

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



Л. Г. Кайдалова, Л. В. Пляка

ПСИХОЛОГІЯ СПІЛКУВАННЯ

Навчальний посібник

Харків
НФаУ
2011

УДК 37.015.3(07)

К 15

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

В. В. Плохих, кандидат психологічних наук, доцент кафедри загальної та інженерної психології Української інженерно-педагогічної академії;

А. І. Приходько, кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри фізичного виховання Національної юридичної академії ім. Я. Мудрого.

*Рекомендовано Міністерством освіти і науки України
(лист № 1/11-4639 від 01.06.2010 р.)*

Кайдалова Л. Г., Пляка Л. В.

К 15 Психологія спілкування : навчальний посібник. – Х. : НФаУ, 2011. – 132 с.

ISBN 978-966-615-371-8

У посібнику викладено основні теоретичні проблеми психології спілкування, а також враховано специфіку професійної діяльності фармацевтичних фахівців у спілкуванні з відвідувачами аптечних закладів.

Посібник розрахований на студентів фармацевтичних спеціальностей, а також може бути корисний студентам, магістрам, інтернам, викладачам і працівникам фармацевтичної галузі.

УДК 37.015.3(07)

© Кайдалова Л. Г.,
Пляка Л. В., 2011

ISBN 978-966-615-371-8

© НФаУ, 2011

ЗМІСТ

Передмова	5
Змістовий модуль 1: <i>Спілкування в системі міжособових і суспільних відносин</i>	6
Тема 1. Предмет, функції та види спілкування	6
1. Поняття про спілкування	6
2. Функції спілкування	8
3. Основні види спілкування	11
4. Стили спілкування	12
Тема 2. Спілкування та індивідуальні якості особистості	16
1. Вплив спілкування на розвиток особистості	16
2. Вплив темпераменту на спілкування	19
3. Здібності	22
4. Спілкування і характер	24
Тема 3. Комунікативність та комунікабельність	28
1. Спілкування як комунікація	28
2. Види комунікації	31
3. Специфіка міжособистісної комунікації	32
Тема 4. Вербальне спілкування	35
1. Поняття та основні ознаки вербального спілкування	35
2. Види та форми мови	37
3. Слухання	38
4. Особливості сприймання і розуміння людини людиною під час вербального спілкування	41
Тема 5. Невербальне спілкування	44
1. Невербальна комунікація та її особливості	44
2. Кінесичні особливості невербального спілкування (жести, пози, міміка)	45
3. Проксемічні особливості невербального спілкування	50

Тема 6. Порушення, бар'єри та труднощі спілкування	53
1. Труднощі спілкування	53
2. Бар'єри у спілкуванні	54
3. Маніпуляція під час ділового спілкування	58
Змістовий модуль 2. Психологія професійного спілкування	63
Тема 7. Ділове спілкування	63
1. Поняття «ділове спілкування»	63
2. Форми ділового спілкування	65
3. Ділова бесіда як основна форма ділового спілкування	67
Тема 8. Психологічні аспекти переговорного процесу	70
1. Переговори як різновид ділового спілкування	70
2. Процес підготовки до переговорів	72
3. Етапи переговорного процесу	74
Тема 9. Професійне спілкування фармацевтичних фахівців	80
1. Спілкування працівників аптечних закладів	80
2. Розуміння в процесі ділового спілкування	85
3. Встановлення психологічного контакту у спілкуванні	88
4. Правила спілкування по телефону	89
Тема 10. Конфлікти і шляхи їх вирішення	94
1. Психологічні причини виникнення конфліктів	94
2. Типи конфліктів	96
3. Основні стилі поведінки при вирішенні конфліктів	97
4. Конфлікти у професійній діяльності фахівців фармації	100
Тема 11. Етика і культура спілкування фахівців фармацевтичної галузі	104
1. Етика спілкування як прояв культури почуттів	104
2. Професійна мораль	108
3. Загальні етичні принципи і правила спілкування фахівців фармацевтичної галузі	108
Додатки	113

ПЕРЕДМОВА

Психологія – приваблива і важлива наука. В останні роки неухильно зростає зацікавленість у психологічних знаннях, які стають надійним помічником кожної людини у таких сферах практичної діяльності, як освіта, медицина, фармація, юриспруденція та у повсякденному житті людини.

Психологічні знання та вміння необхідні кожній людині, а працівнику фармацевтичної галузі особливо, оскільки їх професійна діяльність передбачає постійні контакти типу «людина – людина».

Уміння будувати відносини з людьми, знаходити підхід до них складає основу життєвого і професійного успіху кожної людини. Психологічні знання дозволяють фахівцеві пізнати психічні якості особистості, які 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.

Навчальний посібник призначено для самопідготовки студентів зі спеціальностей «Фармація», «Клінічна фармація», «Технологія парфумерно-косметологічних засобів» з метою опанування основ психології спілкування.

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

У навчальному посібнику висвітлюються науково-методологічні проблеми психології спілкування, розглядаються основні характеристики та функції ділового спілкування фахівців фармацевтичної галузі. Він призначений для підготовки та самопідготовки студентів з метою опанування основ психології спілкування, що допоможе формувати культуру спілкування, компетентність, ініціативу, творче ставлення майбутнього фахівця та соціальний спосіб мислення.

ТЕМА 1. ПРЕДМЕТ, ФУНКЦІЇ ТА ВИДИ СПІЛКУВАННЯ

1. Поняття про спілкування.
2. Функції спілкування.
3. Основні види спілкування.
4. Стили спілкування.

1. ПОНЯТТЯ ПРО 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. Без спілкування особистість не може повноцінно розвиватися.

Протягом життя кожен із нас постійно контактує, спілкується з різними людьми. 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 один з різновидів людської діяльності (Б. Г. Ананьєв, М. С. Коган, І. С. Кон, О. О. Леонт'єв);

- 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).

Спілкування – це процес встановлення і розвитку контактів між людьми, який породжується потребами спільної діяльності і містить обмін інформацією, вироблення єдиної стратегії взаємодії, сприйняття та розуміння 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, самого себе.

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 – це обмін думками, інформацією та індивідуальним досвідом.

Засоби спілкування – шляхи передачі інформації. Інформація може передаватися за допомогою органів чуття, мови та інших знакових систем.

Вербальне (словесне) спілкування є одним із основних засобів людського спілкування, яке 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 спілкування;
- засоби спілкування;

- потреби, мотивація та мета спілкування;
- способи взаємодії, взаємовпливу;
- результати спілкування.

Спілкування, як соціальне явище, охоплює всі сфери суспільного буття та діяльності людей і може бути охарактеризоване 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 в тому випадку, 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. Ставлення та стосунки, які наповнюють спілкування, надають йому своєрідності, певного емоційного забарвлення. Існує безліч тем для спілкування людей. Чим більше їх, 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.

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

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 (від лат. *functio* – виконання, здійснення) – це ролі й завдання, які воно виконує в процесі життєдіяльності особистості (рис. 1).

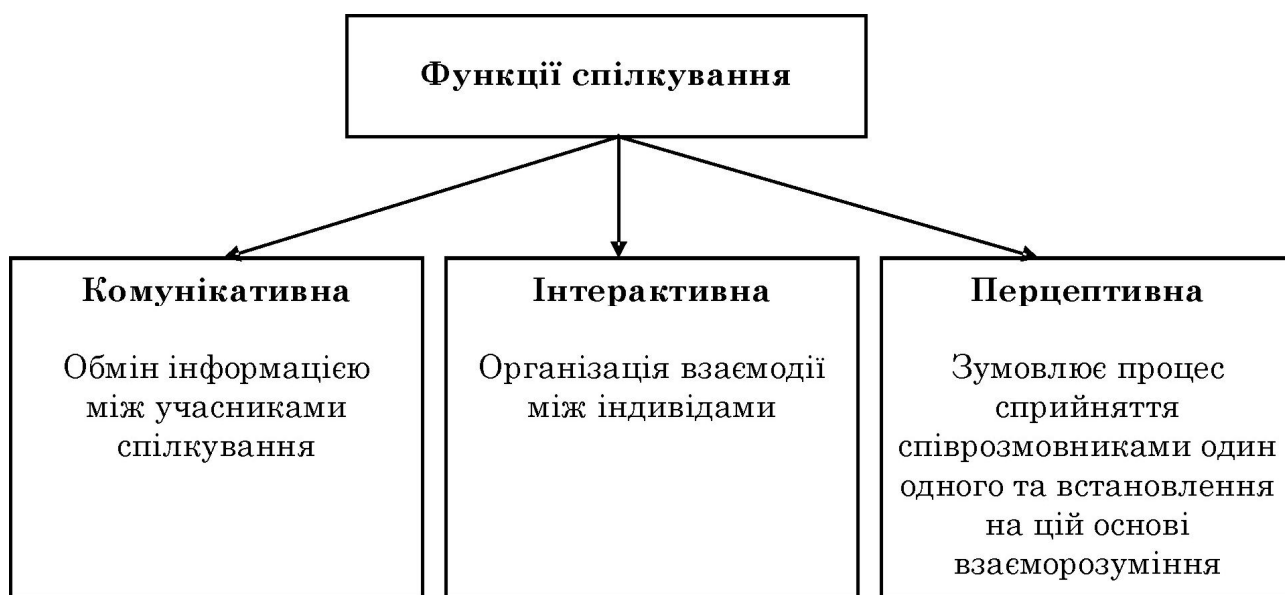


Рис. 1. Класифікація функцій спілкування за С. Д. Максименком

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

контактна – встановлення 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 – цілеспрямоване викликання необхідних емоцій, обмін емоціями, зміна у партнерів емоційних станів;

встановлення 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). Вона характеризує емоційну сферу людини, в якій виявляється ставлення індивіда до навколишнього середовища, в тому числі й соціального.

Функції спілкування (за С. Д. Максименком):

комунікативна – це 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). Вона 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 здатностях визначати контекст зустрічі, розуміти настрій партнера за його вербальною та невербальною поведінкою, враховувати «психологічні ефекти» сприйняття під час аналізу комунікативної ситуації. Це пов'язано із сприйняттям зовнішнього вигляду, дій, вчинків людини та їх тлумаченням.

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.

3. ОСНОВНІ ВИДИ СПІЛКУВАННЯ

У житті кожної людини існує величезна кількість і різноманітність ситуацій спілкування, які виконують вищевказані функції і класифікуються за різними ознаками (рис. 2).

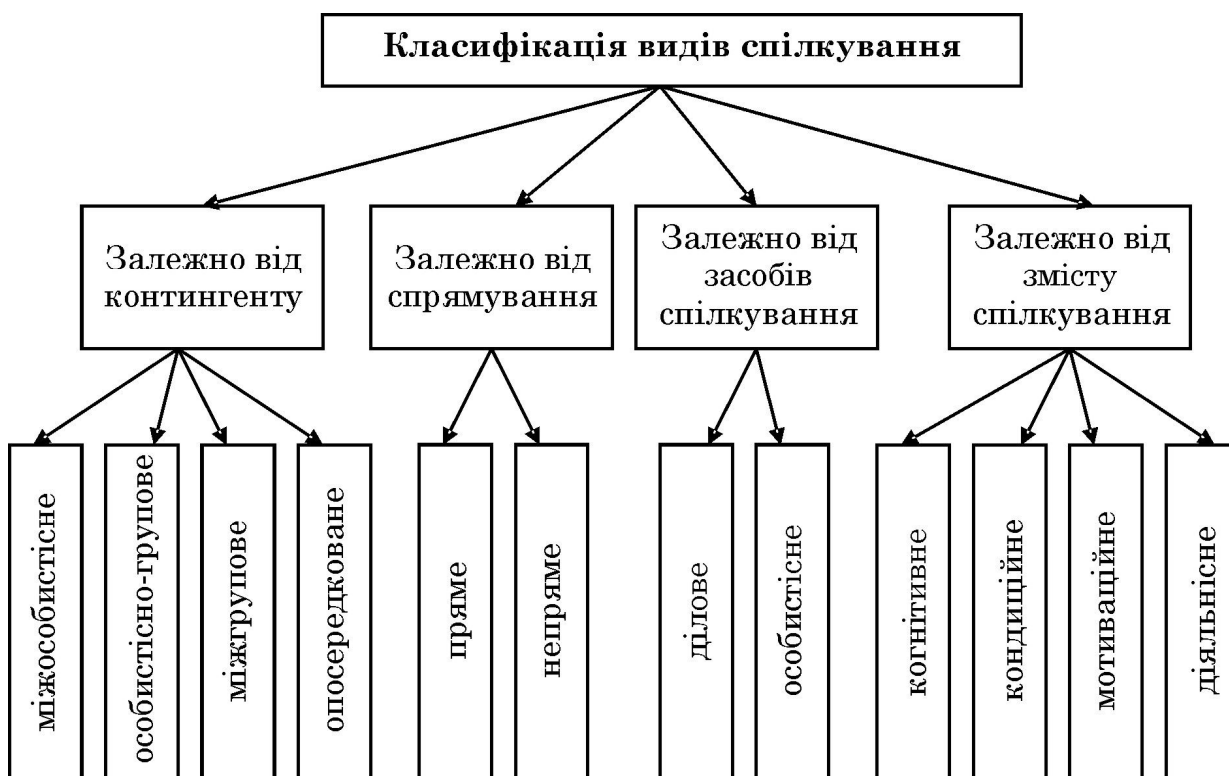


Рис. 2. Класифікація видів спілкування

Класифікація видів спілкування:

1. Залежно від контингенту:

міжособистісне спілкування – це процес взаємодії між людьми, під час якого відбувається сприйняття, взаємовплив на співрозмовника, виявляються психологічні особливості кожного індивіда. Цей вид спілкування забезпечує потреби людей у соціальних контактах та емоційних стосунках;

особистісно-групове спілкування – процес взаємодії окремої особистості та групи людей;

міжгрупове спілкування передбачає участь двох або більше груп, кожна з яких має власну позицію та цілі;

опосередковане спілкування здійснюється за допомогою третіх осіб, телефону, комп'ютера або інших технічних засобів.

2. Залежно від засобів спілкування:

пряме спілкування – полягає в особистісних контактах і безпосередньому сприйманні один одного;

непряме спілкування – відбувається через посередників, якими можуть виступати інші люди.

3. Залежно від спрямування:

ділове спілкування – це спілкування на офіційному рівні, яке забезпечує досягнення конкретних цілей виробничого характеру;

особистісне спілкування – зосереджене на проблемах, що складають внутрішній світ людей.

4. За змістом спілкування може бути:

когнітивне – це обмін знаннями (наприклад, під час навчального процесу);

кондиційне – це обмін психічними та фізіологічними станами, тобто певний вплив на психічні стани іншого (наприклад, бажання зіпсувати настрій партнеру);

мотиваційне – спрямоване на передачу іншому співрозмовнику певних установок або готовність діяти певним чином;

діяльнісне – це обмін діями, навичками, вміннями тощо.

4. СТИЛІ СПІЛКУВАННЯ

Індивідуальність людини у взаємодії з іншими реалізується і через стиль спілкування. Найяскравіше стиль спілкування виявляється у ділових партнерів, керівника і підлеглого.

Стиль спілкування – це індивідуальна система способів та прийомів, які використовує співрозмовник під час стосунків з іншими людьми (рис. 3).

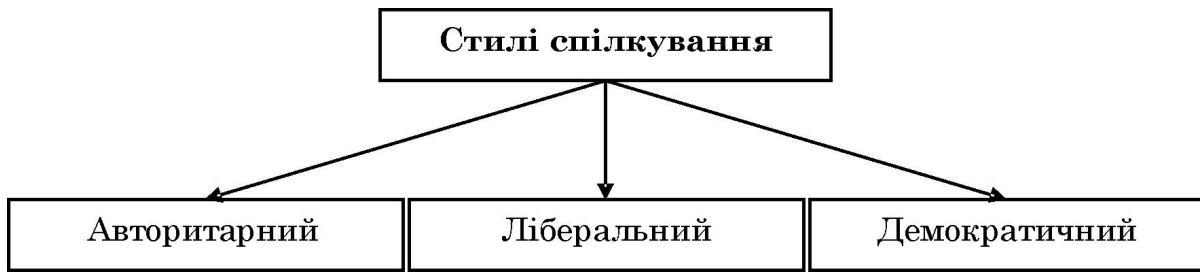


Рис. 3. Стили спілкування (за К. Левіним)

У кожної людини складаються певні стереотипи взаємодії з іншими, які й визначають її стиль спілкування, залежать від індивідуальних якостей особистості. Стиль спілкування тісно пов'язаний з психологічними особливостями особистості. Він не є природженою якістю, а формується і змінюється в процесі взаємодії, зумовлений культурними цінностями найближчого середовища, традиціями, усталеними нормами поведінки, отже, його можна коригувати й розвивати.

Виділяють авторитарний, демократичний і ліберальний стилі спілкування (за класифікацією Курта Левіна).

Авторитарний стиль. За такого стилю спілкування співрозмовник сам вирішує всі питання життєдіяльності, визначає кожну конкретну мету, виходячи лише з власних установок, суворо контролює виконання будь-якого завдання і суб'єктивно оцінює досягнуті результати. Головними формами взаємодії такого стилю спілкування є наказ, вказівка, інструкція, догана, чітка мова, короткі розпорядження.

Ліберальний (поблажливий, анархічний) стиль. Такий стиль спілкування характеризується невтручанням, відсутністю елементів схвалення чи догани, в основі якого лежить байдужість і незацікавленість проблемами, наслідком чого є втрата поваги і контролю оточуючих.

