бо заздалегідь запланувати його неможливо.

Монолог — процес мовлення, під час якого говорить одна людина, а інші слухають та сприймають інформацію. Монологічна мова не розрахована на негайну словесну реакцію у відповідь, вона потребує великих знань, загальної культури, правильної мови, активного передавання інформації, точних описів, визначень тощо.

2.2. СЛУХАННЯ ЯК АКТИВНИЙ ПРОЦЕС

У професійній діяльності фахівців фармації важливе вміння слухати, що є необхідною умовою правильного розуміння співрозмовника.

«Хто говорить — той сіє; хто слухає — той збирає жнива». П. Буаст.

Слухання — компонент вербальної комунікації, під час якого здійснюється сприймання і особисте ставлення до отриманої інформації.

Слухання, як особистісна якість, притаманне не всім людям. Ефективне слухання передбачає правильне розуміння слів і почуттів мовця, зосередження на обговорюваній проблемі.

Слухання є важливою складовою професійного спілкування працівників фармацевтичної галузі: фармацевта, провізора, провізора-косметолога, клінічного провізора. Це означає, що відвідувач аптеки може вільно розповідати проблему і бути впевненим в індивідуальній увазі фахівця. Під час розмови фахівець може уточнити певну інформацію і бути уважним до відповідей співрозмовника на поставлені запитання. У процесі комунікативної взаємодії фахівцеві необхідно зосередитись

на особистості співрозмовника, проблемах, які його хвилюють, і знайти оптимальні шляхи їх вирішення. Переривання чи демонстрація відсутності зацікавленості та невдоволення послаблюють довіру пацієнта, чим знижують готовність обговорювати проблему, а також приймати лікарські засоби. Фахівець повинен підтримувати правильні рішення співрозмовника, демонструючи при цьому зацікавленість і повагу до його думки.

Слухання вимагає від співрозмовника уваги. Слухати означає напружувати орган слуху, а чути — напружувати мозок, концентруючи увагу на словах партнера. Саме тому, слухаючи, можна не чути, оскільки свідомість у цей час зайнята іншими проблемами, думками, інформацією. Багато людей чують лише те, що хочуть почути. Не слухають співрозмовника з різних причин: через брак часу, різний емоційний стан співрозмовників та ін.

Ефективне слухання передбачає правильне розуміння слів і почуттів мовця, зосередження на обговоренні проблеми. Воно забезпечує налагодження відвертих стосунків, взаєморозуміння між співрозмовниками.

У процесі професійної комунікативної діяльності можуть виникати певні перешкоди для слухання, які зменшують ефективність спілкування, до них належать:

- вибірковість уваги;
- відведення погляду від співрозмовника;
- людина говорить швидше, ніж думає;
- особисті переживання;
- загострення уваги на зовнішності співрозмовника;
- сторонні шуми;
- голос співрозмовника.

Слухання є активною діяльністю, яка викликана бажанням почути певну інформацію, зацікавленістю співрозмовника, а також вербальними та невербальними аспектами комунікації. Аналізуючи інформацію під час діалогу, людина намагається уточнити, оцінити почуте саме тому, що більше уваги приділяє своїм справам, ніж тому, що їй говорять. Особливо це виявляється в ситуаціях конфліктного спілкування.

Нерефлексивне слухання — це процес невтручання в мову співрозмовника (умовно-пасивне слухання).

Нерефлексивне слухання доцільно застосовувати в ситуаціях, коли співрозмовник висловлює своє ставлення до якоїсь події, прагне обговорити наболілі питання, відчуває себе скривдженим або вирішує важливу проблему.

Рефлексивне слухання — це процес налагодження зворотного зв'язку зі співрозмовником з метою контролю точності сприймання ним інформації.

Рефлексивне слухання необхідне для ефективного спілкування, воно передбачає активне використання вербальної комунікації для підтвердження розуміння інформації і допомагає з'ясувати наше розуміння почутого для критики та уточнення. Щоб з'ясувати реальний зміст бесіди, використовують такі види рефлексивних відповідей, як з'ясування і перефразування.

З'ясування — це звернення до співрозмовника за уточненнями, відбувається за допомогою «відкритих» і «закритих» запитань.

«Закриті» запитання вимагають відповіді типу «так» чи «ні» і переводять співрозмовника з позиції пояснюючого на позицію власного захисту, а це може загострити конфліктну ситуацію. «Відкриті» запитання змушують дати розгорнуту або уточнювальну відповідь.

Перефразування — це власне формулювання почутої інформації. Власне формулювання почутого підсилює адекватність змісту бесіди.

Правила слухання:

— уміти демонструвати співрозмовнику свою повагу до нього;

— уміти підкреслювати щирий інтерес до співрозмовника;

— запам'ятовувати імена, це надає спілкуванню більш довірливого характеру;

— уникати непотрібних суперечок;

— уникати зловживання критикою й засудження інших;

— уміти бути вдячним слухачем і вислуховувати співрозмовника до кінця;

— поважати думку інших людей;

— застосовувати метод переконання, уникати наказового тону та вказівок;

— частіше посміхатися.

Стиль слухання відображає нашу особистість, індивідуальність, характер, інтереси, манеру говорити й слухати. Багато людей часто неуважно слухають співрозмовника, приділяючи більше уваги власним думкам, приводом для яких стали висловлювання співрозмовника.

2.3. НЕВЕРБАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ ТА ЇЇ ОСОБЛИВОСТІ

Паралельно з мовою, як засобом спілкування, за допомогою слова широко використовуються немовні засоби: жести, міміка, інтонація, паузи, манери, зовнішність. Кожен із цих невербальних елементів спілкування може допомогти нам переконатися в правильності сказаного або, навпаки, поставити сказане під сумнів. Особливістю невербальної мови є те, що її виявлення обумовлене нашою підсвідомістю.

Невербальне спілкування (лат. *verbalis*, від *verbum* — слово) — процес взаємодії між людьми, що реалізується за допомогою знакових систем (міміки, жестів, пантоміміки, простору, кольору, одягу тощо).

Спілкування, як живий процес безпосередньої взаємодії суб'єктів, закономірно виявляє емоції тих, хто спілкується, утворюючи невербальний аспект обміну інформацією. Засоби невербальної комунікації, як «мова почуттів», є продуктом суспільного розвитку людей, вони значно посилюють смисловий ефект вербальної комунікації, а за певних обставин можуть її замінювати. Відомо, наприклад, що мовчання іноді буває красномовнішим, ніж слова, а обмінюючись поглядами, люди можуть збагнути зміст інформації, який не вкладається в адекватні категорії вербального висловлювання.

Виділяють декілька функцій, які невербальні повідомлення виконують при взаємодії з вербальними, а саме:

✓ *доповнення* (роблять мовлення більш виразним, уточнюють і пояснюють його зміст);

✓ *спростування* вербальних повідомлень (невербальне повідомлення суперечить вербальному);

✓ *заміщення* вербальних повідомлень (використання невербального повідомлення замість вербального);

✓ *регулювання* розмови (використання невербальних знаків для координації взаємодії між людьми).

Невербальні засоби спілкування доповнюють вербальну мову, характеризують емоційні стани партнерів зі спілкування, створюють психологічний контакт між партнерами. Мистецтво спілкування передбачає бездоганне володіння як письмовою і усною мовою, так і вмінням правильно встановлювати оптимальне співвідношення вербальної і невербальної мови для кожної ситуації спілкування.

Невербальна комунікація включає в себе п'ять таких систем:

1. *Оптико-кінетична* — являє собою експресивно-виразні рухи обличчя і тіла (міміка і пантоміміка) і руху очей (візуальний контакт).

2. *Акустична* — містить такі підсистеми: просодична (вокальні якості голосу, його тембр, діапазон, тональність) й екстралінгвістична, або позамовна (темп мови, долучення до мови пауз та інших засобів, таких, як покашлювання, сміх, плач).

3. *Тактильно-кінестетична*, або такесична — містить такі елементи, як ручкання, поцілунки, дотики.

4. *Просторова* — містить такі елементи, як дистанція спілкування і просторова орієнтація учасників спілкування.

5. *Нюхова*, або ольфакторна — відповідає за визначення запахів.

Усі ці види невербальних повідомлень не ізольовані, перебувають у взаємодії, іноді доповнюючи один одного, іноді всупереч один одному.

У різних народів невербальні знаки мають неоднакове значення. Наприклад, хитання головою з боку в бік для українця означає «ні», а для болгарина — «так». Зазвичай у спілкуванні люди досягають точного розуміння невербальних знаків, коли пов'язують його з конкретною ситуацією, а також із соціальним станом і культурним рівнем конкретного співрозмовника.

Спілкуючись, люди по-різному реагують на невербальні сигнали: одні — чутливі до них, інші — нічого не знають про їх значення. У процесі спілкування від 60 до 80% комунікації здійснюється за рахунок невербальних засобів.

Радість і недовіра звичайно передаються високим голо- сом, гнів і страх — також досить високим голосом, але в шир- шому діапазоні тональності, сили і висоти звуків. Горе, сум, втому передають м'яким і приглушеним голосом.

Швидкість розмови також відображають почуття: швидка бесіда — переживання і стривоженість; повільна бесіда — пригнічений настрій, горе, зарозумілість чи стомленість.

Види такесичних засобів спілкування: динамічні до- тики у формі ручкання, поплескування, поцілунки тощо.

Використання такесичних засобів спілкування залежить від статусу партнерів, віку, статі та часу знайомства співроз- мовників.

Види ручкання: домінантне (рука зверху, долоні розвер- нуті вниз); покірне (рука знизу, долоні розвернуті вгору); рів- ноправне.

Поплескування по плечу можливе за умов близьких стосун- ків, одного соціального положення партнерів по спілкуванню.

Велике значення в процесі спілкування приділяється емо- ціям, позам та міміці співрозмовників. Завдяки ним ми мо- жемо зрозуміти ставлення оточення до інформації, яку вони отримують.

Кінесика — спосіб комунікації за допомогою рухів тіла і жестів.

До невербальних способів комунікації належать жести і пози. Жести зумовлені будовою людського тіла, вони необхідні тоді, коли неможливе спілкування за допомогою мови, наприклад, через мовний бар'єр або проблеми зі слухом.

Коли людина відчуває тривогу, їй властиві швидкі, неспо- кійні рухи рук і ніг, тремтіння рук. Пригнічена людина ру- хається дуже повільно, немов кожен рух дається їй надзви- чайно складно.

ЖЕСТИ

Жест — рух тіла, який передає певний психічний стан особистості в процесі спілкування.

Жестикуляція містить усі жести рук і тіла, а також де- які інші дії, що несуть у собі певне змістовне навантажен- ня. У практиці взаємодії виділяють жести, що відображають внутрішній стан людини, її ставлення до співрозмовника та до інформації, яку він отримує (табл. 2.1).

Характерні жести

Жести	Ознаки жестів
Жести руками	<i>Відкриті долоні</i> — чесність, відвертість <i>Долоня розвернута догори</i> — прохальний жест; з такою позицією легше домогтися виконання прохання, оскільки вона не демонструє тиску з боку того, хто просить <i>Долоня розвернута донизу («дивиться в підлогу»)</i> — владність з боку того, хто використовує подібну позицію, відчувається психологічний тиск <i>Руки перехрещені на грудях</i> — спроба сховатися, відгородитися від ситуації; негативна реакція
Жести ногами	<i>Перехрещування ніг (жест «нога за ногу»)</i> — захист, тенденція до замкнутості <i>Перехрещені ноги і перехрещені руки</i> — несхвалення, неприйняття, посилений захист <i>Перехрещені щиколотки</i> — захист, напруга, негативне ставлення, знервованість, страх
Жести біля щоки або біля підборіддя	<i>Рука як опора підтримує голову</i> — нудьга, співрозмовнику не цікаво те, про що ви говорите <i>Погладжування підборіддя</i> — ухвалення рішення <i>Торкання або потирання носа</i> — брехливість з боку того, хто це робить <i>Рука погладжує шию</i> — невдоволення, заперечення, гнів

Емоційні реакції в процесі комунікації дозволяють робити висновок про темперамент людини, який виявляється у швидкості реакції на отриману інформацію; риси характеру людини, ступінь її впевненості в собі, скутість чи розкутість, обережність чи поривчастість; культурні норми, засвоєні людиною протягом життя.

Жести відкритості свідчать про щирість і бажання говорити відверто. До цієї групи знаків належать жести «розкриті руки» і «розстібання піджака».

Жест «розкриті руки» полягає в тому, що співрозмовник простягає вперед у ваш бік свої руки долоньями догори. Цей жест особливо часто спостерігається у дітей. Коли діти пишаються

своїми досягненнями, вони відкрито показують свої руки. Коли ж діти відчувають свою провину, вони ховають руки або за спину, або в кишені.

Жест «розстібання піджака» також є знаком відкритості. Відкриті люди, які дружньо до нас ставляться, часто розстібають і навіть знімають піджак у нашій присутності.

Найкращий спосіб дізнатися, чи відвертий і чесний з вами у цей момент співрозмовник — це спостерігати за положенням його долонь. Коли людина відверта з вами, звичайно розкриває перед співрозмовником долоні цілком або частково. Цей жест абсолютно несвідомий і підказує, що співрозмовник говорить зараз правду.

Жести підозрливості і потайливості свідчать про недовіру до співрозмовника, сумнів у правоті, про бажання щось приховати. У цих випадках співрозмовник машинально потирає чоло, скроні, підборіддя, прагне прикрити обличчя руками. Але найчастіше він намагається не дивитися на вас, відводячи погляд убік.

Жести і пози захисту є знаком того, що співрозмовник відчуває небезпеку або погрозу. Найбільш розповсюдженим жестом цієї групи знаків є руки, схрещені на грудях. Просте схрещування рук є універсальним жестом, що означає не лише оборонний чи негативний стан співрозмовника, але й просто спокій і впевненість. Це буває тоді, коли атмосфера бесіди не має конфліктного характеру.

Жести міркування й оцінки відбивають стан замисленості і прагнення знайти рішення проблеми. Замислений вираз обличчя супроводжується жестом «рука біля щоки». Цей жест свідчить про те, що вашого співрозмовника щось зацікавило.

Коли співрозмовник підносить руку до обличчя, спираючись підборіддям на долоню, а вказівний палець витягує уздовж щоки (інші пальці знаходяться нижче рота) — це є свідченням того, що він критично сприймає інформацію.

Якщо під час бесіди ваш співрозмовник опускає повіки, це сигнал про те, що ви для нього стали нецікаві чи просто набридли, чи ж він відчуває свою перевагу над вами.

Якщо співрозмовник хоче швидше закінчити бесіду, він непомітно повертається убік дверей, при цьому його ноги

повертаються до виходу. Поворот тіла і положення ніг вказують на те, що йому дуже хочеться піти. Показником такого бажання є також жест, коли співрозмовник знімає окуляри і демонстративно відкладає їх убік. У цій ситуації він прагне чимось зацікавити співрозмовника або дати йому можливість піти.

Жестом упевнених у собі людей із почуттям переваги над іншими є й жест «закладання рук за голову».

Жести незгоди виявляються внаслідок стримування своєї думки. Збирання неіснуючих ворсинок з костюма є одним із таких жестів. Це найбільш популярний жест несхвалення. Коли співрозмовник постійно збирає ворсинки з одягу, це є ознакою того, що йому не подобається усе, що тут говориться, навіть якщо на словах він з усім згодний.

Кожен жест подібний одному слову, а слово може мати кілька різних значень. Спостережлива людина може прочитати ці невербальні пропозиції, порівняти їх зі словесними пропозиціями і зробити для себе певні висновки.

Швидкість деяких жестів залежить від віку людини. З віком жести людей стають менш помітними і більш завуальованими, тому завжди складніше зчитати інформацію людини старшого віку, ніж молоді.

Наприклад, якщо дитина скаже неправду своїм батькам, то відразу ж після цього вона прикриє своїми руками рота, це підказує батькам, що дитина сказала неправду. Жест прикриття рукою рота стає більш витонченим у дорослому віці, коли людина бреше, її рука ухиляється від рота і з'являється інший жест — дотик до носа.

Щоб почувати себе більш упевнено і стати привабливим для співрозмовника, необхідно навчитися використовувати відкриті та позитивні жести. Для розуміння невербальних елементів спілкування необхідне, як правило, спеціальне навчання.

МІМІКА

Дослідження мімічного вираження емоцій почалися понад 100 років тому. Однією з перших була праця Ч. Дарвіна «Вираження емоцій у людини й у тварини» (1872 р.). Гіпотеза Дарвіна полягала в тому, що мімічні рухи утворилися

з корисних дій, тобто те, що зараз є мімічним вираженням емоцій раніше було реакцією з певним пристосувальним значенням. Дарвін стверджує, що мімічні реакції є уродженими і знаходяться в тісному взаємозв'язку з видом тварин.

До міміки належать усі зміни, які можна спостерігати на обличчі людини під час спілкування: риси обличчя, контакт очей та спрямування погляду. З одного боку, міміка зумовлена природними факторами відображення емоцій на обличчі людини, до яких належать страх, радість, біль, а з іншого — соціальними нормами стосунків між людьми. Завдяки міміці підвищується емоційна значущість інформації.

Міміка відповідає характеру мовлення, взаємин: схвалення, осуд, невдоволення, радість, байдужість, захоплення. Широкий діапазон почуттів співрозмовників виражають по-смішка, вираз очей, рухи брів тощо.

Чинники, що впливають на формування мімічного вираження емоцій:

- ✓ уроджені мімічні рухи, що відповідають певним емоційним станам;
- ✓ завчені засоби прояву почуттів, що підлягають довільному контролю;
- ✓ індивідуальні особливості мімічних рухів, що властиві тільки певній особистості.

Саме обличчя співрозмовника завжди притягує наш погляд. Вираз обличчя забезпечує постійний зворотний зв'язок: по ньому ми можемо судити зрозуміла нас людина чи ні.

Міміка та жести у процесі вербального спілкування дають можливість посилювати смислові наголоси інформації, емоційний ефект від усвідомлення її значущості. Знання мови жестів і рухів дозволяє не лише краще розуміти співрозмовника, а й попередити його про те, чи слід змінити свою поведінку для досягнення потрібного результату.

Отже, невербальні повідомлення — необхідна складова міжособистісної комунікації. Знання мови жестів і рухів дозволяє не лише краще розуміти співрозмовника, а й передбачати, яке враження справило на нього почуте ще до того, як він висловиться з цього приводу.

ТЕМИ РЕФЕРАТИВ ТА ПОВІДОМЛЕНЬ

1. Мовлення як засіб спілкування.
2. Психологічні особливості вербальної комунікації.
3. Голос та манера говорити — характеристики внутрішнього стану співрозмовника.
4. Зовнішній вигляд і поведінка особистості.
5. Експресія як засіб невербального спілкування.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПІДГОТОВКИ ТА КОНТРОЛЮ

1. Розкрийте зміст вербальних засобів спілкування.
2. Що, на вашу думку, визначає якість мовлення фахівця?
3. Що є знаковою системою мови?
4. Що важливіше для розуміння повідомлення — вміння слухати чи вміння говорити?
5. Доведіть або спростуйте твердження про те, що невербальні засоби комунікації не впливають на ефективність професійної комунікації.
6. Охарактеризуйте вплив різних чинників на інтенсивність використання фахівцем невербальних засобів комунікації.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

1. Андреева, Т. Є. Етика та психологія ділових відносин : навч. посіб. / Т. Є. Андреева. — Х. : Бурун Книга, 2004. — 144 с.
2. Диференційна психологія : підручник / за заг. ред. С. Д. Максименка. — К. : Слово, 2013. — 600 с.
3. Дьяченко, М. И. Психологический словарь-справочник / М. И. Дьяченко, Л. А. Кандыбович. — Минск. : Харвест, 2007. — 576 с.
4. Енциклопедія освіти / Акад. пед. наук України; голов. ред. В. Г. Кремень. — К. : Юрінком Інтер, 2008 р. — 1040 с.
5. Ильин, Е. П. Психология общения и межличностных отношений / Е. П. Ильин. — СПб. : Питер, 2009. — 576 с.
6. Кайдалова, Л. Г. Психологія спілкування : навч. посіб. / Л. Г. Кайдалова, Л. В. Пляка. — Х. : НФаУ, 2011. — 132 с.

7. Кайдалова, Л. Г. Психологія: навч.-метод. посіб. / Л. Г. Кайдалова, Н. В. Альохіна, Л. В. Пляка. — Х. : НФаУ, 2013. — 237 с.
8. Кайдалова, Л. Г. Професійна підготовка майбутніх фахівців фармацевтичного профілю у вищих навчальних закладах: монографія / Л. Г. Кайдалова. — Х. : НФаУ, 2010. — 364 с.
9. Максименко, С. Д. Загальна психологія : навч. посіб. / С. Д. Максименко. — К. : Центр навч. літ., 2004. — 272 с.
10. Максименко, С. Д. Технологія спілкування / С. Д. Максименко, М. М. Заброцький. — К. : Главник, 2005. — 112 с.
11. Пиз, Аллан. Язык телодвижений / Аллан Пиз. — М. : Эксмо, 2002. — 272 с.
12. Професійне спілкування фахівців фармації: посібник / Л. Г. Кайдалова, Н. В. Альохіна, Л. В. Пляка, Н. В. Шварп. — Х. : НФаУ, 2013. — 82 с.
13. Словник психолого-педагогічних термінів і понять / упоряд. Ю. В. Буган, В. І. Урупський. — Тернопіль : Астон, 2001. — 176 с.
14. Цимбалюк, І. М. Психологія спілкування / І. М. Цимбалюк. — К : Професіонал, 2004. — 304 с.
15. Шапарь, В. Б. Психологічний словник найсучасніших термінів / В. Б. Шапарь. — Х.: Прапор, 2009. — 672 с.

ТЕМА 3. СПІЛКУВАННЯ ЯК СПРИЙНЯТТЯ

3.1. СОЦІАЛЬНА ПЕРЦЕПЦІЯ ТА ЇЇ СТРУКТУРА

Обов'язковою складовою частиною спілкування є процес сприйняття однієї людини іншою, або соціальна перцепція.

Термін «соціальна перцепція» був уведений у 1947 році американським психологом Дж. Брунером і використовували його для позначення соціальної детермінації перцептивних процесів. Сьогодні під соціальною перцепцією розуміють процес сприйняття соціальних об'єктів (інших людей, соціальних груп та спільнот). Сприйняття іншої людини є сприйняттям її зовнішніх ознак, співвіднесення їх з особистісними

якостями та інтерпретацію на цій основі вчинків людини, що сприймається.

Те, як одна людина сприймає іншу під час процесу спілкування, зумовлюються тим, як сприймає та оцінює інша людина її саму. Г. Андреева зазначає: «Зміст міжособистісного сприйняття залежить від характеристик як суб'єкта, так і об'єкта сприйняття тому, що вони залучені до певної взаємодії, яка має два боки: оцінювання один одного і зміна будь-яких характеристик один одного».

Фактори, що впливають на сприйняття людини людиною

Фактори, які впливають на образ, що формується: багатий життєвий досвід, знання психології, вміння спостерігати та робити правильні висновки, сприятлива ситуація спілкування.

Фактори, які впливають на процес сприйняття: особистісні особливості людини, що сприймає, та людини, що сприймається, ситуація спілкування, специфіка особистісних властивостей, що сприймаються, психологічні стани учасників спілкування, знання законів сприйняття і розуміння людьми один одного.

У сучасній психології існує декілька теоретичних підходів щодо пояснення процесу міжособистісного сприйняття.

Так, представники *статистичного підходу* вважають, що цілісний образ про особистість людини формується на основі оцінок її окремих особистісних рис. Загальне враження про людину визначається або усередненням окремих її рис, або загальною кількістю оцінок винятково позитивних рис особистості певної людини. *Інтерактивний підхід* до тлумачення міжособистісного сприйняття розглядає залежність сприймання людьми один одного від їхньої взаємодії та ситуації, в якій відбувається процес спілкування. Інакше кажучи, наші реакції на інших людей можуть значно змінити те, як ці люди будуть реагувати на нас, що, зі свого боку, змінить процес і результати сприйняття і розуміння один одного. У *соціально-психологічній теорії* міжособистісного сприйняття доводиться, що суттєвий вплив на загальне враження про людину мають окремі особистісні риси. *Трансактна теорія* сприйняття базується на положенні, що образи сприйняття залежать від

знань та досвіду людини, які вона набула у процесі взаємодії із соціумом.

Процес соціальної перцепції має дві головні особливості. Перша особливість полягає в тому, що суб'єкт і об'єкт міжособистісного сприйняття принципово подібні. Тобто людина, що сприймає, роблячи висновок про стан або наміри іншої людини, схильна використовувати при цьому свій власний досвід. Ми припускаємо, що якоюсь мірою досвід іншої людини нагадує наш власний, і таке припущення допомагає нам більш точно його сприймати. Зазначимо, що ця наша здатність може призводити до серйозних помилок сприйняття, що викликає проблеми у взаєморозумінні.

Друга особливість характеризується тим, що помилку у сприйнятті іншої людини або невірні уявлення про її наміри значно складніше не тільки перевірити, а й виправити. Часто той, хто сприймає, щиро вважає своє уявлення правильним і не ставить перед собою завдання уточнити чи перевірити його. Слід пам'ятати, що одна помилка тягне за собою іншу, значно впливаючи на характер подальшої міжособистісної комунікації.

Точність образів соціальної перцепції істотно впливає на ефективність міжособистісної комунікації. Існують певні правила, дотримання яких багато в чому організовує процес управління своїм сприйняттям:

— процес сприйняття має особистісну основу, тобто різні люди, сприймаючи одні й ті самі сигнали, інтерпретують їх по-різному;

— якщо вважати, що саме наші інтерпретації найточніше відображають реальність, то під час міжособистісної комунікації у нас можуть виникати труднощі;

— якщо дозволяти актуальним інтересам, емоціям, потребам контролювати наше сприйняття, можна пропустити спрямовані до нас важливі повідомлення від інших людей.

Сформульовані правила дозволяють в загальному процесі міжособистісного сприйняття все ж виявити те, що відрізняє сприйняття людьми предметів від сприйняття людьми один одного.

3.2. МЕХАНІЗМИ ВЗАЄМОРОЗУМІННЯ В ПРОЦЕСІ СПІЛКУВАННЯ

Під час спілкування необхідно позитивно ставитись до нього, бути енергійним, уміти відчувати співрозмовника, його реакцію на отриману інформацію. Все це впливає на взаєморозуміння співрозмовників, що надзвичайно важливо для ефективності спілкування.