Демократичний стиль. Такий стиль орієнтований на розвиток активності співрозмовників, залучення кожного до вирішення спільних завдань. Цей стиль ґрунтується на повазі і довірі. Демократичний стиль – найбільш сприятливий спосіб організації співробітництва в колективі. Під час використання цього стилю основними способами взаємодії є заохочення, порада, інформування, координація.

Ефективність стилів спілкування залежить від ситуацій, що виникають у процесі спілкування, та необхідності миттєвої орієнтації в них. Маючи індивідуальний стиль спілкування, кожна

особистість може застосовувати різні засоби спілкування залежно від ситуації та психологічного стану на момент комунікативної взаємодії.

С. Д. Максименко наводить схему спілкування (рис. 4) та виокремлює засоби, функції та різновиди.

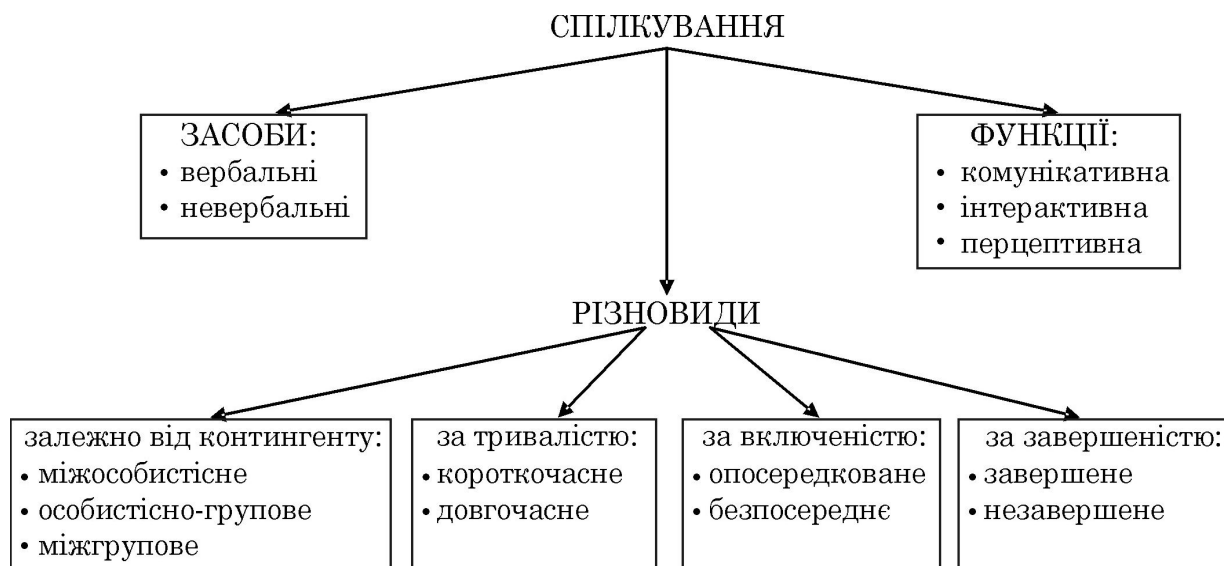


Рис. 4. Схема засобів, функцій та різновидів спілкування

ТЕМИ РЕФЕРАТІВ ТА ПОВІДОМЛЕНЬ

1. Історичний аспект психології спілкування.
2. Структура спілкування.
3. Функції спілкування.
4. Роль спілкування в психологічному розвитку людини.

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. Які функції спілкування ви знаєте?
5. Роль спілкування у майбутній професійній діяльності.
6. Які стилі спілкування вам відомі?
7. Які характерні ознаки авторитарного стилю?
8. Які характерні ознаки ліберального стилю?
9. Які характерні ознаки демократичного стилю?
10. Які типи співрозмовників ви знаєте?

11. За яких умов обмін інформацією набирає характеру спілкування? Які причини можуть зашкодити цьому процесу?

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бороздина Г. В. Психология делового общения: учебник / Г. В. Бороздина. – 2-е изд. – М.: ИНФРА, 2008. – 295 с.
2. Варій М. Й. Психологія: навчальний посібник / М. Й. Варій. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 288 с.
3. Загальна психологія: підручник / О. В. Скрипченко, Л. В. Долинська, З. В. Огороднійчук та ін. – К.: Либідь, 2005. – 464 с.
4. Крутоцкий В. А. Психология: учебник для учащихся пед. училищ / В. А. Крутоцкий. – М.: Просвещение, 1980. – 352 с.
5. Ковальчук М. С. Психологія: схеми, опорні конспекти, методики: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / М. С. Ковальчук, В. М. Крайнюк, В. М. Марченко; за заг. ред. М. С. Корольчука. – К.: Ельга, Ніка-Центр, 2007. – 320 с.
6. Максименко С. Д. Загальна психологія: навчальний посібник / С. Д. Максименко. – Вид. друге, перероб. та допов. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 272 с.
7. Немов Р.С. Психология: учеб. для студ. выс. пед. учеб. завед.: В 3 кн. – 4-е изд. / Р. С. Немов. – М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2003. – Кн. 1: Общие основы психологии. – 688 с.
8. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія: навчальний посібник / Л. Е. Орбан-Лембрик. – К.: Академвидав, 2005. – 448 с.
9. Психология: учебник; под ред. А. А. Крылова. – М.: ПБОЮЛ М. А. Захаров, 2001. – 548 с.
10. Рогов Е. И. Психология общения / Е. И. Рогов. – М.: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2007. – 335 с.
11. Сандомирский М. Е. Психология коммерции: учеб. пособ. для студ. выс. учеб. завед. / М. Е. Сандомирский. – М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 224 с.
12. Трухін І. О. Соціальна психологія спілкування: навчальний посібник / І. О. Трухін. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 336 с.
13. Філоненко М. М. Психологія спілкування: підручник / М. М. Філоненко. – К.: Центр навчальної літератури, 2008. – 224 с.
14. Цимбалюк І. М. Психологія спілкування: навчальний посібник / І. М. Цимбалюк. – К.: ВД «Професіонал», 2004. – 304 с.

15. Цимбалюк І. М. Психологія спілкування: навчальний посібник / І. М. Цимбалюк. – 2-ге вид., випр. та допов. – К.: ВД «Професіонал», 2007. – 464 с.
16. Шадських Ю. Г. Психологія і педагогіка: навчальний посібник / Ю. Г. Шадських. – Львів: «Магнолія плюс», 2005. – 320 с.
17. Шеламова Г. М. Деловая культура и психология общения: учебник / Г. М. Шеламова. – 3-е изд., доп. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 160 с.

ТЕМА 2. СПІЛКУВАННЯ ТА ІНДИВІДУАЛЬНІ ЯКОСТІ ОСОБИСТОСТІ

1. Вплив спілкування на розвиток особистості.
2. Вплив темпераменту на спілкування.
3. Здібності.
4. Спілкування і характер.

1. ВПЛИВ СПІЛКУВАННЯ НА РОЗВИТОК ОСОБИСТОСТІ

У процесі спільної діяльності та спілкування в соціокультурному середовищі людина набуває особливої якості, яку позначають терміном «особистість». Особистістю є людина, яка має свою життєву позицію, що утвердилася внаслідок тривалої і кропіткої свідомої праці; їй притаманні свобода волі, здатність до вибору, відповідальність. Така людина не просто вирізняється завдяки тому враженню, яке справляє на інших, вона свідомо вирізняє себе з навколишнього світу. Глибина і багатство особистості зумовлені її зв'язками зі світом, з іншими людьми, уявленнями про себе. Особистість є суспільною істотою. Її можна зрозуміти, розглядаючи у зв'язках і відносинах з іншими людьми.

Проблема особистості – одна з центральних у психологічній науці. Про її складність та багатогранність свідчить навіть той факт, що сьогодні існує понад 50 визначень поняття «особистість».

Великий внесок у розробку цієї проблеми зробили українські та російські вчені Г. Костюк, С. Максименко, В. Рибалка, О. Леонтєв, Л. Божович, А. Петровський, О. Асмолов та ін., а також зарубіжні психологи Г. Айзенк, Р. Кеттел, Г. Олпорт та ін.

Особистість – це конкретний людський індивід з індивідуально виявленими своєрідними розумовими, емоційними, вольовими та фізичними властивостями (С. Д. Максименко).

Однією з найхарактерніших рис особистості людини є її індивідуальність. О. Леонтьєв у своїй праці «Діяльність. Свідомість. Особистість» зазначає: «Процес розвитку особистості завжди залишається глибоко індивідуальним, неповторним».

Кожна особистість має загальні, спільні риси з іншими особистостями. Але в неї є й своє, особливе, індивідуальне. Тому вона й називається особистістю. Особистість людини неповторна у своїй індивідуальності. На земній кулі немає двох людей з однаковим поєднанням психічних особливостей. Кожна людина має щось відмінне, певні риси, що відрізняє її від інших людей. Одні риси є уродженими, інші набутими через співжиття з іншими людьми та виховання. До уроджених рис людини належать інстинкти, здібності, темперамент, воля; до набутих – характер і спрямованість.

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, вміння 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 діяльній 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 соціу-

мі. 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.

Індивідуальність – це поєднання психічних особливостей людини, що утворюють її своєрідність, відмінність від інших людей.

Індивідуальність виявляється в темпераменті, характері, звичках, інтересах, в особливостях пізнавальних процесів: сприйманні, пам'яті, оригінальності мислення, уяві; у здібностях, своєрідності почуттів, вольовій сфері чи одразу в усіх сферах психічної діяльності. Індивідуально-психологічні чинники сприяють особливостям міжособистісного спілкування.

Оригінальність інтелекту, наприклад, розкривається у здатності бачити те, чого не помічають інші, в особливостях засвоєння інформації, тобто в умінні ставити і вирішувати проблеми. Своєрідність почуттів полягає в надмірному розвитку одного з них (наприклад, інтелектуального чи морального), у силі волі, надзвичайній мужності або витримці. Оригінальність може виявитися у своєрідному поєднанні властивостей конкретної людини, яка надає особливого колориту її поведінці та діям. Прикладом є кожен з нас, такий несхожий на інших.

У структурі особистості розрізняють типове та індивідуальне.

Типове характеризує особистість узагалі: її свідомість, активність, розумові та емоційно-вольові прояви тощо.

Індивідуальне – це те, що характеризує окрему людину: її фізичні та психологічні особливості, спрямованість, здібності, риси характеру.

Фізичні індивідуальні особливості – це конституція організму, його фізіологічні процеси. У кожному окремому організмі ці процеси відбуваються своєрідно, хоча у них є багато спільного для всіх людей, що зумовлюється походженням і розвитком людини.

Психічні індивідуальні особливості виявляються в різній швидкості реакцій, порогах чутливості, у властивостях уваги, пам'яті, спостережливості, кмітливості та інтересах.

Індивідуально-психологічні особливості – неповторна своєрідність особливостей людини. До них відносять спадкові та природжені біологічні особливості будови та функцій організму (швидкість реакції, активність, імпульсивність, нестриманість тощо).

2. ВПЛИВ ТЕМПЕРАМЕНТУ НА СПІЛКУВАННЯ

Спостерігаючи за людьми, ми помічаємо їх неповторність та індивідуальність. Це проявляється в особливостях пристосування до навколишнього середовища, виявленні почуттів до оточуючих чи інформації, рухливості, швидкості мовлення, реакції на різні життєві ситуації та ін. Ці індивідуальні відмінності зумовлені темпераментом.

Темперамент (лат. *tempere* – змішувати в належних співвідношеннях, підігрівати, охолоджувати, уповільнювати, керувати) характеризує динамічний бік психічних реакцій людини – її темп, швидкість, ритм, інтенсивність (С. Д. Максименко).

Першу спробу з'ясувати, чим зумовлюються індивідуальні відмінності в поведінці людей зробив давньогрецький лікар Гіппократ (V ст. до н.е.). Він та його послідовник Гален (II ст. до н.е.) дійшли висновку, що індивідуальні відмінності визначає різне співвідношення основних видів рідини в організмі людини.

Наукове визначення основ темпераменту дав російський фізіолог І. П. Павлов, який вважав, що темперамент – це генотип, тобто природжена особливість нервової системи.

Темперамент проявляється у людини в різних обставинах і забарвлює всі психічні прояви особистості (емоції, мислення, волевові прояви): як вона говорить, як спілкується, сміється, плаче, працює, відпочиває. Властивості темпераменту більш стійкі та постійні порівняно з іншими психологічними особливостями людини.

Темперамент залежить від особливостей вищої нервової діяльності, основних процесів – збудження і гальмування – від їх співвідношення. Процеси збудження і гальмування у різних людей можуть відрізнятися за силою, рухливістю, рівноваженістю.

Класифікація темпераментів

Уперше класифікацію темпераментів визначив грецький лікар Гіппократ, поділивши всіх людей на чотири типи: сангвініки, холерики, флегматики, меланхоліки.

Сангвініки завжди готові до спілкування і емоційно розкриті по відношенню до партнера. Їм властиві швидкі рухи, гнучкість розуму, спритність. Вони легко сходяться з новими людьми, веселі й життєрадісні, безтурботні й рухливі, швидко звикають до нових вимог і обставин. Мова їх голосна, досить емоційна, виразна, супроводжується нерізкими жестами і плавною мімікою.

Сангвініки досить швидко орієнтуються в нових обставинах життя, швидко адаптуються в новому колективі, легко контактують з незнайомими людьми. У сангвініка миролюбна поведінка, спокійне ставлення до критики.

Сангвініки активно беруться за нову справу і можуть довго працювати, не стомлюючись. Щоденна, кропітка, одноманітна робота нестерпна для них. Вони схильні до поверховості в роботі, у виконанні справ, обходять труднощі, поспішають прийняти рішення, щоб швидше позбутися турбот.

Для сангвініка характерне продумане, без особливого ризику ставлення до небезпеки, він прагне до швидкого досягнення мети з уникненням перешкод.

За спрямованістю сангвінік яскравий екстраверт. У колі своїх друзів завжди веселий та життєрадісний. Настрій у нього здебільшого оптимістичний.

Холерики мають сильний збудливий процес та слабкі гальмівні рефлекси. Швидко переходять від однієї справи до іншої, готові перебороти й дійсно переборюють будь-які труднощі на шляху до мети.

У холерика швидкі дії і він оперативно приймає рішення, швидко мислить, сприймає, говорить, запам'ятовує і довго зберігає у пам'яті матеріал. Розмовляють вони досить голосно, їх мова емоційна, яскрава, впливова, супроводжується яскраво вираженою мімікою і жестами.

Холерик характеризується неврівноваженою нервовою системою. Це виявляється у частій зміні настрою (навіть незначна подія може його змінити), емоційній нестриманості, підвищеній дратівливості. Щодо взаємин – часто різкий, прямолінійний в

оцінках. Це, звичайно, значно знижує його сумісність з іншими людьми.

Холерики люблять бути в центрі уваги, здатні впливати на оточуючих. Часто в них спостерігається переоцінка своїх здібностей. Це типи диктаторів, старшин. Вони бойові, легко і швидко роздратовуються.

За спрямованістю холерик – екстраверт, має хороші організаційські здібності.

Флегматик – «невтомний працівник» (І. П. Павлов). Флегматики спокійні, стримані, врівноважені, не поспішають змінювати свої думки, звички, установки, вміють зосереджуватись, завжди уважні. Вони відрізняються терплячістю та витримкою. Як правило, флегматики важко сходяться з новими людьми, слабо реагують на зовнішні враження.

Вони характеризуються порівняно низьким рівнем активності поведінки, повільністю і спокійністю дій, міміки і мовлення, рівними, постійними та глибокими почуттями і настроями; у них можуть бути ускладнення з перенесенням уваги. Невдале виховання може сприяти формуванню у флегматика таких негативних рис, як млявість, слабкість емоцій, схильність до виконання лише звичних дій. Недоліком флегматика є його інертність, малорухомість.

При зіткненні з труднощами активність флегматика підвищується, він наполегливо прагне до поставленої мети. Має дуже велике терпіння і самовладання, завдяки чому досягає високої продуктивності праці. При великих неприємностях флегматик залишається спокійним.

Меланхоліки. В основі меланхолічного темпераменту лежить слабкий тип нервової системи. Меланхолік дуже швидко втомлюється. Йому потрібне спокійне, звичне оточення, за таких умов він може старанно і успішно працювати. Меланхолік схильний до сильних переживань з несуттєвих причин, дуже вразливий, з хворобливо-образливим ставленням до критики. В екстремальних умовах у меланхоліка частіше, ніж у інших типів, виникає паніка, істерична поведінка, пригнічені стани.

Для меланхоліка характерна неврівноважена поведінка. Міміка і рухи його невиразні, голос тихий. Меланхолік не любить нових знайомств і галасливих компаній. У нових умовах життя і праці орієнтується слабо. Це дуже обережна й уважна людина.

При недостатньому вихованні у меланхоліка можуть розвинути такі негативні риси, як підвищена аж до хворобливості емоційна вразливість, замкнутість, відчуженість, схильність до тяжких внутрішніх переживань за таких життєвих обставин, які на це не заслуговують.

За спрямованістю меланхолік – інтроверт, тому він важко переживає зміну життєвого оточення, потрапляючи в нові умови життя, дуже розгублюється.

Описані типи темпераменту у чистому вигляді рідко трапляються в житті. У більшості людей поєднуються риси різних темпераментів, тому важко віднести ту чи іншу людину до певного типу. Риса темпераменту є природженими, хоча особливості прояву кожного типу змінюються з віком в процесі виховання.

Кожен вид діяльності ставить перед психікою людини та її динамічними особливостями певні вимоги. Темперамент, впливаючи на динаміку діяльності, може впливати і на її продуктивність. У різних видах діяльності роль темпераменту різна.

Там, де потрібна значна працездатність, витривалість, краще виявляє себе сильний тип нервової системи, а де слід виявити співчутливість, лагідність, краще виявляє себе слабкий тип нервової системи. Неврівноваженість холерика шкодить там, де потрібно виявити витримку, терплячість. Надто повільний тип рухів, повільне, монотонне мовлення флегматика не сприяє успішності діяльності, де потрібно виявити рухливість, швидкість впливу на інших. Схильність сангвініка до захоплення новим, до нудьги при одноманітній, хоча й важливій діяльності знижує активність у діяльності, постійно викликає потяг до нового, модного.

Чому кожній людині корисно знати особливості свого темпераменту? Виявлення особливостей темпераменту дає можливість людині обирати для себе більш відповідну сферу діяльності, яка відповідає його типу вищої нервової системи. Кожен темперамент у конкретних видах діяльності має свої переваги і недоліки. Меланхоліку важко буде успішно упоратися з обов'язками завідувача аптеки, а холерику виготовляти лікарські засоби, що вимагає від фахівця уважності, точності, послідовності виконання дій. Знаючи свій темперамент, будь-який працівник фармацевтичної галузі може усвідомлено регулювати режим, ритм, інтенсивність різних сфер діяльності. Знання свого темпераменту і темпераменту інших людей дозволяє фахівцю правильно будувати стосунки з ними. Так, поривчастість, імпульсивність холерика можна усуну-

ти тактовністю, стриманістю. Висловлювати критичні зауваження меланхоліку доцільно лише наодинці, в м'якій формі, спираючись на його ділові чи особистісні якості і т.д.

3. ЗДІБНОСТІ

До істотних властивостей людини належать її здібності. Здібності та діяльність органічно взаємопов'язані. Людські здібності виникли і розвинулись у процесі праці.

Здібності – це властивості людини, що виявляються в навчальній, науковій та іншій діяльності і є необхідною умовою її успіху.

Кожна здібність людини – це її складна властивість, внутрішня можливість відповідати вимогам, які ставить перед нею діяльність, спираючись на досвід, здобуті знання, вміння та навички. Здібності виявляються в процесі оволодіння знаннями та вироблення вмінь і навичок, необхідних для певного виду діяльності.

Розрізняють *природні* (безпосередньо пов'язані з уродженими задатками елементарні сприймання, пам'яті, мислення тощо) і *специфічні* людські здібності, що забезпечують життєдіяльність людини в соціальному середовищі.

Виділяють загальні, спеціальні і комунікативні здібності особистості.

1) *Загальні здібності* визначають успіхи людини в найважливіших видах людської діяльності (наприклад, розвиток пам'яті, інтелектуальних задатків, здатність відчувати, думати, сприймати тощо).

2) *Спеціальні здібності* сприяють успіхам людини у специфічних видах діяльності, їх називають професійними, специфічними (наприклад, організаторські, спортивні, математичні тощо).

3) *Комунікативні здібності* – це індивідуально-психологічні особливості особистості, які характеризуються уміннями легко і швидко встановлювати контакти із суб'єктами спілкування.

Здібності виявляються у всіх сферах діяльності людини. Вони поділяються на певні види за змістом і характером діяльності. Так, виокремлюють здібності до навчання, малювання, музики, спорту, науки, комунікативні, артистичні тощо. Розвиток здібностей цілком залежить від попиту, на який, у свою чергу, впливають розподіл праці й породжені ним умови освіти. Провідну роль у розвитку здібностей особистості відіграють умови життя, навчання, освіта та виховання.

Талант (грец. talanton – вага, міра, рівень здібностей) – це поєднання спеціальних здібностей, що дає змогу створювати нові, суспільно значущі продукти діяльності.

Талановитим можна бути в різних видах діяльності. Особливість таланту полягає в творчому підході до виконання конкретного виду діяльності. Під творчістю розуміють щось нове, що ніколи раніше не існувало і орієнтоване на пристосування до певних психологічних і соціальних умов.

С. Д. Максименко наводить схему складових здібностей особистості (рис. 5).

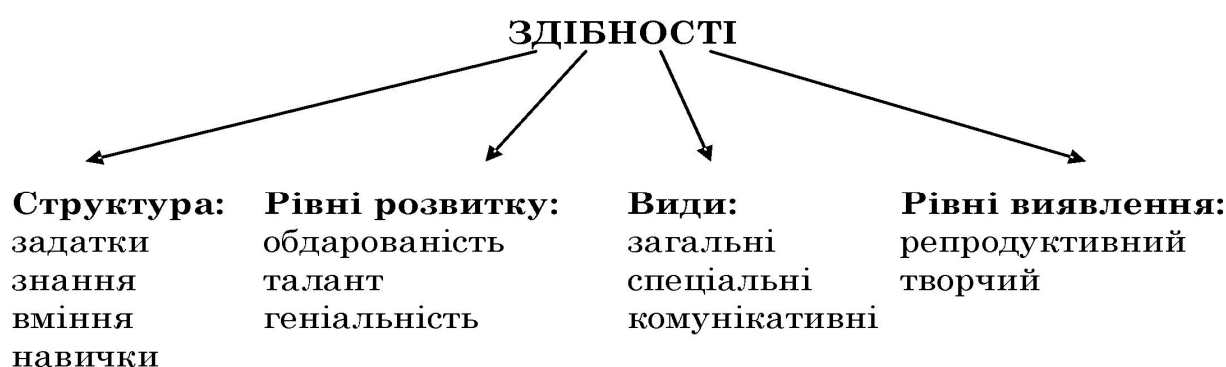


Рис. 5. Схема складових здібностей особистості

Для фахівців фармацевтичної галузі суттєве значення мають комунікативні здібності. Ці здібності сприяють налагодженню контактів з іншими людьми, характеризують уміння провізорів передавати та отримувати інформацію, впливати на партнерів під час спілкування.

4. СПІЛКУВАННЯ І ХАРАКТЕР

Характер (грец. – прикмета, риса, ознака) – це індивідуальна якість особистості, що являє собою сукупність рис та виявляється у ставленні до дійсності, поведінці та вчинках. Характер тісно пов'язаний з потребами та інтересами особистості.

Вчинки людини завжди чимось мотивуються, на щось або на когось спрямовуються. Це залежить від обставин, у яких перебуває людина, і від особливостей її характеру. Характер тісно пов'язаний з 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, як поводить 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 виокремлюють такі його компоненти: спрямованість, переконання, емоції, воля, розумові риси, сила, діяльність та ін.

Спрямованість впливає на поведінку особистості, визначається спонуканнями та системою відносин. *Переконання* вказує на стійкість інтересів індивіда.

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 (рис. 6).



Рис. 6. 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 та вчинки особистості.

Риси характеру особистості:

- *інтелектуальні*: допитливість, кмітливість, критичність розуму, глибина думок та ін. Їх високий розвиток багато в чому визначає відповідне ставлення людини до навколишньої дійсності (принциповість, упевненість, самостійність і т. ін.);
- *емоційні*: вразливість, запальність, байдужість та ін. Ці риси характеру виражають ставлення особистості до світу, діяльності, речей, інших людей, що виявляється в почуттях і емоціях;
- *вольові* – складають силу характеру, його твердість: цілеспрямованість, рішучість, наполегливість, самовладання та ін.

Ставлення до самого себе виявляється в самооцінці дій особистості. Об'єктивна самооцінка – це одна з умов саморозвитку особистості, яка допомагає виробляти такі риси характеру, як скромність, принциповість, самодисципліна.

Вирізняють сильні й слабкі риси характеру. Люди з сильним характером ініціативні, цілеспрямовані, швидко приймають рішення і реалізують їх, мають велику витримку, мужні й сміливі. Людей, у яких ці якості слабко виражені або деякі з них відсутні,

відносять до категорії слабохарактерних. Їм властивий пасивний прояв своїх ділових і особистих якостей. Найчастіше такі люди, маючи найкращі наміри, не домагаються значних результатів у роботі чи навчанні.

І. П. Павлов підкреслював, що людина – це єдина система, здатна регулювати сама себе в широких межах, тобто самовдосконалюватися.

ТЕМИ РЕФЕРАТІВ ТА ПОВІДОМЛЕНЬ

1. Теорії особистості.
2. Спрямованість особистості.
3. Самосвідомість та «Я-концепція» особистості.
4. Історія розвитку вивчення про темперамент.
5. Типи темпераменту.
6. Вплив темпераменту на спілкування.
7. Формування характеру в дитинстві.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПІДГОТОВКИ ТА КОНТРОЛЮ

1. Що являє собою особистість?
2. Як впливає спілкування на розвиток індивідуальних якостей особистості?
3. Що таке «індивідуальність»?
4. Охарактеризуйте фізичні особливості особистості.
5. Охарактеризуйте індивідуальні особливості особистості.
6. Охарактеризуйте психологічні особливості особистості.
7. Охарактеризуйте кожен тип темпераменту.
8. У чому проявляються особливості співвідношення темпераменту й ефективності професійної діяльності?
9. У чому виявляються здібності особистості?
10. Що є показником здібностей?
11. Які риси особистості поєднує в собі характер?
12. Як пов'язані між собою темперамент і характер?
13. Чи завжди індивідуально-психологічні властивості людини, що виявляються в ранньому дитинстві, зберігаються в подальшому її житті? Чим це можна пояснити?
14. Як ви думаєте, з роботою в якій сфері найкраще справлятиметься меланхолік? Флегматик? Сангвінік? Холерик?

15. Як тип темпераменту формує поведінку в різних ситуаціях, а поведінка формує характер?

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аминов И. И. Психология делового общения: учебное пособие / И. И. Аминов. – М.: Омега-Л, 2007. – 304 с.
2. Батаршев А. В. Диагностика темперамента и характера / А. В. Батаршев. – СПб: Питер, 2006. – 368 с.
3. Бедь В. В. Юридична психологія: навчальний посібник. – Львів: «Новий Світ-2000»; К.: «Каравела», 2002. – 376 с.
4. Варій М. Й. Психологія: навчальний посібник / М. Й. Варій. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 288 с.
5. Горянина В. А. Психология общения: учеб. пособ. для студ. выс. учеб. завед. / В. А. Горянина. – 2-е изд., стереотип. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 416 с.
6. Загальна психологія: підручник / О. В. Скрипченко, Л. В. Долинська, З. В. Огороднійчук та ін. – К.: Либідь, 2005. – 464 с.
7. Крутоцкий В. А. Психология: учебник для учащихся пед. училищ / В. А. Крутоцкий. – М.: Просвещение, 1980. – 352 с.
8. Максименко С. Д. Загальна психологія: навчальний посібник / С. Д. Максименко. – Вид. друге, перероб. та допов. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 272 с.
9. Немов Р. С. Психология: В 3 кн. / Р. С. Немов. – 4-е изд. – Кн. 1: Общие основы психологии. – М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2003. – 688 с.
10. Немов Р. С. Общая психология: краткий курс / Р. С. Немов. – СПб.: Питер, 2007. – 304 с.
11. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія: навчальний посібник / Л. Е. Орбан-Лембрик. – К.: Академвидав, 2005. – 448 с.
12. Психология: учебник / под ред. А. А. Крылова. – М.: ПБОЮЛ М. А. Захаров, 2001. – 548 с.
13. Семиченко В. А. Психологія педагогічної діяльності: навчальний посібник / В. А. Семиченко. – К.: Вища шк., 2004. – 335 с.
14. Шадських Ю. Г. Психологія і педагогіка: навчальний посібник / Ю. Г. Шадських. – Львів: «Магнолія плюс», 2005. – 320 с.

15. Шеламова Г. М. Деловая культура и психология общения: учебник / Г. М. Шеламова. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 160 с.
16. Щёкин Г. Визуальная психодиагностика: познание людей по их внешности и поведению: учеб.-метод. пособие / Г. Щёкин. – 2-е изд., испр. – К.: МАУП, 2001. – 616 с.
17. Яценко В. М. Опорні конспекти з психології і педагогіки: навчальний посібник / В. М. Яценко. – Тернопіль: Астон, 2004. – 168 с.

ТЕМА 3. КОМУНІКАТИВНІСТЬ ТА КОМУНІКАБЕЛЬНІСТЬ

1. Спілкування як комунікація.
2. Види комунікації.
3. Специфіка міжособистісної комунікації.

1. СПІЛКУВАННЯ ЯК КОМУНІКАЦІЯ

Уся система ставлення людини до інших людей реалізується у спілкуванні. Потреба у спілкуванні є однією з первинних потреб людини. Одним із структурних компонентів спілкування вважають комунікацію. Семантично «спілкування» і «комунікація» майже збігаються, бо означають «спільність», «з'єднання», «повідомлення».

Комунікація (лат. communico – спілкуюсь з кимось) – це взаємодія між людьми, під час якої відбувається обмін думками, інформацією, формується ставлення до отриманої інформації, що сприяє взаєморозумінню.

Метою комунікації є обмін інформацією, досягнення взаєморозуміння чи забезпечення взаємодії. Людина може жити і діяти тільки в оточенні інших людей, разом з якими виконує певні соціальні ролі, вступає у різні види спілкування.

Особливе місце комунікація посідає в професійній діяльності фахівців фармацевтичної галузі: фармацевтів, провізорів, провізорів-косметологів, клінічних провізорів. Як свідчить статистика, від 60% до 90% робочого часу вони витрачають на ті чи інші види професійного спілкування. Від того, наскільки вони вміло побудують своє спілкування з відвідувачами аптек, лікарями, хворими, колегами, партнерами, залежить результат їхньої професійної

діяльності, взаємовідносини з представниками різних фармацевтичних організацій, аптечних закладів, психологічний клімат у колективі.

Предметом комунікації працівників фармацевтичної галузі є інформація про лікарські засоби. Для найбільшої ефективності комунікативного процесу дуже важливий як прямий, так і зворотний зв'язок між аптечним закладом і відвідувачами.

У соціальному аспекті на рівні аптечного закладу комунікація виконує інформаційну, інтеграційну та переконувальну роль. Усередині аптечного закладу певну роль відіграє розподіл повноважень між працівниками аптеки, що формує правила комунікації.

У комунікативному процесі фахівці фармацевтичної галузі використовують інформацію, яку можна зрозуміти та інтерпретувати за допомогою мови.

Ефективна комунікація забезпечує просування у розв'язуванні проблем з використанням найбільш оптимальних засобів за допомогою досягнення взаєморозуміння між партнерами спілкування. Таким чином, ефективна комунікація сприяє досягненню мети комунікатора.

Умови ефективної комунікації:

- спільна мова учасників спілкування;
- спільний словниковий запас;
- логічність мислення, вміння правильно висловлювати свої думки;
- ставлення співрозмовників один до одного;
- довіра до співрозмовника;
- відвертість, щирість у процесі спілкування;
- відповідність між вербальними і невербальними способами спілкування;
- наявність єдиного комунікативного простору;
- наявність зворотного зв'язку, а також значущість інформації.

Способи передачі інформації:

засоби масової інформації (друковані: газети, журнали, книги, плакати, буклети, листівки; електронні: телебачення, радіо, комп'ютер та ін.);

через організації (комунікативні можливості громадських організацій, підприємств різної форми власності, окремих громадян тощо);

неформальні контакти (двобічні ланцюги обміну між керівництвом підприємств, урядом та громадянами-споживачами).

Функції комунікації:

інформативна – забезпечення повноцінного обміну повідомленнями, тобто прийом та передавання інформації, сприйняття і осмислення її змісту; вибір адекватних вербальних і невербальних засобів передавання змісту інформації;

індивідуальна – задоволення індивідуальних потреб особистості в отриманні інформації;

комунікативного контролю – будь-яке повідомлення містить інформацію про розподіл контролю між учасниками спілкування. Контроль (певний набір обмежень) може здійснюватися через погляд, спрямований на партнера, через мовчання, пози чи жести тощо;

експресивна – забезпечення доступного, цікавого, емоційно-виразного та яскравого передавання інформації, стимулювання у партнера необхідних емоційних станів.

Особистість у процесі комунікації добровільно розповідає про себе, намагаючись повідомити співрозмовнику інформацію, яка у цей момент недосяжна для інших. Саморозкриття індивіда, тобто добровільне повідомлення інформації про себе – характеризується поняттями «продуктивний», «ефективний», «відкритий» комунікативний обмін.

Виходячи з визначення сутності комунікації, її ролі можна зробити висновок, що в аптечному закладі комунікативний процес безпосередньо пов'язаний з цілями, функціями й організаційною структурою підприємства, напрямками інформаційних потоків, технологією їх передачі, розробкою комунікаційних стратегій.

2. ВИДИ КОМУНІКАЦІЇ

Специфіка міжособистісної комунікації виявляється у конкретних ситуаціях комунікативного процесу. Залежно від спрямованості інформації вона може мати різні види і форми.

Види комунікації залежать і від культурних традицій кожного народу, які зумовлюють сприймання інформації. Тому в процесі комунікації необхідно враховувати стать, вік, освіту, професію, національність, соціальну роль співрозмовника.

Класифікація видів комунікацій

1. За сферою діяльності:

невиробнича – не стосується процесу виробництва (особиста, побутова);

виробнича та науково-дослідна – містить у собі аспекти освіти та підвищення кваліфікації.

2. За цілями повідомлення:

регуляторна – спонукає партнера до дії;

емоційна – адресована до почуттів і переживань співрозмовників;

ознайомлювальна – передає тільки відомості про об'єкт.