Психологічні механізми розуміння:

- емпатія (емоційний механізм);
- рефлексія (когнітивний механізм, спрямований на себе);
- ідентифікація (поведінковий механізм, пов'язаний з наслідкуванням).

Емпатія (грец. *patho* — глибоке, сильне почуття) — якість, що характеризується умінням сприймати і розуміти внутрішній стан співрозмовника, здатність налагоджувати з ним ефективну професійну взаємодію.

У психології здатність до співпереживання (*емпатія*) розглядається як одна з важливих умов спілкування, в якому проходить розвиток гуманістичних цінностей особистості.

Поняття емпатії в психології було уведено відомим дослідником Е. Титченером. Емпатія сприяє збалансованості міжособистісних відносин, допомагає людині з'єднатися зі світом інших людей, уникнути почуття самотності, встановити емоційний контакт, робить поведінку людини соціально зумовленою. В основі емпатії лежить віддзеркалення сприйняття, викликаного емоціями, яке впливає на якість і природу наших соціальних відносин.

Форми емпатії:

✓ *співпереживання* — переживання тих самих емоційних станів, що й інша людина, через ідентифікацію з нею;

✓ *співчуття* — переживання власних емоційних станів у зв'язку з почуттями іншої людини: 1) розуміння учасників спілкування один одного завдяки тому, що кожен ставить себе на місце співрозмовника; 2) соціальна рефлексія як самопізнання очима іншого, «усвідомлення особою того, як вона сприймається партнером по спілкуванню».

Види емпатії:

- ✓ емоційна (наслідування реакцій);
- ✓ когнітивна (процеси порівняння та аналогій);
- ✓ предикативна (передбачення реакцій).

Форми емпатії залежать від типу та характеру міжособистісних стосунків. Так, з когнітивною емпатією мають справу тоді, коли до процесу спілкування залучені інтелектуальні компоненти, вони намагаються співпереживати партнеру, порівнюючи його поведінку зі своєю або шукаючи аналогічні ситуації у своєму минулому житті. Емоційна емпатія ґрунтується на наслідуванні почуттям та реакціям співрозмовника. Проте найвищою формою емпатії є дієва, яка характеризує моральну сутність людини та полягає у практичній допомозі іншій.

Емпатія сприяє збалансованості міжособистісних ділових стосунків, є особливим засобом розуміння іншої людини, коли домінує не раціональне, а емоційне сприйняття її внутрішнього світу. Почуття співчуття та переживання допомагають йому зрозуміти інших людей, знайти з ними спільну мову на емоційному рівні. Чим більше ми довіряємо власним почуттям, словам, імпульсам та уяві, тим легше нам зрозуміти інших людей.

Емпатійні якості людини значною мірою залежать від умов виховання, соціального оточення, сформованої системи цінностей тощо.

Важливу роль у процесі самопізнання та розуміння людьми одне одного відіграє механізм рефлексії.

Рефлексія — усвідомлення суб'єктом того, як його сприймає партнер по спілкуванню (погляд на себе з боку).

На думку І. С. Кона, це не просте знання або розуміння іншого, а знання того, як інший розуміє свого партнера, своєрідний подвоєний процес відображення один одного, глибоке, послідовне взаємовідображення, змістом якого є відтворення внутрішнього світу співрозмовника. На самооцінку і взаємодію з партнером по спілкуванню впливають оцінки, що нам дають співрозмовники в процесі спілкування.

Рефлексія поглиблює сприймання іншої людини, оскільки дає уявлення про ставлення до себе як суб'єкта сприймання. У процесі спілкування ідентифікація та рефлексія постають

в єдності, завдяки чому забезпечується психологічна інформативність спілкування. Здатність до рефлексії формується поступово і розвинена у різних людей неоднаково.

Ідентифікація (лат. *identificatio* — тотожність, подібність, рівнозначність) — розуміння іншої людини та уподібнення до неї.

Ідентифікація спирається на попередній життєвий досвід (аналогію) та допомагає зрозуміти поведінку інших людей. Так, наприклад, коли провізор пропонує фармацевтичний препарат покупцеві, то покупець відповідальність за якість і фармацевтичні якості товару перекладає на провізора. Для нього провізор — це фахівець, який добре розуміється в лікарських засобах й уособлює в собі людину, завдяки якій він зможе покращити своє здоров'я.

3.3. ПОВЕДІНКА ЯК ДЖЕРЕЛО ІНФОРМАЦІЇ

Кожен з учасників спілкування, надаючи оцінку іншому, вдається до процесу інтерпретації його поведінки та її причин. Часто люди або зовсім не знають справжніх причин поведінки, або знають їх лише частково, що сприяє виникненню умов дефіциту інформації. У таких випадках людина вдається до приписування причин поведінки іншої особи, що часто здійснюється на основі минулого суб'єктивного досвіду або на основі аналізу власних мотивів вчинків у схожій ситуації. Цей феномен у психології отримав назву «*каузальна атрибуція*».

Американський психолог Ф. Хайдер виділяє: *диспозиційну атрибуцію*, коли причини подій вбачаються в самій людині; *ситуаційну атрибуцію* — причини виявляються в ситуації.

Дослідник Г. Келлі виділяє три типи пояснення поведінки іншої людини:

- 1) поведінка пояснюється причинами, що лежать у самій діючій особі;
- 2) поведінка пояснюється причинами, що знаходяться в партнері;
- 3) поведінка пояснюється причинами, що знаходяться в зовнішніх обставинах.

Згідно з концепцією Г. Келлі головними чинниками, що впливають на вибір людиною причин пояснення поведінки іншої людини, є сталість поведінки, її залежність від ситуації та схожість поведінки цієї особи з поведінкою більшості.

Характер атрибуції залежить від того, ким є суб'єкт сприйняття — учасником чи спостерігачем. Виникає так званий «*ефект виконавця — спостерігача*», коли в ролі спостерігача ми зосереджуємо увагу на діях виконавця, а не на зовнішніх умовах, а в ролі дійових осіб ми загострюємо увагу на зовнішніх факторах. Успішний результат подій ми пояснюємо як результат власних зусиль: «Це моя заслуга»; несприятливий — як результат ситуації: «Так склалися обставини». Протилежним чином ми пояснюємо успіхи і невдачі інших людей.

Приписування причин поведінки часто здійснюється за такою схемою: «поганій» людині завжди приписуються недобрі вчинки, а «хорошій» — добрі. Цей факт свідчить про важливість настанови під час соціальної перцепції, особливо в процесі формування першого враження про незнайому людину.

Першими джерелами інформації про людину під час першого сприйняття є стать і раса, зріст і тілобудова, тип і вираз обличчя. Майже кожна риса зовнішності асоціюється в оточенні з певними психічними й соціальними характеристиками. Наприклад, високих та худих людей характеризують як замріяних та дивакуватих, а повних — як добродушних, довгий ніс мають творчі та енергійні натури, а високе чоло свідчить про наявність непересічного розуму. Таких тлумачень зовнішніх показників існує велика кількість. Але слід пам'ятати, що ці дані не мають експериментального підтвердження. Реальну інформацію щодо соціальних характеристик дають одяг, прикраси та зачіска.

Вагомий вплив на процес формування першого враження про людину мають так звані фактори соціальної привабливості, а саме:

- ✓ інфантильна зовнішність;
- ✓ гарна зовнішність;
- ✓ соціальний статус;
- ✓ просторова близькість;

- ✓ схожість;
- ✓ ввічливість і лестощі;
- ✓ взаємосимпатія.

Існують певні механізми соціального сприйняття, які впливають на його правильність і точність: ефект ореолу, ефект первинності, ефект новизни, ефект проєкції, стереотипізація тощо.

Ефект ореолу полягає у спрямованому приписуванні людині, що сприймається, певних якостей. При *ефекті первинності* сильніший вплив на сприйняття людини має інформація, яка надходить на початку спілкування. Так, якщо перше враження про людину було негативним, то далі *ефект новизни* характеризується тим, що вплив на образ людини надають відомості про неї, які надходять останніми за порядком. *Ефект проєкції* виявляється в тому, що ми приписуємо іншій людині власні якості та емоційні стани, тобто «судимо по собі». Так, уперта, підозріла людина схильна бачити ці самі якості характеру у партнера по спілкуванню, навіть якщо вони об'єктивно відсутні.

Стереотипізація — це побудова образу на основі вже існуючого стійкого уявлення, наприклад, про членів певної соціальної групи. Можна говорити про два різних наслідки процесу стереотипізації:

— спрощує процес побудови образу іншої людини і скорочує необхідне на цей час;

— може статися зсув у бік будь-якої оцінки людини, що сприймається, і тоді це породжує упередження або, навпаки, переоцінку реальних властивостей об'єкта сприйняття.

ТЕМИ РЕФЕРАТИВ ТА ПОВІДОМЛЕНЬ

1. Формування першого враження та особливості сприйняття у постійному спілкуванні.
2. Візуальна психодіагностика.
3. Конституційні типології Е. Кречмера та У. Шелдона.
4. Феномен каузальної атрибуції.
5. Імідж та самооцінка.
6. Настанова у сприйнятті.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПІДГОТОВКИ ТА КОНТРОЛЮ

1. У чому полягає сутність соціальної перцепції?
2. Як впливає соціальне сприйняття на ефективність процесу спілкування?
3. Які механізми сприяють взаєморозумінню між учасниками спілкування?
4. Чи є правильним твердження, що перше враження — найточніше?
5. Які існують помилки сприйняття?
6. Охарактеризуйте сутність «ефектів» сприйняття: ореолу, новизни і первинності, стереотипізації, проєкції, хибного розшифрування.
7. Розкрийте зміст поняття «каузальна атрибуція».
8. Як ми схильні тлумачити поведінку інших, якщо знаходимося в ролі спостерігача за ситуацією?

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

1. Ильин, Е. П. Психология общения и межличностных отношений / Е. П. Ильин. — СПб. : Питер, 2009. — 576 с.
2. Немов, Р. С. Социальная психология : учеб. пособ. / Р. С. Немов, И. Р. Алтунина. — СПб. : Питер, 2008. — 432 с.
3. Орбан-Лембрик, Л. Е. Соціальна психологія: навч. посіб. / Л. Е. Орбан-Лембрик. — К.: Академвидав, 2005. — 448 с.
4. Трухін, І. О. Соціальна психологія спілкування: навч. посіб. / І. О. Трухін. — К. : Центр навч. літ., 2005. — 336 с.
5. Філоненко, М. М. Психологія спілкування: підручник / М. М. Філоненко. — К. : Центр навч. літ., 2008. — 224 с.
6. Цимбалюк, І. М. Психологія спілкування / І. М. Цимбалюк. — К. : «Професіонал», 2004. — 304 с.
7. Чмут, Т. К. Етика ділового спілкування / Т. К. Чмут, Г. Л. Чайка. — К. : «Знання», 2007. — 230 с.

ТЕМА 4. ВЗАЄМОДІЯ У ПРОЦЕСІ СПІЛКУВАННЯ

4.1. ІНТЕРАКТИВНИЙ БІК СПІЛКУВАННЯ

Спілкування — це не лише обмін інформацією, а й організація спільної взаємодії. Загальна стратегія взаємодії — це і є інтерактивний бік спілкування.

Інтерактивний бік спілкування (англ. *interaction* — взаємодія) — умовний термін, що характеризує ті компоненти спілкування, які пов'язані з безпосередньою організацією спільної діяльності людей, їх взаємодією.

У процесі спілкування людина може впливати на цілі, мотиви, прийняття рішень, на виконання та контроль дій, тобто на всі складові діяльності свого партнера, включаючи взаємну стимуляцію і корекцію поведінки.

Основними типами взаємодії вважають *кооперацію* та *конкуренцію*.

Кооперація — така взаємодія, при якій всі учасники знаходять спільне рішення про те, як необхідно діяти, щоб досягти загальних цілей, і намагаються не порушувати його доти, доки збігаються сфери їх інтересів.

На успішне взаєморозуміння впливає самооцінка людини, оцінка оточення, знання та розуміння партнера по спілкуванню і ситуації, вміння регулювати свої емоції, психічний стан і настроїв. Усе це позитивно впливає на конструктивну взаємодію.

Важливо підкреслити, що для справді дружніх відносин необхідно, щоб партнери перебували приблизно на одному рівні розвитку з відносно рівним набором достоїнств і недоліків, це підсвідома потреба людини. Але оскільки не завжди вдається обрати приблизно рівного собі за інтелектом і зовнішнім виглядом партнера, існують *три види входження*

в контактну взаємодію: прибудова зверху, прибудова на рівних та прибудова знизу.

Прибудова зверху — це техніка домінування над партнером. Зовнішніми ознаками прибудови зверху є повчання, застудження, поради, хвастощі, осуд, зауваження, зарозумілі або заступницькі інтонації, поплескування по плечу, прагнення зайняти більш високе місце, подавання руки долонею вниз, погляди зверху вниз і багато іншого.

Прибудова на рівних — відсутність прибудови зверху чи знизу; це тип взаємодії коли людина бажає співпрацювати з партнером по спілкуванню, згодна до прояву розуміння й урахування бажань чи прохань співрозмовника.

Прибудова знизу — це техніка ретельного пристосування до співрозмовника. Зовнішніми проявами є прохання, вибачення, самовиправдання; відрізняється покірною позою та наданням ініціативи партнеру.

Конкуренція — взаємодія, яка характеризується досягненням своїх особистих або суспільних цілей та інтересів в умовах протистояння інтересів між людьми. Формою конкуренції є конфлікт.

На буденному рівні конкуренція асоціюється з негативними явищами, оскільки завжди пов'язана зі стресами, напруженим психічним та емоційним станом. Але, якщо більш детально проаналізувати явище конкуренції, то можна виділити і позитивні характеристики конкуренції. Наприклад, у сучасних дослідженнях існує поняття «продуктивна конкуренція», в ході якої у партнерів виникає конкурентно-творча мотивація завдяки гуманній, чесній, справедливій і творчій позиції людей. У цьому випадку у взаємодії хоча і зберігається єдиноборство, але воно не переростає в конфлікт, а забезпечує лише справжню змагальність.

У соціальній психології існує кілька підходів до розуміння *структури взаємодії*. Один з них належить теорії Парсонса, за якою в основі соціальної діяльності лежать міжособистісні взаємодії, на них будується людська діяльність в її широкому прояві, тобто людська діяльність є результатом поодиноких дій. Одиначне є певним елементарним актом, із сукупності яких згодом і складаються системи дій.

- Кожен акт являє собою набір таких елементів:
- діяч;
 - інша людина — той, на кого спрямована дія;
 - відповідна реакція іншого на дії діяча;
 - мотивація діяча, що виявляється у прагненні реалізувати свої настанови або задовольнити свої потреби;
 - система орієнтацій і очікувань діяча стосовно іншої людини;
 - норми, за якими організується взаємодія;
 - цінності, які приймає кожен учасник;
 - ситуація, в якій відбувається дія.

Отже, інтерактивний бік спілкування — це умовний термін, що характеризує ті компоненти спілкування, які пов'язані з безпосередньою організацією спільної діяльності людей, їх взаємодією.

4.2. ТЕОРІЇ МІЖСОБИСТІСНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

У психологічній літературі існує декілька теорій, які пояснюють міжособистісну взаємодію. Серед основних можна відзначити теорію обміну (Дж. Хоманс); психоаналітичну теорію (З. Фрейд); теорію керування враженнями (Е. Гофман); теорію символічного інтеракціонізму (Дж. Мід); теорію трансактного аналізу (Е. Берн).

Теорія обміну Дж. Хоманса

У теорії Джорджа Хоманса взаємодія між людьми розглядається як обмін чимось корисним, обмін якоюсь вигодою. Згідно з цією теорією поведінка людини в конкретній ситуації визначається тим, чи винагороджувалися її вчинки у минулому.

У своїй теорії Дж. Хоманс виділяє шість таких аксіом (положень) теорії обміну:

1. *Аксіома успіху*: чим частіше людина отримує винагороду чи заохочення за якісь певні дії, тим, швидше за все, вона буде повторювати ці дії з певною частотою у майбутньому. Приклад: дитина має хороші здібності до музики й успіх у грі на фортепіано. Звичайно, вона і далі буде бажати відвідувати цей гурток.

2. *Аксіома стимулу*: якщо у минулому певні дії чи вчинки були пов'язані з конкретною нагородою людини, то чим більше схожі стимули у теперішньому, тим вірогідніше, що вона робитиме такі самі дії або вчинки. Приклад: успіх у грі на фортепіано дитина отримувала на шкільному конкурсі, значно менше — на регіональному. Вона завжди вважатиме за краще виступати на шкільному конкурсі.

3. *Аксіома цінності*: чим більшу цінність для людини становлять результати її дій або вчинків, тим, швидше за все, ці дії або вчинки будуть здійснюватися в майбутньому. Якщо на шкільному конкурсі переможцю вручали путівку до літнього табору, то учасник не пожалкує зусиль для того, щоб конкурс відбувся і наступного разу (виявлятиме ініціативу, допоможе у написанні сценарію тощо).

4. *Аксіома депривації-пересичення*: нагорода, яку нещодавно часто отримувала людина, стає все менш цінною та заохочувальною. Якщо у дівчинки склалися близькі стосунки з юнаком, вона може не прагнути до танців, оскільки є інші варіанти для зустрічей.

5. *Аксіома агресії-схвалення*: а) якщо за певні дії або вчинки людина не отримає винагороду або ж, навпаки, ці дії або вчинки призведуть до покарання, то вона буде розгніваною, зросте ймовірність того, що ціннішою для людини стане агресивна поведінка; б) якщо за певні дії або вчинки людина отримує винагороду або не отримає очікуваного покарання, вона відчує задоволення, зросте ймовірність того, що людина відтворить одобрювану поведінку, оскільки вона буде для неї ціннішою.

6. *Аксіома раціональності*: при виборі між альтернативними діями людина здійснить ту, для якої цінність результату, помножена на ймовірність його отримання, найбільша.

Психоаналітична теорія З. Фрейда

Міжособистісну взаємодію З. Фрейд у теорії психоаналізу пояснює тим, що в процесі взаємодії людей відтворюється їх дитячий досвід і люди мимоволі застосовують ті поняття, які засвоїли в ранньому дитинстві. Якщо в дитинстві у людини домінували реакції підпорядкування, покори, поступливості, то й у подальшому вона буде віддавати перевагу підкоренню,

не брати на себе відповідальності за прийняття важливих рішень. Фрейд вважав, що люди створюють соціальні групи і залишаються в них тому, що відчувають відданість і покірність лідерам групи, мимоволі ототожнюючи їх з могутніми особистостями, яких у дитинстві уособлювали батьки. У таких ситуаціях люди мовби регресують, повертаються до більш ранньої стадії розвитку. Якщо взаємодія людей спочатку є неорганізованою й у них немає чіткого плану дій, то це сприяє зміцненню влади лідера групи.

Теорія керування враженнями Е. Гофмана

Е. Гофман розробив теорію управління враженнями у соціальній взаємодії. Відповідно до цієї теорії люди самі створюють ситуації, щоб висловити символічні значення, за допомогою яких вони справляють гарне враження на інших. Цю концепцію називають соціальною драматургією. На думку Е. Гофмана, соціальні ситуації слід розглядати як драматичні спектаклі в мініатюрі: люди поведуться подібно акторам на сцені, використовуючи «декорації» і «навколишнє оточення» для створення певного враження про себе в інших. Гофман пише: «Незважаючи на певну мету, яку індивід подумки ставить перед собою, і на мотив, що визначає цю мету, він зацікавлений в тому, щоб регулювати поведінку інших, особливо їх відповідну реакцію. Ця регуляція здійснюється в основному шляхом його впливу на розуміння ситуації іншими; він діє так, щоб справляти на людей необхідне йому враження, під впливом якого інші стануть самостійно робити те, що відповідає його власним задумам».

Теорія символічного інтеракціонізму Дж. Міда

Найбільш докладно інтерактивний бік спілкування досліджувався у межах символічного інтеракціонізму. Дж. Мід розглядав вчинки людини як соціальну поведінку, засновану на обміні інформацією. Він вважав, що люди реагують не тільки на вчинки інших людей, але й на попередні їх наміри. Ми «розгадуємо» думки інших, аналізуючи їх вчинки і з огляду на свій минулий досвід у подібних ситуаціях.

Дж. Мід виділяв два типи дій: 1) незначний жест (автоматичний рефлекс подібний до моргання); 2) значущий жест

(пов'язаний з осмисленням вчинків і намірів іншої людини). Тут людині необхідно поставити себе на місце іншого, або, за словами Дж. Міда, «взяти на себе роль іншого».

Цей процес складний, але ми здатні його здійснювати, тому що з дитинства нас учать надавати значення певним предметам, діям та подіям. Коли ми приписуємо значення чомусь чи комусь, воно стає символом, тобто поняттям, дією чи предметом, що виражає сенс іншого поняття, дії або предмета.

Сутність символічного інтеракціонізму полягає в тому, що взаємодія між людьми розглядається як безперервний діалог, в процесі якого вони спостерігають, осмислюють наміри один одного і реагують на них. Інтерпретація стимулу здійснюється в проміжку часу між впливом стимулу і нашою відповідною реакцією. Тоді ми пов'язуємо стимул із символом, на основі якого визначається відповідна реакція.

Якоюсь мірою все є символом, але слова — найбільш важливі символи, оскільки з їх допомогою ми надаємо значення предметам, які інакше залишилися б позбавленими сенсу. Завдяки цьому ми можемо спілкуватися з іншими людьми. Подібне спілкування обумовлено тим, що люди учаться однаково інтерпретувати значення.

Символічний інтеракціонізм дає більш реалістичне уявлення про взаємодію між людьми, ніж теорія обміну, але він зосереджений в основному на суб'єктивних аспектах взаємодії, унікальних для певних індивідів. На його основі не зроблені узагальнення, які можна застосовувати до різних ситуацій. Для розвитку цього підходу необхідні подальші дослідження типових зразків поведінки і значень, які їм надаються.

Центральна ідея інтеракціоністської концепції полягає в тому, що особистість формується у взаємодії з іншими особистостями. Механізмом цього формування є встановлення контролю дій особистості над тими уявленнями про неї, які складаються в оточення. Ця концепція надає дуже великого значення символічним аспектам взаємодій. Інтерактивний аспект спілкування в такій концепції відривається від змісту предметної діяльності, при цьому взаємодія мовби замикається на задану групу.

Теорія трансактного аналізу Е. Берна

У руслі трансактного аналізу процес спілкування розглядається з погляду позицій партнерів по спілкуванню. Автором цього підходу є Е. БERN. Трансакт — це будь-яке словесне чи безсловесне спілкування як мінімум двох людей. Він може супроводжуватися словами, поглядами, потиском рук тощо. Якщо людина правильно розуміє трансакти міжособистісного спілкування, вона дуже швидко усвідомлює, чому комунікації між двома людьми бувають конструктивними і чому в інших випадках виникають перешкоди.

Головним положенням в трансактному аналізі є припущення про те, що основними діями у процесі спілкування є дії, які свідомо чи несвідомо спрямовані на регуляцію чи зміну своєї чи іншої позиції у взаємодії.

Е. БERN виділяє три стани (позиції), які людина може займати у взаємодії: «Я — батько», «Я — дорослий», «Я — дитина». Певне місце БERN відводить поняттю «гра», використуваному для позначення всіх видів лицемірства, нещирості, інших негативних прийомів, що мають місце у відносинах між людьми.

4.3. Психологічний вплив. Види психологічного впливу

Спілкуючись, люди взаємодіють. Одна людина здатна своєю дією вносити зміни у поведінку й діяльність іншої й одночасно сама змінює власну поведінку внаслідок дій свого партнера. Дія, спрямована на партнера, яка викликає зміни у поведінці партнера, називається *впливом*. Тобто кожен учасник спілкування є водночас і об'єктом, і суб'єктом психологічного впливу. Процес обміну впливами у ході спілкування називають *взаємовпливом*. Вплив одночасно є елементом взаємовпливу. Взаємовпливи реалізуються у таких різновидах: вербальні, фізіологічні (частота серцевих скорочень), ситуативні, стійкі (характерологічні). Вплив може бути свідомим та несвідомим, позитивно або негативно позначатись на поведінці його адресата.

Психологічний вплив — дія на психічний стан, почуття, думки і вчинки інших людей за допомогою психологічних засобів: вербальних, паралінгвістичних, невербальних.

Більшість людей переоцінює роль вербальних засобів впливів. Однак, за дослідженнями американського психолога А. Меграбяна, при першій зустрічі ми на 55% довіряємо невербальним сигналам, на 38% — паралінгвістичним і лише на 7% — вербальним. Вплив може мати як позитивні, так і негативні наслідки в поведінці й стані особистості. Щоб оцінити їх, потрібно розкрити мету впливу.

Мета впливу спрямована на задоволення власних мотивів і потреб суб'єкта за допомогою інших людей чи при їх посередництві. Може переважати задоволення егоїстичних потреб суб'єкта за рахунок інших людей (продемонструвати силу, зверхність, кар'єризм, принизити). При цьому суб'єкт намагається завуалювати їх інтересами справи. Якщо особистість не усвідомлює цілей свого впливу, то важливі для неї потреби (у підтримці, безпеці, заохоченні, самореалізації) задовольняються неконструктивно, неефективно.

Форми соціального впливу: наслідування, навіювання, конформність, переконання.

Наслідування — відтворення людиною зразків, які демонструють поведінку. Має важливе значення для навчання й засвоєння життєвого досвіду. Як спосіб взаємодії можна розглядати і моду.

Норма у цьому випадку — ідея, еталон у свідомості людей у вигляді алгоритму поведінки: що саме необхідно робити у певній ситуації міжособистісних взаємин.

Навіювання — несвідома зміна думок, настанов, поглядів.

Конформність — свідомо зміна (іноді лише зовнішня) особистістю своїх думок, оцінок, поглядів. Менш глибоку трансформацію думки особистістю називають конформністю, більш глибоку (світоглядну) — конформізмом.

Переконання — цілеспрямований, але логічно обґрунтований процес спонукання людини прийняти певні цінності, вірування або відносини.

Арсенал психологічних впливів досить широкий, основні наведено у табл. 4.1.