3. За формами передавання інформації:

міжособистісна – система установок, орієнтацій, очікувань тощо, через які люди, спілкуючись, сприймають і оцінюють інформацію, якою безпосередньо обмінюються;

масова організована – систематичне розповсюдження спеціально підготовлених повідомлень із застосуванням технічних засобів тиражування інформації (радіо, телебачення, преса, відео-, звукозаписи тощо), які мають соціальне значення і використовуються з метою впливу на установки, поведінку, думки й оцінки людей;

масова стихійна – це чутки, інформація, що надходить від однієї або кількох осіб про непідтверджені події. Чутки з'являються тоді, коли система офіційної комунікації замовчує певні події. Інформація, яку вони містять, задовольняє потребу людини чи групи людей у змісті інформації, яку вони не отримали офіційними шляхами.

4. За місцем поширення:

внутрішня – комунікаційні зв'язки (наприклад, в аптечному закладі);

зовнішня – комунікаційні зв'язки (наприклад, між аптечними закладами).

5. За кількістю учасників:

однобічна – інформація поширюється тільки з одного джерела без подальшого обміну інформацією та спілкування;

двостороння – йде взаємний обмін інформацією між двома сторонами;

6. За типом зв'язку:

людина – людина;

людина – машина;

машина – машина.

7. За строком дії:

короткострокові;

довгострокові.

8. За періодичністю:

регулярна;

епізодична.

Процес комунікації досить складний і багатогранний. Знання всіх видів комунікацій має важливе значення для фахівців фармацевтичної галузі для удосконалення ефективного обміну інформацією в аптечних закладах.

3. СПЕЦИФІКА МІЖСОБИСТІСНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Особливості та результати взаємодії між людьми значною мірою залежать від того, як вони сприймають, розуміють і відтворюють поведінку одне одного, оцінюють можливості інших учасників спілкування та власні. Процес взаємодії супроводжується взаєморозумінням чи непорозумінням, здатністю чи нездатністю прогнозувати партнера по спілкуванню.

Взаєморозуміння можна спостерігати в процесі комунікації тоді, коли співрозмовник показав своїми діями та підтвердив вербальними і невербальними способами те, чого від нього чекали.

Непорозуміння може бути викликане навмисним чи ненавмисним викривленням інформації; великою кількістю інформації, яку співрозмовник не зміг зрозуміти; особистим ставленням до співрозмовника; невмінням слухати та ін.

Аспекти специфіки міжособистісної комунікації:

- наявність спільного комунікативного простору;
- активність учасників комунікації;
- орієнтація на мотиви, цілі, установки партнера по спілкуванню;
- налагодження спільної діяльності;
- активний обмін інформацією.

Важливою передумовою забезпечення стійкої роботи аптечного закладу виступає наявність своєчасної достовірної інформації, на яку впливають різноманітні фактори прямої (постачальники, конкуренти, лікарі, споживачі, новітні технології) і непрямой дії (швидкість передачі) зовнішнього середовища. Але іноді виникають проблеми під час комунікативної взаємодії працівників аптечних закладів.

Аспекти порушення комунікацій:

технологічний – точність переданих символів інформації;

семантичний – визначає те, наскільки точно передані символи, що відображають бажане значення;

аспект ефективності – показує, наскільки ефективно впливає зміст і значення прийнятого повідомлення та пов'язаних з цією метою фінансових ресурсів на розвиток подій у необхідному напрямі і на діяльність підприємства в цілому, оптимальність.

Першочергове значення для людей, що реалізують себе через професії типу «людина – людина», має удосконалення комунікативної толерантності.

Комунікативна толерантність – це терпимість людини до інших людей, здатність приймати їх такими, якими вони є, без виникнення агресивних захисних дій.

Види комунікативної толерантності:

ситуативна – до іншої конкретної людини;

типологічна – до збірних типів особистостей або певних груп людей (наприклад, до представників конкретної нації, раси, професії);

професійна – до змішаних людей, з якими доводиться мати справу за родом діяльності.

За характером впливу інформація може бути спонукальною і констатувальною.

Спонукальну інформацію висловлюють у наказі, проханні, пораді, інструкції, які призначені стимулювати певні дії.

Констатувальна інформація передбачає зміну поведінки особистості не безпосередньо, а опосередковано і поширюється у формі повідомлення.

Людину, яка володіє багатством комунікативної техніки і використовує її на різних рівнях спілкування, називають комунікабельною. Під комунікабельністю розуміють уміння спілкуватися.

Комунікативність (комунікабельність) фахівців фармації формується під впливом багатьох чинників, серед яких переважають особистісні якості (емоції, ціннісні орієнтації, уміння говорити, слухати та ін.).

ТЕМИ РЕФЕРАТІВ ТА ПОВІДОМЛЕНЬ

1. Комунікація як обмін інформацією.
2. Комунікативна компетентність як складова професійної діяльності.
3. Особливості людської комунікації.
4. Психологія міжособистісних комунікацій.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПІДГОТОВКИ ТА КОНТРОЛЮ

1. Що таке «комунікація»?
2. Дайте характеристику функціям комунікації.
3. У чому полягає специфіка міжособистісної комунікації?
4. Яка головна мета комунікаційного процесу?
5. Зазначте організаційні та психологічні чинники, які впливають на взаєморозуміння партнерів по спілкуванню.
6. Що таке комунікативна толерантність? На які різновиди її поділяють?

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аминов И. И. Психология делового общения: учебное пособие / И. И. Аминов. – 4-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2007. – 304 с.
2. Бороздина Г. В. Психология делового общения: учебник / Г. В. Бороздина. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 295 с.
3. Квинн В. Прикладная психология / В. Квинн. – СПб.: Изд-во «Питер», 2000. – 560 с.
4. Максименко С. Д. Технологія спілкування (комунікативна компетентність учителя: сутність і шляхи формування) / С. Д. Максименко, М. М. Заброцький. – К.: Главник, 2005. – 112 с.
5. Мерманн Э. Коммуникация и коммуникабельность / Э. Мерманн; пер. с нем. – Х.: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2007. – 296 с.
6. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія: навчальний посібник / Л. Е. Орбан-Лембрик. – К.: Академвидав, 2005. – 448 с.
7. Психология: учебник / под ред. А. А. Крылова. – М.: ПБОЮЛ М. А. Захаров, 2001. – 548 с.
8. Рогов Е. И. Психология общения / Е. И. Рогов. – М.: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2007. – 335 с.
9. Сандомирский М. Е. Психология коммерции: учеб. пособ. для студ. выс. учеб. завед. / М. Е. Сандомирский. – М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 224 с.
10. Філоненко М. М. Психологія спілкування: підручник / М. М. Філоненко. – К.: Центр навчальної літератури, 2008. – 224 с.

11. Цигульська Т. Ф. Загальна та прикладна психологія / Т. Ф. Цигульська. – К.: Наукова думка, 2000. – 190 с.
12. Шеламова Г. М. Деловая культура и психология общения: учебник / Г. М. Шеламова. – 3-е изд., доп. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 160 с.

ТЕМА 4. ВЕРБАЛЬНЕ СПІЛКУВАННЯ

1. Поняття та основні ознаки вербального спілкування.
2. Види та форми мови.
3. Слухання.
4. Особливості сприймання і розуміння людини людиною під час вербального спілкування.

1. ПОНЯТТЯ ТА ОСНОВНІ ОЗНАКИ ВЕРБАЛЬНОГО СПІЛКУВАННЯ

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 говорить нам про емоційність та настрій людини.

Для більш глибокого і повноцінного розуміння процесів, що відбуваються під час обміну інформацією, фахівцеві 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 та в найбільш обмежених розмірах. Щоб передати якість переживання чи зміст свідомості іншій людині, немає іншого шляху, крім віднесення цього змісту до певного класу, до певної групи явищ, а це потребує узагальнення. Таким чином, вищі, властиві людині форми психологічного спілкування можливі лише

завдяки тому, що людина за допомогою мислення узагальнено відображає дійсність».

Мова – це засіб для спілкування, мислення, передання і засвоєння життєвого досвіду особистості. Вона 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 у всіх 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 повинна 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 тисяч слів). За стилем виділяють мовлення: побутове; художнє; ділове; наукове.

Стилі мовлення:

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

Функції мови

Мова є знаряддям мислення та інтелектуальної діяльності. Вона забезпечує орієнтування особистості в умовах завдання, вироблення та виконання плану дій, порівняння одержаного результату з накресленою метою. Засобами мовлення фахівець фармації ефективно вирішує різноманітні професійні завдання або здійснює функції професійного спілкування: інформує, налаго-

джує 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.

2. ВИДИ ТА ФОРМИ МОВИ

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 – 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. Письмова мова розрахована на зорове сприйняття, вона 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 в окремих випадках 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) – це мовлення, в якому безпосередньо взаємодіють дві особи. Він характеризується неорганізованістю, бо заздалегідь запланувати його неможливо.

Монолог – це 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.

3. СЛУХАННЯ

Ефективність вербальної комунікації фахівця залежить від уміння слухати, що є необхідною умовою правильного розуміння співрозмовника.

Слухання – це 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 пацієнт може вільно розповідати проблему і бути впевненим в індивідуальній увазі фахівця. Під час розмови фахівець може уточнити певну інформацію і бути уважним до відповідей пацієнта на поставлені запитання. У процесі комунікативної взаємодії фахівцеві не-

обхідно 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, як особистісна якість, притаманне не всім людям, воно 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 із 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. Воно 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:

- вміти демонструвати співрозмовнику свою повагу до нього;
- вміти підкреслювати щирий інтерес до співрозмовника;
- запам'ятовувати імена, це надає спілкуванню більш довірливого характеру;
- уникати непотрібних суперечок;
- уникати зловживання критикою й засудження інших;
- вміти бути вдячним слухачем і вислуховувати співрозмовника до кінця;
- поважати думку інших людей;
- застосовувати метод переконання, уникати наказового тону та вказівок;
- частіше посміхатися.

4. ОСОБЛИВОСТІ СПРИЙМАННЯ І РОЗУМІННЯ ЛЮДИНИ ЛЮДИНОЮ ПІД ЧАС ВЕРБАЛЬНОГО СПІЛКУВАННЯ

Спілкування – це не просто обмін інформацією, це взаємна активність партнерів. Успішність спілкування залежить від рівня соціальної та емоційної чутливості до людей. При нерозвиненості

однієї з цих складових спілкування може стати нерезультативним чи взагалі не відбутися.

Пізнання і взаємний вплив людей один на одного – обов'язковий елемент спільної діяльності. Від того, як люди відображають та інтерпретують зовнішність і поведінку співрозмовника, багато в чому залежить характер їхньої взаємодії і діяльності та результати, яких вони досягають.

Отже, людина виступає щодо партнерів по спілкуванню не тільки як об'єкт і суб'єкт впливу, а й одночасно як суб'єкт пізнання. Основними процесами, завдяки яким здійснюється засвоєння інформації, що надходить від іншої людини, є сприймання, мислення та уявлення.

Сприймання – це процес відображення конкретних явищ, ситуацій чи предметів у мозку людини, що діє на всі органи чуття особистості.

У сприйманні завжди виявляються індивідуальні особливості людини, її бажання, інтереси, певне ставлення до ситуації, емоційний стан особистості. Сприймання кожної нової комунікативної взаємодії здійснюється на підставі знань та досвіду людини. Тому одні й ті самі ситуації людьми різного рівня культурного розвитку, дітьми та дорослими сприймаються та осмислюються по-різному.

Уява – це процес створення людиною на основі попереднього досвіду образів об'єктів спілкування.

Перш ніж щось робити, людина уявляє кінцевий результат своєї діяльності та шляхи, якими його буде досягнуто. Підґрунтям для уяви комунікативної взаємодії є попередній досвід людини, ті враження, що зберігаються в її свідомості. Вибір способу дій, комбінування елементів в образах уяви здійснюються логічними міркуваннями, виконанням різних розумових дій, завдяки чому зберігається зв'язок продуктів людської фантазії з реальністю, їх дієвий характер. Цінність уяви полягає в тому, що вона допомагає людині орієнтуватися у проблемних ситуаціях, приймати правильні рішення, передбачати результат власних дій. Діяльність уяви тісно пов'язана з мисленням.

Мислення – процес пізнавальної діяльності особистості, характерний відображенням дійсності, зв'язків між предметами і явищами. Мислення тісно пов'язане з розвитком особистості, мотивами та здібностями розумового процесу.

Значення мислення в процесі спілкування полягає в тому, що воно дає можливість людині передбачити і прогнозувати розвиток

подій. Рівень розвитку мислення визначає, якою мірою людина здатна орієнтуватися в навколишньому світі, в конкретній ситуації, як вона панує над обставинами та може знайти шляхи вирішення в складних ситуаціях спілкування.

Встановлено, що цілісний образ людини виникає поступово і пов'язано це з просторово-часовими умовами, в яких відображається об'єкт. Наприклад, люди з нормальним зором в умовах доброї видимості виділяють людину з оточення на відстані двох кілометрів. На відстані одного кілометра видно загальний контур, 700 м – сприймаються рухи рук та ніг, 300 м – голова, овал обличчя, колір одягу, 60 м – розрізняються очі, ніс, пальці. В умовах поганої видимості показники сприймання людини на відстані гірші.

Колір елементів верхньої половини фігури визначається раніше, ніж нижньої. Велике значення має ракурс (збоку, зверху), в якому сприймається людина. При сприйманні обличчя напрямок розглядання – зверху вниз, від волосся до губ, тобто верх голови є точкою початку сприймання обличчя.

Крім власне психофізіологічних чинників, на сприймання та розуміння людини людиною впливають вікові, статеві, професійні та інші ознаки. Так, з віком при словесному відтворенні зовнішності збільшується кількість елементів виразних рухів, проте зменшується кількість елементів оформлення зовнішності.

Правильному сприйманню і оцінюванню людьми одне одного та їх успішній взаємодії заважає наявність попередніх настанов (установок), оцінок, переконань, які є у людей ще до моменту їх реальної взаємодії; існування вже сформованих стереотипів; відсутність бажання прислуховуватися до думки інших людей та інше.

Отже, пояснити поведінку людини можна лише аналізуючи загальну соціальну ситуацію, в яку вона потрапляє.

ТЕМИ РЕФЕРАТІВ ТА ПОВІДОМЛЕНЬ

1. Загальна характеристика вербальних засобів спілкування.
2. Види вербальних засобів комунікації.
3. Мовлення як засіб спілкування.
4. Використання професійних термінів, іноземних слів, сленгів.
5. Психологічні особливості вербальної комунікації.

6. Запитання співрозмовників та їх психологічна сутність у процесі комунікативної діяльності фахівця фармацевтичної галузі.
7. Голос та манера говорити – характеристики внутрішнього стану співрозмовника.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПІДГОТОВКИ ТА КОНТРОЛЮ

1. Що впливає на адекватність сприймання і розуміння людьми одне одного?
2. Розкрийте зміст вербальних засобів спілкування.
3. Що, на вашу думку, визначає якість мовлення фахівця?
4. Що є знаковою системою мови?
5. Що важливіше для розуміння повідомлення – вміння слухати чи вміння говорити?

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аминов И. И. Психология делового общения: учебное пособие / И. И. Аминов. – 4-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2007. – 304 с.
2. Бедь В. В. Юридична психологія: навчальний посібник / В. В. Бедь. – Львів: «Новий Світ-2000»; К.: «Каравела», 2002. – 376 с.
3. Бороздина Г. В. Психология делового общения: учебник / Г. В. Бороздина. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 295 с.
4. Загальна психологія: підручник / О. В. Скрипченко, Л. В. Долинська, З. В. Огороднійчук та ін. – К.: Либідь, 2005. – 464 с.
5. Крутоцкий В. А. Психология: учебник для учащихся пед. училищ / В. А. Крутоцкий. – М.: Просвещение, 1980. – 352 с.
6. Мацюк Зоряна. Українська мова професійного спілкування: навчальний посібник / Зоряна Мацюк, Ніна Станкевич. – К.: Каравела, 2005. – 325 с.
7. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія: навчальний посібник / Л. Е. Орбан-Лембрик. – К.: Академвидав, 2005. – 448 с.
8. Рогов Е. И. Психология общения / Е. И. Рогов. – М.: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2007. – 335 с.
9. Сандомирский М. Е. Психология коммерции: учеб. пособ. для студ. выс. учеб. завед. / М. Е. Сандомирский. – М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 224 с.

10. Шадських Ю. Г. Психологія і педагогіка: навчальний посібник / Ю. Г. Шадських. – Львів: «Магнолія плюс», 2005. – 320 с.

ТЕМА 5. НЕВЕРБАЛЬНЕ СПІЛКУВАННЯ

1. Невербальна комунікація та її особливості.
2. Кінесичні особливості невербального спілкування.
3. Проксемічні особливості невербального спілкування.

1. 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 з цих невербальних елементів спілкування може допомогти нам переконатися в правильності сказаного або ж, навпаки, поставити сказане під сумнів. Особливістю невербальної мови є те, що її виявлення обумовлене нашою підсвідомістю.

Невербальне спілкування (лат. *verbalis*, від *verbum* – слово) – це 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.

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.

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 лю-

ди 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 голосом, гнів і страх – також досить високим голосом, але в більш широкому 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 дотики у формі рукостискання;
- поплескування;
- поцілунки тощо.

Використання такесичних засобів спілкування залежить від статусу партнерів, віку, статі та часу знайомства співрозмовників.

Види рукостискання:

- домінуюче (рука зверху, долоні розвернуті вниз);
- покірне (рука знизу, долоні розвернуті уверх);
- рівноправне.

Поплескування по плечу можливе за умов близьких стосунків, одного соціального положення партнерів по спілкуванню.

2. КІНЕСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НЕВЕРБАЛЬНОГО СПІЛКУВАННЯ (ЖЕСТИ, ПОЗИ, МІМІКА)

Велике значення в процесі спілкування приділяється емоціям, позам та міміці співрозмовників. Завдяки ним ми можемо зрозуміти ставлення оточуючих до інформації, яку вони отримують.

Кінесика – це спосіб комунікації за допомогою рухів тіла і жестів.

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

Коли людина відчуває тривогу, їй властиві швидкі, неспокійні рухи рук і ніг, тремтіння рук. Пригнічена людина рухається дуже повільно, немов кожен рух дається їй надзвичайно складно.

Жести

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

Таблиця 1

Характерні жести

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

Жестикуляція містить у собі всі жести рук та тіла, а також деякі інші дії, що несуть у собі певне змістовне навантаження. У практиці взаємодії виділяють жести, що відображають внутрішній стан людини, її ставлення до співрозмовника та до інформації, яку він отримує.

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 долонями догори. Цей жест особливо часто спостерігається у дітей. Коли діти пишаються своїми досягненнями, вони відкрито показують свої руки. Коли ж діти відчують 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 підозрілості 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, то це сигнал про те, що ви для нього стали нецікаві чи просто набридли, чи ж він відчуває свою перевагу над вами.

У тому випадку, коли співрозмовник хоче швидше закінчити бесіду, він непомітно повертається убік дверей, при цьому його ноги звертаються 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 з 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 з 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 говорить, 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 прикривання рукою рота стає більш витонченим у дорослому віці, коли людина бреше, її рука ухиляється від рота і народжується інший жест – дотик до носа.

Щоб почувати себе більш впевнено 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 більше 100 років тому. Однією з перших була робота Ч. Дарвіна «Вира-

ження 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 всі 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 характерові мовлення, взаємин: схвалення, осуд, невдоволення, радість, байдужість, захоплення. Широкий діапазон почуттів співрозмовників виражають посмішка, 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 доволіному 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.

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.

3. ПРОКСЕМІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НЕВЕРБАЛЬНОГО СПІЛКУВАННЯ

Американський антрополог Едуард Т. Хол запровадив термін «проксеміка».

Проксеміка – організація простору і часу комунікативної взаємодії.

Правильно обрана дистанція задає тон спілкуванню. Вона залежить від багатьох чинників: від спрямування, віку, соціального статусу особистості, а також психічних особливостей, національних звичаїв людей тощо. Стать і особистісні особливості також впливають на відстань між партнерами: жінки стоять чи сидять ближче до співрозмовника, ніж чоловіки. Зацікавлені один в одному співрозмовники скорочують дистанцію спілкування.

Американські психологи виділили такі види дистанції між партнерами в процесі спілкування:

Інтимна дистанція (відповідає інтимним стосункам) – до 0,5 м. З усіх зон ця найголовніша, оскільки саме цю зону людина охороняє так, начебто це її власність. Дозволяється проникнути в цю зону тільки тим, хто знаходиться в тісному емоційному контакті з людиною. Це діти, батьки, чоловіки, коханці, близькі друзі й родичі.

Особиста дистанція (від 0,5 м до 1,2 м). Це відстань, що звичайно розділяє нас, коли ми знаходимося на офіційних прийомах, офіційних вечорах і дружніх вечірках.

Соціальна дистанція (від 1,2 м до 3,6 м). На такій відстані ми тримаємося від сторонніх людей.

Публічна дистанція (більше 3,6 м). Скупченість людей на концертах, у кінозалах, на ескалаторах, у транспорті, ліфті призводить до неминучого вторгнення людей в інтимні зони один одного. Існує низка неписаних правил поведінки людини в західних країнах в умовах скупченості людей, наприклад, в автобусі чи ліфті. Це такі правила:

1. Ні з ким не дозволяється розмовляти, навіть зі знайомими.
2. Обличчя повинне бути без жодного прояву емоцій.
3. Якщо у вас у руках книга чи газета, ви повинні бути цілком занурені в читання.
4. Чим тісніше в транспорті, тим стриманіші повинні бути ваші рухи.
5. У ліфті варто дивитися тільки на покажчик поверхів над головою.

Візуальний контакт

Візуальний контакт у процесі спілкування може сказати співрозмовнику набагато більше, ніж слова. Візуальний контакт допомагає регулювати розмову. Чим ближче перебувають люди одне до одного, тим менше вони зустрічаються поглядами. І навпаки, на віддалі вони тривалий час дивляться одне на одного і використовують жести для підтримання уваги під час розмови. Погляд на співрозмовника означає не лише зацікавленість, а й зосередженість на тому, що говорять. Ми схильні довше дивитися на тих, ким захоплюємося, з ким у нас близькі стосунки. Візуальний контакт допомагає тому, хто говорить відчувати, що говорять саме з ним і справити приємне враження.

Напрямок погляду показує спрямованість уваги співрозмовника, демонструє ставлення співрозмовника до тих чи інших повідомлень. Коли людина прагне до встановлення більш теплих взаємин, вона шукає погляд співрозмовника. Однак, якщо хтось дивиться нам в очі занадто довго, то це вселяє пересторогу.

Підґрунтя для справжнього спілкування може бути встановлено тільки тоді, коли ви спілкуєтеся з людиною віч-на-віч. Залежно від того, як співрозмовник дивиться на вас, яка тривалість його погляду і як довго він може витримати ваш погляд, можна зрозуміти його ставлення до інформації, що він отримує. Саме тому дуже важливо під час ділового спілкування контролювати вираз своїх очей.

Погляд повинен зустрічатися з очима партнера близько 60-70% від усього часу спілкування. Часто зустрічається так званий погляд скоса, який використовується для передачі зацікавленості чи ворожості. Якщо такий погляд супроводжується злегка піднятими бровами чи посмішкою, то він означає зацікавленість, а якщо опущеними вниз бровами, нахмуреним чолом чи опущеними куточками рота – підозріле, вороже чи критичне ставлення до співрозмовника.

Якщо людина підкреслює свою перевагу над вами, то її прикриті повіки поєднуються з відкинутою назад головою і довгим поглядом, відомим як «зверхній погляд». Якщо ви помітили схожий погляд у вашого співрозмовника, це означає, що ваша поведінка викликає в нього негативну реакцію і потрібно щось змінити, щоб успішно завершити розмову.

Урахування всіх факторів невербального спілкування надзвичайно важливе у діловому спілкуванні фахівців фармацевтич-

ної галузі. Іноді саме жести, міміка можуть дати значну інформацію для обох учасників комунікації. Від знання фахівцями різних особливостей невербального спілкування залежить успішність їх ділового спілкування.

ТЕМИ РЕФЕРАТІВ ТА ПОВІДОМЛЕНЬ

1. Зовнішній вигляд і поведінка особистості.
2. Проксемічні засоби спілкування.
3. Такесичні засоби спілкування.
4. Експресія як засіб невербального спілкування.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПІДГОТОВКИ ТА КОНТРОЛЮ

1. Які елементи входять до структури невербального спілкування?
2. Доведіть або спростуйте твердження про те, що невербальні засоби комунікації не впливають на ефективність професійної комунікації.
3. Охарактеризуйте вплив різних чинників на інтенсивність використання фахівцем невербальних засобів комунікації.
4. Які жести і пози називаються відкритими?
5. Що означає поняття міжособистісної дистанції?

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аминов И. И. Психология делового общения: учебное пособие / И. И. Аминов. – 4-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2007. – 304 с.
2. Бороздина Г. В. Психология делового общения: учебник / Г. В. Бороздина. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 295 с.
3. Варій М. Й. Психологія: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / М. Й. Варій. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 288 с.
4. Крутоцкий В. А. Психология: учебник для учащихся пед. училищ / В. А. Крутоцкий. – М.: Просвещение, 1980. – 352 с.
5. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія: навчальний посібник / Л. Е. Орбан-Лембрик. – К.: Академвидав, 2005. – 448 с.
6. Пиз Аллан. Язык жестов: как читать мысли других людей по их жестам / Аллан Пиз. – М.: Ай-Кью, 1995. – 257 с.
7. Рогов Е. И. Психология общения / Е. И. Рогов. – М.: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2007. – 335 с.

8. Сандомирский М. Е. Психология коммерции: учеб. пособ. для студ. выс. учеб. завед. / М. Е. Сандомирский. – М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 224 с.
9. Элизабет Мерманн. Коммуникация и коммуникабельность / пер. с нем. – Х.: Изд-во Гуманитарный центр, 2007. – 296 с.
10. Шадських Ю. Г. Психологія і педагогіка: навчальний посібник / Ю. Г. Шадських. – Львів: «Магнолія плюс», 2005. – 320 с.

ТЕМА 6. ПОРУШЕННЯ, БАР'ЄРИ ТА ТРУДНОЩІ СПІЛКУВАННЯ

1. Труднощі спілкування.
2. Бар'єри у спілкуванні.
3. Маніпуляція під час спілкування.

1. ТРУДНОЩІ СПІЛКУВАННЯ

Спілкування – це процес взаємодії принаймні двох осіб, спрямований на взаємне пізнання, встановлення і розвиток стосунків, взаємовплив на стани, 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 характерами людей, їх прагненнями, поглядами, мовними особливостями, манерами спілкування, релігійними поглядами тощо. Однак процес комунікації може здійснюватися і при цих труднощах.

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 придатних до цієї 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 щонебудь, 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 оточуючих 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. Встановлено, що у фахівців, які відчують труднощі у спілкуванні, яскраво виявлена тривожність. Дослідження показали, що в кожного з них свій комплекс неповноцінності, що деформує ставлення фахівця до інших співрозмовників.

Вихід із складної ситуації, викликаній 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.

2. БАР'ЄРИ У СПІЛКУВАННІ

Налагодження і розвиток контактів, сприймання партнера по спілкуванню у процесі міжособистісної взаємодії наптовхуються

на різноманітні бар'єри, які можуть виникати через відсутність розуміння між учасниками спілкування, яке виникає на ґрунті соціальних, політичних, релігійних, професійних відмінностей.

Бар'єри можуть бути викликані різними причинами. Тому можна виділити такі їхні види:

- комунікативний;
- психологічний;
- інтелектуальний;
- бар'єри культурних упереджень;
- естетичний;
- мотиваційний;
- емоційний тощо.

Комунікативні бар'єри (франц. *barrière* – 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 установка, розбіжність інтересів партнерів по спілкуванню тощо. Найтиповішими психологічними бар'єрами є поганий контакт та негативна установка на співрозмовника.

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

Інтелектуально розвинена та 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 свого інтелектуального відставання.

Бар'єри культурних упереджень породжені поглядами, звичками і традиціями різних народів. Негативні расові та національні установки 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 більш необхідна справа, ніж ця розмова.

Емоційні бар'єри взаєморозуміння – це небажання спілкуватися, заглиблюватись у проблеми співрозмовника і співчувати йому внаслідок антипатії до нього (образи, роздратування, ненависті, презирства, неповаги та ін.). Вони містять дуже багато різноманітних ситуацій 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. 2).

Таблиця 2

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 ро-

			зуміння?
Результат	Чи зрозуміли мене?	Досягнення однієї та іншої сторони	Чи зрозуміли співрозмовника?

Будь-яка інформація, що надходить до людини, несе в собі елементи впливу на її поведінку, думки і бажання з метою їхньої 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 сприйняти 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. Таким чином, 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. Таким чином, 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 та-

кий 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 випадку 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 усіх випадках 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 в той же час неприємної та небезпечної інформації.

Отже, ефективному спілкуванню можуть заважати різні перешкоди, що зумовлені особистісними установками. 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.

3. МАНІПУЛЯЦІЯ ПІД ЧАС ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

Маніпулятивне спілкування передбачає вплив на партнера з метою досягнення своїх прихованих намірів та цілей, контролю над поведінкою й думками іншої особи.

Маніпуляція – вид психологічного впливу на особистість, уміле застосування якого призводить до управління поведінкою і бажаннями співрозмовника.

Причини маніпуляції:

1. *Недовіра* (з'являється тоді, коли людина вважає себе залежною від інших – тому стає на шлях маніпуляцій, щоб інші завжди були у неї під контролем).
2. *Любов* (передбачає сприйняття людини такою, якою вона є і повагу до її суті. Справжня любов безкорислива і безумовна).
3. *Ризик і невизначеність* (маніпулятор впадає у відчай чи інерцію, перетворює себе на об'єкт й інших сприймає як об'єкти і речі).
4. *Схвалення всіх і кожного* (прагнення подобатися іншим, справляти на них приємне враження).

5. *Матеріальна вигода* (поширена в торгівлі та різних ділових переговорах).

Ефективність маніпуляції залежить від уміння маніпулятора використувати психологічно уразливі позиції людини, її риси характеру, звички, бажання, достоїнства, тобто все те, що спрацьовує автоматично, без витрати часу на свідомий аналіз ситуації і себе в ній.

Практика спілкування показує, що широке використання маніпулятивного впливу, маніпулятивних засобів у діловій сфері зазвичай переноситься на сферу дружби, неформальних міжособистісних стосунків, що призводить до руйнації близьких, довірливих взаємовідносин між людьми. Е. Шостром, автор відомого бестселера про людину-маніпулятора, вважає, що в кожному з нас «сидить» маніпулятор і навіть декілька, на різній глибині, у різних іпостасях, і в ті чи інші моменти життя то один, то інший береться нами керувати.

Типи маніпуляторів (Е. Шостром):

- *диктатор* (перебільшує свою силу, домінує, наказує, цитує авторитетів, робить усе, щоб жорстко управляти своєю жертвою);
- *легкодуха людина* (жертва диктатора, розвиває велику майстерність у стосунках з ним: не чує, мовчить, забуває; перебільшує свою чутливість);
- *калькулятор* (перебільшує необхідність усе і всіх контролювати; говорить неправду, намагається перехитрити й вивести на чисту воду);
- *причеп* (протилежність калькулятора, перебільшує власну залежність; намагається бути об'єктом турбот);
- *хуліган* (гіперболізує свою агресивність, жорстокість, недобррозичливість; погрожуючи, отримує вигоди);
- *добрий хлопець* (перебільшує власну турботу, любов, прив'язує до себе своєю підкресленою турботою; у конфлікті з хуліганом найчастіше виграє);
- *суддя* (гіперболізує власну критичність, нікому не вірить, важко пробачає, всіх звинувачує);
- *захисник* (протилежність судді, пробачає помилки інших; замість того, щоб опікуватися своїми справами, турбується про потреби інших; псує людей, не дає їм стати самостійними й самокритичними до себе і своїх дій).

Зазвичай люди належать до якогось одного з цих типів у найбільш вираженій мірі, але час від часу в них можуть проявлятися

й інші типи. Маніпулятор тяжіє до спілкування з найбільш підходящим партнером.

Не всяке маніпулювання є злом, іноді воно, на думку Е. Шострома, стає необхідним з погляду боротьби за існування. Однак у більшості випадків воно завдає безсумнівної шкоди, маскуючи реальну мету спілкування і взаємодії.

Основні стратегії маніпуляторів (Е. Шостром):

- *активний маніпулятор* керує іншими за допомогою активних методів, досягає задоволення, спираючись на безсилля інших і контролюючи їх, застосовує систему прав і обов'язків, наказів і прохань, табелів рангів тощо, керуючи людьми як маріонетками;

- *пасивний маніпулятор* вирішує, що оскільки він не може контролювати життя, то відмовиться від зусиль і дозволить розпоряджатися собою активному маніпулятору; він перемагає своєю млявістю і пасивністю, дозволяючи активному маніпулятору думати і працювати за нього;

- *маніпулятор, який змагається*, ставить до життя як до стану, що потребує постійної пильності, оскільки тут можна виграти або програти – третього не дано.

- *байдужий маніпулятор* намагається відійти від контактів, однак насправді його поведінка пов'язана з можливістю обіграти партнера.

Існує велика кількість способів уберегтися від маніпуляцій, але всі вони складаються з певних установок: відхід, вигнання, блокування, управління, завмирання та ігнорування.

Відхід – це збільшення дистанції спілкування, переривання контакту.

Вигнання – видалення агресора (вигнання агресора з роботи, з будинку, вбивство тощо).

Блокування – контроль дії, створення перешкод на його шляху.

Управління – контроль дії, вплив на агресора. Використання такого захисту, як плач, скарги, підкуп тощо.

Ігнорування – втрата адекватності сприйняття, ілюзії.

Ці базові установки визначають лише напрям захисних дій. Оскільки маніпуляція найчастіше буває прихована, наявність загрози адресатом сприймається в основному неусвідомлено. Щоб подолати в собі маніпуляції, необхідно усвідомити власні маніпу-

ляції, визнати їх в собі, побачити нещирі почуття, і розгледіти за ними справжні почуття і насмілитися виразити їх.

У процесі ділового спілкування виникають деякі труднощі, які мають тимчасовий або тривалий характер, що впливає на ефективність міжособистісної взаємодії. Вивчення перешкод на шляху спілкування та способів їх уникнення сприяє досягненню мети спілкування, поліпшенню психологічного клімату і взаємодії в колективі.

Щоб уникати труднощів в діловому спілкуванні намагайтесь дотримуватись таких правил:

- уважно слухайте співрозмовника;
- погоджуйтесь з його висловлюваннями, аналізуйте їх і прийміть ті, з якими ви не маєте розбіжностей;
- намагайтесь зрозуміти, що той, хто критикує інших, сам не впевнений у собі, у своїх поглядах і здібностях;
- проаналізуйте почуте і зробіть власні висновки.