Таблиця 4.1

Характеристика видів психологічних впливів

Вид психологічного впливу	Характеристика впливу	Засоби впливу
1	2	3
Переконання	Свідомий, аргументований, має на меті зміну судження, ставлення, наміру, рішення А.	Аргументи в доступному вигляді. Урахування недоліків і переваг запропонованого рішення. Отримання згоди на кожному етапі доведення
Самопросування	Надає свідчення своєї компетентності й кваліфікації для того, щоб його оцінили належно і він отримав переваги (у ситуаціях конкуренції: прийняття на роботу, просування на посаді)	Демонстрація своїх можливостей, надання сертифікатів, дипломів, нагород тощо. Розкриття своїх цілей, формування запитів і умов
Навіювання	Свідомий, не аргументований, з метою зміни стану, ставлення, намірів А	Особистий магнетизм, авторитет, упевненість, чітке й нешвидке мовлення. Умови ситуації: освітлення, музика, дотики тощо. Вибір навіюваних А.
Зараження	Передача свого стану чи ставлення до А. за допомогою психофізіологічних механізмів, свідомо чи несвідомо	Особиста енергетика поведінки, артистизм, емоційність. Інтригуєче залучення А. до виконання дій, погляди, дотики, тілесний контакт

1	2	3
Спонування до наслідкування	Викликає в А. прагнення наслідувати І. Здійснюється довільно й мимовільно, як і саме прагнення	Демонстрація зразків майстерності. Приклад милосердя, благородства, служіння ідеї. Знаменитість І., його новаторство, особистий магнетизм, модна поведінка та зовнішність, заклик до наслідкування
Формування прихильності	Розвиток у А. позитивного ставлення до І.	Прояви оригінальності й привабливості, прихильності, схвальні судження про А., наслідкування чи послуга йому, улесливність
Прохання	Звертання до А. із закликом задовольнити потреби або бажання І.	Чіткі і ввічливі формулювання, повага до права А. відмовити у проханні
Наказ	Вимога до А. виконувати настанови І., підкріплена відкритими чи прихованими погрозами. І. переживає наказ як свій тиск, А. — як тиск на нього з боку І. чи обставин	Оголошення жорстко визначених термінів чи засобів виконання без пояснень і обґрунтувань, висування безапеляційних заборон та обмежень, залякування, погрози за покаранням
Деструктивна критика	Зневажливі, образливі судження про А., грубий агресивний осуд, зневажання його справ і вчинків, безжалість, руйнування доброго імені А., його різка негативна емоційна реакція, зневага у собі	Приниження А., висміювання зовнішності, походження, віку, голосу, висловлення справедливих зауважень А., який знаходиться у пригніченому стані

Закінчення табл. 4.1

1	2	3
Ігнорування	Неуважність до А., сприймається як ознака зневаги або тактовна форма реакції на грубість, агресію А.	Відсутність звичних реакцій на слова А, присутність А. не помічається, І. до нього не звертається. Невиконання обіцянок, записання при відсутності пояснень, мовчання, неуважний погляд у відповідь на запитання, докір чи інше звернення А. Раптова зміна теми розмови, самозосередженість
Маніпуляція	Приховане спонукання А. до переживання певних станів, до зміни ставлення, до прийняття рішень, вигідних І. А. вважає цю спонукання власними, а не результатом впливу І.	Надмірне наближення, контакт (порушення особистого простору), різке присокращення чи сповільнення темпу мовлення. Провокативні висловлювання: «Тебе що, так легко обдурити, вразити, образити? Навряд чи ти здатен на таке... Це дуже для тебе складно, дорого...». Обдурювання, замасковане під випадкові плітки. Надмірна демонстрація своєї слабкості і недосвідченості, щоб викликати в А. прагнення допомогти, зробити замість І. його роботу, передати йому цінну інформацію. Прихований шантаж: «друзинь наляжи» на помилки, порушення А. в минулому, згадування особистих секретів А.

Умовні позначення: А. — адресат впливу, особа, на яку спрямовується вплив; І. — ініціатор впливу, особа, що здійснює вплив.

4.4. АСЕРТИВНА ПОВЕДІНКА

У будь-якій ситуації ми вибираємо якийсь стиль поведінки і великою мірою від нього залежить отриманий результат.

Ми можемо поводитися пасивно, тобто не відстоювати свої права, уникаючи конфліктів, підкорятися рішенням інших і в результаті втрачати контроль над тим, що відбувається.

Можемо поводитися агресивно, тобто кидатися на проблему, як на амбразуру, вимагати всього і відразу, нав'язувати власну думку, не враховуючи інтереси інших, бути грубим, ворожим і непередбачуваним.

До речі, нерідко зустрічається і пасивно-агресивна поведінка. Про таких кажуть «у тихому болоті чорти водяться». Пасивні агресори схильні збирати образи, потай будувати і здійснювати плани помсти. Пасивна агресія може виражатися у відмові виконати прохання, в бездіяльності або відкритому саботажі.

При маніпулюванні людина діє приховано, не заявляючи прямо про свою мету, але при цьому провокує іншу людину на здійснення потрібного їй вчинку. Так маленька дитина, яка відчуває себе винуваною перед батьками за те, що «не виправдала очікувань», стає сумною і нещасною, змушуючи тим самим батьків підлещуватися до неї.

Але є і третій варіант поведінки — асертивність, «золота середина» між агресією і пасивністю.

Асертивність (англ. *assert* — наполягати на своєму) — поведінка, що поєднує внутрішню силу та ввічливість до оточення. Це здатність в ситуації зовнішнього тиску коректно відстоювати свої інтереси і свою лінію поведінки, спокійно говорити «ні» тому, що вас не влаштовує, і продовжувати в соціально прийнятній формі ефективно наполягати на своїх правах.

Особа, яка обирає асертивну поведінку, керується такими правилами:

1. Робити висновки про свої думки, емоції, поведінку й нести відповідальність за наслідки.
2. Не давати жодних пояснень щодо виправдання власної поведінки.
3. Змінювати свої погляди.
4. Маєте право сказати: «Я не знаю».

5. Маєте право на нелогічні рішення.
6. Самостійно вирішувати, якою мірою будете відповідати за проблеми інших людей.
7. Маєте право сказати: «Я тебе не розумію».
8. Робити помилки та відповідати за наслідки.
9. Маєте право сказати: «Це мене не хвилює».
10. Не залежати від доброї волі інших людей.

Прихильники асертивної поведінки мають у своєму арсеналі низку асертивних технік:

Зайжджена платівка — допомагає методично, спокійно, без гніву й роздратування відстоювати власну позицію. Перманентна відмова дозволяє протистояти натиску опонента, вимагає відмови від обговорення другорядних проблем.

Розумний компроміс, або консенсус — дає можливість опонентам зберегти власну гідність і досягти спільної мети, йдучи на взаємні поступки.

Вільна інформація — пов'язана з наданням інформації про власний стиль життя (про свої вподобання, досягнення, хобі, намагання тощо) з метою схилити співрозмовника до своїх поглядів, знайти загальну тему для розмови, уникнути незручного мовчання тощо.

Напускання туману — передбачає створення психологічної дистанції між партнерами, ослаблення негативної реакції на критику завдяки вибору однієї з трьох позицій: погодження з правдою «Це правда, я перенесла заняття на другий тиждень», погодження в принципі, погодження з дивним або незрозумілим вчинком у вашій поведінці для інших.

Конструктивна критика — дозволяє поліпшити ефективність власної роботи, порівняти свої думки з думками опонентів, підвищити самооцінку.

Відкриті двері — відвертають конфліктні ситуації шляхом згоди із судженням опонента на словах, а не насправді.

Отже, дотримання особою асертивної поведінки передбачає знання певних правил та доцільне використання асертивних технік для ефективної взаємодії, а також допомагає зрозуміти тих суб'єктів спілкування, які обирають традиційну, конфліктну чи маніпулятивну модель поведінки, й адекватно з ними взаємодіяти.

ТЕМИ РЕФЕРАТИВ ТА ПОВІДОМЛЕНЬ

1. Стереотипи та «ефекти сприйняття».
2. Спілкування у юнацькому віці.
3. Механізми взаєморозуміння у спілкуванні: ідентифікація, емпатія, рефлексія.
4. Поняття «атракції» та її вплив на розвиток процесу спілкування.
5. Асертивна поведінка.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПІДГОТОВКИ ТА КОНТРОЛЮ

1. Дайте характеристику інтерактивного боку спілкування.
2. У чому сутність кооперації та конкуренції як основних типів взаємодії?
3. Назвіть основні теорії взаємодії та їх основні положення.
4. Що таке психологічний вплив?
5. Дайте характеристику видам психологічного впливу.
6. Що таке маніпуляція?
7. Дайте визначення поняттям «ідентифікація», «емпатія», «рефлексія».

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

1. Доценко, Е. Л. Психология манипуляции, механизмы и защита / Е. Л. Доценко. — СПб. : Речь, 2004. — 243 с.
2. Дьяченко, М. И. Психологический словарь-справочник / М. И. Дьяченко, Л. А. Кандыбович. — Минск. : Харвест, 2007. — 576 с.
3. Корнев, М. Н. Соціальна психологія: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / М. Н. Корнев, А. Б. Коваленко. — К. : «Геопринт», 2006. — 400 с.
4. Орбан-Лембрик, Л. Е. Соціальна психологія: навч. посіб. / Л. Е. Орбан-Лембрик. — К. : Академвидав, 2005. — 448 с.
5. Словник психолого-педагогічних термінів і понять / упоряд. Ю. В. Буган, В. І. Урупський. — Тернопіль : Астон, 2001. — 176 с.

6. Трухін, І. О. Соціальна психологія спілкування: навч. посіб. / І. О. Трухін. — К. : Центр навч. літ., 2005. — 336 с.

7. Філоненко, М. М. Психологія спілкування : підручник / М. М. Філоненко. — К. : Центр навч. літ., 2008. — 224 с.

8. Цимбалюк, І. М. Психологія спілкування: навч. посіб. / І. М. Цимбалюк. — 2-ге вид., випр. та допов. — К. : Професіонал, 2007. — 464 с.

9. Чаплак, Я. В. Психологічний вплив у науковій психології / Я. В. Чаплак, М. В. Чаплак // Современные научные исследования и инновации. 2011. № 3 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <http://web.snauka.ru/issues/2011/07/1521> (дата обращения: 26.06.2015).

10. Шапарь, В. Б. Психологічний словник найсучасніших термінів / В. Б. Шапарь. — Х. : Прапор, 2009. — 672 с.

ТЕМА 5. ПОРУШЕННЯ, БАР'ЄРИ І ТРУДНОЩІ СПІЛКУВАННЯ

5.1. ПОРУШЕННЯ СПІЛКУВАННЯ І КОМУНІКАТИВНІ БАР'ЄРИ

Спілкування — це процес взаємодії принаймні двох осіб, спрямований на взаємне пізнання, установлення і розвиток стосунків, взаємовплив на стан, погляди і поведінку, а також на регуляцію їхньої спільної діяльності. Питання про ефективність людського спілкування універсальне.

Під час спілкування багато людей відчувають певні труднощі (бар'єри спілкування), які впливають на ефективність обміну інформацією, взаємодію, сприймання людьми одне одного. Вони мають соціальний або психологічний характер. Бар'єри спілкування можуть бути пов'язані з характеристиками людей, їх прагненнями, поглядами, мовними особливостями, манерами спілкування, релігійними поглядами тощо. Однак процес комунікації може здійснюватися і за таких ускладнень.

Психологічними причинами труднощів у спілкуванні є:

- ✓ нереальні цілі;
- ✓ неадекватна оцінка партнера, його здібностей та інтересів;
- ✓ неправильні уявлення про власні можливості;
- ✓ нерозуміння характеру оцінки й ставлення партнера;
- ✓ вживання не відповідних певній ситуації способів звертання до партнера.

Труднощі у професійному спілкуванні виникають через:

- ✓ належність його учасників до різних вікових груп;
- ✓ відмінність життєвого досвіду;
- ✓ різний вік співробітників;
- ✓ неоднаковий рівень розвитку особистості;
- ✓ неоднаковий інтелектуальний рівень тощо.

Професійне спілкування фахівців аптечних закладів має свої особливості, що викликано певними труднощами, а саме: *інформаційні труднощі* (невміння фахівця повідомити що-небудь, висловити свою думку, формулювати запитання співрозмовнику);

індивідуально-особистісні відмінності (егоцентризм — сконцентрованість на собі, своїх поглядах, цілях і переживаннях, нечутливість до переживань інших людей);

комунікативні труднощі (невміння висловити думку, завершити повідомлення, аргументовано переконати тощо).

Труднощі професійного спілкування фармацевтичних фахівців залежать також від пізнавальної складності особистості. Доведено, що підвищення рівня пізнавальної складності особистості, розширення обсягу знань про психологічні особливості оточення загалом пов'язано з ростом ступеня комунікативної компетентності фахівця, що виявляється в умінні уникати конфліктів, широті дружніх контактів, умінні розуміти відвідувача аптеки, його потреби та ін.

Спілкування, під час якого виникають певні труднощі, характеризується емоційним напруженням і невідповідністю досягнутих результатів заданим цілям. Труднощі у спілкуванні можуть бути пов'язані із сором'язливістю, відчуженістю та самотністю. Установлено, що у фахівців, які відчувають труднощі у спілкуванні, яскраво виявлена тривожність.

Дослідження показали, що в кожного з них свій комплекс неповноцінності, що деформує ставлення фахівця до інших співрозмовників.

Вихід зі складної ситуації, викликаной труднощами спілкування, можливий за умови дотримання принципів рівності, усвідомлення себе та оточення через своє уявлення про інших. Людина, яка не усвідомлює себе у ролі суб'єкта спілкування, не має чіткого внутрішнього образу, приречена на проблеми у спілкуванні.

Налагодження і розвиток контактів, сприймання партнера по спілкуванню у процесі міжособистісної взаємодії напштовхуються на різноманітні бар'єри, які можуть виникати через відсутність розуміння між учасниками спілкування, що виникає на ґрунті соціальних, політичних, релігійних, професійних відмінностей.

Бар'єри можуть бути викликані різними причинами. Тому можна виділити такі їх види: комунікативні, психологічні, інтелектуальні, бар'єри культурних упереджень, естетичні, мотиваційні, емоційні тощо.

Комунікативні бар'єри (фр. *barriere* — перешкода) — психологічні перешкоди, що виникають на шляху отримання інформації.

Комунікативні бар'єри виникають на міжособистісному рівні, виявляються в інформаційному перевантаженні (великий обсяг інформації знецінює її зміст).

Установлення комунікативного контакту — це передусім уникнення всього того, що може його порушити.

Комунікативні бар'єри залежать від:

- ✓ індивідуальних особливостей особистості (сором'язливість, потайливість, некомунікабельність);
- ✓ уваги в процесі комунікативної взаємодії;
- ✓ уміння висловлювати думки;
- ✓ різниці у віці співрозмовників;
- ✓ уміння слухати співрозмовника;
- ✓ особливих психологічних стосунків, що склалися між людьми: неприязнь, недовіра тощо.

До труднощів, які мають соціально-психологічне походження, належать бар'єри, які виникають між партнерами. Вони пов'язані з різною соціальною й етнічною належністю.

Психологічний бар'єр формується на підставі попереднього досвіду як негативна настанова, розбіжність інтересів партнерів по спілкуванню тощо. Найтиповішими психологічними бар'єрами є поганий контакт та негативне налаштування на співрозмовника.

Інтелектуальні бар'єри виникають унаслідок різного інтелектуального рівня партнерів. Різні інтереси співрозмовників, культура мови, неглибокість міркувань викликає незадоволення та небажання спілкуватись.

Інтелектуально розвинена й ерудована людина знаходить певні спільні теми з менш розвинутою особою, але для постійного спілкування вони навряд чи будуть вважати один одного цікавими партнерами і відчуватимуть певний психологічний дискомфорт від усвідомлення своєї інтелектуальної різниці.

Бар'єри культурних упереджень породжені поглядами, звичками і традиціями різних народів. Негативні расові та національні настанови є підґрунтям расизму і націоналізму.

Естетичні бар'єри взаєморозуміння виникають унаслідок низької привабливості партнера у його зовнішньому вигляді, мові та манерах поведінки. Усувають такий бар'єр шляхом самоконтролю поведінки.

Мотиваційні бар'єри роблять спілкування партнерів нецікавим або непотрібним. Це може бути спричинено або неактуальною, далекою від інтересів, неприємною темою, або тим, що у цей момент у людини є необхідніша справа, ніж ця розмова.

Емоційні бар'єри взаєморозуміння — це небажання спілкуватися, заглиблюватися у проблеми співрозмовника і співчувати йому внаслідок антипатії до нього (образи, роздратування, ненависті, презирства, неповаги та ін.). Вони виникають у багатьох різноманітних ситуаціях і найбільш характерні для зіпсованих стосунків, а також стосунків опонентів у різних конфліктах. Долають їх за допомогою усмішки, чуйного ставлення до співрозмовника.

Комунікативні бар'єри мають інтелектуальні джерела, які можна класифікувати за елементами усвідомлення дій суб'єктів комунікації (табл. 5.1).

Інтелектуальні джерела комунікативних бар'єрів

Усвідомлення комунікації як процесу	«Я»	Зміни від взаємодії	«Не Я»
Позиція	Хто я у цій ситуації?	Спільна позиція у взаємодії	Хто він у цій ситуації?
Цілі	До чого мені це спілкування?	Самовизначення кожного	До чого йому це спілкування?
Зміст	Що я отримаю від спілкування?	Спільні правила взаємодії	Що отримує людина від спілкування зі мною?
Методи	Як я можу досягти розуміння?	Спільні способи дії	Як інша людина може досягти розуміння?
Результат	Чи зрозуміли мене?	Досягнення однієї й другої сторони	Чи зрозуміли співрозмовника?

Будь-яка інформація, що надходить до людини, несе в собі елементи впливу на її поведінку, думки і бажання з метою їх зміни, тому бар'єри в процесі обміну інформацією ніби захищають нас від стороннього психологічного впливу.

Типи бар'єрів спілкування: уникнення, авторитет, нерозуміння, зовнішні бар'єри, внутрішні бар'єри.

Уникнення: спостерігається уникнення джерел впливу, відхилення від контакту з партнером, при якому спілкування стає неможливим. Визначивши партнера як небезпечного в якомусь відношенні, «чужого», людина просто уникає спілкування з ним, а якщо зовсім ухилитися неможливо, докладає зусиль, щоб не сприймати його повідомлення. З боку цей «захист» дуже добре помітний: людина не уважна, не слухає, не дивиться на співрозмовника, постійно знаходить привід відвернутися, використовує будь-який привід для припинення розмови.

Уникнення, як вид захисту від впливу, виявляється не тільки в уникненні людей, але й у відхиленні від певних ситуацій, таких, в яких може виникнути небезпека шкідливого

впливу. Тобто найпростіший спосіб захисту від впливу — уникнути зіткнення з джерелом цього впливу.

Авторитет: розділивши всіх людей на авторитетних і неавторитетних, людина довіряє тільки першим і відмовляє в цьому другим. Авторитетним людям виявляється повна довіра, щодо всіх інших, кому довіри немає ніякої, те, що вони говорять, не має ніякого значення. Тобто довіра і недовіра залежать не від особливостей переданої інформації, а від того, хто її подає.

У зв'язку з цим дуже важливо знати, звідки цей бар'єр береться, від чого залежить присвоєння конкретній людині авторитету. Це може бути і соціальний стан (статус) партнера, і його привабливість у певних ситуаціях, гарне ставлення до адресатів впливу.

Нерозуміння: далеко не завжди є можливість визначити джерело інформації як небезпечне, чуже чи неавторитетне і в такий спосіб захиститися від небажаного впливу. Досить часто якась небезпечна інформація може виходити і від людей, яким ми в цілому довіряємо (від «своїх» чи цілком авторитетних). У такому разі захистом буде «нерозуміння» самого повідомлення.

Зовнішні бар'єри: захист від впливу іншої людини в спілкуванні може набувати вигляду уникнення, заперечення авторитетності чи джерела нерозуміння. В кожному разі результатом спрацьовування того чи іншого бар'єрного механізму буде неприйняття впливу — він не буде сприйнятий. Підставами для захисту є різні ознаки.

Внутрішні бар'єри: ставлення людини до вже прийнятної і зрозумілої, але разом з тим неприємної та небезпечної інформації.

Отже, ефективному спілкуванню можуть заважати різні перешкоди, зумовлені особистісними настановами. Практично для всіх людей важливо вміти спілкуватися таким чином, щоб їх правильно розуміли, слухали і чули.

Комунікація — це процес двостороннього обміну думками й інформацією, що приводить до взаємного розуміння. Якщо не досягається взаєморозуміння у професійному та особистісному спілкуванні, той й комунікація не відбулася.

5.2. АКЦЕНТУАЦІЇ ХАРАКТЕРУ І ДЕФЕКТИ СПІЛКУВАННЯ

Характер (грец. *χαρακτήρ* — прикмета, риса, ознака) — індивідуальна якість особистості, що являє собою сукупність рис і виявляється у ставленні до дійсності, поведінці та вчинках. Характер тісно пов'язаний з потребами та інтересами особистості, він виявляється в діяльності та спілкуванні і містить те, що надає поведінці людини специфічний, характерний для неї стиль поведінки.

Вчинки людини завжди чимось мотивуються, на щось або на когось спрямовуються. Це залежить від обставин, в яких перебуває людина, і від особливостей її характеру. Характер тісно пов'язаний із темпераментом, який визначає динамічну форму сутності людини. Його можна зрозуміти з того, як особистість мислить і поводить себе в різних обставинах, якої думки вона про інших людей і про саму себе. У характері людини закладена програма типової поведінки у типових обставинах, він визначає склад особистості, визначеність людини як суб'єкта діяльності, спілкування, пізнання та ін. У структурі характеру виділяють такі його компоненти: спрямованість, переконання, емоції, воля, розумові риси, сила, діяльність та ін.

Характер залежить від темпераменту і здібностей особистості. На форму прояву характеру в процесі спілкування впливає темперамент. Людина із сильним характером може змінити деякі негативні боки свого темпераменту, контролювати форми їх прояву. Зв'язок характеру і здібностей виражається ще й у тому, що формування таких рис характеру, як працьовитість, ініціативність, рішучість, організованість, наполегливість, відбувається в тій же діяльності людини, в якій формуються її здібності.

Характер формується і розвивається з перших і до останніх днів життя людини під впливом навколишнього середовища, життєвого досвіду, виховання. Кожна суспільно-історична епоха характеризується певним загальним укладом життя і суспільно-економічних відносин, що впливають на світогляд людей, формуючи риси характеру.

Риса характеру — дуже важлива якість людини, вона мотивує її поведінку, характеризує здібності та потреби (рис. 5.1).

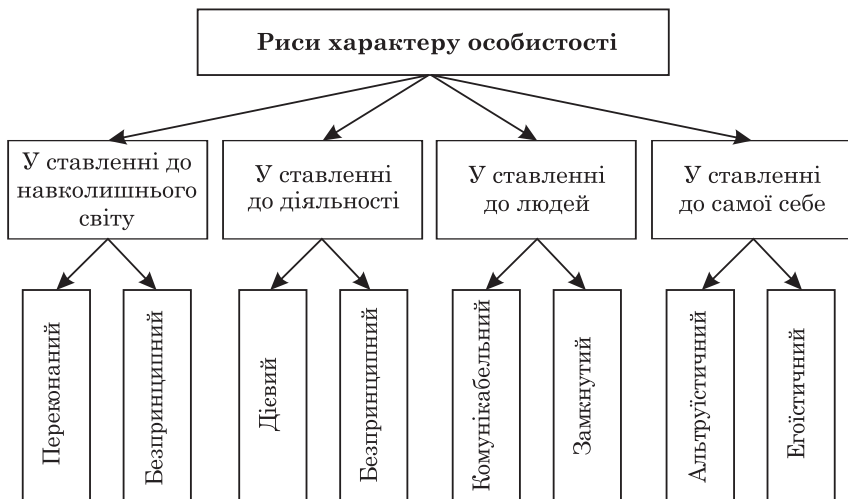


Рис. 5.1. Схема рис характеру особистості

С. Л. Рубінштейн зазначає, що *риси характеру* — це ті суттєві властивості людини, з яких з певною логікою і внутрішньою послідовністю випливає одна лінія поведінки, одні вчинки... Характер — індикатор здатності людини відстоювати, зберігати себе як особистість.

На якість міжособистісного та ділового спілкування впливають такі риси характеру, як егоїзм, егоцентризм, нетактовність і невихованість, деспотичність тощо. Саме ці риси характеру заважають установленню щирості, взаєморозуміння у міжособистісному спілкуванні.

Акцентуація характеру — перебільшений розвиток окремих властивостей характеру на шкоду іншим, унаслідок чого погіршується взаємодія з оточенням.

К. Леонгард виділяє такі типи акцентуацій характеру: гіпертимний, циклоїдний, збудливий, дистимний, застряглий, педантичний, тривожний, емотивний, демонстративний, екзальтований.

Гіпертимний (енергійність, оптимізм, жадоба діяльності, активність, легковажність, дратівливість, відсутність самоконтролю і недостатньо серйозне ставлення до своїх обов'язків).

Гіпертимні особи важко переносять монотонну діяльність, вимушену самотність, сувору дисципліну, бурхливо реагують на зауваження.

Циклоїдний: у період гіпертимності (на підйомі) — виявляє активність, піднесений настрій, бажання спілкуватись; у період дистимності (спаду) — замкнутий, повільний, пригнічений.

Збудливий (дратівливість, запальність, поганий самоконтроль). Особливість цього типу полягає в тому, що емоційне збудження охоплює таких осіб швидко і легко досягає максимального піднесення. Збудливі можуть бути ініціаторами конфліктів. В емоційно спокійному стані люди цього типу акуратні, добросовісні.

Дистимний (пасивність, негнучкість, уповільненість реакцій, домінування сумного настрою, відчуженість щодо партнерів по спілкуванню). Дистимні особи неконфліктні, вони уникають активного спілкування, люблять посидіти вдома, ведуть усамітнений спосіб життя, цінують своїх друзів.

Застраглий (вразливість, глибоке переживання образ, схильність до повчань, злопам'ятність, мстивість, ревності). Орієнтовані на високі показники виконання, схильні до високих вимог до себе і висувають надмірно високі вимоги до близьких людей, співробітників.

Педантичний (привабливі риси цього типу: добросовісність, охайність, серйозність, надійність у справах; відразливі риси: формалізм, занудність, надмірний настирливий контроль оточення). Педантичні особи рідко ініціюють конфлікти, легко поступаються лідерською позицією.

Тривожний (неагресивність, обов'язковість, самокритичність, несміливість, бюрократичність, вимагає від усіх дотримання правил, рідко ініціює конфлікти тощо). Тривожні особи через беззахисність, психологічну вразливість іноді стають мішенню для агресивних, конфліктних осіб.