Отже, у процесі спілкування необхідно володіти власними емоціями, враховувати емоційні стани співрозмовників, стан здоров'я відвідувачів аптечних закладів та організовувати спілкування таким чином, щоб досягти взаєморозуміння та уникати конфліктних ситуацій.

ТЕМИ РЕФЕРАТІВ ТА ПОВІДОМЛЕНЬ

1. Загальна характеристика труднощів спілкування.
2. Деформації спілкування.
3. Комунікативні бар'єри.
4. Бар'єри сприймання.
5. Стилiстичні бар'єри спілкування.
6. Інтелектуальні бар'єри у спілкуванні.
7. Маніпуляція під час спілкування.
8. Психологічні проблеми аргументації.
9. Бар'єри нерозуміння.
10. Соціально-психологічні бар'єри особистості і суспільства.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПІДГОТОВКИ ТА КОНТРОЛЮ

1. Труднощі спілкування.
2. Бар'єри спілкування.
3. Комунікативні бар'єри.

4. Що таке маніпуляція?
5. Чому людина вдається до маніпуляції?
6. Які причини маніпуляції?
7. Які Ви знаєте типи маніпуляторів? Дайте їм характеристику.
8. Охарактеризуйте основні види комунікативних бар'єрів.
9. У чому полягає зміст мовних бар'єрів різних культур? Назвіть приклади їх прояву.
10. Проаналізуйте ті зауваження, які найчастіше зустрічаються у ваших співрозмовників та з'ясуйте їх причини.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аминов И. И. Психология делового общения: учебное пособие / И. И. Аминов. – 4-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2007. – 304 с.
2. Бороздина Г. В. Психология делового общения: учебник / Г. В. Бороздина. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 295 с.
3. Варій М. Й. Психологія: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / М. Й. Варій. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 280 с.
4. Волкова А. И. Психология общения для студентов колледжей / А. И. Волкова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2006. – 510 с.
5. Максименко С. Д. Технологія спілкування (комунікативна компетентність учителя: сутність і шляхи формування) / С. Д. Максименко, М. М. Заюроцький. – К.: Главник, 2005. – 112 с.
6. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія: навчальний посібник / Л. Е. Орбан-Лембрик. – К.: Академвидав, 2005. – 448 с.
7. Сандомирский М. Е. Психология коммерции: учеб. пособ. для студ. выс. учеб. завед. / М. Е. Сандомирский. – М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 224 с.
8. Трухін І. О. Соціальна психологія спілкування: навчальний посібник / І. О. Трухін. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 336 с.
9. Цимбалюк І. М. Психологія спілкування: навчальний посібник / І. М. Цимбалюк. – К.: ВД «Професіонал», 2004. – 304 с.
10. Цимбалюк І. М. Психологія спілкування: навчальний посібник. – 2-ге вид., випр. та допов. / І. М. Цимбалюк. – К.: ВД «Професіонал», 2007. – 464 с.
11. Філоненко М. М. Психологія спілкування: підручник / М. М. Філоненко. – К.: Центр навчальної літератури, 2008. – 224 с.

12. Шейнов В. П. Искусство управлять людьми / В. П. Шейнов.
– Мн.: Харвест, 2007. – 512 с.

ТЕМА 7. ДІЛОВЕ СПІЛКУВАННЯ

1. Поняття «ділове спілкування».
2. Форми ділового спілкування.
3. Ділова бесіда як основна форма ділового спілкування.

1. ПОНЯТТЯ «ДІЛОВЕ 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 встановлення інших відносин між підприємствами, фірмами, організаціями.

Ділове спілкування – це процес установаження і розвитку взаємодії із суб'єктами спілкування, змістом якого є сумісна діяльність.

Від правильної організації спілкування людей (фахівців фармацевтичної галузі) залежить результативність їхньої 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 рішення. 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 просто-

рово-часова дистанція). Пряме ділове спілкування супроводжується емоціями і навіюванням, що робить його більш результативним, ніж непряме.

Особливості ділового спілкування:

- наявність певного офіційного статусу співрозмовників;
- спрямованість на встановлення 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 – це 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 питання 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 виключну 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 питання своєму співрозмовнику, на які він би мав можливість і бажання відповідати.

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

6. Враховуйте емоційний стан і стан здоров'я співрозмовника. Дотримуйтесь дружнелюбного тону.

7. Поводьтесь спокійно і доброзичливо.

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

2. ФОРМИ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

Ділове спілкування реалізується в різних формах:

- ділова бесіда (зустрічі, переговори, дискусії);
- ділові переговори;
- ділові наради;
- ділові збори;
- ділові сніданки, обіди, вечери.

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, але ділова бесіда найбільш розповсюджена форма для вирішення професійних питань.

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

Мета ділової бесіди – переконати партнера прийняти конкретні рішення.

Ділові переговори – це 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. Таким чином, 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 учас-

ники лише обмінюються поглядами, інформацією. У діловій практиці виникають і такі ситуації, коли одна із сторін йде на переговори тільки для того, щоб відвернути увагу партнера. За таких умов переговори матимуть деструктивний характер стосовно однієї із 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 – це групове осмислення й вирішення проблеми організації чи установи.

Мета наради – 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 здібності, але й комунікативні, а також дотримуватися норм і правил етикету. Ефективною вважається та нарада, підсумком якої є вироблення спільної думки між співрозмовниками.

Ділові збори – це 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, вечери. 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, вечери, фуршети. Їх поєднують деякі загальні принципи, що застосовують під час сніданку, обіду, вечери чи фуршету – це правила поведінки за столом. Але кожна з цих форм ділового спілкування має свої особливості.

Діловий сніданок використовують для ділової розмови в тому випадку, 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 більше двох годин.

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

3. ДІЛОВА БЕСІДА ЯК ОСНОВНА ФОРМА ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

Ділова бесіда є найбільш поширеною формою ділового спілкування. Вона здійснюється з метою передавання інформації, обміну думками, почуттями та ін. За допомогою ділової бесіди реалізується прагнення однієї людини чи групи людей до дій, які змінять хоча б одну зі сторін якої-небудь ситуації чи встановлять нові стосунки між учасниками бесіди.

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

Функції ділової бесіди:

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

Практика ділових відносин показує, що у вирішенні проблем, пов'язаних з міжособовим контактом, 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;
- встановлення 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 зручно вибрано час для співрозмовника. Відомо, що людина, яка дочекала більше півгодини на зустріч, навряд чи буде налаштована доброзичливо на бесіду. Таким чином, пунктуальність зміцнює атмосферу, причому пунктуальність обох співрозмовників, а якщо час бесіди прострочено, потрібно попередити партнера про непередбачену затримку й попросити його зачекати, вказавши час з 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; проявляти 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 із 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; вміння одягатися; ерудиція; виховання; толерантність тощо.

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

ТЕМИ РЕФЕРАТІВ ТА ПОВІДОМЛЕНЬ

1. Ділове спілкування і манера поведінки.
2. Форми ділового спілкування.
3. Ділова зустріч.
3. Обмін діловою інформацією.
4. Психологічні прийоми впливу на партнера.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПІДГОТОВКИ ТА КОНТРОЛЮ

1. Яке основне призначення ділового спілкування?
2. Характерні особливості ділового спілкування.

3. Які форми ділового спілкування?
4. Що являє собою ділова бесіда?
5. Які характерні ознаки індивідуальної бесіди?
6. Як необхідно готуватися до ділової бесіди?
7. Які види публічних виступів ви можете назвати? Охарактеризуйте їх.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аминов И. И. Психология делового общения: учебное пособие / И. И. Аминов. – 4-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2007. – 304 с.
2. Бороздина Г. В. Психология делового общения: учебник / Г. В. Бороздина. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 295 с.
3. Сандомирский М. Е. Психология коммерции: учеб. пособ. для студ. выс. учеб. завед. / М. Е. Сандомирский. – М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 224 с.
4. Цимбалюк І. М. Психологія спілкування: навчальний посібник / І. М. Цимбалюк. – К: ВД «Професіонал», 2004. – 304 с.
5. Шадських Ю. Г. Психологія і педагогіка: навчальний посібник / Ю. Г. Шадських. – Львів: «Магнолія плюс», 2005. – 320 с.
6. Шейнов В. П. Искусство управлять людьми / В. П. Шейнов. – Мн.: Харвест, 2007. – 512 с.
7. Шеламова Г. М. Деловая культура и психология общения: учебник / Г. М. Шеламова. – 3-е изд., доп. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 160 с.

ТЕМА 8. ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПЕРЕГОВОРНОГО ПРОЦЕСУ

1. Переговори як різновид ділового спілкування.
2. Процес підготовки до переговорів.
3. Етапи переговорного процесу.

1. ПЕРЕГОВОРИ ЯК РІЗНОВИД ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

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 пе-

реговорів полягає в тому, що вони проходять в умовах ситуації з різноманітними інтересами сторін. Складне сполучення різноманітних інтересів робить учасників переговорів взаємозалежними. Їхні учасники обмежені у своїх можливостях однобічним шляхом реалізувати власні інтереси.

Звичайно переговори починаються із заяв обох сторін про їхні 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 узгодженого взаємного вирішення.

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 так:

- двосторонні та багатосторонні переговори (враховується кількісний аспект);

- переговори, спрямовані на урегулювання конфліктних та спірних ситуацій;

- дипломатичні;

- торгові;

- політичні.

Переговори передбачають наявність таких етапів:

- підготовка до переговорів (до відкриття переговорів);

- попередній відбір пропозицій (первісні 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.

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. Важливими показниками успішності переговорів є також ступінь розв'язання й виконання двома сторонами взятих на себе зобов'язань. З 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.

2. ПРОЦЕС ПІДГОТОВКИ ДО ПЕРЕГОВОРІВ

Перед початком будь-яких переговорів важливо добре до них підготуватися. Ретельна підготовка до переговорів – це передумова їх успішного проведення, від неї на 50% залежить успіх усієї подальшої діяльності. Найчастіше люди намагаються йти шляхом найменшого опору і заощаджують час і сили на підготовку до переговорів.

На етапі підготовки до переговорів, відбувається пошук відповідей на такі запитання:

Для чого необхідні переговори?

З якою метою вони проводяться?

Яка небезпека може виникнути під час переговорного процесу?

Які результати передбачаються?

Які методи підготовки до переговорів?

Які можливі шляхи узгодження інтересів?

Відповіді на поставлені запитання дають можливість зрозуміти, що мета переговорів полягає в досягненні рівноправної угоди, прийнятної для обох сторін. Психологічна підготовка до переговорів вимагає від учасників переговорного процесу максимальної витримки, тонкощів у спілкуванні, вміння відчувати і співчувати тощо.

Підготовчий період може розпочатися задовго до фактичного початку переговорів і містить такі основні аспекти: організаційний, змістовий та психологічний.

Організаційний аспект. Організаційна підготовка до переговорів містить: формування делегації (учасників переговорів); визначення місця та часу зустрічі; порядок дня засідання переговорів; погодження питань, що стосуються ведення переговорів.

Під час формування делегації важливо врахувати комунікативні та професійні здібності фахівців. У делегації має бути людина, яка вміє вчасно поставити потрібне запитання, ефективно й лаконічно викласти зміст питання, тактовно зупинити обговорення, перевести розмову в іншу площину, зняти емоційне напруження тощо. Перш ніж сідати за стіл переговорів, варто враховувати також їх змістовий аспект, який передбачає чіткий аналіз проблем, діагноз ситуації; формування спільного підходу до переговорів, їх цілей, завдань, позицій; прогноз зміни ситуації та результатів, визначення можливих варіантів рішення; проектування найсприятливіших умов; підготовку пропозицій та їх аргументацію, складання необхідних документів. Важливо також звернути увагу на тактичну підготовку, що зорієнтована на вибір методів і способів ведення переговорів, розподіл ролей між учасниками команди, на налагодження робочих, ділових стосунків з партнером.

При виборі місця проведення переговорів варто пам'ятати, що люди комфортніше почувають себе на своїй «території», будь це офіс або країна. А тому приймаюча сторона має значну перевагу. Можливий вибір і нейтральної території. Часовий параметр переговорів залежить від реальних можливостей підготовки. Тривалість переговорів може бути досить різною: від одного до двох днів, до декількох місяців.

Визначення порядку денного – це важлива складова підготовки до переговорів. Порядок денний є певним інструментом для регулювання ходу переговорів. У процесі його складання визначається коло питань для обговорення, встановлюється порядок обговорення, вирішується питання про тривалість виступів опонентів.

Організаційна сторона підготовчого періоду пов'язана із вирішенням такого завдання, як формування складу учасників переговорів. Склад учасників багато в чому залежить від того, які питання передбачається обговорити в ході переговорів, і тому включення кожного члена до складу учасників переговорів повинно визначатися тим, що саме ця людина здатна додати щось істотне до майбутнього діалогу сторін.

Змістовий аспект. У ході підготовчого періоду сторони обов'язково вирішують низку завдань: аналіз проблеми та інтересів сторін; оцінка можливих альтернатив у переговорній угоді; визначення переговорної позиції; розробка різних варіантів вирішення проблеми та формулювання відповідних пропозицій; підготовка необхідних документів та матеріалів.

Психологічна підготовка має на меті виконання таких основних завдань: забезпечення підтримки станів власної захищеності та сумісності з партнерами по спілкуванню; здійснення спрямованого впливу на партнера з метою досягнення узгодження партнерських інтересів через співробітництво.

Майбутні переговори можуть мати успіх лише в тому випадку, 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 невивідного 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 повинні бути зрозумілі та точні.

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

На завершальній стадії переговорів опрацьовується письмовий звіт. При цьому важливим є не лише підсумковий документ, але й те, як проходили переговори. Усі названі стадії переговорного процесу передбачають використання певних способів подання позиції партнерів: відкриття й закриття позицій, підкреслення в них спільного й відмінностей. За умови, коли у виступі подається власна позиція без порівняння її з позицією партнера, то така дія розглядається як відкриття позиції. Коли ж учасник переговорів порівнює дві або кілька позицій, то, залежно від того, що підкреслюється в інформації, це може оцінюватися як підкреслення спільного або відмінного.

3. ЕТАПИ ПЕРЕГОВОРНОГО ПРОЦЕСУ

Переговорний процес – поступовий розвиток партнерських стосунків між учасниками взаємодії. Його перебіг розподіляють на декілька етапів, які розрізняються цілями та вимогами до поведінки партнерів.

Перший етап – початок ведення переговорів. Його завдання:

- установлення контакту з партнерами;
- створення приємної атмосфери для ведення переговорів;
- залучення уваги;
- пробудження інтересу;
- «перехоплення», у разі потреби, ініціативи в процесі переговорів.

Для створення сприятливого клімату на початку переговорного процесу необхідно не випускати з виду деякі важливі дрібниці, зокрема, варто користуватися чіткими, стислими та змістовими вступними словами й поясненнями; звертатися до співрозмовників на ім'я; мати відповідний зовнішній вигляд; виявляти повагу до особистості тощо.

Другий етап – передавання інформації. Він має виконувати такі завдання:

- збирання спеціальної інформації щодо проблем, вимог і побажань партнера та його організації (фірми);
- виявлення мотивів і цілей партнера;
- передавання запланованої інформації;
- формування основ для аргументації чи попередньої перевірки правильності вузлових пунктів власної аргументації;
- аналіз і перевірка позиції партнера;
- попереднє визначення напрямків наступної діяльності, що в остаточному підсумку спростить останню фазу – прийняття рішень.

Третій етап – аргументування. На цьому етапі формується попередня думка, визначається позиція щодо даної проблеми, яка влаштовує обидві сторони. Тут можна спробувати змінити, в разі потреби, вже сформовану думку (позицію), закріпити те, що вже сформувалося чи змінилося, на нову думку. На цьому етапі можна усунути чи пом'якшити суперечності, що позначилися до переговорів чи виникли у процесі їх проведення, критично перевірити власні положення й факти, викладені партнером.

Види аргументування:

- *доказова аргументація* – необхідність перевірки, чи правильними є власні висновки, чи немає у власній аргументації суперечностей, чи можна навести прийнятні приклади й порівняння;
- *контраргументація* – необхідність перевірки, чи не з'являються суперечності; чи немає фактів або пропозицій партнера, які можна заперечити; чи не наведено невдалий приклад (порівняння); чи не зробив партнер помилкового висновку; чи не занадто

просто представив партнер проблему і чи не впливає з цього необхідність показати інший бік та ін.

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

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

Четвертий етап – спростування аргументів партнера. Найважливішими завданнями є:

- розмежування окремих заперечень щодо суб'єктів, об'єктів, місця, часу і наслідків;
- прийнятне пояснення висловлених чи невисловлених заперечень, зауважень, сумнівів;
- нейтралізація зауважень партнера, якщо для цього є можливості, спростування заперечень партнера.

Під час вирішення зазначених завдань варто дотримуватися логічної структури спростування зауважень і аргументів партнера, зокрема, локалізувати кожне зауваження чи аргумент; проводити аналіз зауважень; виявляти справжні причини; обирати тактику спростування; обирати метод спростування; проводити оперативне спростування зауважень.

П'ятий етап – прийняття рішень. До основних завдань можна віднести:

- досягнення основної (у найгіршому випадку) або запасної (альтернативної) мети;
- забезпечення сприятливої атмосфери наприкінці переговорів;
- стимулювання партнера до виконання накреслених дій;
- підписання угоди за результатами переговорів.

Ділова частина переговорів завершується перетворенням інтересів партнера на остаточне рішення (приймається на основі компромісу). Якщо перебіг переговорів був позитивним, то на завершальній стадії необхідно резюмувати, коротко повторити основні положення, що розглядалися в процесі переговорів, і, що особливо важливо, характеристику тих позитивних моментів, за якими досягнуто згоди сторін. Це дозволить мати впевненість у тому,

що всі учасники переговорів чітко уявляють суть основних положень майбутньої угоди, в усіх складається переконання в тому, що у процесі переговорів досягнуто певного прогресу. Доцільно обговорити перспективу нових зустрічей.