Емотивний (чутливість, здатність до співчуття, доброта, соціальна спрямованість, орієнтація на соціальні норми, обов'язковість, слюзливість). У конфлікти вступають рідко, виконують у них пасивну роль.

Демонстративний (артистичність, здатність захоплювати співрозмовників, неординарність мислення та вчинків, лицемірство, егоцентричність, демонстрація своїх переваг — хвастощі). Демонстративні особи відрізняються здатністю активно пристосовуватись до соціальних ситуацій, різноманітністю комунікативних навичок, що дозволяють їм легко переходити від однієї манери спілкування до іншої.

Екзальтований (витонченість, яскравість і щирість почуттів, чуйність та уважність в міжособистісних стосунках, легкість у спілкуванні, красномовність, висока вербальна активність). Екзальтовані особи альтруїстичні, охоче спілкуються, співчутливі, цінують естетичні враження.

До властивостей особистості, що призводять до стійких дефектів спілкування, можуть бути віднесені також тривожність, ригідність і деякі аналогічні властивості.

Тривожність, як властивість особистості, заважає відкрити та щиро спілкуватись, вносить у спілкування елемент підозрливості, занепокоєння, необґрунтованих страхів. Тривожна людина швидко впадає в паніку, якщо з невідомих причин відкладається зустріч, затримується діловий партнер, виникає невизначеність.

Ригідність (лат. *rigidus* — твердий) — складність або нездатність переналаштовуватися при виконанні завдань, якщо цього потребують обставини. Ригідність мислення пов'язана зі стабільністю емоцій, фіксацією уваги на якихось важливих подіях, об'єктах або обставинах, невдачах, образах тощо. У поведінці ригідність виявляється у негнучкості, інертності мотивів і вчинків. У пізнавальній діяльності ригідність виявляється в повільній зміні уявлень при зміні умов життя, діяльності.

Отже, сформовані риси характеру особистості безпосередньо впливають на спілкування та професійну діяльність фахівця фармацевтичної галузі, визначають його спрямованість і ставлення до професійної діяльності.

5.3. ДЕСТРУКТИВНЕ СПІЛКУВАННЯ

Деструктивне спілкування — форми та особливості міжособистісних контактів, які негативно позначаються на співрозмовниках і ускладнюють процес взаєморозуміння в процесі ділового спілкування. Метою такого спілкування може бути самоствердження, помста, суперництво тощо.

В основі деструктивного спілкування можуть лежати такі особистісні риси, як хитрість, лицемірство, схильність до наклепів, упередженість, стереотип мислення, цинізм тощо. Така людина діє, піддаючись неусвідомлюваним мотивам самоствердження, суперництва тощо.

До деструктивної міжособистісної взаємодії належать такі форми контактів, які ускладнюють або руйнують стосунки.

Форми взаємодії при деструктивному спілкуванні:

- ✓ небажання спілкуватися;
- ✓ замовчування інформації;
- ✓ маніпулятивне спілкування;
- ✓ авторитарний стиль спілкування;
- ✓ мовчання при відповідях на питання тощо.

Чимало особистісних рис характеру людини, таких, як хитрість, схильність до наклепів, упередженість, стереотип мислення, мстивість, цинізм, можуть бути підґрунтям деструктивної взаємодії, котра за таких умов керується неусвідомлюваними мотивами самоствердження, суперництва тощо.

До феноменів, які підсилюють деструктивну взаємодію, належать агресія, упередження, обман, егоїзм. Вони зумовлюють поведінку індивіда, спрямовану на отримання особистої вигоди за рахунок інтересів іншої особи.

Агресія (лат. *aggressio* — напад) — індивідуальна чи групова форма деструктивних дій особистості, яка спрямована на використання сили, завдання фізичної або психологічної шкоди людям. Метою агресії може бути як власне заподіяння страждання (шкоди) жертві (ворожа агресія), так і використання агресії як способу досягнення іншої мети (інструментальна агресія).

Найбільш звичними проявами агресії вважаються конфліктність, лихослів'я, тиск, примус, негативне оцінювання чи погрози застосування фізичної сили. *Агресивність*, як риса

особистості, надає взаємодії деструктивного відтінку й може набирати найрізноманітніших форм — від мстивості, ворожості, хамства, заздрощів до образ, сварок, погроз, нищівної критики партнера.

Агресія присутня у найрізноманітніших формах людського існування. Вона має як негативне (насильство, завдання фізичної, матеріальної чи моральної шкоди), так і позитивне (оборонний характер, джерело активності індивіда, прагнення до досягнення) значення. Агресивна поведінка супроводжується глибокими емоційними переживаннями, такими, як гнів, досада, злорадство тощо. Оволодіння своєю агресією — одне з найважчих психологічних завдань особистості в процесі спілкування.

Упередження — настанова, що перешкоджає адекватному сприйманню повідомлення чи дії, підсилює деструктивну взаємодію.

Головними причинами виникнення упередження є неповне, спотворене відображення людиною дійсності на основі уявлень, асоціацій, припущень. Нерідко упередження використовується індивідом для виправдання власних дій стосовно іншого індивіда. Упередження псує відносини, спотворює дійсність, породжує почуття тривоги перед спілкуванням з об'єктом. Фрустрація, агресія, авторитаризм посилюють упереджене ставлення до партнера зі взаємодії. Людина, яка в міжособистісних стосунках вдається до упередження, демонструє низьку моральну культуру.

Обман — свідоме прагнення створити у партнера помилкове, неправдиве, удаване уявлення про предмет обговорення. У міжособистісній взаємодії люди нерідко вдаються до ошукування з метою маніпулятивного впливу, намагаючись бути в центрі уваги. Видами брехні й обману є неперевірені чутки, підтасування фактів, наклеп, донос на іншого, обмова та розіграш. У всіх цих видів одна й та сама мета. Обман та брехня образливі, рано чи пізно вони руйнують взаємовідносини.

Егоїзм (лат. *ego* — я) — погляди, позиція, ціннісна орієнтація суб'єкта, зорієнтована на задоволення особистих інтересів і потреб.

Егоїстичні люди в процесі спілкування не лише намагаються здобути матеріальні переваги, а й принизити співрозмовника. Вони наділені такими особистісними рисами, як помста, цинізм, зрадливість тощо, що заважає конструктивній взаємодії, робить неможливим використання тактики і стратегії співробітництва. Міжособистісні контакти з егоїстичними особистостями носять деструктивний характер і супроводжуються приниженнями, стражданнями та ускладненнями.

Отже, деструктивна міжособистісна взаємодія ускладнює комунікативну взаємодію, згубно позначається на якості професійної діяльності фахівців фармацевтичної галузі,

ТЕМИ РЕФЕРАТИВ ТА ПОВІДОМЛЕНЬ

1. Загальна характеристика труднощів спілкування.
2. Залежність труднощів спілкування від віку людини.
3. Сором'язливість як специфічна складність міжособистісного спілкування.
4. Самотність. Типи самотності, принципи та причини хронічного відчуття самотності.
5. Аутистичність і відчуженість. Аномія.
6. Комплексні труднощі у спілкуванні.
7. Закономірності агресивної поведінки.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПІДГОТОВКИ ТА КОНТРОЛЮ

1. Дайте визначення поняття «деструктивне спілкування».
2. Чим зумовлюються форми взаємодії при деструктивному спілкуванні?
3. У чому полягає зміст мовних бар'єрів різних культур. Назвіть приклади їх прояву.
4. Проаналізуйте ті зауваження, які найчастіше зустрічаються у ваших співрозмовників та з'ясуйте їх причини.
5. Які риси особистості поєднує в собі характер?
6. Як тип темпераменту формує поведінку в різних ситуаціях, а поведінка формує характер?

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

1. Бороздина, Г. В. Психология делового общения: учебник / Г. В. Бороздина. — 2-е изд. — М. : ИНФРА, 2008. — 295 с.
2. Загальна психологія: підручник / О. В. Скрипченко, Л. В. Долинська, З. В. Огороднійчук та ін. — К. : Либідь, 2005. — 464 с.
3. Ильин, Е. П. Психология общения и межличностных отношений / Е. П. Ильин. — СПб. : Питер, 2009. — 576 с.
4. Кайдалова, Л. Г. Психологія спілкування : навч. посіб. / Л. Г. Кайдалова, Л. В. Пляка. — Х. : НФаУ, 2011. — 132 с.
5. Максименко, С. Д. Загальна психологія : навч. посіб. / С. Д. Максименко. — К. : Центр навч. літ., 2004. — 272 с.
6. Максименко, С. Д. Технологія спілкування / С. Д. Максименко, М. М. Заброцький. — К. : Главник, 2005. — 112 с.
7. Орбан-Лембрик, Л. Е. Соціальна психологія: навч. посіб. / Л. Е. Орбан-Лембрик. — К. : Академвидав, 2005. — 448 с.
8. Професійне спілкування фахівців фармації: посібник / Л. Г. Кайдалова, Н. В. Альохіна, Л. В. Пляка, Н. В. Шварп. — Х. : НФаУ, 2013. — 82 с.
9. Рогов, Е. И. Психология общения / Е. И. Рогов. — М. : ВЛАДОС, 2007. — 335 с.
10. Філоненко, М. М. Психологія спілкування : підручник / М. М. Філоненко. — К. : Центр навч. літ., 2008. — 224 с.
11. Цимбалюк, І. М. Психологія спілкування: навч. посіб. / І. М. Цимбалюк. — 2-ге вид., випр. та допов. — К. : Професіонал, 2007. — 464 с.
12. Шапарь, В. Б. Психологічний словник найсучасніших термінів / В. Б. Шапарь. — Х.: Прапор, 2009. — 672 с.

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2

**ПСИХОЛОГІЯ
ПРОФЕСІЙНОГО
СПІЛКУВАННЯ**

ТЕМА 6. ДІЛОВЕ СПІЛКУВАННЯ

6.1. СПЕЦИФІКА, СТРУКТУРА І ФУНКЦІЇ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

Взаємовідносини людей у процесі спільної діяльності, якій кожна людина присвячує значну частину життя, мають свої особливості, принципи і правила поведінки. Ділове спілкування містить обмін інформацією, пропозиціями, вимогами, поглядами, мотивацією з метою вирішення конкретних проблем як усередині організації, так і за її межами, а також укладення контрактів, договорів, угод чи установлення інших відносин між підприємствами, фірмами, організаціями.

Ділове спілкування — процес установлення і розвитку взаємодії із суб'єктами спілкування, змістом якого є професійна діяльність.

Від правильної організації спілкування людей (фахівців фармацевтичної галузі) залежить результативність їхньої професійної діяльності, ступінь взаєморозуміння з партнерами, клієнтами та співробітниками, задоволення працівників своєю працею, морально-психологічний клімат у колективі, взаємовідносини з іншими аптечними закладами й державними органами.

У цілому ділове спілкування відрізняється від буденного тим, що в його процесі ставляться мета і конкретні завдання, які вимагають свого вирішення. У діловому спілкуванні ми не можемо припинити взаємодію з партнером (принаймні без втрат для обох сторін).

Ділове спілкування можна умовно розділити на пряме (безпосередній контакт) і непряме (коли між партнерами існує просторово-часова дистанція).

Особливості ділового спілкування:

- ✓ наявність певного офіційного статусу співрозмовників;
- ✓ спрямованість на установлення взаємовигідних контактів та підтримку зв'язків між представниками взаємозацікавлених організацій;
- ✓ відповідність певним загальноновизнаним і загальноприйнятим правилам;
- ✓ передбачуваність ділових контактів, які попередньо плануються; визначаються їх мета, зміст і можливі наслідки;
- ✓ конструктивність характеру взаємовідносин, їх спрямування на розв'язання конкретних завдань, досягнення певної мети;
- ✓ взаємоузгодженість рішень, домовленість та подальша організація взаємодії партнерів;
- ✓ значущість кожного партнера як особистості.

Людина, яка спрямовує інформацію (комунікатор), і людина, яка її приймає (реципієнт), у діловому спілкуванні постійно міняються місцями, завдяки чому у людей, що спілкуються, має бути однакове розуміння не тільки значень, а й змісту слів.

Психологічна культура ділового спілкування — знання закономірностей психічної діяльності співрозмовників і вміння застосовувати ці знання в конкретних ділових ситуаціях.

Психологічна культура дозволяє створити сприятливий психологічний клімат ділової розмови, справити хороше враження про себе, розпізнавати партнера і вміло його вислуховувати, ставити запитання і відповідати на них, захищатись від некоректних партнерів, а також використовувати техніку безконфліктного спілкування зі співрозмовниками різних психологічних типів.

Для створення сприятливого психологічного клімату в діловому спілкуванні фахівців аптечних закладів обов'язковим є виконання таких порад:

1. Під час ділової розмови бажано виявляти виняткову увагу до свого партнера.
2. Починаючи контакт, привітайте співрозмовника щирою посмішкою, доброзичливим поглядом.
3. Постійно показуйте ваше бажання зрозуміти співрозмовника. З'ясуйте, чого він хоче, після цього викладайте свої пропозиції з позиції його інтересів.

4. Слід задавати такі запитання своєму співрозмовнику, на які він би мав можливість і бажання відповідати.

5. Підкресліть свою зацікавленість у розмові, ставтесь із розумінням до думок і бажань співрозмовника.

6. Враховуйте емоційний стан і стан здоров'я співрозмовника; дотримуйтесь дружжелюбного тону.

7. Поводьтесь спокійно і доброзичливо.

8. Емоційно підтримуйте розмову (активно й уважно слухайте).

Практика ділових відносин показує, що в процесі вирішення проблем, пов'язаних з міжособистісним контактом, багато чого залежить від того, як партнери (співрозмовники) вміють налагоджувати ділові контакти. Існує багато форм ділового спілкування: ділова бесіда (зустрічі, переговори, дискусії); ділові переговори; ділові наради; ділові збори; ділові сніданки, обіди, вечері.

Ділова бесіда — мовне спілкування представників різних установ чи фірм, що мають необхідні права від своїх організацій, з метою установаження ділових відносин, вирішення ділових проблем чи відпрацювання конструктивного підходу до їх вирішення.

Мета ділової бесіди — переконати партнера прийняти конкретні рішення.

Ділові переговори — спільна діяльність одного суб'єкта з іншим, що приводить до ефективного вирішення спірних питань і суперечностей з оптимальним урахуванням потреб обох сторін.

Мета ділових переговорів — знайти взаємоприйнятне рішення, уникаючи надмірної форми прояву конфлікту.

Кожен із учасників переговорного процесу має свої цілі, інтереси, наміри, які частково збігаються, а частково різняться. Тобто саме збіг інтересів робить переговори можливими, а розбіжність запитів спонукає сторони до їх проведення. Проте бувають випадки, коли сторони не готові до прийняття спільного рішення, тобто йдеться про попередні переговори, на яких їх учасники лише обмінюються поглядами, інформацією. У діловій практиці виникають і такі ситуації, коли одна зі сторін йде на переговори тільки для того, щоб відвернути

увагу партнера. За таких умов переговори матимуть деструктивний характер стосовно однієї зі сторін.

Перед тим, як сідати за стіл переговорів, необхідно знати, що переговорний процес — це справа двох суб'єктів взаємодії, кожен з яких має свої цілі, інтереси, завдання та наміри.

Ділові наради — групове осмислення й вирішення проблеми організації чи установи.

Мета нарад — спільно обговорювати важливі питання, аналізувати їх, висловлювати свої думки, пропозиції, погоджувати позиції тощо.

Проблема, яку виносять на нараду, може мати, зокрема, виробничий, організаційний, дисциплінарний чи контрольний характер. Щоб провести нараду, необхідно мати не лише організаторські, але й комунікативні здібності, а також дотримуватися норм і правил етикету. Ефективною вважається та нарада, підсумком якої є вироблення спільної думки між співрозмовниками.

Ділові збори — форма обговорення спільної проблеми, вони проводяться з метою її осмислення.

До зборів готуються заздалегідь, цей процес складається з трьох етапів: підготовчого (передбачає висвітлення проблеми), обговорення питання та ухвалення рішення. Передумовами успішного проведення зборів є здатність промовців орієнтуватися на слухача та його проблеми, вміння помічати реакцію в залі.

Усі зазначені індивідуальні й групові форми спілкування мають спрямовуватися на розвиток зацікавленості учасників обговорення проблеми, підвищення активності людини, актуалізацію її творчого й комунікативного потенціалу.

Ділові сніданки, обіди, вечері. Досить часто ділові зустрічі відбуваються в неформальній обстановці (кафе, ресторані тощо). Це вимагає вміння поєднувати рішення ділових питань із трапезою. Звичайно виділяють ділові сніданки, обіди, вечері, фуршетти. Їх поєднують деякі загальні принципи, що застосовують під час сніданку, обіду, вечері чи фуршету — це правила поведінки за столом. Але кожна з цих форм ділового спілкування має свої особливості.

Діловий сніданок використовують для ділової розмови тоді, коли співрозмовник особливо напружено працює протягом дня. За часом бесіда триває 45 хвилин.

Діловий обід дає можливість налагодити кращі відносини з партнерами, краще познайомитися з клієнтами. Діловий обід триває одну-дві години, з яких 30 хвилин займає світська розмова.

Ділова вечеря носить більш офіційний характер, ніж сніданок чи обід. На ділову зустріч запрошують заздалегідь письмово чи по телефону. Ділова вечеря може тривати понад дві години.

Усі вищезазначені форми спілкування мають спрямовуватися на розвиток зацікавленості учасників обговорення проблеми, підвищення активності людини, актуалізації її творчого й комунікативного потенціалу.

6.2. ДІЛОВА БЕСІДА ЯК ОСНОВНА ФОРМА ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

Ділова бесіда є найбільш поширеною формою ділового спілкування фахівців фармацевтичної галузі. Вона здійснюється з метою передавання інформації, допомоги відвідувачу аптеки у виборі фармацевтичного препарату та особливостей його застосування, обміну думками, почуттями та ін. За допомогою ділової бесіди реалізується прагнення однієї людини чи групи людей до дій, які змінять хоча б один з аспектів якої-небудь ситуації чи установлять нові стосунки між учасниками бесіди.

Ділова бесіда може бути офіційною й неофіційною, короткочасною або тривалою, корисною або некорисною, добровільною або вимушеною.

Функції ділової бесіди:

- ✓ спілкування працівників однієї галузі;
- ✓ сумісний пошук, висунення й оперативна розробка робочих ідей і задумів;
- ✓ підтримання ділових контактів;
- ✓ контроль і координування вже початих ділових заходів;
- ✓ стимулювання ділової активності;

- ✓ обмін інформацією;
- ✓ формування перспективних заходів і процесів;
- ✓ взаємне спілкування під час виконання виробничих завдань;
- ✓ вирішення етичних проблем.

Практика ділових відносин показує, що у вирішенні проблем, пов'язаних з міжособистісними контактами, багато залежить від того, як партнери (співрозмовники) уміють налагоджувати взаємодію один з одним.

Кожну ділову бесіду доцільно розглядати з таких позицій:

- досягнення позитивного результату для учасників взаємодії;
- презентація своїх професійних характеристик, їх перевірка в процесі ділового спілкування;
- утвердження свого іміджу засобом ефекту «особистої привабливості»;
- збір даних про протилежну сторону як ділового, так і особистого характеру;
- актуалізація ділового інтересу та людського взаєморозуміння.

Ефективність ділової бесіди залежить від попередньої підготовки.

Підготовка до ділової бесіди передбачає: розроблення плану дій; установлення її мети й завдання; визначення стратегії й тактики поведінки під час бесіди.

Людині, яка планує бесіду, необхідно проаналізувати свою зайнятість, тривалість передбачуваної бесіди, продумати, чи зручний час обрано для співрозмовника. Відомо, що людина, яка прочекала понад півгодини на зустріч, навряд чи буде налаштована доброзичливо на бесіду. Тобто пунктуальність зміцнює атмосферу, причому пунктуальність обох співрозмовників, а якщо час бесіди прострочено, потрібно попередити партнера про непередбачену затримку й попросити його зачекати, вказавши час із невеликим запасом.

Бесіда складається з таких частин: вступна, основна й завершальна.

Вступна частина охоплює такі фази, як початок бесіди й передавання інформації. Важливе значення для успішного

її здійснення й досягнення кінцевої мети має початок бесіди, тобто духовний зв'язок між співрозмовниками.

Основна частина охоплює такі фази бесіди, як аргументування чи спростування доказів співрозмовника. Будуючи основну частину бесіди, варто пам'ятати, що в кожній діловій індивідуальній бесіді ситуацію, що склалася, розглядають з різних поглядів дві людини, причому кожна з них вважає, що її думка найправильніша. Надзвичайно важливим також є вміння слухати і правильно ставити уточнювальні запитання, які допомагають розкрити думки співрозмовника і правильно визначити його погляди. Необхідно уважно слухати співрозмовника, всі уточнювальні запитання, які ставляться в процесі бесіди, мають бути дуже конкретними й тактовними, не містити подвійного змісту й бути обґрунтованими.

Дуже несприятливою та неефективною для бесіди стає нестримана категоричність суджень. Йдеться про такі фрази, як «тут кожному зрозуміло», «тут не може бути двох думок», які не лише не переконують, але й знищують доброзичливість співрозмовника. У процесі бесіди завжди необхідно послідовно проводити основну думку, що допомагає виявити важливі чинники і дійти певних висновків та рішень. Також слід намагатися не піддаватися думці, що співрозмовник помиляється, вибирати правильні моменти для зауважень і робити їх у тактовній формі; виявляти самокритичність у зустрічних зауваженнях; терпляче вислуховувати заперечення.

Завершальна частина складається із таких фаз, як ухвалення рішення, завершення бесіди й вихід з неї. На цій стадії необхідно узагальнити підсумки обговорення. При цьому важливо пам'ятати, що в бесіді рішення завжди має йти за обговоренням, в іншому разі співрозмовник замість висловлення своїх думок почне критикувати опонента. Серед основних завдань, які вирішуються наприкінці бесіди, слід перелічити такі: досягнення основної або альтернативної мети; незалежно від взаєморозуміння чи відсутності останнього забезпечення сприятливої атмосфери; стимулювання співрозмовника до виконання накресленого; необхідна підтримка в майбутньому контактів зі співрозмовником; складання розгорнутого резюме бесіди.

Промовляючи прощальні слова, варто бути доброзичливим, привітним, поводитися так, щоб у партнера виникло бажання ще раз з вами зустрітися й загалом з'явилося відчуття єдиного «Ми».

У діловому спілкуванні враховуються всі чинники позитивного впливу на співрозмовника: мова, професійні навички, комунікабельність, уміння одягатися, ерудиція, виховання, толерантність тощо.

Отже, у процесі ділового спілкування важливо вміти вести переговори, відповідати на телефонні дзвінки, вести бесіду з відвідувачами чи діловими партнерами.

6.3. ПЕРЕГОВОРИ ЯК РІЗНОВИД ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

Взаємовідносини людей у процесі спільної діяльності, якій кожна людина присвячує значну частину життя, мають свої особливості, принципи і правила поведінки. Ділове спілкування містить обмін інформацією, пропозиціями, вимогами, поглядами, мотивацією з метою вирішення конкретних проблем як усередині організації, так і за її межами, а також укладення контрактів, договорів, угод.

Переговори — невід'ємна частина ділових контактів. Успіх переговорів залежить від володіння технікою переговорів, розуміння, у чому полягає їхня специфіка, яку мету ставлять перед собою учасники, яка загальна модель переговорного процесу.

Переговорний процес містить перцептивний, комунікативний та інтерактивний аспекти спілкування. Важлива особливість переговорів полягає в тому, що вони проходять в умовах ситуації з різноманітними інтересами сторін. Складне сполучення різноманітних інтересів робить учасників переговорів взаємозалежними. Його учасники обмежені у своїх можливостях одностороннім шляхом реалізувати власні інтереси.

Звичайно переговори починаються із заяв обох сторін про їх бажання й інтереси. За допомогою фактів і принципової аргументації сторони намагаються зміцнити свої позиції.

Переговори в діловому спілкуванні — це процес взаємодії сторін з метою досягнення погодженого взаємного рішення.

Функції переговорів:

✓ інформаційно-комунікативна (сприяє обміну інформацією, поглядами, налагодженню нових зв'язків). Ця функція обов'язково властива будь-яким переговорам, однак, якщо вони обмежуються лише нею, то такі переговори скоріше можна назвати консультаціями;

✓ регулятивна (передбачає встановлення певної взаємодії на переговорах, упорядкування спільної діяльності);

✓ координаційна (спрямована на узгодження дій між учасниками переговорів, на приведення їх до відповідності, встановлення взаємозв'язку між суб'єктами переговорного процесу);

✓ контрольна (передбачає перевірку виконання досягнутих раніше угод).

Переговори класифікуються на:

— двосторонні та багатосторонні (враховується кількісний аспект);

— переговори, спрямовані на урегулювання конфліктних та спірних ситуацій;

— дипломатичні;

— торгові;

— політичні.

Майбутні переговори можуть мати успіх лише в тому разі, якщо сторони досконало проаналізують ситуацію і зберуть необхідну інформацію. Зневага до дій такого роду може значно послабити позиції тієї чи іншої сторони, призвести до зриву переговорів або до не вигідного для кого-небудь з учасників угоди висновку.

Передбачливість сторін, що аналізують можливі спільні альтернативи переговорному рішенню, дозволяє додати впевненості діям і полегшує процес ведення переговорів. Готуючись до майбутніх переговорів, необхідно розробити кілька можливих варіантів вирішення з огляду як на власні інтереси, так і на інтереси опонентів. Висунуті пропозиції відображають погляд учасників на проблему, їх інтереси, можливі альтернативи, заявлені позиції, варіанти рішень. Тому пропозиції сторін мають бути зрозумілі та точні.

Переговори передбачають наявність таких етапів:

✓ підготовка до переговорів (до відкриття переговорів);

✓ попередній відбір пропозицій (початкові заяви учасників про їхні позиції в цих переговорах);

- ✓ пошук взаємоприйнятого рішення (психологічна боротьба, встановлення реальної позиції опонентів);
- ✓ завершення переговорів (вихід з кризи або глухого кута);
- ✓ аналіз результатів переговорів.

Проведена цілеспрямована підготовка до переговорів дозволяє мінімізувати ризик їх ускладнень або зриву і розраховувати на результативність майбутнього переговорного процесу. Не варто забувати: «Той, хто добре підготувався до бою, наполовину переміг».

Учасники переговорів можуть розглядати переговори як засіб здобуття перемоги або ставитися до них, як до засобу спільного з партнером аналізу проблеми й пошуку шляхів її вирішення. Успішними вважаються такі переговори, на яких обидві сторони високо оцінюють їх результати.

Для досягнення успіху в переговорах в аргументації необхідно використовувати правила культури й етики їх проведення:

- слід оперувати простими, чіткими, точними й переконливими поняттями;
- темп і способи аргументування слід обирати з урахуванням особливостей характеру та звичок партнера;
- аргументація має бути коректною стосовно партнера;
- слід уникати неділових висловів і формулювань, що ускладнюють сприйняття сказаного, але загалом мова має бути образною, а аргументи — наочними.

Важливими показниками успішності переговорів є також ступінь розв'язання й виконання двома сторонами взятих на себе зобов'язань. Із психологічного погляду дуже важливо враховувати той факт, що на завершальній стадії переговорів складається уявлення про партнера переговорів, про його надійність, відповідальність, тобто про все те, що називається репутацією. Зазвичай досить один раз порушити обіцянки й зобов'язання і такого партнера вважатимуть ненадійним.

Аналіз підсумків ділових переговорів повинен проходити за такими трьома напрямками:

- аналіз відразу після завершення переговорів, який допомагає оцінити перебіг і результати переговорів, обмінятися враженнями та визначити першочергові заходи, пов'язані

з підсумками переговорів (призначити виконавців і визначити терміни виконання досягнутої угоди);

— аналіз на найвищому рівні — керівника організації, що має такі цілі: обговорення звіту про результати переговорів і з'ясування відхилення від раніше встановлених директив; оцінка інформації про вже прийняті заходи і відповідальність; визначення обґрунтованості пропозицій, пов'язаних із продовженням переговорів; одержання додаткової інформації про партнера з переговорів;

— індивідуальний аналіз ділових переговорів — це з'ясування відповідального ставлення кожного учасника до своїх завдань і організації в цілому; це критичний самоаналіз із метою контролю й одержання уроків із переговорів.

У процесі індивідуального аналізу можна одержати відповіді на такі запитання:

Чи правильно було визначено інтереси й мотиви партнера за переговорами?

Чи відповідала підготовка до переговорів реальним умовам, що склалися, ситуації та вимогам?

Наскільки правильно визначено аргументи чи пропозиції щодо компромісу?

Як підвищити дієвість аргументації у змістовому й методичному плані?

Що саме визначило результат переговорів? Як вилучити в майбутньому негативні нюанси в процедурі проведення переговорів?

Хто і що повинен робити, щоб підвищити ефективність переговорів?

ТЕМИ РЕФЕРАТИВ ТА ПОВІДОМЛЕНЬ

1. Ділове спілкування і манера поведінки.
2. Обмін діловою інформацією.
3. Психологічні прийоми впливу на партнера.
4. Техніка і тактика аргументування.
5. Вислуховування партнера як психологічний прийом.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПІДГОТОВКИ ТА КОНТРОЛЮ

1. Які характерні ознаки індивідуальної бесіди?
2. Як необхідно готуватися до ділової бесіди?
3. Що таке переговорний процес? Які його основні етапи?
4. Що може покращити інформаційний обмін між партнерами?
5. У чому полягає організаційна підготовка до переговорів?
6. Які рекомендації ви можете дати учасникам переговорів за результатами їх дії: перед зустріччю учасників, на початку переговорів, у процесі переговорів, у процесі прийняття рішення?
7. Які головні психологічні якості особистості потрібно враховувати під час ділового спілкування?

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

1. Андреева, Т. Є. Етика та психологія ділових відносин : навч. посіб. / Т. Є. Андреева. — Х. : Бурун Книга, 2004. — 144 с.
2. Дьяченко, М. И. Психологический словарь-справочник / М. И. Дьяченко, Л. А. Кандыбович. — Минск. : Харвест, 2007. — 576 с.
3. Енциклопедія освіти / Акад. пед. наук України; голов. ред. В. Г. Кремень. — К. : Юрінком Інтер, 2008 р. — 1040 с.
4. Кайдалова, Л. Г. Психологія спілкування : навч. посіб. / Л. Г. Кайдалова, Л. В. Пляка. — Х. : НФаУ, 2011. — 132 с.
5. Максименко, С. Д. Технологія спілкування / С. Д. Максименко, М. М. Заброцький. — К. : Главник, 2005. — 112 с.
6. Максименко, С. Д. Медична психологія: підручник / С. Д. Максименко, Я. В. Цехмістер, І. А. Коваль, К. С. Максименко; заг. ред. С. Д. Максименка. — 2-ге вид. — К. : Видавничий Дім «Слово», 2014. — 520 с.
7. Професійне спілкування фахівців фармації: посібник / Л. Г. Кайдалова, Н. В. Альохіна, Л. В. Пляка, Н. В. Шварп. — Х. : НФаУ, 2013. — 82 с.
8. Трухін, І. О. Соціальна психологія спілкування: навч. посіб. / І. О. Трухін. — К. : Центр навч. літ., 2005. — 336 с.

9. Цимбалюк, І. М. Психологія спілкування / І. М. Цимбалюк. — К : Професіонал, 2004. — 304 с.
10. Фармацевтическая опека : курс лекцій для провізорів и семейных врачей / И. А. Зупанец, В. П. Черных, С. Б. Попов и др. — Х. : Фармитэк, 2006. — 536 с.
11. Філоненко, М. М. Психологія спілкування : підручник / М. М. Філоненко. — К. : Центр навч. літ., 2008. — 224 с.
12. Чмут, Т. К. Етика ділового спілкування / Т. К. Чмут, Г. Л. Чайка. — К. : Знання, 2007. — 230 с.
13. Шапарь, В. Б. Психологічний словник найсучасніших термінів / В. Б. Шапарь. — Х.: Прапор, 2009. — 672 с.
14. Шеламова, Г. М. Деловая культура и психология общения : учебник / Г. М. Шеламова. — 3-е изд., доп. — М.: Академия, 2004. — 160 с.

ТЕМА 7. КОНФЛІКТИ У СПІЛКУВАННІ: ПРИЧИНИ, ШЛЯХИ ЗАПОБІГАННЯ І ВИРІШЕННЯ

7.1. СУТНІСТЬ ТА ПРИРОДА КОНФЛІКТУ

Будь-яка професійна діяльність завжди пов'язана з конфліктами. І хоча в кожному випадку своя причина конфлікту, всі вони мають загальні ознаки: сторони конфлікту, мотиви та предмет конфлікту. Кожна конфліктна ситуація супроводжується напруженим емоційним станом, порушенням мотивації до професійної діяльності, зниженням працездатності тощо. Тому кожній людині необхідно мати хоча б елементарні уявлення про конфлікти та ефективні шляхи їх вирішення.

Конфлікт (лат. *conflictus* — зіткнення) — суперечність, що виникає між людьми внаслідок вирішення тих чи інших питань соціального або особистого життя.

Кожен конфлікт завжди пов'язаний з негативними емоціями, під час конфлікту людина відчуває дискомфорт, напругу, які можуть призвести до стресових станів, завдаючи тим самим шкоди здоров'ю.

Існують різні визначення конфлікту, але всі вони підкреслюють наявність протиріччя, яке виникає в процесі соціальної взаємодії та супроводжується негативними емоціями.

У психології дослідники визначають конфлікт як:

- зіткнення протилежних інтересів, сил, поглядів;
- протиріччя, які важко вирішуються і пов'язані з гострими емоційними переживаннями;
- відсутність згоди між двома або більше сторонами, які можуть бути фізичними особами або групами;
- суперечність, що виникає між людьми у зв'язку з вирішенням тих чи інших питань соціального або особистого життя.

У конфліктах беруть участь як окремі особи, так і групи людей. Стан конфлікту характеризується гострими негативними емоційними переживаннями його учасників. Учасників конфлікту називають опонентами, суперниками тощо.

Основними складовими конфлікту є:

- ✓ учасники конфлікту;
- ✓ причини його виникнення;
- ✓ сприйняття конфліктуючими один одного в ситуації, що виникла;
- ✓ спрямованість і емоційна виразність дій конфліктуючих сторін.

Конфлікти завжди мають міжособистісний характер і починаються з виникнення конфліктної ситуації.

Конфліктна ситуація — об'єктивна основа конфлікту, яка фіксує виникнення реального протиріччя в інтересах і потребах сторін.

Конфліктна ситуація є головною умовою виникнення конфлікту на підставі порушення балансу інтересів учасників взаємодії.

Конфліктна ситуація складається з:

- учасників конфлікту (сторін конфлікту), якими можуть бути окремі індивіди або різні за масштабами соціальні групи;
- умов перебігу (передусім соціально-психологічних);
- образів конфліктної ситуації.

У конфліктній ситуації кожна зацікавлена сторона прагне відстоювати та досягати реалізації власної мети, думок, завдань, поглядів. При цьому вона наводить аргументи на свою

користь, перешкоджає опоненту чинити так само, використовує всі прийнятні у певній ситуації заходи та форми впливу і намагається здолати опір іншої сторони. Конфліктна ситуація може виникнути як з ініціативи сторін, так і без їхньої участі.

Конфлікти мають різні причини. Причини конфліктів є тим пунктом, навколо якого розвертається конфліктна ситуація.

Причини конфліктів:

- розподіл ресурсів;
- різниця у цілях;
- взаємозалежність у досягненні результату;
- різниця в уяві та цінностях (відсутність об'єктивної оцінки ситуації);
- незадовільні комунікації;
- різниця у досвіді та манері поведінки;
- різниця в рівні освіти, недостатній рівень професійної підготовки;
- різка зміна подій чи умов;
- недостатність доброзичливості в процесі спілкування тощо.

Можливість конфлікту існує скрізь, де одна людина або група залежать у виконанні завдань від іншої людини або групи. Управління конфліктами починається з їх передбачення. Щоб передбачити конфлікт, необхідно знати причини, що призводять до конфліктних ситуацій. Кожен конфлікт має своє джерело виникнення.

Щоб активно управляти процесом конфлікту, вчасно обирати методи впливу на конфлікт, необхідно вміти своєчасно визначати, до якого типу він належить.

Класифікація конфліктів: міжособистісний, міжгруповий, між особистістю і групою, внутрішньоособистісний, особистісно-груповий, діловий (службовий).

Міжособистісний конфлікт спричиняється ситуацією, в якій члени групи прагнуть до несумісних цілей або керуються несумісними цінностями чи нормами, намагаючись реалізувати їх у спільній діяльності. Він виявляється як зіткнення особистостей, у яких різні риси характеру, погляди та цінності. Конфлікт може виникнути при розподілі функціональних обов'язків між членами групи чи при обговоренні шляхів досягнення спільної мети діяльності.

Міжгруповий конфлікт спостерігається там, де гострі суперечності виявляються у стосунках між окремими соціальними групами, що мають на меті власні інтереси.

Конфлікт між особистістю і групою може виникнути, якщо ця особистість займає позицію, що відрізняється від позиції групи. Причиною такого конфлікту може бути порушення рольових сподівань, неадекватність внутрішньої настанови статусу особистості, порушення групових норм. Конфліктна взаємодія відбувається на основі зіткнення особистісних і групових мотивів.

Внутрішньоособистісний конфлікт виникає тоді, коли виробничі вимоги не збігаються з особистими потребами або цінностями працівника, невпевненістю у собі. Цей конфлікт може бути відповіддю на робоче перенавантаження, зумовлений складною життєвою кризовою ситуацією, стресовим станом.

Особистісно-груповий конфлікт часто виникає у разі невідповідної груповим нормам і сподіванням поведінки особистості.

Ділові (службові) конфлікти виникають у процесі організованої діяльності різного характеру: виробничої, наукової, військової, педагогічної, спортивної, мистецької, сервісної тощо. Типовими причинами є незадоволення недобросовісною або невмілою працею, порушення дисципліни, невиконання певних зобов'язань.

Типи виробничих конфліктів:

— конфлікти, що виникають як реакція на перепони в досягненні головних цілей трудової діяльності;

— конфлікти, що виникають як реакція на перепони в досягненні особистих цілей у спільній роботі;

— конфлікти, що виникають як реакція на поведінку, яка не відповідає загальноновизнаним нормам стосунків і поведінки людей, зайнятих спільною трудовою діяльністю;

— конфлікти, що виникають через індивідуальні особливості членів трудового колективу.

Конфлікт може розвиватися в конструктивному і деструктивному напрямках. У конструктивному конфлікті опоненти використовують ділові аргументи, а не торкаються особистісних якостей протилежної сторони. У деструктивному конфлікті протилежні сторони не хочуть враховувати інтереси одна одної, використовують неетичні методи боротьби, принижуючи гідність іншої сторони.

7.2. ОСОБЛИВОСТІ КОНФЛІКТІВ У ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ФАХІВЦІВ ФАРМАЦІЇ

Конфліктні ситуації, які трапляються в професійній діяльності фахівців фармацевтичного сектора, можуть бути результатом недостатнього володіння вміннями та навичками спілкування і розуміння, відсутністю співчуття до відвідувача аптеки, невмінням уважно слухати, станом здоров'я відвідувача аптеки. Грубість і роздратованість відвідувачів аптек, викликані станом здоров'я, провізори зазвичай сприймають на власний рахунок і відповідно реагують. Таким чином виникають конфлікти, що призводять до формування психологічних проблем (стресів, дратівливості, неврозів, депресії), взаємна напруга і невдоволеність. Все це дуже впливає на професійну діяльність і нервово-психологічний стан як провізора, так і покупця.

Основні суперечності, конфлікти у фармації можуть виникати між: керівництвом і працівниками аптечного закладу; працівниками аптеки (колегами); провізором і лікарем; провізором і відвідувачем аптеки тощо.

За будь-яким конфліктом приховуються певні причини, інтереси його учасників. Лише коли ми зрозуміємо їх і людину, з якою конфліктуємо, тоді зможемо запобігти розвитку конфліктної ситуації. Належно продумані, делікатні дії фахівця знімають напруження, відкривають простір для позитивних емоцій.

Причини конфліктів у фахівців фармацевтичної галузі:

- ✓ відсутність або низький рівень умінь та навичок спілкування і розуміння інших людей;
- ✓ особистісні та моральні якості фахівця (гарячковитість, імпульсивність, поспішність, грубість, неухважність та ін.);
- ✓ невміння слухати співрозмовника та висловлювати власну думку;
- ✓ стан здоров'я відвідувача аптеки;
- ✓ відсутність співчуття до пацієнта (хворого);
- ✓ невміння контролювати свої емоції (як у вербальній, так і невербальній формі спілкування);
- ✓ невиконання своїх функціональних обов'язків;
- ✓ нетактовність у спілкуванні;

- ✓ заниження самооцінки;
- ✓ психологічна несумісність у колективі (симпатії та антипатії, культурні та етнічні розбіжності тощо).

У процесі спілкування провізору необхідно коректно і стримано спілкуватися з людиною, яка хворіє, оскільки хвороба може стати бар'єром у спілкуванні, що спричинить конфліктну ситуацію. У хворих на неврози конфлікти трапляються частіше, перебігають гостріше і важче вирішуються. Під час бесіди фахівцю необхідно слідкувати за партнером, його поведінкою і станом, уважно його вислуховувати, контролювати власні емоції, виявляти розуміння і співчуття до співрозмовника.

Для оволодіння конфліктною ситуацією провізору необхідно подолати такі емоційні стани, як роздратування, гнів та недовіра, які є основними джерелами конфліктів.

Д. Скотт пропонує декілька способів подолання гніву, а саме: «Візуалізація» — уявляти себе, щось роблячи або промовляючи;

«Заземлення» — уявляти гнів, коли він входить у нас, а потім йде в землю;

«Проекція» — подолати гнів у формі проекції, тобто переносити його на деякий віртуальний екран, а потім стріляти в нього. Вважається, що з кожним влученням наше роздратування слабшає і наприкінці зникає зовсім;

«Очищення енергетичного поля або аури навколо себе», для чого треба сісти і зробити декілька рухів над головою, уявляючи, що цими рухами ви «очищуєте» енергетичну оболонку навколо певної частини тіла. При цьому необхідно дати собі відчуття, що ви позбавляєтесь від роздратування чи інших негативних емоцій.

Тому в процесі професійного спілкування провізору потрібні витримка, толерантність і гнучкість.

Однією з причин небажаних емоційних реакцій учасників конфліктів є заниження їх самооцінки. Неадекватність емоційної поведінки в цьому разі пояснюється одним із механізмів психологічного захисту — регресією. Щоб виключити емоційні реакції, провізору бажано підтримувати високий рівень самооцінки у себе та в інших учасників конфліктної ситуації. Тобто суттєвим є оволодіння одним з найпоширеніших і найпродуктивніших засобів подолання конфліктів —

технологією підтримки високої самооцінки в процесі конфліктної ситуації як технологією конструктивної поведінки та самоконтролю емоцій.

Провізор повинен уміти уважно слухати відвідувача аптеки, приділяти йому належну увагу. Коли людина бачить, що її не слухають, у неї виникає почуття ворожості, підозрливості, іноді й агресивності. Похмурий погляд провізора, поспішність та нервові жести свідчать про відсутність інтересу, поваги та співчуття до співрозмовника. Це також може вразити відвідувача аптеки і створити у взаємовідносинах певну напругу.

Щоб запобігти конфлікту, фахівець повинен:

— уміти створювати позитивні емоційні настанови в процесі професійного спілкування;

— запобігати і долати перепони у взаєморозумінні;

— бути готовим до конструктивного урегулювання конфліктів;

— володіти способами запобігання конфліктних ситуацій;

— уміти враховувати особистісні якості та емоційний стан учасників конфлікту;

— виявляти розуміння і співчуття до співрозмовника.

Фахівці фармацевтичного сектора мають піклуватися про свій позитивний імідж, робити все для того, щоб відвідувачі аптек, колеги, лікарі відчували їхню компетентність, доброзичливість, психологічний такт, чуйність, інтерес до людей, здатність швидко орієнтуватися в різних проблемних ситуаціях та уміти розв'язувати їх.

7.3. СТРАТЕГІЯ І СТИЛЬ ПОВЕДІНКИ У КОНФЛІКТНІЙ СИТУАЦІЇ

Для урегулювання конфлікту важливо знати його причини, визначити інтереси учасників, обрати ефективні способи його подолання. За будь-яким конфліктом стоять інтереси людей, ось чому завжди слід з'ясувати, чи є у вас щось спільне в інтересах, незважаючи на конфліктну ситуацію.

Головна умова вирішення конфлікту — відверте й ефективне спілкування обох сторін. Успішно урегульований конфлікт сприяє поліпшенню психологічного клімату в колективі,

поглибленню взаєморозуміння. Досвід, набутий під час вирішення конфлікту, може бути використаний в інших конфліктних ситуаціях.

Добре, коли кожен із супротивників міг би, хоча б частково, повідомити іншого про таке:

- Що б я хотів зробити для подолання конфлікту?
- Чого я чекаю з боку іншого?
- На які наслідки я сподіваюсь?

Важливо правильно оцінити свої можливості, особисті властивості (свої слабкі і сильні сторони, стан, настрої), а також правильно оцінити можливі реакції, стани й особливості всіх учасників конфлікту.

Шляхи вирішення конфлікту:

1. З'ясуйте, чи є у вас щось спільне з конфліктуючою стороною? Необхідно проаналізувати, усвідомити, які існують розбіжності в особистих інтересах сторін стосовно загального інтересу. Слід обговорити, які можуть бути взаємні спільні кроки, щоб можна було подолати конфлікт.

2. Слід вести розмову чи переговори без образ, прагнути такої згоди, яка могла б максимально задовольнити інтереси кожної сторони.

3. Під час переговорів необхідно користуватися максимально об'єктивними і справедливими критеріями, показати, що ви не бажаєте зашкодити інтересам вашого партнера.

Коли людина знаходиться в конфліктній ситуації, їй необхідно обрати певний стиль поведінки. Стиль поведінки в конкретному конфлікті визначається тим, як саме людина хоче задовольнити власні потреби.

На поведінку людини в конфліктній ситуації впливають:

- глобальний інтерес;
- цілі найближчих і віддалених дій;
- оцінка свого становища;
- оцінка своїх шансів на успіх;
- аналіз інтересів суперника;
- уявлення про мету, способи дій протилежної сторони;
- уявлення про загальні перспективи тощо.

У 1972 році дослідники Кеннет У. Томас та Ральф Х. Кілмен розробили п'ять основних стилів поведінки вирішення конфлікту (табл. 7.1).

Стилі поведінки в конфліктній ситуації

Стиль поведінки	Характеристика поведінки
1	2
Стиль конкуренції	Використовує людина, яка не дуже зацікавлена у співробітництві з іншими людьми. Вона намагається задовольнити власні інтереси, не враховуючи інтереси інших, спонукаючи їх приймати власне вирішення проблем. Для досягнення своєї мети така людина використовує свої вольові якості. Цей шлях ефективний, коли людина має певну владу. Але це вкрай неефективний метод розв'язання особистих конфліктів
Стиль ухилення	Використовує людина, яка не відстоює свої права, не співпрацює ні з ким для знаходження рішення проблеми чи просто ухиляється від вирішення конфлікту. Цей тип поведінки має різні прояви: «грюкання дверима», «мовчазний бунт» тощо. Якщо причина, що викликала конфлікт, значуща для сторін, то ймовірність його розв'язання не тільки знижується, а й часто наближається до негативних наслідків
Стиль пристосування	Використовує людина, коли діє сумісно з іншою, не намагаючись відстоювати власні інтереси. К. Томас говорить, що людина діє у такому стилі, коли «жертвує» своїми інтересами на користь іншої людини, поступаючись їй чи жалючі її. Це тип поведінки, коли перемога віддається опонентові без будь-якого опору та з явним програшем зі свого боку. Наслідки такого типу поведінки виявляються і в результатах діяльності — кожна поступка викликає нові домагання, і стосовно особистості — на таку людину не зважають, її не поважають
Стиль співробітництва	Використовує людина, коли бере активну участь у вирішенні конфлікту та відстоює свої інтереси, але при цьому намагається співпрацювати з іншою людиною. Цей стиль особливо ефективний, коли сторони мають різні приховані потреби. Тут буває важко визначити джерело незадоволення. Співробітництво є дружнім, мудрим підходом до вирішення завдання визначення та задоволення інтересів обох сторін.

1	2
	Однак обидві сторони мусять витратити на це деякий час, зуміти пояснити свої бажання, виразити потреби, вислухати одна одну, а потім напрацювати альтернативні варіанти вирішення проблеми. Це здійснюється шляхом переговорів
Стиль компромісу	Використовує людина, коли дещо поступається своїми інтересами, щоб задовольнити їх частково, інша сторона робить те саме. Компроміс досягається на більш поверхневому рівні в порівнянні зі співробітництвом. Цей тип поведінки вважається ефективним, коли обидві сторони мають однакову владу і взаємовключні інтереси. У такий спосіб свідомо діють лише тоді, коли людину влаштовує тимчасове рішення і тимчасова користь. Поступаючись, погоджуючись чи «жертвуючи» своїми інтересами на користь іншої людини, можна пом'якшити конфліктну ситуацію й установити гармонію

Кожен із цих стилів поведінки в конфліктній ситуації ефективний тільки за певних умов і жоден із них не може бути виділений як найкращий. Треба вміти адекватно використовувати конкретні обставини. Для того щоб вибір поведінки був усвідомленим, підпорядкованим досягненню мети, необхідно знати всі можливості. Найкращий підхід визначається конкретною ситуацією.

Якщо знайдена правильна стратегія поведінки у конфліктній ситуації, відносини зберігаються, сторони отримують повне або часткове задоволення інтересів. У цьому разі конфлікт вважається вичерпаним.

ТЕМИ РЕФЕРАТИВ І ПОВІДОМЛЕНЬ

1. Психологічна сумісність і конфлікт у міжособистісних стосунках.
2. Правила поведінки в умовах конфлікту.
3. Методи урегулювання конфліктів і запобігання їм.

4. Методи зняття психологічної напруги в умовах конфлікту.
5. Роль конфліктів у розвитку суспільної моралі.
6. Вплив конфліктів на професійну діяльність фахівців фармацевтичного сектора.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПІДГОТОВКИ ТА КОНТРОЛЮ

1. Які причини викликають конфліктні ситуації?
2. Які існують типи конфліктів?
3. Які прояви внутрішньоособистісного конфлікту?
4. Між представниками яких типів темпераменту найчастіше можуть виникати конфлікти? Чому?
5. Опишіть найбільш типові конфлікти у вашому житті, класифікуйте їх приводи, причини та характерні для вас стратегії поведінки в конфлікті.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

1. Емельянов, С. М. Практикум по конфликтологии / С. М. Емельянов. — СПб. : Питер, 2000. — 368 с.
2. Ильин, Е. П. Психология общения и межличностных отношений / Е. П. Ильин. — СПб. : Питер, 2009. — 576 с.
3. Кайдалова, Л. Г. Професійна підготовка майбутніх фахівців фармацевтичного профілю у вищих навчальних закладах : монографія / Л. Г. Кайдалова. — Х. : НФаУ, 2010. — 364 с.
4. Кайдалова, Л. Г. Психологія спілкування : навч. посіб. / Л. Г. Кайдалова, Л. В. Пляка. — Х. : НФаУ, 2011. — 132 с.
5. Конфліктологія: підручник / Л. М. Герасіна, М. І. Панов, Н. П. Осіпова та ін.; за ред. Л. М. Герасіної та М. І. Панова. — Х. : Право, 2002. — 256 с.
6. Кудін, А. В. Психологія вирішення конфліктів: навч. посіб. / А. В. Кудін. — Х. — К., 2006. — 320 с.
7. Максименко, С. Д. Технологія спілкування / С. Д. Максименко, М. М. Заброцький. — К. : Главник, 2005. — 112 с.
8. Нагаєв, В. М. Конфліктологія: курс лекцій / В. М. Нагаєв. — К.: Центр навч. літ., 2004. — 198 с.

9. Професійне спілкування фахівців фармації: посібник / Л. Г. Кайдалова, Н. В. Альохіна, Л. В. Пляка, Н. В. Шварц. — Х. : НФаУ, 2013. — 82 с.

10. Психологія: учебник / под ред. А. А. Крылова. — М.: ПБОЮЛ М. А. Захаров, 2001. — 548 с.

11. Рогов, Е. И. Психология общения / Е. И. Рогов. — М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2007. — 335 с.