У разі негативного результату переговорів необхідно зберегти суб'єктивний контакт із партнером за переговорами. У цьому випадку акцентується увага не на предметі переговорів, а на особистісних аспектах, що дозволяють зберегти ділові контакти в майбутньому. Отже, варто відмовитися від підведення підсумків за тими розділами, де не було досягнуто позитивних результатів. Бажано знайти таку тему, що становить інтерес для обох сторін, допоможе розрядити ситуацію та створити дружню, невимушену атмосферу прощання.

Протокольні заходи є невід'ємною складовою переговорів, вони несуть значне навантаження у вирішенні поставлених на переговорах завдань і можуть або сприяти успіху, або, навпаки, бути причиною невдачі. Діловий протокол охоплює широке поле своєї діяльності: це організація зустрічей і обслуговування переговорів, ведення записів бесід, забезпечення сувенірами, форма одягу, культурна програма і т. ін. Для вирішення цих питань доцільно створити в організації протокольну групу (із 2-3 чол.), яка буде займатися протокольними формальностями.

Мета аналізу підсумків переговорів: порівняння цілей переговорів із їхніми результатами; визначення мір і дій, що впливають із результатів переговорів; ділові, особисті й організаційні висновки для майбутніх переговорів.

Аналіз підсумків ділових переговорів. Переговори можна вважати завершеними, якщо ретельно й відповідально проаналізовано їхні результати, прийнято необхідні заходи для їх реалізації, зроблено відповідні висновки для підготовки наступних переговорів.

Аналіз підсумків ділових переговорів повинен проходити за такими трьома напрямками:

- аналіз відразу після завершення переговорів. Такий аналіз 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. Цей аналіз результатів переговорів має такі цілі: обговорення звіту про результати переговорів і з'ясування відхилення від раніше

встановлених директив; оцінка інформації про вже прийняті заходи й 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 питання:

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 РЕФЕРАТІВ ТА ПОВІДОМЛЕНЬ

1. Переговори як різновид спілкування.
2. Стратегії та динаміка ведення переговорів.
3. Техніка і тактика аргументування.
4. Вислуховування партнера як психологічний прийом.
5. Національні стилі ведення переговорів.
6. Формування переговорного процесу.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПІДГОТОВКИ ТА КОНТРОЛЮ

1. Що таке переговорний процес? Які в ньому є основні етапи?
2. Основні аспекти підготовки до переговорів.
3. У чому полягає організаційна підготовка до переговорів?
4. У чому виявляються стереотипи поведінки представників різних культур під час переговорів? Як їх подолати?
5. Які основні етапи переговорного процесу?

6. Які рекомендації Ви можете дати учасникам переговорів за наслідками їх дії:
 - перед зустріччю учасників;
 - на початку переговорів;
 - у процесі переговорів;
 - у процесі прийняття рішення?
7. Що може покращити інформаційний обмін між партнерами?
8. Які головні проблеми та питання потрібно вивчити та врахувати, готуючись до зустрічі з діловим партнером?
9. Які головні психологічні якості особистості потрібно враховувати під час переговорів і спілкування?

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аминов И. И. Психология делового общения: учебное пособие / И. И. Аминов. – 4-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2007. – 304 с.
2. Бороздина Г. В. Психология делового общения: учебник / Г. В. Бороздина. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 295 с.
3. Етика та психологія ділових відносин: навчальний посібник / за ред. проф. Т. Є. Андреевої. – Х.: Бурун Книга, 2004. – 144 с.
4. Коэн Г. Искусство вести переговоры и заключать сделки / Г. Коэн; пер. с англ. А. Найдёновой. – М.: АСТ: Транзит книга, 2005. – 381 с.
5. Крутоцкий В. А. Психология: учебник для учащихся пед. училищ / В. А. Крутоцкий. – М.: Просвещение, 1980. – 352 с.
6. Лавриненко В. Н. Психология и этика делового общения: учебник / В. Н. Лавриненко – 4-е изд., перераб и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 415 с.
7. Максимов Б. В. Психология бизнеса и предпринимательства: учебное пособие / Б. В. Максимов. – К.: ИД «Профессионал», 2005. – 256 с.
8. Сандомирский М. Е. Психология коммерции: учеб. пособ. для студ. выс. учеб. завед. / М. Е. Сандомирский. – М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 224 с.

ТЕМА 9. ПРОФЕСІЙНЕ СПІЛКУВАННЯ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ФАХІВЦІВ

1. Спілкування працівників аптечних закладів.
2. Розуміння в процесі ділового спілкування.
3. Встановлення психологічного контакту у спілкуванні.
4. Правила спілкування по телефону.

1. СПІЛКУВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ АПТЕЧНИХ ЗАКЛАДІВ

Потреба людини в спілкуванні зумовлена способом її буття та необхідністю взаємодії в процесі діяльності. Будь-яка спільна діяльність, у першу чергу 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 тощо.

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. 3).

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

**Етапи професійного спілкування провізора
з відвідувачем аптеки**

Етапи спілкування	Дії провізора
Встановлення 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 пацієнту декілька 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, провізор продовжує консультацію 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

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 максимально 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, перед-

бачливість, бажання полегшити хворобу впливають на укріплення авторитету працівників аптеки.

Провізор повинен 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, пацієнт повинен бути впевненим в конфіденційності обговорюваної з провізором інформації. Провізор повинен використовувати під час спілкування доступні слова і 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 повинно 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 повинен 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, збільшилась відповідальність працівника аптеки. Це вимагає установлення 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 з 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 точки зору 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 установлення і розвитку контактів між людьми, зумовлений потребами суспільної діяльності; містить обмін інформацією, напрацювання єдиної стратегії, сприйняття 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 – готовність бачити і розуміти співрозмовника, проникнути 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, повинен 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 та 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, проявляти ініціативу, не критикувати;

- готуватися як до колективного спілкування, так і до індивідуального;
- слідкувати за мовленням.

Психологічними особливостями роботи фахівців аптечних закладів із відвідувачами аптек 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 з механізмом їхньої дії та правилами застосування;
- незначний рівень обізнаності медичних працівників з 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.

2. РОЗУМІННЯ В ПРОЦЕСІ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

Під час спілкування з відвідувачем аптеки провізору необхідно позитивно ставитись до нього, бути енергійним, вміти відчувати співрозмовника, його реакцію на отриману інформацію. Все це впливає на взаєморозуміння співрозмовників, що надзвичайно важливо для ділового спілкування фармацевтичних фахівців.

Психологічні механізми розуміння:

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

Емпатія (грец. «*patho*» – глибоке, сильне почуття) – це 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 введено відомим дослідником Е. Титченером. Емпатія сприяє збалансованості міжособистісних відносин, допомагає людині з'єднатися зі світом інших лю-

дей, 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. Саме тому для ефективного ділового спілкування фармацевтичним фахівцям необхідно розвивати свою здатність до емпатії.

Однією з головних професійно значущих якостей провізора повинна бути саме емпатійність, яка забезпечує конструктивну взаємодію між провізором та співрозмовником і містить високий рівень чутливості, уважності до іншого, співчуття, співпереживання. Емпатійність – це спосіб професійного контакту провізора з клієнтами, внутрішній світ яких доволі складний та багатогранний. Емпатійні здібності вдаліше проявляють люди, які самі пройшли через певні емоційні випробування.

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».

Форми емпатії залежать від типу та характеру міжособистісних стосунків. Так, з когнітивною емпатією фармацевтичні фахівці мають справу в тих випадках, 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 іншому.

Види емпатії:

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

Емпатія сприяє збалансованості міжособистісних ділових стосунків фахівця фармацевтичної галузі, 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 провізора залежать значною мірою від умов виховання, соціального оточення, сформованої системи цінностей тощо.

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

Рефлексія – це 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.

Так, для провізора обов'язково необхідно мати впевненість у своїй професійній компетентності, що включає в себе знання всіх фармакологічних якостей, дії протипоказань лікарських препаратів, вміння переконати співрозмовника в їх важливості й необхідності для людини, яка хворіє. Саме від того, наскільки провізор зможе переконливо і доступно донести до відвідувача аптеки цю інформацію, залежатиме якість та ефективність процесу лікування.

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. тотожність, подібність, рівнозначність) – це 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 і уособлює в собі людину, завдяки якій він зможе покращити своє здоров'я.

Розуміння в процесі ділового спілкування фахівців фармацевтичної галузі досягається завдяки:

1. Вмінню невербально налаштуватися на співрозмовника.
2. Здібностям відчувати емоції співрозмовника.
3. Вмінню розуміти співрозмовника, відчувати його бажання і потреби.
4. Вмінню керувати своїм емоційним станом під час ділової розмови.

3. ВСТАНОВЛЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНОГО КОНТАКТУ У СПІЛКУВАННІ

У роботі аптечних працівників спілкування займає особливе місце. Це не просто розмова з іншою людиною, а й дії, які виконуються для вирішення певних професійних завдань. Психологічний контакт вважається встановленим у тому випадку, коли виникло взаєморозуміння між співрозмовниками, коли думки і почуття однієї людини викликають відповідні думки і почуття у співрозмовника. Основи психологічного контакту – загальна зацікавленість в предметі розмови.

Психологічний контакт у професійній діяльності провізорів – це прояв провізором і відвідувачем аптеки, хворим або лікарем взаєморозуміння, що приводить до взаємної довіри і сприяння один одному.

У процесі спілкування фармацевтичного працівника з відвідувачем аптеки відбувається зовнішнє сприйняття один одного, формування першого враження, яке складається на основі сприйняття зовнішнього образу людини (її поза, жести, міміка, мова, особливості голосу). Розвиток контакту продовжується, безперечно, лише при наявності позитивного ставлення один до одного, тобто коли є взаємна симпатія.

Психологічні особливості роботи провізора з відвідувачами аптек та медичними працівниками:

1. Обмеження у часі та можливостях сприйняття інформації співрозмовниками вимагає від фахівця швидкого налаштування на співрозмовника, зокрема на особливості його сприйняття. Це допомагає провізору адекватно формулювати потрібну для відвідувача інформацію.

2. Переважно низький рівень обізнаності споживачів лікарських засобів з механізмом їхньої дії та правилами застосування.

3. Незначний рівень обізнаності медичних працівників з широтою асортименту ЛЗ, зокрема препаратів-аналогів та нових, які щойно надійшли на фармацевтичний ринок.

4. Відсутність гарантії задовільного психологічного стану партнера (наявність станів агресії чи депресії) потребує від провізора бездоганного управління собою, вміння ефективно відновлювати власну душевну рівновагу.

5. Різні пізнавальні можливості в розумінні інформації споживачів ліків вимагають від провізора вміння налаштовуватись на кожного співрозмовника окремо, зважаючи на індивідуальні характеристики його сприйняття, фізичний і психологічний стан, характерні риси особистості тощо.

Поважне ставлення до відвідувачів аптеки – чинник успішного професійного спілкування.

Відвідувач в аптеці:

- отримує максимум інформації про необхідний йому препарат;
- має можливість добре роздивитись упаковку, ознайомитися з листком-додатком;
- задає свої запитання провізору щодо особливостей застосування, зберігання лікарського засобу;
- згадує розмови, що відбулись в родині на цю тему;
- здійснює остаточний вибір лікарського засобу тощо.

Ефективне спілкування неможливе без правильного сприйняття, оцінки та взаєморозуміння партнерів. У процесі ділової взаємодії фармацевтичні фахівці та співрозмовники повинні враховувати мотиви, потреби та установки не лише однієї людини, але й усіх людей, що беруть участь у спілкуванні.

4. ПРАВИЛА СПІЛКУВАННЯ ПО ТЕЛЕФОНУ

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 екстремовними причинами.

Вміння 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 подзвонити? Коли я телефонуватиму? Які запитання я хочу поставити? Які документи мені стануть у нагоді? Які документи можуть знадобитися моему 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 по можливості чітко; 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 повинна перетворюватись у 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 представлення, введення 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.

ТЕМИ РЕФЕРАТІВ ТА ПОВІДОМЛЕНЬ

1. Обмін діловою інформацією.
2. Психологічні особливості відвідувача аптеки.
3. Види та характеристики соціальних ролей.
4. Ефекти міжособистісного сприйняття.
5. Тактика спілкування.
6. Зовнішній вигляд фармацевтичного фахівця.
7. Культура мови ділової людини.
8. Психологічні прийоми впливу на партнера.
9. Спілкування по телефону.
10. Соціальні типи в діловому спілкуванні.

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 першочергово 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 можна зазначити вимоги до розвитку окремих рис особистості фахівця, щоб сприяти вдосконаленню його професійної майстерності?
8. У чому полягають особливості розмови по телефону?

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аминов И. И. Психология делового общения: учебное пособие / И. И. Аминов. – 4-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2007. – 304 с.
2. Бедь В. В. Юридична психологія: навчальний посібник / В. В. Бедь. – Львів: «Новий Світ-2000», К.: «Каравела», 2002. – 376 с.
3. Бороздина Г. В. Психология делового общения: учебник / Г. В. Бороздина. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 295 с.
4. Ефимова Н. С. Психология общения. Практикум по психологии: учебное пособие / Н. С. Ефимова. – М.: ИД «Форум»: ИНФРА-М, 2006. – 192 с.
5. Крутоцкий В. А. Психология: учебник для учащихся пед. училищ / В. А. Крутоцкий. – М.: Просвещение, 1980. – 352 с.
6. Максимов Б. В. Психология бизнеса и предпринимательства: учебное пособие / Б. В. Максимов. – К.: ИД «Профессионал», 2005. – 256 с.
7. Мацюк Зоряна. Українська мова професійного спілкування: навчальний посібник / Зоряна Мацюк, Ніна Станкевич. – К.: Каравела, 2005. – 325 с.
8. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія: навчальний посібник / Л. Е. Орбан-Лембрик. – К.: Академвидав, 2005. – 448 с.
9. Сандомирский М. Е. Психология коммерции: учеб. пособ. для студ. выс. учеб. завед. / М. Е. Сандомирский. – М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 224 с.

10. 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.
11. Цимбалюк І. М. Психологія спілкування: навчальний посібник / І. М. Цимбалюк. – К: ВД «Професіонал», 2004. – 304 с.
12. Шейнов В. П. Искусство управлять людьми / В. П. Шейнов. – Мн.: Харвест, 2007. – 512 с.
13. Шеламова Г. М. Деловая культура и психология общения: учебник / Г. М. Шеламова. – 3-е изд., доп. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 160 с.

ТЕМА 10. КОНФЛІКТИ І ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

1. Психологічні причини виникнення конфліктів.
2. Типи конфліктів.
3. Основні стилі поведінки при розв'язанні конфліктів.
4. Конфлікти у професійній діяльності фахівців фармації.

1. ПСИХОЛОГІЧНІ ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ КОНФЛІКТІВ

Кожному з нас доводилось зустрічатися з конфліктними ситуаціями. Як зауважив американський психолог Б. Вул: «Життя – процес вирішення великої кількості конфліктів. Людина не може їх уникнути. Вона може вирішувати, брати участь у виробленні рішень чи залишити це іншим». Тому кожній культурній людині необхідно мати хоча б елементарні уявлення про конфлікти, способи поведінки при їх виникненні, але для більшості людей характерним є невміння знаходити гідний вихід з них. Кожен конфлікт завжди пов'язаний з негативними емоціями, під час конфлікту людина починає відчувати дискомфорт, напругу, які можуть призвести до стресових станів, завдаючи тим самим шкоди здоров'ю.

Конфлікт (лат. conflictus – зіткнення) – це суперечність, що виникає між людьми у зв'язку з вирішенням тих чи інших питань соціального або особистого життя.

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 міжособовий характер і починаються з виникнення конфліктної ситуації.

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

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

Конфліктна ситуація містить:

- учасників конфлікту (сторони конфлікту), якими можуть бути окремі індивіди або різні за масштабами соціальні групи;
- умови перебігу (перш за все соціально-психологічні);
- образи 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 прий-

нятні у даній ситуації заходи та форми впливу і намагається здолати опір іншої сторони.

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

Основні 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 їхнього передбачення. Щоб передбачити конфлікти необхідно знати причини, що призводять до конфліктних ситуацій. Кожен конфлікт має своє джерело виникнення.

У конфліктній ситуації кожна зацікавлена сторона прагне відстоювати та досягати реалізації власної мети та завдання, при цьому вона наводить аргументи лише на свою користь.

2. ТИПИ КОНФЛІКТІВ

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 проявляється 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 установки 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. Цей конфлікт може бути зумовлений складною життєвою кризовою ситуацією.

Особистісно-груповий конфлікт часто виникає у випадку 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 основних 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 загально визнаним 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.

3. ОСНОВНІ СТИЛІ ПОВЕДІНКИ ПРИ ВИРІШЕННІ КОНФЛІКТІВ

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'ясовувати, чи є у вас щось спільне в інтересах, незважаючи на конфліктну ситуацію.

Основна 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?

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. Треба вести розмови чи переговори без образ, прагнути такої згоди, яка б могла 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.

У 1972 році дослідники Кеннет У. Томас та Ральф Х. Кілмен розробили п'ять основних стилів поведінки вирішення конфлікту (табл. 4).