12. Скібська, Л. І. Конфліктологія: навч. посіб. / Л. І. Скібська. — К. : Центр навч. літ., 2007. — 384 с.

13. Трухін, І. О. Соціальна психологія спілкування: навч. посіб. / І. О. Трухін. — К.: Центр навч. літ., 2005. — 336 с.

14. Цимбалюк, І. М. Психологія спілкування: навч. посіб. — 2-ге вид., випр. та доп. — К. : Професіонал, 2007. — 464 с.

15. Філоненко, М. М. Психологія спілкування : підручник / М. М. Філоненко. — К. : Центр навч. літ., 2008. — 224 с.

ТЕМА 8. ПРОФЕСІЙНЕ СПІЛКУВАННЯ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ФАХІВЦІВ

8.1. СПІЛКУВАННЯ В УМОВАХ АПТЕЧНОГО ЗАКЛАДУ

Потреба людини у спілкуванні зумовлена способом її буття та необхідністю взаємодії в процесі діяльності. Будь-яка спільна діяльність, передусім трудова, не може здійснюватися успішно, якщо між тими, хто її виконує, не будуть налагоджені відповідні контакти та взаєморозуміння.

Спілкування і взаємодія з людьми складають основний зміст роботи фармацевтів, провізорів, клінічних провізорів, провізорів-косметологів. Воно відбувається в межах різноманітних професійних дій типу «людина — людина», а саме:

— спілкування з відвідувачами аптеки, які звернулися з метою придбання ліків;

— консультативна бесіда з хворими;

— бесіда з лікарями з метою пропагування нових фармацевтичних препаратів;

— спілкування з колегами.

Під час спілкування провізора з відвідувачем аптечного закладу враховуються всі чинники позитивного впливу на співрозмовника: мова, манера одягатися, виховання, професійні навички, вміння пояснити, комунікабельність, тактовність, ерудиція та ін.

Отже, сприйняття людиною іншої людини і формування першого враження про неї — це початковий етап спілкування. Перше враження складається упродовж перших трьох секунд. На основі цього враження ми приймаємо рішення, чи спілкуватися нам з цією людиною, чи можна їй довіряти, чи подобається вона нам. Змінити враження, що склалося в перші хвилини спілкування, дуже складно (табл. 8.1).

Таблиця 8.1

Етапи професійного спілкування провізора з відвідувачем аптеки

Етапи спілкування	Дії провізора
Установлення контакту з відвідувачем аптеки	Вітання відвідувача. Діалог з відвідувачем аптеки. Запитання для визначення проблеми, стану здоров'я відвідувача аптеки. Визначення особливостей, індивідуальних переваг відвідувача
Консультування. Надання пропозицій щодо лікарського препарату	Пропонування відвідувачу декількох препаратів відповідно до його переваг та особливостей. Професійне обґрунтування запропонованих ліків. Інформування про правила застосування та зберігання ліків
Додаткова співбесіда з відвідувачем аптеки	У разі незадоволення потреби продовження консультації та надання рекомендацій щодо лікарських препаратів
Завершення діалогу з відвідувачем аптеки	Переконання в задоволенні потреби відвідувача. Упаковування та видача товару. Подяка за покупку та побажання здоров'я

Для ефективного спілкування з відвідувачами провізор передусім повинен мати позитивний настрій. Позитивний настрій — це внутрішня позиція, ставлення до людей і до роботи. Якщо настрій позитивний, є бажання допомогти, то й людині стає краще.

У професійній діяльності фармацевтичних фахівців важливим для ефективного спілкування є встановлення контакту. У процесі діяльності перед очима фармацевтичного працівника проходять сотні людей, що відрізняються один від одного. Спостерігаючи за ними, фармацевтичний працівник повинен навчитися за допомогою зовнішніх ознак проникати в глибини людського характеру, оцінювати невербальні ознаки стану пацієнта (вираз обличчя, жести, позу, міміку, тон голосу та ін.). Це необхідно йому для того, щоб у процесі фармацевтичного обслуговування відвідувачів бути готовим до несподіваних вчинків, вимог та прохань. Коли провізор відповідає на запитання відвідувача, пов'язані з лікуванням, виникають партнерські взаємовідносини, що характеризуються довірою і взаємним бажанням досягнення максимального ефективного результату.

Зауважимо, що участь провізора в консультуванні відвідувачів позитивно впливає на застосування ліків. Необхідно пам'ятати, що хворим властиві роздратованість, підвищена вимогливість і вразливість. Тому під час спілкування з ними слід виявляти максимум чуйності, уваги і такту. Провізору необхідно слідкувати за своїми жестами та мімікою, оскільки хворі надзвичайно чутливі до проявів недобррозичливості. Привітне звертання, увага, передбачливість, бажання полегшити хворобу впливають на зміцнення авторитету працівників аптеки.

Провізор має подолати бар'єри в спілкуванні з пацієнтом, пов'язані з його освітою, соціально-економічним і культурним рівнем, інтересами та звичками. Нерідко і слово лікує, тому важливо думати не тільки що, але і як сказати. Необмірковані слова можуть підірвати довіру хворого до провізора, завдати психічної травми, що стане причиною захворювання. Крім того, відвідувач має бути впевненим в конфіденційності обговорюваної з провізором інформації. Провізор повинен використовувати під час спілкування доступні слова й уникати медичних термінів. Ефективне професійне спілкування відбувається лише тоді, коли отримувач інформації чує і розуміє те, що йому розповідають. Це можна досягти методом «активного слухання», коли пацієнт повторює інформацію. Необхідно говорити зрозуміло і в міру голосно, а літнім людям основні положення необхідно повторювати кілька разів.

Слухання є складним процесом, який вимагає значних психологічних енерговитрат, певних навичок і загальної комунікативної культури.

Уміння слухати є важливою складовою професійної комунікативної компетентності провізора. Це означає, що співрозмовник може вільно розповідати проблему і бути впевненим в індивідуальній увазі. Провізор (фармацевт) повинен зосередитися на співрозмовникові й не відвертати уваги. При цьому він може зробити уточнення і бути уважним до відповідей відвідувача аптеки на запитання. Спілкування має носити позитивний характер, можна вдаватися до перефразування слів співрозмовника, повторюючи їх у зрозумілій хворому формі. Переривання чи демонстрація відсутності зацікавленості, невдоволення послаблюють довіру відвідувача аптеки і знижують готовність обговорювати проблему, а також купувати ліки. Провізор повинен підтримувати правильні рішення співрозмовника, демонструючи при цьому зацікавленість і повагу до його думки.

Під час спілкування відвідувач аптеки має відчувати, що запитання провізора викликані лише бажанням надати йому допомогу. Для досягнення співпраці провізор пояснює причину, чому він ставить особисті запитання.

Психологи встановили, що людина запам'ятовує тільки 1/5 від почутого, тому провізору необхідно чітко, а іноді й двічі, пояснити спосіб і час прийому ліків. У розмові з хворим необхідно уникати зайвих слів, загальних фраз, складних і наукових термінів, довгих речень; слід чітко висловлювати власну думку.

Манера розмовляти, як і вміння підтримувати бесіду, має важливе значення при спілкуванні людей. У жодному разі непотрібно довго говорити самому, не даючи співрозмовнику вставляти слова. Якщо відвідувачем аптеки є хвора людина, то необхідно розмовляти переконливо, не підвищувати голос, не виявляти роздратованості, неповаги до стану хворого.

Як свідчать спостереження, підвищилась відповідальність працівника аптеки. Це вимагає установалення довірливого контакту з відвідувачем, бо він чекає на довіру, повагу, інтерес до себе. Хворий зазвичай знаходиться в пригніченому стані, хвороба та пов'язані з нею прояви нервують хворого,

роблять його вразливим та дратівливим. Жестом, мімікою та словами працівник аптеки демонструє, що проблеми хворого (відвідувача аптеки) йому не байдужі. У таких ситуаціях провізор (фармацевт) розвіює думки хворого, завойовує його довіру. Тому дуже важливо фармацевтичним працівникам знайти підхід до кожної людини, встановити контакт, налаштувати співрозмовника на діалог тощо.

Проведений нами аналіз основних причин відвідувань аптек пацієнтом (відвідувачем аптеки) дозволив згрупувати їх таким чином:

1) зустріч із найбільш доступним фахівцем і можливість обговорити з ним проблеми здоров'я самого відвідувача чи його рідних, знайомих тощо;

2) отримання професійної інформації і консультації з різних питань щодо лікарських засобів, а також збереження та профілактика здоров'я, гігієна, бажання здорового способу життя тощо;

3) пошук та вибір найкращого (з погляду відвідувача) рішення з усунення проблеми, пов'язаної зі здоров'ям самого відвідувача чи близької йому людини;

4) прийняття рішення про вибір лікарського засобу;

5) придбання лікарського засобу та відвідування лікаря у разі потреби (для уточнення схеми лікування, призначення лікарського препарату, виписування препарату та ін.).

Спілкування у професійній діяльності фармацевтичних фахівців — це процес установалення і розвитку контактів між людьми, зумовлений потребами суспільної діяльності; полягає в обміні інформацією, напрацюванні єдиної стратегії, сприйнятті іншої людини.

Взаємовідносини фармацевтичного працівника з колегами будуються на морально-етичних принципах поваги, розуміння, терпіння, доброзичливості, розуміння інших людей, поваги до наставників, старших колег, корпоративної солідарності тощо.

Безумовно, невисокий рівень комунікативної компетентності, вмінь та навичок ділового спілкування негативним чином впливає на ефективність професійної діяльності фахівців фармацевтичної галузі.

Однією з головних функцій провізора, клінічного провізора, провізора-косметолога є фармацевтична опіка (відповідальність провізора перед конкретним пацієнтом за результат лікування лікарськими засобами). Вона базується на ставленні, поведінці, функціональних обов'язках, етиці, знанні й досвіді фармацевтичного працівника. Він може надати пацієнту допомогу в розпізнанні симптомів хвороби, рекомендації про лікарське чи якесь інше лікування. Для цього необхідно встановити доброзичливий контакт між відвідувачем аптеки і провізором.

Головними ознаками спілкування провізорів на суб'єкт-суб'єктному ґрунті є особистісна орієнтація співрозмовників, а саме: готовність бачити і розуміти співрозмовника, проникати у світ почуттів і переживань, готовність стати на позицію співрозмовника. Це спілкування відбувається за законами взаємної довіри, коли партнери дослухаються один до одного, поділяють почуття, співпереживають.

Вже перший погляд працівника аптеки, спрямований на відвідувача, має сприяти встановленню контакту. Спокійний, уважний та привітний погляд, посмішка є запрошенням до спілкування. За допомогою цих нескладних прийомів провізор без зайвих слів дає зрозуміти відвідувачу, що він готовий надати йому необхідну допомогу у вирішенні проблеми.

Для успішного спілкування з відвідувачами аптеки провізору необхідно:

— усвідомлювати свої професійні обов'язки та мати можливість їх добре виконувати, приймати співрозмовників такими, якими вони є;

— намагатися точно й адекватно орієнтувати свою мову на конкретну особистість;

— не обмежувати спілкування лише інформативною функцією;

— слухати і чути співрозмовника;

— враховувати особливості кожної людини, її психологічний стан у зв'язку з дією чинників зовнішнього середовища;

— викликати довіру до себе;

— уникати конфліктів, штампів і шаблонів, виявляти ініціативу, не критикувати;

— готуватися як до колективного спілкування, так і до індивідуального;

— слідкувати за мовленням.

Психологічними особливостями роботи фахівців аптечних закладів із відвідувачами та медичними працівниками є:

— обмеження в часі, що вимагає від фахівця швидкого налаштування на співрозмовника, зокрема на особливості його сприйняття;

— низький рівень обізнаності споживачів лікарських засобів із механізмом їхньої дії та правилами застосування;

— незначний рівень обізнаності медичних працівників із широтою асортименту лікарських засобів;

— відсутність гарантії задовільного психологічного стану партнера (наявність станів агресії чи депресії).

Чинники позитивного впливу на співрозмовника: мова, манера одягатися, виховання, професійні вміння, навички, вміння пояснити, комунікабельність, тактовність, ерудиція тощо.

8.2. ПРАВИЛА СПІЛКУВАННЯ ТЕЛЕФОНОМ

У наш час телефон — не лише один із найефективніших засобів зв'язку, а й спосіб налагодження офіційних ділових контактів між установами, спосіб підтримання приватних стосунків між людьми. По телефону здійснюються переговори, домовляються про важливі ділові зустрічі, вирішують численні оперативні питання, що виникають у ході професійної діяльності, надають консультації, звертаються із проханнями, запрошеннями, висловлюють подяки, вибачення.

Телефонна розмова — один із різновидів усного мовлення, що характеризується специфічними ознаками, зумовленими екстрамовними причинами.

Уміння фахівця фармацевтичної галузі розмовляти по телефону впливає на його особистий авторитет і авторитет аптечного закладу. Перш ніж телефонувати, слід підготуватися до розмови. Для цього необхідно відповісти собі на такі запитання: «Чого я хочу досягти (встановлення загальної і проміжної мети розмови)? Кому я хочу зателефонувати? Коли я телефонуватиму? Які запитання я хочу поставити?»

Які документи мені стануть у нагоді? Які документи можуть знадобитися моєму партнерові?».

Під час телефонної розмови співрозмовники не бачать один одного й не можуть скористатися невербальними засобами спілкування, тобто передати інформацію за допомогою міміки, жестів, відповідного виразу обличчя, сигналів очима тощо (відсутність візуального контакту між співрозмовниками). Оскільки для телефонної розмови існує обмеженість у часі, то вона не може бути надто тривалою.

Специфіка телефонної розмови полягає в тому, що передача інформації відбувається лише вербально. Тому необхідно чітко промовляти слова, інтонацією голосу передавати свої емоції співрозмовнику. По телефону слід розмовляти середнім за силою голосом. Оскільки по телефону голос часто здається зміцненим, а окремі звуки нечіткими, треба намагатися говорити не дуже швидко й якомога чіткіше; говорити в мікрофон телефонної трубки — інакше співрозмовник буде погано вас чути; тон розмови має бути спокійним, витриманим, ввічливим.

Оскільки ділові партнери часто спочатку знайомляться заочно, по телефону, дуже важливо справити на співрозмовника добре враження.

Слід пам'ятати, що надто тривалі службові розмови — це прояв неповаги до тих, хто чекає на звільнення телефону. Розмова по телефону не має перетворюватись на монолог: обговорюючи багатоаспектне питання, слід передавати інформацію частинами, при нагоді частіше робити паузи, щоб міг долучитися співрозмовник.

Етика телефонної розмови передбачає ввічливість і доброзичливість тону. По телефону не варто говорити занадто голосно, так само й пошепки. І хоча розмову з незнайомою людиною спланувати досить важко, однак і ця розмова має відбуватися згідно із загальними вимогами: взаємне знайомство, уведення співрозмовника в курс справи, обговорення проблеми, лаконічність висловлювань, точність формулювань, чіткість дикції, завершальні слова.

Загалом уміння вести телефонну ділову розмову значною мірою полягає якраз у тому, щоб своєчасно зробити паузу й тим самим дати можливість співрозмовникові висловити своє

ставлення до питання, що обговорюються. Ініціатива закінчення розмови належить тому, хто телефонував, але якщо співрозмовник значно старший за віком або службовим становищем, слід дати можливість закінчити розмову йому.

Якщо співробітника, якого просять до телефону, немає на місці, а питання, яке порушує адресант, може вирішити інший співробітник аптечного закладу, потрібно запросити його або дати відповідний номер телефону.

Якщо сталося роз'єднання з технічних причин, відновлює зв'язок той, хто зателефонував.

На помилковий дзвінок реагуйте ввічливо, за власний помилковий дзвінок вибачайтеся.

Правила ведення телефонної розмови:

— привітайтеся, назвіть організацію, яку ви представляєте, а також своє прізвище, ім'я та по батькові;

— якщо телефонуєте у важливій справі, запитайте спочатку, чи є у вашого співрозмовника достатньо часу для розмови;

— попередньо напишіть перелік питань, котрі необхідно з'ясувати, і тримайте цей перелік перед очима упродовж усієї бесіди:

— не закінчуйте розмову першим: завжди закінчує розмову той, хто телефонує.

Якщо телефонують вам:

— старайтеся якомога швидше зняти трубку й назвіть організацію, яку ви представляєте;

— у разі потреби занотуйте ім'я, прізвище та контактний телефон співрозмовника;

— розмовляйте тактовно, ввічливо: демонструйте розуміння сутності проблеми того, хто телефонує;

— не кладіть несподівано трубку, навіть якщо розмова є нецікавою, нудною та надто тривалою для вас.

Не варто телефонувати в особистих справах зі службового телефону, а в службових справах недоречно телефонувати додому тій особі, котра має їх виконати (розв'язати). У разі, якщо вам телефонують на роботу в особистих справах, відповідайте, що ви неодмінно зателефонуєте після роботи.

Культура ведення телефонної розмови — ознака загальної культури людини. Напрацювання принципів поведінки

у телефонному спілкуванні, дотримання соціально-психологічних вимог телефонного етикету не тільки характеризує фармацевтичного фахівця як енергійного та цілеспрямованого, а й реально допомагає у виконанні функціональних обов'язків.

8.3. ПСИХОЛОГІЧНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ФАХІВЦЯ ФАРМАЦІЇ

Професійну діяльність провізора неможна розглядати відокремлено від професійного спілкування, ефективність якою залежить від розвитку певних компетентностей.

Психологічними вимогами, що висуваються до аптечних працівників є: урівноваженість, зібраність, гострота сприйняття, швидкість реагування, гарна пам'ять, увага і спостережливість. Психологічна компетентність є складовою психологічної культури майбутнього фахівця.

Соціально-психологічна культура майбутнього провізора передбачає наявність у нього певних професійних поглядів і переконань, настанов на емоційно-позитивне ставлення до відвідувача аптеки, до хворої людини, незалежно від його особистісних якостей і цілий комплекс умінь та навичок, необхідних для спілкування.

Психологічна компетентність може бути охарактеризована через ефективність, конструктивність діяльності, що ґрунтується на психологічних знаннях і вміннях, означає ефективне використання знань та умінь для вирішення завдань та проблем. Психологічна компетентність передбачає використання власного досвіду, суспільно-історичного досвіду та досвіду інших людей. Разом з тим компетентність передбачає відмову від прямого копіювання чужого досвіду, норм, традицій, зразків, свободу від стереотипів, настанов.

Отже, психологічна компетентність виявляється у поведінці, цінностях, мисленні, моральних принципах, світоглядних настановах і є, на наш погляд, обов'язковою для працівників аптечних установ.

Соціальна компетентність тлумачиться так: соціальний — міжособистісний, компетентність від лат. *compete* — зустріч, тому соціальна компетентність — міжособистісні відносини.

Німецькі психологи У. Пфінгстен і Р. Хінтч трактують соціальну компетентність як володіння когнітивними, емоційними і моторними способами поведінки, які в певних ситуаціях сприяють тривалому сприятливому співвідношенню позитивних і негативних наслідків.

Р. Ульріх і Р. Ульріх де Мюнк розробили концепцію, в якій сформульовано деякі характеристики соціально-компетентної людини. Як вважають дослідники, соціально-компетентна людина має володіти такими здібностями:

- ✓ приймати рішення стосовно самої себе і прагнути до розуміння власних почуттів і вимог;
- ✓ забувати несприятливі почуття й власну невпевненість;
- ✓ уявляти, як необхідно досягати цілей найбільш ефективно;
- ✓ правильно розуміти бажання, очікування і вимоги інших людей, зважувати і враховувати їх права;
- ✓ аналізувати сферу, визначену соціальними структурами й установами, роль їх представників і використовувати ці знання у своїй поведінці;
- ✓ уявляти, як з урахуванням конкретних обставин і часу поводити себе, беручи до уваги інших людей, обмеження соціальних структур й особисті вимоги.

Соціальна компетентність трактується В. Куніциною як система знань про соціальну діяльність і про себе, система складних соціальних умінь і навичок взаємодії, сценаріїв поведінки в типових соціальних ситуаціях, що дозволяють швидко й адекватно адаптуватися, приймати рішення, діяти за принципом «тут, зараз і найкращим способом». Автор вважає соціальну компетентність оперативним поняттям, котре має часові й історичні межі, а основними функціями — соціальну орієнтацію, адаптацію, інтеграцію загальносоціального й особистого досвіду.

Навчання та існування в соціальному середовищі формує певні соціальні компетенції; життєвий особистий досвід забезпечує формування певного рівня компетентностей. Поведінка і діяльність об'єднують людей у соціальні групи, де мають місце взаємини особисті та між членами колективу, згуртованість, прийняття спільних рішень, психологічна сумісність людей тощо. Людина є соціально-компетентною, якщо

її індивідуальні здібності та навички відповідають вимогам міжособистісної ситуації, якщо вона здатна розуміти інших людей.

Соціальну компетентність можна також розглядати як особистісну зрілість, уміння аналізувати життєві ситуації в аспекті діяльності соціальних інституцій та установ та використовувати ці вміння й здатності у власній поведінці.

Соціальні компетентності, пов'язані з оточенням, життям суспільства, соціальною діяльністю особистості: здатність до співпраці, уміння розв'язувати проблеми в різних життєвих ситуаціях, навички взаєморозуміння, соціальні й громадянські цінності й уміння, комунікативні навички, мобільність у різних соціальних умовах, уміння визначати особисті ролі в суспільстві тощо.

ТЕМИ РЕФЕРАТІВ ТА ПОВІДОМЛЕНЬ

1. Психологічні особливості відвідувача аптеки.
2. Види та характеристики соціальних ролей.
3. Ефекти міжособистісного сприйняття.
4. Зовнішній вигляд фармацевтичного фахівця.
5. Культура мови ділової людини.
6. Психологічні прийоми впливу на партнера.
7. Спілкування телефоном.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПІДГОТОВКИ ТА КОНТРОЛЮ

1. Які психологічні особливості характерні для професійної діяльності провізора у безпосередньому контакті з відвідувачами аптек?

2. Зазначте, на що саме в інформаційному повідомленні провізора насамперед буде спрямована увага холерика, сангвініка, флегматика, меланхоліка та людини урівноваженого типу.

3. Охарактеризуйте особливості механізмів соціального сприйняття, зокрема таких: переваги, привабливості та ставлення до нас.

4. Охарактеризуйте особливості механізмів міжособистісного спілкування, зокрема таких, як емпатія, ідентифікація, рефлексія.

5. Яке значення має прояв емпатії, зокрема у професійному спілкуванні фармацевтичного фахівця?

6. На що насамперед слід звертати увагу, оцінюючи психологічний стан партнера по спілкуванню, і як це може вплинути на тактику поведінки фармацевтичного фахівця?

7. Які вимоги до розвитку окремих рис особистості фахівця можна зазначити, щоб сприяти удосконаленню його професійної майстерності?

8. У чому полягають особливості розмови по телефону?

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

1. Андреева, Т. Є. Етика та психологія ділових відносин : навч. посіб. / Т. Є. Андреева. — Х. : Бурун Книга, 2004. — 144 с.

2. Ильин, Е. П. Психология общения и межличностных отношений / Е. П. Ильин. — СПб. : Питер, 2009. — 576 с.

3. Кайдалова, Л. Г. Професійна підготовка майбутніх фахівців фармацевтичного профілю у вищих навчальних закладах : монографія / Л. Г. Кайдалова. — Х. : НФаУ, 2010. — 364 с.

4. Кайдалова, Л. Г. Психологія спілкування : навч. посіб. / Л. Г. Кайдалова, Л. В. Пляка. — Х. : НФаУ, 2011. — 132 с.

5. Кайдалова, Л. Г. Психологія: навч.-метод. посіб. / Л. Г. Кайдалова, Н. В. Альохіна, Л. В. Пляка. — Х. : НФаУ, 2013. — 237 с.

6. Максименко, С. Д. Технологія спілкування / С. Д. Максименко, М. М. Заброцький. — К. : Главник, 2005. — 112 с.

7. Професійне спілкування фахівців фармації: посібник / Л. Г. Кайдалова, Н. В. Альохіна, Л. В. Пляка, Н. В. Шварп. — Х. : НФаУ, 2013. — 82 с.

8. Фармацевтическая опека : курс лекций для провизоров и семейных врачей / И. А. Зупанец, В. П. Черных, С. Б. Попов и др. — Х. : Фармитэк, 2006. — 536 с.

9. Філоненко, М. М. Психологія спілкування : підручник / М. М. Філоненко. — К. : Центр навч. літ., 2008. — 224 с.

10. Phingsten U., Hintesch R. Gruppentraining sozialer Kompetenzen. — Weinheim: Psychologies Verlag Union, 1991. — Р. 61.

ТЕМА 9. ЕТИКА ТА КУЛЬТУРА СПІЛКУВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

9.1. Етика спілкування як прояв культури почуттів

Етика (грец. *ethos* — звичай) — наука про мораль, моральність. Найважливішими категоріями етики є «добро», «зло», «справедливість», «благо», «відповідальність», «обов'язок», «совість» тощо.

Життя людини минає у постійній взаємодії, спілкуванні з іншими людьми. Для того щоб контакти не призводили до конфліктів, не порушували соціальної рівноваги, щоб повсякденне спілкування було гармонічним, приємним і корисним, з давніх-давен люди створювали правила етикету. Само слово «етикет» увійшло в міжнародний лексикон з часу правління французького короля Людовіка XIV.

Етикет (слово фр. поход., означає «ярлик») — норма поведінки: правила чемності й увічливості, заведені в суспільстві.

Етикет — явище історичне. На його формування впливали звичаї і традиції народів, рівень розвитку моралі. Правила поведінки людей змінювалися зі змінами умов життя, конкретного соціального середовища.

У період Середньовіччя законодавцем етикету була церква, пізніше ця функція поступово перейшла до світського товариства. Батьківщиною світського етикету вважають Італію, бо саме в цій країні, починаючи з XI ст., правила поведінки стали суворо регламентуватися.

Етикет виник у період зародження абсолютних монархій. Дотримуватися певних правил поведінки, церемоніалу було необхідно для звеличення царських осіб, фараонів, імператорів, ханів, королів, царів, князів, принців, герцогів. Від дотримання правил часто залежала не лише кар'єра, але й життя людини. Так було в Стародавньому Єгипті, Китаї, Римі, Золотій Орді. У 1709 р. Петро Великий видав наказ, відповідно до якого підлягав покаранню кожний, хто поведився «у порушення етикету». Порушення етикету призводило до ворожнечі між племенами, народами і навіть до воєн. Особливо суворо дотримувалися і дотримуються правил етикету в країнах Далекого і Близького Сходу.

Однією з перших книг з етикету було видання «Інструкції з поведінки», написане в Єгипті у 2350 році до н.е. У 1204 році для церковних діячів іспанським священиком Педро Альфонсо був написаний трактат про поведінку «Дисципліна клерикаліс». На основі цієї книги пізніше виходять посібники з етикету в Англії, Голландії, Франції, де розкриваються правила поведінки за столом, порядок ведення бесід та прийому гостей.

Кодекс прийнятих норм поведінки розкривав тенденції розвитку суспільства: звичаї життя, світогляд людей, класові розбіжності. Згодом з'явився не лише побутовий етикет, але й політичний. Він регулював зовнішнє життя суспільства — взаємовідносини з іншими державами.

Коли визначають основні ознаки етикету, частіше за все відмічають його універсальність, тобто можливість застосовувати правила ввічливості не тільки в міжнародному спілкуванні, але й у себе вдома, на вулиці, у своїй рідній країні. Правила етикету виникли у зв'язку з необхідністю впорядкувати спілкування людей, зробити його більш організованим, приємним і гарним. Найважливіша ознака етикету — вміння володіти собою, вгамовувати свої інстинкти та пристрасті.

Знання етикету — необхідна професійна якість фахівця. Успіх будь-якої аптеки багато в чому залежить від здібностей її працівників, від їхнього уміння спілкуватись, культури поведінки, етикету.

До морально-етичних норм відносять: турботу, повагу людської гідності, повагу до людської особистості, доброчинність, справедливість, порядність, культуру поведінки тощо.

Регуляторами ділових стосунків є етичні норми, в яких виражено наше уявлення про добро і зло, справедливість та несправедливість, правильність або неправильність вчинків людей. Спілкуючись у діловому співробітництві, кожен фахівець спирається на ці уявлення, але залежно від того, як людина розуміє моральні норми, може зробити ділове спілкування більш ефективним, а може й ускладнити його або навіть зробити неможливим.

Етика ділових відносин, або ділова етика — система універсальних і специфічних вимог та норм поведінки, які реалізуються у професійній діяльності.

Знання етикету — це:

— необхідна професійна якість, яку потрібно здобувати і постійно удосконалювати;

— ключові умови для успішної роботи в будь-якій організації;

— основа успіху фахівця фармацевтичної галузі.

До етики ділових відносин належать:

— етична оцінка внутрішньої та зовнішньої політики організації;

— моральні принципи членів організації;

— моральний клімат в організації;

— норми ділового етикету;

— правила вербального етикету.

Діловий етикет фахівців фармацевтичної галузі визначає взаємовідносини між співробітниками усередині установи, між працівниками установи й відвідувачами аптек, між провізорами та лікарями.

Фармацевтична етика — сукупність моральних норм поведінки фармацевтичних працівників у процесі виконання ними службових обов'язків стосовно суспільства, клієнта, один до одного.

Провізор має бути ввічливим і тактовним. Зміст ввічливості — доброзичливість, коректність або уміння тримати себе завжди в межах пристойності, навіть у конфліктній ситуації. Тактовність — почуття міри, перевищивши яке, можна образити людину.

У міжнародній сфері діловий етикет у цілому дотримується норм і традицій. Сучасний етикет успадковує звичай практично всіх народів. У своїй основі ці правила поведінки є загальними, оскільки вони дотримуються не лише представниками якогось певного суспільства, але й представниками найрізноманітніших соціально-політичних систем, існуючих у сучасному світі.

Вербальний етикет полягає у формах і манері мови, словникового запасі, тобто в усьому стилі мови, прийнятому у спілкуванні певного кола ділових людей.

Етика ділових відносин передбачає дотримання певних правил:

- високий рівень компетентності, професійної підготовки, авторитетність;

- уміння ділового спілкування;

- дотримання об'єктивності, поваги та доброзичливого ставлення до колег;

- користування службовим телефоном;

- уміння ділового листування;

- непримиренність до байдужості в роботі;

- ввічлива поведінка, доречна люб'язність, товариське ставлення;

- доброзичливість у суперечці, неприпустимість особистих образ супротивника;

- уміння довести правоту не владою, а аргументами;

- здатність уважно вислуховувати співрозмовника;

- здатність ніколи не піддаватись миттєвому роздратуванню;

- здатність до почуття гумору, вміння цінувати його в інших;

- неприпустимість нетактовності: вона ранив того, хто її собі дозволяє;

- уміння бути уважним до чужої думки, навіть якщо вона хибна.

Етика та етикет службових взаємовідносин зобов'язують провізорів бути однаково ввічливими й уважними до будь-якого співрозмовника, щиро готовими взяти участь у вирішенні проблем, що виникають. Від того, як кожен працівник аптеки ставиться до людей, залежить імідж аптеки. Думка відвідувача аптеки про окремого працівника може стати думкою про аптеку взагалі.

9.2. ПРОФЕСІЙНА МОРАЛЬ

Об'єктом діяльності професій лікаря, провізора, косметолога, маркетолога, вчителя, судді та ін. є людина. Представникам цих професій треба не тільки знати, але й діяти відповідно до моральних принципів. Ці професії виникли дуже давно і з їх появою пов'язано поняття професійної моралі. І хоча деякі професії, скажімо, косметолог, провізор, менеджер або маркетолог, з'явилися не так давно, проте успішність їх діяльності цілком залежить від дотримання ними моральних норм та принципів.

Мораль (лат. *moralis* — моральний) — система етичних цінностей, спосіб регуляції взаємодії між людьми в процесі спілкування.

Норми моралі виражаються в загальних уявленнях, заповідях, принципах щодо того, як треба поводитися. Мораль завжди припускає наявність взірця для наслідування, зміст якого змінюється в різні історичні епохи й у різних народів.

Професійна мораль — те, що конкретизує загальнолюдські моральні цінності (норми, принципи, поняття) у конкретних професіях.

Професійна етика передбачає такі моральні обов'язки, в яких віддзеркалюється ставлення представника певної професії до об'єкта праці, колег за професією, партнерів, до суспільства загалом. Це усвідомлення власної моральної відповідальності й готовність фахівця виконувати професійний обов'язок.

Від професійного такту залежать відносини з іншими людьми, вирішення питань під час ділового спілкування.

9.3. ЗАГАЛЬНІ ЕТИЧНІ ПРИНЦИПИ І ПРАВИЛА СПІЛКУВАННЯ ФАХІВЦІВ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Фахівці фармацевтичної галузі — це професіонали, які працюють у сфері охорони здоров'я та допомагають людям зберігати задовільний стан здоров'я, запобігати хворобам, за необхідності купувати призначені їм ліки і найбільш ефективно їх використовувати. Їхня діяльність має на меті забезпечення населення і конкретно кожної людини всіма товарами аптечного асортименту, надання науково-консультаційних

послуг медичному персоналу, окремим громадянам з питань вибору найбільш ефективних та безпечних лікарських засобів і предметів аптечного асортименту, способів їх зберігання, порядку придбання тощо.

Працівники аптек мають формувати в собі культуру спілкування, дотримуватись принципів професійної етики і деонтології.

З урахуванням державної політики в охороні здоров'я, національних традицій лікарського забезпечення та наукових фармацевтичних шкіл, рекомендацій Міжнародної федерації фармацевтів (МФФ) та досвіду інших країн в Україні прийнятий Етичний кодекс фармацевтичних працівників України.

Головні обов'язки фармацевта:

- ✓ піклуватися про благополуччя кожного пацієнта;
- ✓ бути об'єктивним;
- ✓ ставити інтереси пацієнта вище за особисті або комерційні (також і фінансові);
- ✓ сприяти праву пацієнта мати доступ до безпечного та ефективного лікування.

У власній професійній практиці фахівець фармацевтичної галузі повинен уважно ставитись до кожної людини. Зобов'язаний не розповсюджувати інформацію, яка вказує на особу пацієнта, без отримання його згоди або без вагомих підстав. Виконувати свої професійні завдання з повагою до життя людини, охороняти здоров'я суспільства та кожної окремої особи. Аптечний працівник має виявляти однакову зацікавленість до всіх своїх пацієнтів, утримуватись від будь-яких вчинків та дій, що можуть викликати негативне ставлення до фармацевтичної професії, навіть якщо це не пов'язано з його практичною діяльністю.

Взаємовідносини фармацевтичного працівника і лікаря мають будуватися на взаємній повазі та довірі. Фармацевтичний працівник не повинен допускати нетактовних висловів на адресу лікаря. У фармацевтичного працівника та лікаря є спільна мета — зберегти здоров'я пацієнта.

У житті завжди були і залишаються стосунки, які забезпечують найвищу ефективність у виконанні професійних функцій. Так фахівці фармацевтичної галузі мають зберегти

найбільш оптимальні форми взаємодії та правила поведінки з відвідувачами аптек, колегами, лікарями, представниками фармацевтичних фірм та ін.

Діловий етикет провізора вимагає особливої поведінки у спілкуванні з клієнтами. Хто б не прийшов до аптеки, провізору потрібно виявити максимальний інтерес і готовність допомогти. Розмовляти слід чомно, спокійно, керувати своїми емоціями та почуттями в конфліктних ситуаціях, необхідно зберігати такт, терпіння, ввічливість щодо відвідувача аптеки. Дотримання правил поведінки з незнайомими людьми — це ознака респектабельності фахівця, його вихованості й впевненості в своїх діях.

Культура поведінки в діловому спілкуванні провізорів не уявляється без дотримання правил вербального (мовного) етикету, пов'язаного з формами і манерами мови, словниковим запасом, знанням назв фармацевтичних препаратів. Вона передбачає наявність таких рис характеру, як терпимість, доброзичливість, повага до людей, тактовність, чесність тощо. У діловій розмові провізор повинен вміти дати відповідь на будь-яке запитання співрозмовника. Нічого не відповісти — неввічливо.

Поради професора В. І. Шульженка провізорам:

1. Нерідко до аптеки телефонують нервові люди і в різкій формі висловлюють свої зауваження. Наберіться терпіння і не відповідайте тим самим; намагайтесь зрозуміти мотиви поведінки співрозмовника, навіть тоді, коли ставиться під сумнів ваша професійна компетентність.

2. Необхідно пам'ятати, що телефон підкреслює недоліки мови. Швидка чи повільна мова ускладнює сприйняття інформації. Особливо слідкуйте за мовою, називаючи лікарські засоби.

3. Якщо людина, що зателефонувала до аптеки, задає вам декілька запитань, послідовно закінчуйте відповідь на одне і переходьте до відповіді на наступне. Намагайтесь відокремлювати одне запитання від іншого за допомогою стандартних фраз, наприклад: «Отже, з цим лікарським засобом ми з вами все вирішили?», «Чи можу я вважати, що стосовно цього лікарського засобу у вас більше немає запитань?».

Розмова за кожною темою має закінчуватись запитанням, що вимагає конкретної відповіді.

4. Починаючи розмову, не слід задавати запитання «З ким я розмовляю?» чи «Що вам потрібно?».

5. Слід уникати висловів, які можуть вплинути на імідж вашої аптеки: «Я не знаю». Якщо ви не спроможні дати відповідь співрозмовнику на поставлене запитання, краще йому сказати: «Це одне з тих питань, яке вимагає особливої уваги. Дозвольте, я з'ясую його спеціально для вас».

Діловий етикет вимагає особливої поведінки в спілкуванні з відвідувачами аптек. Якщо клієнтів багато, то звичайно передусім намагаються обслуговувати жінок і літніх людей. Але в будь-якому разі з відвідувачами аптек треба бути гарним психологом. Завжди треба пам'ятати про головний принцип, що клієнт — найдорожча і найбажаніша людина в аптеці.

ТЕМИ РЕФЕРАТІВ ТА ПОВІДОМЛЕНЬ

1. Етика спілкування як прояв культури почуттів.
2. Правила етикету.
3. Толерантність як принцип ділового спілкування.
4. Моральні еталони і зразки поведінки.
5. Спілкування і манера поведінки.
6. Спілкування з іноземними партнерами.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПІДГОТОВКИ ТА КОНТРОЛЮ

1. Дайте визначення поняттям «етика», «спілкування», «ділове спілкування», «етика ділового спілкування».
2. Яка, на вашу думку, роль етики в діловому спілкуванні?
3. Коли і чому виник етикет у суспільстві?
4. Дайте характеристику правилам вербального етикету.
5. Етичні норми і принципи в діловому спілкуванні.
6. Дайте характеристику правилам ділового листування.
7. Охарактеризуйте роль етикету і культури поведінки в роботі фармацевтичного працівника.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

1. Андреева, Т. Є. Етика та психологія ділових відносин : навч. посіб. / Т. Є. Андреева. — Х. : Бурун Книга, 2004. — 144 с.
2. Кайдалова, Л. Г. Професійна підготовка майбутніх фахівців фармацевтичного профілю у вищих навчальних закладах : монографія / Л. Г. Кайдалова. — Х. : НФаУ, 2010. — 364 с.
3. Кайдалова, Л. Г. Психологія спілкування : навч. посіб. / Л. Г. Кайдалова, Л. В. Пляка. — Х. : НФаУ, 2011. — 132 с.
4. Максимов, Б. В. Психология бизнеса и предпринимательства : учеб. пособ. / Б. В. Максимов. — К. : Професіонал, 2005. — 256 с.
5. Професійне спілкування фахівців фармації: посібник / Л. Г. Кайдалова, Н. В. Альохіна, Л. В. Пляка, Н. В. Шварп. — Х. : НФаУ, 2013. — 82 с.
6. Цимбалюк, І. М. Психологія спілкування: навч. посіб. — 2-ге вид., випр. та доп. — К.: Професіонал, 2007. — 464 с.
7. Фармацевтическая опека : курс лекций для провизоров и семейных врачей / И. А. Зупанец, В. П. Черных, С. Б. Попов и др. — Х. : Фармитэк, 2006. — 536 с.
8. Філоненко, М. М. Психологія спілкування : підручник / М. М. Філоненко. — К. : Центр навч. літ., 2008. — 224 с.
9. Шеламова, Г. М. Деловая культура и психология общения: учебник / Г. М. Шеламова. — 3-е изд., доп. — М. : Академия, 2004. — 160 с.



ДОДАТКИ

ТЕСТ «ВИЗНАЧЕННЯ ТЕМПЕРАМЕНТУ ОСОБИСТОСТІ» (за методикою Г. Айзенка)

Інструкція. Вам пропонується 57 запитань. На кожне з них відповідайте тільки «так» або «ні». Не витрачайте час на обговорення запитань, тут не може бути хороших або поганих відповідей, оскільки це не перевірка розумових здібностей.

Запитання

1. Чи часто ви відчуваєте потребу в нових враженнях для того, щоб відчути збудження, здобути нові почуття?
2. Чи часто ви маєте потребу в друзях, котрі вас зрозуміють, зможуть підбадьорити або втішити?
3. Ви людина безтурботна?
4. Чи не вважаєте ви, що вам важко відповідати «ні»?
5. Чи розмірковуєте перед тим, як що-небудь зробити?
6. Якщо ви пообіцяєте що-небудь зробити, чи завжди ви виконуєте свої обіцянки (незалежно від того, зручно вам це зробити чи ні)?
7. Чи часто у вас трапляються спади і піднесення настрою?
8. Як правило, ви робите та говорите швидко, не задумуючись?
9. Чи часто ви відчуваєте себе людиною нещасною без достатніх на те причин?
10. Чи зробили б ви все, що завгодно на парі?
11. Чи виникає у вас почуття несміливості та зніяковілості, коли хочете почати розмову із симпатичною (-ним) незнайомкою (незнайомцем)?
12. Чи часто ви непокоїтесь через те, що зробили чи сказали що-небудь таке, чого не слід було робити або говорити?
13. Вам більше до вподоби читання книжки, ніж спілкування з людьми?
14. Чи часто ви втрачаєте самовладання, дратуєтесь, сердитесь?
15. Чи часто ви дієте під впливом хвилинного настрою?
16. Чи легко вас образити?

17. Вам до вподоби часто бувати в компаніях?
18. Чи виникають у вас думки, які ви не маєте бажання розкривати іншим?
19. Чи вірно, що ви іноді настільки енергійні, що у вас все «горить у руках», а іноді ви пасивні, безініціативні?
20. Ви віддаєте перевагу небагатом друзям, але найближчих вам?
21. Чи часто ви мрієте, фантазуєте?
22. Коли вас лають, ви відповідаєте так само?
23. Чи часто вас турбує почуття провини?
24. Чи всі ваші звички добрі та бажані?
25. Чи здатні ви дати волю своїм почуттям і від душі розважитися у компанії?
26. Ви вважаєте себе людиною збудженою та чутливою?
27. Чи вважають вас людиною енергійною та веселою?
28. Чи часто буває, що зробивши яку-небудь справу, ви відчуваєте, що змогли б зробити її краще?
29. Ви більше мовчите, коли перебуваєте у товаристві інших людей?
30. Ви інколи пліткуєте?
31. Чи трапляється так, що ви не можете заснути через те, що різні думки «лізуть» вам у голову?
32. Якщо ви бажаєте дізнатись про що-небудь, то краще прочитаете про це в книжці, ніж спитаєте?
33. Чи буває у вас серцебиття?
34. Чи подобається вам робота, яка вимагає у вас постійної уваги?
35. Чи бувають у вас напади тремтіння?
36. Чи завжди ви платили б за перевезення багажу на транспорті, якщо б не побоювались перевірки?
37. Вам неприємно перебувати в товаристві, де кепкують один з одного?
38. Чи дратівливі ви?
39. Чи подобається вам робота, яка потребує швидкості дії?
40. Чи хвилюєтесь ви через які-небудь неприємні події, які могли б відбутися?
41. Чи повільна, некваплива ваша хода?
42. Ви коли-небудь спізнавались на побачення або на роботу?

43. Чи часто вам сняться жахи?
44. Чи вірно те, що ви так любите поговорити, що ніколи не пропустите нагоду поспілкуватися з незнайомою людиною?
45. Чи турбують вас які-небудь болі?
46. Чи відчували б ви себе досить нещасною людиною, якби тривалий час не мали можливості спілкуватися з людьми?
47. Чи можете ви себе назвати нервовою людиною?
48. Чи є серед ваших знайомих люди, які вам явно не до вподоби?
49. Чи можете ви назвати себе досить упевненою людиною?
50. Чи легко ви ображаєтесь, коли люди вказують на ваші особисті помилки у роботі?
51. Чи вважаєте ви, що важко отримати справжню насолоду від вечірки?
52. Чи турбує вас відчуття, що ви чимось гірші за інших?
53. Чи зуміли б ви внести позбавлення в нудну компанію?
54. Чи трапляється так, що ви говорите про речі, на яких не знаєтесь?
55. Чи турбуєтесь ви про своє здоров'я?
56. Чи любите ви кепкувати з інших?
57. Чи страждаєте ви від безсоння?

Обробка результатів:

Екстраверсія: знаходять суму відповідей «так» на запитання 1, 3, 8, 10, 13, 17, 22, 25, 27, 39, 44, 46, 49, 53 і відповідей «ні» на запитання 5, 15, 20, 29, 32, 34, 37, 41, 51.

Якщо сума балів становить 0-10, то ви інтроверт, замкнуті в межах власного внутрішнього світу.

Якщо сума балів становить 15-24, то ви екстраверт, товариська людина, звернені до зовнішнього світу.

Якщо сума балів становить 11-14, то ви амбіверт, спілкуєтесь, коли вам це потрібно.

Нейротизм: знаходять кількість відповідей «так» на запитання 2, 4, 7, 9, 11, 14, 16, 19, 21, 23, 26, 28, 31, 33, 35, 38, 40, 43, 45, 47, 50, 52, 55, 57.

Якщо кількість відповідей «так» становить 0-10, ви емоційно стійкі.

Якщо кількість відповідей «так» становить 11-16, то ви емоційно вразливі.

Якщо кількість відповідей «так» становить 17-22, то у вас виявляються окремі ознаки розладнання нервової системи.

Якщо кількість відповідей «так» становить 23-24, то у вас наявний невротизм, який межує з патологією, можливий зрив, невроз.

Брехня: *знаходять суму балів відповідей «так» на запитання 6, 24, 36 і відповідей «ні» на запитання 12, 18, 30, 42, 48, 54.*

Якщо кількість балів становить 0-3, то це норма людської брехні, відповідям можна довіряти.

Якщо кількість балів становить 4-5, то ваша чесність піддається сумніву.

Якщо кількість балів становить 6-9, то ваші відповіді недостовірні.

Якщо відповідям можна довіряти, то за отриманими даними будують графік. На графіку ваш тип темпераменту може бути представлений за чотирма нижченаведеними варіантами.

Сангвінік-екстраверт — стабільна особистість, соціальна; вибагливий до зовнішнього світу, товариський, іноді балакучий, безтурботний, веселий, любить лідерство, має багато друзів, життєрадісний.

Холерик-екстраверт — нестабільна особистість; необразливий, збуджений, нестриманий, агресивний, імпульсивний, оптимістичний, активний, але працездатність і настрої нестабільні, циклічні; у ситуації стресу схильний до істерико-психопатичних реакцій.

Флегматик-інтроверт — стабільна особистість; неквапливий, спокійний, пасивний, незворушний, обережний, задумливий, мирний, стриманий, надійний; спокійний у відносинах, здатний витримувати тривалі незгоди без зривів здоров'я і настрою.

Меланхолік-інтроверт — нестабільна особистість; тривожний, песимістичний, стриманий зовні, але в душі дуже емоційний, чуттєвий, переживає, схильний до тривоги, депресій, суму і печалі; у напружених ситуаціях можливий зрив або погіршення діяльності (стрес кролика).

ТЕСТ «ЧИ ВМІЄТЕ ВИ СЛУХАТИ»

Уміння слухати є критерієм комунікабельності. Дослідження свідчать, що не більше 10% людей уміють вислухати співрозмовника. Вважається, що при встановленні контакту провідна роль належить тому, хто розмовляє. Проте аналіз спілкування свідчить, що слухач далеко не остання ланка в цьому ланцюзі. Щоб перевірити, вмієте ви слухати, чи ні, пропонуємо скористатися тестом.

Відзначте ситуації, що викликають у вас незадоволення, прикрість чи роздратування під час розмови з будь-якою людиною: чи це ваш товариш, співробітник, безпосередній керівник, чи лише випадковий співрозмовник.

Відповівши на запитання, підведіть підсумки: підрахуйте відсоток ситуацій, які викликають прикрість і роздратування.

1. Співрозмовник не дає мені висловитися, у мене є що сказати, але не має можливості.
2. Співрозмовник постійно перебиває мене під час розмови.
3. Співрозмовник інколи дивиться на мене під час розмови, а я не впевнений, чи слухає він мене.
4. Розмова з таким партнером нерідко викликає почуття марно витраченого часу.
5. Співрозмовник постійно метушиться: олівець і папір захоплюють його більше, ніж мої слова.
6. Співрозмовник ніколи не посміхається. У мене виникає почуття тривоги.
7. Співрозмовник завжди відповідає мені запитаннями і коментарями.
8. Щоб не висловив, співрозмовник завжди охолоджує мій запал.
9. Співрозмовник постійно намагається спростувати мене.
10. Співрозмовник вкладає у мої слова інший зміст.
11. На мої запитання співрозмовник виставляє контрзапитання.

12. Інколи співрозмовник перепитує мене, роблячи вигляд, що не розчув.
13. Співрозмовник, не дослухавши до кінця, перебиває мене лише для того, щоб погодитися.
14. Співрозмовник зосереджено займається стороннім: бавиться цигаркою, протирає скельця окулярів тощо, і я твердо впевнений, що він при цьому неухвально.
15. Співрозмовник сам доходить висновку замість мене.
16. Співрозмовник завжди намагається вставити слово в мою розповідь.
17. Співрозмовник дивиться на мене уважно, не моргаючи.
18. Співрозмовник дивиться на мене, ніби оцінюючи. Це турбує мене.
19. Коли я пропоную що-небудь нове, співрозмовник говорить, що і він думає так.
20. Співрозмовник переграє, показуючи, що цікавиться розмовою, занадто часто киває головою, охає і підтакує.
21. Коли я говорю про серйозне, співрозмовник вставляє смішні історії, жарти, анекдоти.
22. Співрозмовник часто дивиться на годинник під час розмови.
23. Коли я вхожу до кабінету, співрозмовник кидає усі справи і всю увагу звертає на мене.
24. Співрозмовник поводить себе так, ніби я заважаю йому робити що-небудь важливе.
25. Співрозмовник вимагає, щоб усі погоджувалися з ним.
26. Будь-яке його висловлювання завершується запитанням: «Ви так само думаєте?» чи «Ви не згодні?»

Обробка результатів

Отже, якщо відсоток ситуацій, які викликають у вас прикристь і роздратування, складає:

70-100% — ви поганий співрозмовник. Вам необхідно працювати над собою і вчитися слухати.

40-70% — вам притаманні деякі недоліки. Ви критично ставитесь до висловлювань, вам ще бракує деяких позитивних якостей співрозмовника: уникайте поспішних висновків, не загострюйте увагу на манері говорити, шукайте прихований зміст сказаного, не монополізуйте розмову.

10-40% — ви хороший співрозмовник, проте інколи не приділяєте партнеру повної уваги. Повторюйте ввічливо його висловлювання, дайте час розкрити свою думку повністю, пристосуйте свій темп мислення до його мови і можете бути впевненим, що спілкуватися з вами буде ще приємніше.

0-10% — ви чудовий співрозмовник. Ви вмієте слухати, ваша манера спілкування може стати прикладом для людей, які вас оточують.

ТЕСТ «УПЕВНЕНІСТЬ У СОБІ»

Порядок виконання:

Відповідаючи на запитання, виберіть відповідно а, б, в, г, д, е:

1. Ви дізналися, що знайомий говорив про вас не зовсім приємне. Як ви вчините?

- а) поговорите з ним про це;
- б) перестанете з ним спілкуватися.

2. При вході у трамвай (автобус, метро) вас брутально штовхають у бік, ви:

- в) намагаєтеся пробитися вперед;
- е) чекаєте поки пройдуть;
- а) уголос протестуєте.

3. Під час спору ви зауважуєте, що співрозмовник має свою точку зору, ви:

- б) намагаєтеся не підштовхувати його до відмови від своєї думки;
- д) спробуєте переконати співрозмовника в тому, що ви маєте рацію.

4. Ви спізнилися на нараду. Усі місця вже зайняті, за винятком одного в першому ряду, ви:

- б) стоїте у глибині приміщення;
- е) шукаєте інший стілець;
- д) без коливання прямуєте у перший ряд.

5. Чи не здається вам, що ви занадто часто перепрошуєте?

е) так;

д) ні.

6. Чи важко вам почати розмову з незнайомою людиною?

е) так;

д) не дуже.

7. У магазині самообслуговування ви не знайшли потрібного товару. Чи незручно вам іти з пустими руками?

б) так;

а) ні.

8. На роботі збирають гроші у зв'язку з якимсь випадком, ви:
- в) відразу даєте певну суму;
 - а) чекаєте поки вас попросять;
 - г) вам приємно, що вас просять про такі речі.

9. Від вас вимагають послуги, що може завдати вам неприємності. Чи легко вам відмовитися?
- в) так;
 - б) ні.

10. У вас є нагода поговорити з відомою людиною, ви:
- д) використовуєте можливість;
 - е) відмовляєтеся.

11. Вас забули занести до списку на заохочення, хоча ви заслуговуєте на це, ви:
- б) нічого не робите;
 - е) зустрічаєтеся зі співрозмовником для пояснення.

Обробка результатів

Перечитайте відповіді, відмічені буквами і запишіть їх у стовпчик. Перемножте бали на зазначені коефіцієнти й одержите загальний результат:

$a \times 3 =$	$b \times 5 =$	$d \times 4 =$
$b \times 0 =$	$c \times 2 =$	$e \times 1 =$

Інтерпретація результатів:

38-42 бали — ступінь упевненості завищений.

30-37 балів — високий.

26-29 балів — середній.

25 і менше — низький.

Показник нижче 27 свідчить про необхідність негайно взятися за самовиховання.

ТЕСТ «САМООЦІНКА»

Поміркуйте над запропонованими твердженнями, вказавши за чотирибальною шкалою своє ставлення до них, а саме:

Я думаю про це:

дуже часто — 4 бали

часто — 3 бали

інколи — 2 бали

рідко — 1 бал

ніколи — 0

1. Мені хочеться, щоб мої товариші підбадьорювали мене.
2. Постійно відчуваю свою відповідність за роботу.
3. Я піклуюся про своє майбутнє.
4. Більшість мене ненавидять.
5. Я володію меншою ініціативою, ніж інші.
6. Я піклуюся про свій психічний стан.
7. Я боюся здаватися дурнем.
8. Зовнішній вигляд інших кращий, ніж мій.
9. Я боюсь виступати з промовою перед незнайомими людьми.
10. Я часто припускаюся помилок.
11. Шкода, що мені не вистачає впевненості в собі.
12. Мені б хотілося, щоб мої дії частіше погоджувалися з іншими.
13. Шкода, що я не вмію як слід говорити з людьми.
14. Я занадто скромний (скромна).
15. Моє життя марне.
16. Більшість людей невірної думки щодо мене.
17. Мені ні з ким поділитися своїми думками.
18. Люди багато чекають від мене.
19. Люди не особливо цікавляться моїми досягненнями.
20. Я трохи хвилююсь.
21. Я відчуваю, що більшість людей не розуміє мене.
22. Я не почуваю себе в безпеці.
23. Я нерідко хвилююсь даремно.
24. Я почуваю себе незручно, коли заходжу до кімнати, де вже сидять люди.

25. Я почуваю себе скуто.
26. Я відчуваю, що люди говорять про мене за мою спиною.
27. Я впевнений(на), що люди майже все сприймають легше, ніж я.
28. Мені здається, що зі мною має відбутися якась неприємність.
29. Мене хвилює, як люди ставляться до мене.
30. Шкода, що я не такий товариський.
31. У суперечках я висловлююся лише тоді, коли впевнений(на), що маю рацію.
32. Я думаю про те, чого від мене чекає товариство.

Якщо ви набрали:

від 0 до 25 балів — ви в основному впевнені у своїх діях.

від 26 до 45 балів — середній рівень самооцінки.

від 46 балів і вище — низький рівень самооцінки (переживання з приводу критичних зауважень на свою адресу, сумнів у правильності своїх дій).

ТЕСТ «РІВЕНЬ САМОКОНТРОЛЮ» (за методикою М. Снайдера)

Уважно прочитайте десять речень, які описують реакції на деякі ситуації. Кожне з них оцініть як правильне чи неправильне для себе. Правильне позначте літерою **П**, а неправильне — літерою **Н**.

1. Мені здається важким мистецтво наслідування звичок інших людей.
2. Я, мабуть, міг (могла) би склеїти дурника, щоб привернути увагу або розважити оточення.
3. Із мене міг (могла) би вийти непоганий (непогана) актор (акторка).
4. Іншим людям іноді здається, що я переживаю щось глибше, ніж це є насправді.
5. У компанії я рідко опиняюсь у центрі уваги.
6. У різних ситуаціях і в спілкуванні з різними людьми я часто поведжуся по-різному.
7. Я можу відстоювати тільки те, в чому щиро впевнений(на).
8. Щоб досягти успіху в справах й у спілкуванні з людьми, я намагаюсь бути таким (такою), яким (якою) мене бачать бачити.
9. Я можу бути дружнім (дружньою) з людьми, які мені не подобаються.
10. Я не завжди такий (така), яким (якою) видаюсь.

Обробка результатів

*Оцінюємо отримані відповіді: по одному балу нараховується за відповідь **Н** на запитання 1, 5, 7 і за відповідь на запитання **П** — на усі інші. Потім слід порахувати суму балів. Далі за класифікатором визначте ваш нинішній рівень самоконтролю у спілкуванні.*

0-3 бали — низький комунікативний контроль, тобто ваша поведінка стійка і ви не вважаєте за потрібне змінюватись залежно від ситуації. Ви здатні до щирого розкриття у спілкуванні, тому дехто вважає вас «незручним» через вашу прямолінійність.

4-6 балів — середній комунікативний контроль. Ви щирі, але нестримані у своїх емоційних проявах, однак у своїй поведінці зважаєте на оточення.

7-10 балів — високий комунікативний контроль. Ви легко входите в будь-яку роль, гнучко реагуєте на зміну ситуації, добре відчуваєте і можете передбачати враження, яке справляєте на оточення.

ТЕСТ «ЧИ СХИЛЬНІ ВИ ДО СТРЕСУ»

Відзначте запитання, яке вам найбільше підходить за принципом: «так — ні».

1. а) Чи властиве вам відчуття конкурентності й агресивності в роботі, відносинах із протилежною статтю?
б) Якщо особа протилежної статі не відразу відповідає вам взаємністю, чи здаєтеся ви?
в) Чи стараєтеся ви уникнути будь-якої конфронтації?
2. а) Чи честолюбні ви, чи хочете чогось досягти?
б) Чи чекаєте ви, що з вами що-небудь відбудеться?
в) Чи шукаєте ви причину, щоб відкласти виконання яких-небудь справ?
3. а) Чи подобається вам робити усе швидко, чи часто ви буваєте нетерплячі?
б) Чи чекаєте ви, щоб хтось підштовхнув вас до дії?
в) Чи забуваєте ви про події робочого дня, коли приходите додому?
4. а) Чи говорите ви дуже швидко і дуже голосно? Ви дуже категоричні і перебиваєте при розмові інших?
б) Чи можете ви абсолютно спокійно змиритися з відповіддю «немає»?
в) Чи важко вам висловити свої почуття і тривоги?
5. а) Чи швидко вам стає нудно?
б) Чи подобається вам нічого не робити?
в) Ви завжди пристосовуєтесь до бажань інших, а не до власних?
6. а) Ви швидко ходите, їсте, п'єте?
б) Якщо забуваєте щось зробити, чи спокійно до цього ставитесь?
в) Ви стримуєте свої почуття?

Відповіді «ні» до уваги не беруться; враховуються тільки відповіді «так»: 6 балів за кожну відповідь (а); 4 бали за кожну відповідь (б); 2 бали за кожну відповідь (в).

24-36 балів — ви дуже легко впадаєте у стан стресу.

18-24 бали — ви не схильні до стресового стану.

12-18 балів — ваша пасивність є джерелом стресу для оточення.

ТЕСТ «ДІАГНОСТИКА ТИПОВИХ СПОСОБІВ ПОВЕДІНКИ В КОНФЛІКТНИХ СИТУАЦІЯХ» (за методикою К. Томаса)

Для виявлення домінантних стилів поведінки в конфліктній ситуації слід заповнити опитувальник, що складається з набору альтернативних суджень (а і б). У кожному випадку слід уважно ознайомитись із ними, вибрати те, що більшою мірою відповідає тому, як ви зазвичай дієте.

Опитувальник

1. а) Інколи я дозволяю іншим узяти на себе відповідальність за вирішення питання, що викликає суперечку.
б) Замість обговорення того, у чому наші позиції не збігаються, я намагаюся звернути увагу на те, із чим ми обидва погоджуємося.
2. а) Я намагаюся знайти компромісне рішення.
б) Я намагаюся владнати ситуацію з урахуванням інтересів іншої людини та моїх власних.
3. а) Як правило, я наполегливо досягаю свого.
б) Іноді я жертвую власними інтересами заради інтересів іншої людини.
4. а) Я намагаюся знайти компромісне рішення.
б) Я намагаюся не зачепити почуття іншої людини, не образити її.
5. а) Уладнюючи суперечливу ситуацію, я завжди намагаюся знайти підтримку в інших людей.
б) Я намагаюся зробити все, щоб уникнути марного напруження взаємин.
6. а) Я прагну уникнути неприємностей для себе.
б) Я прагну досягти свого.
7. а) Я намагаюся відкласти вирішення суперечливого питання, щоб свого часу вирішити його остаточно.
б) Я вважаю за можливе поступитися в чомусь, щоб домогтися свого в іншому.

8. а) Як правило, я наполегливо домагаюся свого.
б) Насамперед я прагну виявити всі суперечливі питання та зачеплені інтереси.
9. а) Вважаю, що не завжди варто хвилюватися через суперечки, що виникли.
б) Я намагаюся домогтися свого.
10. а) Я твердо прагну домогтися свого.
б) Я намагаюся знайти компромісне рішення.
11. а) Насамперед я прагну виявити всі суперечливі питання та зачеплені інтереси.
б) Я намагаюся заспокоїти іншого і передусім зберегти стосунки.
12. а) Я часто уникаю займати позицію, яка б могла викликати суперечку.
б) Я даю змогу іншій людині в чомусь залишитися при своїй думці, якщо вона також іде назустріч мені.
13. а) Я пропоную щось середнє.
б) Я наполягаю, щоб усе було по-моєму.
14. а) Я повідомляю іншого про свою точку зору і запитую, що думає з цього приводу він.
б) Я намагаюся показати іншому логіку та перевагу моєї позиції.
15. а) Я намагаюся заспокоїти іншого і передусім зберегти наші стосунки.
б) Я намагаюся зробити все, щоб уникнути марного напруження взаємовідносин.
16. а) Я намагаюся не зачепити почуття іншої людини, не образити її.
б) Як правило, я намагаюся переконати іншого в перевагах моєї позиції.
17. а) Я намагаюся домогтися свого.
б) Я намагаюся зробити все, щоб уникнути марного напруження взаємовідносин.
18. а) Якщо для іншої людини це дуже важливо, я дозволю їй наполягти на своєму.
б) Я даю змогу іншій людині в чомусь залишитися при своїй думці, якщо вона також іде назустріч мені.

19. а) Насамперед я прагну виявити всі суперечливі питання та зачеплені інтереси.
б) Я прагну відкласти вирішення суперечливого питання, щоб свого часу вирішити його остаточно.
20. а) Я пробую зразу подолати наші розбіжності.
б) Я прагну знайти найкраще поєднання втрат і здобутків для нас обох.
21. а) Я прагну бути уважним до інтересів та слів іншого.
б) Я завжди схильний до прямого обговорення проблеми.
22. а) Я пробую знайти середню позицію між моєю та тією, яку займає інша людина.
б) Я обстоюю власну позицію.
23. а) Як правило, я намагаюся вдовольнити бажання кожного з нас.
б) Інколи я дозволяю іншим узяти на себе відповідальність за вирішення питання, що викликає суперечку.
24. а) Якщо для іншого його позиція є дуже важливою, я намагаюся йти йому назустріч.
б) Я намагаюся схилити іншу людину до компромісу.
25. а) Я пробую переконати іншого у своїй правоті.
б) Я намагаюся бути уважним до аргументів іншого, враховувати його позицію.
26. а) Я пропоную, як правило, середню позицію.
б) Я майже завжди намагаюся вдовольнити інтереси кожного з нас.
27. а) Як правило, я намагаюся уникнути суперечок.
б) Якщо для іншого його позиція є дуже важливою, я намагаюся йти йому назустріч.
28. а) Я намагаюся домогтися свого.
б) Уладнуючи ситуацію, я, як правило, намагаюся знайти підтримку в іншого.
29. а) Я пропоную середню позицію.
б) Вважаю, що не завжди варто хвилюватися через суперечки, що виникли.
30. а) Я намагаюся не зачепити почуття іншої людини, не образити її.
б) Я завжди намагаюся знайти таку позицію в суперечці, щоб ми обоє досягли успіху.

Обробка результатів

Методика розрізняє п'ять можливих стилів поведінки особистості в конфліктній ситуації, а саме:

Змагання — коли людина активно дбає про власну мету і намагається за будь-яку ціну задовольнити власні інтереси, ігноруючи мету та інтереси іншої людини.

Співробітництво — коли партнери прагнуть знайти таке вирішення проблеми, при якому буде досягнута мета та задоволені потреби кожного.

Компроміс — коли партнери намагаються знайти задовільний баланс своїх інтересів та потреб.

Уникнення — коли людина відмовляється від взаємодії, розуміючи марність своїх зусиль, або ж відкладає взаємодію до кращих часів.

Пристосування — коли людина намагається створити умови для задоволення потреб партнера та досягнення ним своїх цілей.

Ключ до опитування:

Змагання — 3а, 6б, 8а, 9б, 10а, 13б, 14б, 16б, 17а, 22а, 25а, 28а.

Співробітництво — 2б, 5а, 8б, 11а, 14а, 19а, 20а, 21б, 23а, 26б, 28б, 30б.

Компроміс — 2а, 4а, 7б, 10б, 12б, 13а, 18б, 20б, 22а, 24б, 26а, 29а.

Уникнення — 1а, 5б, 7а, 9а, 12а, 15б, 17б, 19б, 21а, 23б, 27а, 29б.

Пристосування — 1б, 3б, 4б, 6а, 11б, 15а, 16а, 18а, 24а, 25б, 27б, 30а.

Коли обраний варіант відповіді збігається з ключем, то опитуваний отримує один бал. Потім знаходиться сума балів за кожним із можливих варіантів поведінки в конфліктній ситуації. Отримані кількісні показники порівнюються між собою для виявлення домінантних тенденцій поведінки людини в конфліктній ситуації.

ТЕСТ «НА ВИЯВЛЕННЯ КОМУНІКАБЕЛЬНОСТІ»

Цей тест запропонований В. Кан-Каліком і М. Нікандровим. Він виявляє, наскільки сформована потреба в спілкуванні. Дайте відповідь «так», «ні» чи «інколи» на такі запитання:

1. У вас призначена звичайна або ділова зустріч. Чи вибиває вас із колії очікування?
2. Чи не відкладаєте ви візит до лікаря доти, доки терпіти далі стає неможливо?
3. Чи виникає у вас збентеження або невдоволення, коли вам доручають виступити з доповіддю, повідомленням, інформацією на якій-небудь нараді, зборах тощо?
4. Вам пропонують поїхати у відрядження до міста, де ви ніколи не були. Чи докладете ви максимум зусиль, щоб уникнути відрядження?
5. Чи любите ви ділитися своїми турботами з ким-небудь?
6. Чи дратує вас, якщо невідома людина на вулиці звернеться до вас із проханням показати дорогу, назвати час, відповісти на ще яке-небудь запитання?
7. Чи вірите ви в те, що існує проблема «батьків і дітей» і що людям різних поколінь важко порозумітися?
8. Чи соромитеся ви нагадати знайомому про те, що він забув повернути вам гроші, які позичив кілька місяців тому?
9. У ресторані або в їдальні вам подали явно недоброякісну страву. Чи промовчите ви?
10. Опинившись сам на сам із незнайомим, ви не почнете розмову; для вас буде обтяжливо, якщо це зробить він. Чи правда це?
11. Чи боїтеся ви брати участь у будь-якій комісії, що розглядає конфліктні ситуації?

12. У вас є власні, суто індивідуальні критерії оцінки творів мистецтва, літератури, культури і жодних «чужих» думок щодо цього ви не приймаєте. Чи це так?
13. Почувши де-небудь «у кулуарах» явно помилкову думку з добре відомого вам питання, ви швидше промовчите і не розпочнете дискусію?
14. Чи викликає у вас прикрі почуття прохання допомогти розібратися в тому чи іншому службовому чи побутовому питанні?
15. Ви охочіше висловлюєте свою точку зору (думку, оцінку) в письмовому вигляді, ніж в усній формі?

Обробка результатів

За кожне «так» нарахуйте собі 2 бали, «інколи» — 1 бал, «ні» — 0 балів. Підрахуйте загальну кількість набраних вами балів.

28-30 балів — ви явно некомунікабельні; це ваша біда, бо страждаєте від цього більше за все ви самі. Але й вашим близьким нелегко. На вас важко покладатися у справі, яка вимагає від виконавців колективних зусиль.

24-28 балів — ви відлюдні, мовчазні, віддаєте перевагу самотності, тому у вас, мабуть, мало друзів. Нова робота і необхідність нових контактів якщо й не викликають у вас паніки, то надовго виводять із рівноваги. Ви знаєте про особливість свого характеру і буваєте незадоволені собою. Але не обмежуйтеся тільки таким невдоволенням. Вам під силу змінити ці особливості характеру. Хіба не буває так, що при якомусь сильному захопленні ви раптом стаєте цілком комунікабельним?

19-23 бали — ви певною мірою комунікабельні і в незнайомих умовах почуваетесь цілком впевнено. Нові проблеми вас не лякають. І все таки із новими людьми ви зближуєтесь не зразу, в суперечках та дискусіях берете участь неохоче. У ваших висловлюваннях нерідко надто багато сарказму без жодних на те підстав.

14-16 балів — у вас нормальна комунікабельність, ви допитливі, охоче слухаєте цікавого співрозмовника, досить терплячі у спілкуванні з іншими. Відстоюєте свої погляди без запальності. На зустріч із новими людьми йдете без

неприємних переживань. У той же час ви не любите галасливих компаній, екстравагантність і багатослів'я вас дратують.

9-13 балів — ви дуже комунікабельні (інколи навіть понадміру). Допитливі, балакучі, любите висловлюватися з різних питань, що часом дратує тих, хто вас оточує. Охоче знайомитися з новими людьми, любите бути в центрі уваги, нікому не відмовляєте, якщо вас просять, хоча і не завжди можете виконати прохання. Часом спалахуєте, але швидко відходите. Чого вам не вистачає, так це посидючості, терпіння і відваги при зіткненні із серйозними проблемами. При бажанні, однак, ви можете змусити себе не відступати.

4-8 балів — ваша товарицькість переливається через край, ви завжди у курсі всіх справ. Любите брати участь у всіх дискусіях, хоча серйозні теми можуть викликати у вас мігрень або навіть хандру. Охоче висловлюєтеся з будь-якого питання, навіть якщо маєте про це поверхове уявлення. Всюди почуваете себе «у своїй тарілці». Беретеся за будь-яку справу, хоча зовсім не завжди можете успішно довести її до кінця. Через це керівники і колеги ставляться до вас з певною недовірою.

Менше 3 балів — ваша комунікабельність має хворобливий характер. Ви балакучі, багатослівні, втручаєтесь у справи, які вас зовсім не стосуються. Висловлюєте судження про проблеми, в яких зовсім не компетентні. Вільно чи невільно, ви часто буваєте причиною різних конфліктів у вашому оточенні. Запальні, нерідко буваєте необ'єктивним. Серйозна робота не для вас. Людям — і на роботі, і вдома, і взагалі всюди — важко з вами. Вам потрібно попрацювати над собою і своїм характером. Передусім виховуйте в собі терплячість і стриманість, з повагою ставтеся до людей і, нарешті, подумайте про своє здоров'я — такий «активний» стиль життя не минає безслідно.

ТЕСТ «ДІАГНОСТИКА РІВНЯ ЕМПАТИЧНИХ ЗДІБНОСТЕЙ»

Цей тест запропонований В. Бойко. Він виявляє показники окремих шкал і загальну суму рівня сформованості у вас емпатії. Дайте відповідь «так» чи «ні» на такі запитання:

1. Я маю звичку уважно вивчати обличчя і поведінку людей, щоб зрозуміти їхній характер, схильності, здібності.
2. Якщо оточення виявляє ознаки нервовості, я звичайно зберігаю спокій.
3. Я більше довіряю своєму розуму, ніж інтуїції.
4. Я вважаю цілком доречним для себе цікавитися домашніми проблемами товаришів на службі.
5. Я можу легко викликати довіру, якщо буде потрібно.
6. Зазвичай я з першої зустрічі знаходжу «споріднену душу» у новій людині.
7. Із цікавості я звичайно розпочинаю розмову з випадковими супутниками у потязі або літаку про життя, роботу, політику.
8. Я втрачаю душевний спокій, якщо інші люди чимось пригнічені.
9. Моя інтуїція — надійніший засіб розуміння інших людей, ніж знання або досвід.
10. Виявляти цікавість до внутрішнього світу іншої особистості — безтактно.
11. Часто своїми словами я кривджу близьких мені людей, не помічаючи цього.
12. Я легко можу уявити себе якоюсь твариною, відчуття її звички і стани.
13. Я інколи розмірковую про причини людських вчинків, які стосуються мене безпосередньо.
14. Я рідко переймаюся проблемами своїх друзів.
15. Зазвичай за кілька днів я відчуваю, що має щось статися з близькою мені людиною, і передчуття справджуються.

16. У спілкуванні з діловими партнерами звичайно намагаюся уникати розмов про особисте.
17. Іноді близькі дорікають мені в нечуйності, неуважності до них.
18. Мені легко вдається, наслідуючи людей, копіювати їхню інтонацію, міміку.
19. Мій зацікавлений погляд часто бентежить нових партнерів.
20. Чужий сміх звичайно захоплює мене.
21. Часто, діючи навмання, я знаходжу правильний підхід до людини.
22. Плакати від щастя нерозумно.
23. Я здатний повністю з'єднатися з коханою людиною, ніби розчинившись у ній.
24. Мені рідко зустрічалися люди, яких я розумів(ла) би без зайвих слів.
25. Я мимоволі або з цікавості часто підслуховую розмови сторонніх людей.
26. Я можу бути спокійним(ою), навіть якщо всі навколо мене хвилюються.
27. Мені простіше підсвідомо відчутти сутність людини, ніж зрозуміти її, «розклавши на полички».
28. Я спокійно ставлюся до дрібних неприємностей, що трапляються в когось із членів сім'ї.
29. Мені було б важко задушевно, довірливо розмовляти з настороженою, замкнутою людиною.
30. У мене творча натура — поетична, художня, артистична.
31. Я без особливого зацікавлення вислуховую сповіді нових знайомих.
32. Я хвилююся, якщо бачу людину, яка плаче.
33. Моє мислення більше вирізняється суворістю, послідовністю, конкретністю, ніж інтуїцією.
34. Коли друзі починають говорити про свої неприємності, я намагаюся перевести розмову на іншу тему.
35. Якщо я бачу, що в когось із близьких погано на душі, то зазвичай утримуюся від розпитувань.
36. Мені важко зрозуміти, чому дрібниці можуть так сильно засмучувати людей.

Обробка результатів

Нижче наведено шість шкал з номерами конкретних тверджень. Підрахуйте кількість відповідей, що відповідають «ключу» кожної шкали (кожна збіжна відповідь, з урахуванням знака, оцінюється балом), а потім визначте їх загальну суму:

1. Раціональний канал емпатії: +1, +7, — 13, +19, +25, -31
2. Емоційний канал емпатії: -2, +8, -14, +20, -26, +32
3. Інтуїтивний канал емпатії: -3, +9, +15, +21, +27, -33
4. Настанови, що сприяють емпатії: +4, -10, -16, -22, -28, -34
5. Проникна здатність до емпатії: +5, -11, -17, -23, -29, -35
6. Ідентифікація в емпатії: +6, +12, +18, -24, +30, -36

Раціональний канал емпатії характеризує спрямованість уваги, сприйняття та налаштованість людини на розуміння співрозмовника, на його стан, проблеми чи поведінку.

Емоційний канал емпатії фіксує здатність особистості співпереживати, співчувати.

Інтуїтивний канал емпатії дає можливість людині передбачати поведінку співрозмовників.

Настанови, що сприяють чи переважають емпатії.

Проникна здатність до емпатії дозволяє створювати атмосферу довіри, відкритості в процесі спілкування.

Ідентифікація в емпатії — це вміння поставити себе на місце іншого, зрозуміти партнера по спілкуванню.

Аналізуються показники окремих шкал і загальна сума рівня емпатії. Шкальні оцінки виконують допоміжну роль в інтерпретації основного показника — рівня емпатії. Сумарний показник теоретично може змінюватися в межах від 0 до 36 балів.

При сумарному показнику за всіма шкалами:

30 балів і більше — у людини дуже високий рівень емпатії.

29-22 — середній рівень емпатії.

21-15 — занижений рівень емпатії.

Менше 14 балів — дуже низький рівень емпатії.

Навчальне видання

Кайдалова Лідія Григорівна
Пляка Любов Володимирівна
Альохіна Наталія Вікторівна
Шаповалова Владислава Сергіївна

ПСИХОЛОГІЯ СПІЛКУВАННЯ

Навчальний посібник

Друге видання, перероблене і доповнене

Редактор *Н. І. Голубева*
Комп'ютерне верстання *О. М. Білинської*

Формат 60 × 84/16. Ум. друк. арк. 8,75. Тираж 350 пр. Зам. № 18.012.

Національний фармацевтичний університет
вул. Пушкінська, 53, м. Харків, 61002
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи серії ДК № 3420 від 11.03.2009.

Надруковано з готових оригінал-макетів у друкарні ФОП Азамаєв В.Р.
Єдиний державний реєстр юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців.
Запис № 24800170000026884 від 25.11.1998.
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру
видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції.
Серія ХК № 135 від 23.02.05 р.
м. Харків, вул. Познанська 6, к.84, тел (057) 362-01-52
e-mail: bookfabrik@mail.ua