Таблиця 4

Стилі поведінки в конфліктній ситуації

Стиль поведінки	Характеристика поведінки
1	2
<i>Стиль конкуренції</i>	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. Такий шлях ефективний, коли людина має певну владу. Але це вкрай неефективний метод розв'язання особистих конфліктів
<i>Стиль ухилення</i>	Використовує людина, коли 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, є значимою для сторін, то ймовірність його розв'язання не тільки знижується, а й часто наближається до негативних наслідків
<i>Стиль пристосування</i>	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 жаліючи 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, а будь-який подальший опір розцінюють як відхилення
<i>Стиль співробітництва</i>	Використовує людина, коли бере активну участь у вирішенні конфлікту та відстоює свої інтереси, але

	<p>при цьому намагається співпрацювати з іншою людиною. Цей стиль особливо ефективний, коли сторони мають різні приховані потреби. У таких випадках буває важко визначити джерело незадоволення.</p> <p>Співробітництво є дружнім, мудрим підходом до вирішення завдання визначення та задоволення інтересів обох сторін. Однак обидві сторони повинні витратити на це деякий час, зуміти пояснити свої бажання, виразити потреби, вислухати одне одного, а потім напрацювати альтернативні варіанти вирішення проблеми. Це здійснюється шляхом переговорів</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Закінчення табл. 4

1	2
<p><i>Стиль компромісу</i></p>	<p>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 взаємовиключні інтереси. У такий спосіб свідомо діють лише у тих випадках, коли людину влаштовує тимчасове рішення і тимчасова користь.</p> <p>Поступаючись, погоджуючись чи «жертвуючи» своїми інтересами на користь іншої людини, можна пом'якшити конфліктну ситуацію та встановити гармонію</p>

Кожен із цих стилів поведінки в конфліктній ситуації ефективний тільки за певних умов і жоден з 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.

4. КОНФЛІКТИ У ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ФАХІВЦІВ ФАРМАЦІЇ

Конфліктні ситуації, які трапляються в професійній діяльності провізорів, 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 уникнути 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;
- 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.

Провізор повинен вміти уважно слухати відвідувача аптеки, приділяти йому належну увагу. Коли людина бачить, що її не слухають, у неї виникає почуття ворожості, підозрілості, 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:

- вміти створювати позитивні емоційні установки 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 фармацевтичної галузі повинні 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.

ТЕМИ РЕФЕРАТІВ І ПОВІДОМЛЕНЬ

1. Психологічна сумісність і конфлікт у міжособистісних стосунках.
2. Види конфліктів.
3. Конфлікти у професійній діяльності фахівців фармації.
4. Конфліктна ситуація.
5. Функції конфліктів.
6. Міжгрупові конфлікти та їх причини.
7. Особистісні конфлікти.
8. Стадії розвитку конфлікту.
9. Стратегія поведінки в конфліктних ситуаціях.
10. Стилі розв'язання конфлікту.
11. Правила поведінки в умовах конфлікту.
12. Методи урегулювання конфліктів і запобігання їм.
13. Методи зняття психологічної напруги в умовах конфлікту.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПІДГОТОВКИ

ТА КОНТРОЛЮ

1. Що таке «конфлікт»?
2. Які основні складові конфлікту?
3. Які існують типи конфліктів?
4. Які є типи виробничих конфліктів?
5. Які прояви внутрішньоособистісного конфлікту?
6. У чому полягають причини міжособистісного конфлікту?
7. Коли виникає конфлікт між особистістю і групою?
8. Що покладено в основу міжгрупового конфлікту?
9. Які причини викликають конфліктні ситуації?
10. Які функціональні наслідки конфлікту?
11. Які є стилі поведінки в конфліктній ситуації?
12. Що таке стрес і коли він виникає?
13. У чому полягає несприятлива дія стресу?
14. Які існують методи управління стресовою ситуацією?
15. Між представниками яких типів темпераменту найчастіше можуть виникати конфлікти? Чому?

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бороздина Г. В. Психология делового общения: учебник / Г. В. Бороздина. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 295 с.
2. Волкова Н.П. Професійно-педагогічна комунікація / Н. П. Волкова. – К.: ВЦ «Академія», 2006. – 256 с.
3. Емельянов С. М. Практикум по конфликтологии / С. М. Емельянов. – СПб.: Изд-во «Питер», 2000. – 368 с.
4. Конфліктологія: підручник для студ. вищ. навч. закл. юрид. спец. / Л. М. Герасіна, М. І. Панов, Н. П. Осіпова та ін.; за ред. професорів Л. М. Герасіної та М. І. Панова. – Х.: Право, 2002. – 256 с.
5. Кудін А. В. Психология вирішення конфліктів: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / А. В. Кудін. – Х. – К., 2006. – 320 с.
6. Лавриненко В. М. Психология и этика делового общения: учебник / В. М. Лавриненко. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 415 с.
7. Максименко С. Д. Загальна психологія: навчальний посібник / С. Д. Максименко. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 272 с.

8. Нагаев В. М. Конфліктологія: курс лекцій (модульний варіант): навчальний посібник / В. М. Нагаев. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 198 с.
9. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія: навчальний посібник / Л. Е. Орбан-Лембрик – К.: Академвидав, 2005. – 448 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.: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2007. – 335 с.
12. Сандомирский М. Е. Психология коммерции: учеб. пособ. для студ. высш. учеб. завед. / М. Е. Сандомирский. – М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 224 с.
13. Семиченко В. А. Психологія педагогічної діяльності: навчальний посібник / В. А. Семиченко. – К.: Вища шк., 2004. – 335 с.
14. Скібська Л. І. Конфліктологія: навчальний посібник / Л. І. Скібська. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 384 с.
15. Столяренко Л. Д. Основы психологии / Л. Д. Столяренко. – Ростов н/Д: Фенікс, 2007. – 672 с.
16. Трухін І. О. Соціальна психологія спілкування: навчальний посібник / І. О. Трухін. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 336 с.
17. Цимбалюк І. М. Психологія спілкування: навчальний посібник / І. М. Цимбалюк. – К.: ВД «Професіонал», 2004. – 304 с.
18. Цимбалюк І. М. Психологія спілкування: навчальний посібник. – 2-ге вид., випр. та доп. – К.: ВД «Професіонал», 2007. – 464 с.
19. Шеламова Г. М. Деловая культура и психология общения / Г. М. Шеламова. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 160 с.
20. Шейнов В. П. Искусство управлять людьми / В. П. Шейнов. – Мн.: Харвест, 2007. – 512 с.

ТЕМА 11. ЕТИКА І КУЛЬТУРА СПІЛКУВАННЯ ФАХІВЦІВ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

1. Етика спілкування як прояв культури почуттів.
2. Професійна мораль.
3. Загальні етичні принципи і правила спілкування фахівців фармацевтичної галузі.

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 французького походження, означає «ярлик») – норма поведінки. До нього входять правила чемності й увічливості, прийняті в суспільстві.

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

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

Етикет виник у період зародження абсолютних монархій. Дотримуватися визначених правил поведінки, церемоніалу було необхідно для звеличення царських осіб, фараонів, імператорів, ханів, королів, царів, князів, принців, герцогів тощо. Від дотримання правил часто залежала не лише кар'єра, але й життя людини. Так було в Давньому 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 священником 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: уклад 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 та красивим. 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 фахівця 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 це спілкування або навіть зробити його неможливим.

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

Знання етикету – це:

- необхідна професійна якість, яку потрібно здобувати і постійно вдосконалювати;
- ключові умови для успішної роботи в будь-якій організації;
- основа успіху фахівця фармацевтичної галузі.

Етика ділових відносин містить:

- етичну оцінку 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 взаємини між співробітниками усередині установи, між працівниками установи й відвідувачами аптек, між провізорами та лікарями.

Фармацевтична етика – це сукупність моральних норм поведінки фармацевтичних працівників у процесі виконання ними службових обов'язків по відношенню до суспільства, клієнта, один до одного тощо.

Провізор повинен 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 звичаї практично всіх народів. У своїй основі ці правила поведінки є загальними, оскільки вони дотримуються представниками не тільки якогось певного суспільства, але й представниками найрізноманітніших соціально-політичних систем, існуючих у сучасному світі.

Вербальний етикет полягає у формах і манері мови, словниковому 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 вести ділове спілкування;
- дотримання об'єктивності, поваги та доброзичливого ставлення до колег;
- користування службовим телефоном;
- уміння вести ділове листування;

- непримиренність до байдужості в роботі;
- ввічлива поведінка, доречна люб'язність, товариське ставлення;
- доброзичливість у суперечці, неприпустимість особистих образ супротивника;
- вміння 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 ранить того, хто її собі дозволяє;
- вміння 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.

2. ПРОФЕСІЙНА МОРАЛЬ

Об'єктом діяльності професій лікаря, провізора, косметолога, маркетолога, вчителя, судді тощо 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'язане поняття професійної моралі. І хоч деякі професії, скажімо, косметолог, провізор, менеджер або маркетолог з'явилися не так давно, проте успішність їхньої діяльності цілком залежить від дотримання ними моральних норм та принципів.

Мораль (лат. *moralis* – моральний) – це 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 – це 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, до колег за професією, до партнерів, до суспільства загалом. Це усвідомлення власної моральної відповідальності й готовність фахівця виконувати професійний обов'язок.

Від професійного такту залежать взаємини з іншими людьми, вирішення з ними під час ділового спілкування.

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 та 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 повинні 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 професійний Кодекс етики фармацевтів.

Головні обов'язки фармацевта:

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

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 належних на те підстав. Виконувати свої професійні завдання з повагою до життя людини, охороняти здоров'я суспільства та кожної окремої особи. Аптечний працівник повинен виявляти однакову зацікавленість до всіх сво-

їх 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 повинні 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 повинні зберегти найбільш оптимальні форми взаємодії та правила поведінки з відвідувачами аптек, колегами, лікарями, представниками фармацевтичних фірм тощо.

Діловий етикет провізора вимагає особливої поведінки в спілкуванні з клієнтами. Хто б не прийшов до аптеки, провізору потрібно виявити максимальний інтерес і готовність допомогти. Розмовляти потрібно чемно, спокійно, керувати своїми емоціями та почуттями в конфліктних ситуаціях. Фармацевтичному працівнику необхідно зберігати чемність, такт, терпіння, ввічливість по відношенню до відвідувача аптеки. Дотримання правил поведінки з незнайомими людьми – це ознака респектабельності фахівця, його вихованості та 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. Шульженко провізорам:

1. Нерідко в аптеку 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 закінчіть 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 повинна закінчуватись запитанням, що вимагає конкретної відповіді.

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

5. Ви повинні 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 намагаються в першу чергу обслуговувати жінок і літніх людей. Але в будь-якому разі з відвідувачами аптек треба бути гарним психологом. Завжди треба пам'ятати, що головний принцип – 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. Взаємини між співробітниками.
7. Форма звертання.
8. Спілкування з іноземними партнерами.
9. Етика ділового спілкування «зверху – вниз».

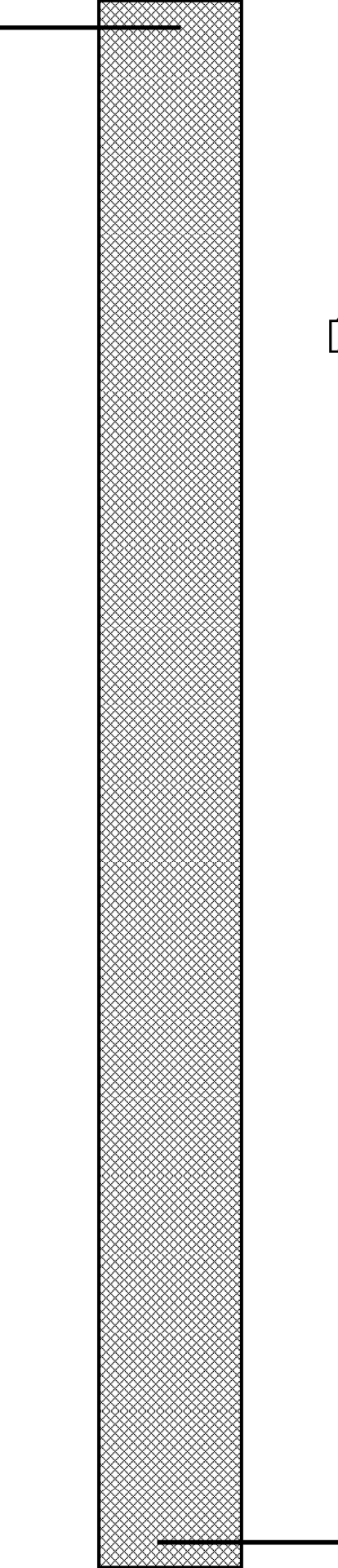
ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПІДГОТОВКИ ТА КОНТРОЛЮ

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 РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бороздина Г. В. Психология делового общения: учебник / Г. В. Бороздина – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 295 с.
2. Етика і психологія ділових відносин: навчальний посібник / за ред. проф. Т. Є. Андреевої. – Х.: Бурун Книга, 2004. – 144 с.
3. Львовичкіна А. М. Етнопсихологія: навчальний посібник / Л. М. Львовичкіна. – К.: МАУП, 2002. – 144 с.
4. Максимов Б. В. Психология бизнеса и предпринимательства: учебное пособие / Б. В. Максимов. – К.: ИД «Профессионал», 2005. – 256 с.
5. Сандомирский М.Е. Психология коммерции: учеб. пособ. для студ. выс. учеб. завед. / М. Е. Сандомирский. – М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 224 с.
6. Цимбалюк І. М. Психологія спілкування: навчальний посібник / І. М. Цимбалюк. – К.: ВД «Професіонал», 2004. – 304 с.
7. Цимбалюк І. М. Психологія спілкування: навчальний посібник. – 2-ге вид., випр. та доп. – К.: ВД «Професіонал», 2007. – 464 с.
8. Шеламова Г. М. Деловая культура и психология общения: учебник / Г. М. Шеламова. – 3-е изд., доп. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 160 с.



ДОДАТКИ

1. 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 нових вражень для того, щоб відчути збудження, здобути нові почуття?
2. Чи часто ви маєте потребу у 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 ви хочете почати розмову з 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. Чи віддаєте ви перевагу невеликій кількості друзів, але найбільш близьких 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 ви краще прочитаете про це в книжці, аніж 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 б ви платили 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 з приводу яких-небудь неприємних подій, які могли б відбутися?
41. Чи повільна, некваплива ваша хода?
42. Ви коли-небудь спізнювались 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 сказати, що ви – досить впевнена людина?
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 пожвавлення в нудну компанію?
54. Чи трапляється так, що ви говорите про речі, в яких не знаєтесь?
55. Чи турбуєтесь ви про своє здоров'я?
56. Чи любите ви кепкувати з інших?
57. Чи страждаєте ви від безсоння?

Трактування результатів.

Екстраверсія – знаходять суму відповідей «так» на питання 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, то у вас наявна емоційна стійкість.

Якщо кількість відповідей «так» становить 11-16, то у вас наявна емоційна вразливість.

Якщо кількість відповідей «так» становить 17-22, то у вас з'являються 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).*

2. ТЕСТ «ВАША КОМУНІКАТИВНА УСТАНОВКА»

***Порядок виконання.** Прочитайте кожне з запропонованих нижче суджень і дайте відповідь «так» чи «ні», виражаючи згоду чи незгоду з ними. Будьте уважні й щирі! Зафіксуйте свої відповіді.*

Судження	Так	Ні
1. Мій принцип у відносинах з людьми: довіряй, але перевіряй		
2. Краще думати про людину погано і помилитися, ніж навпаки (думати добре і помилитися)		
3. Високопоставлені посадові особи, як правило, спритники і хитруни		
4. Сучасна молодь розучилася відчувати глибоке почуття любові		
5. З роками я став більш потайливим, тому що часто доводилося розплачуватися за свою довірливість		
6. Практично в будь-якому колективі мають місце заздрість чи підсиджування		
7. Більшість людей позбавлені почуття жалю до інших		
8. Більшість працівників на підприємствах і в установах намагаються прибрати до рук усе, що погано лежить		
9. Підлітки здебільшого сьогодні виховані гірше, ніж раніше		
10. У моєму житті часто зустрічалися цинічні люди		
11. Буває так: робиш добро людям, а потім шкодуєш про це, тому що вони платять невдячністю		
12. Добро має бути з кулаками		
13. З нашим народом можна побудувати щасливе суспільство в недалекому майбутньому		
14. Нерозумних навколо себе бачиш частіше, ніж розумних		
15. Більшість людей, з якими доводиться мати ділові стосунки, удають із себе порядних, але по суті вони інші		
16. Я дуже довірлива людина		
17. Мають рацію ті, хто вважає: потрібно більше боятися людей, а не тварин		
18. Милосердя в нашому суспільстві в найближчому майбутньому залишиться ілюзією		
19. Наша дійсність робить людину стандартною, безликою		
20. Вихованість у моєму оточенні на роботі – рідкісна якість		
21. Я майже завжди зупиняюся, щоб дати на прохання перехожого жетон для телефону-автомата в обмін на гроші		
22. Більшість людей піде на аморальні вчинки заради особистих інтересів		
23. Люди, як правило, безініціативні в роботі		
24. Люди похилого віку часто показують свою озлобленість		
25. Більшість людей на роботі люблять пліткувати один про одного		

Обробіть дані та здійсніть інтерпретацію результатів

1. Завуальована жорстокість	1 – так (3), 11 – так (7), 16 – ні (3), 21 – ні (4)	
2. Відкрита жорстокість	2 – так (9), 7 – так (8), 12 – так (10), 17 – так (10), 22 – так (8)	
3. Обґрунтований негативізм	3 – так (1), 8 – так (1), 13 – ні (1), 18 – так (1), 23 – так (1)	
4. Бурчання	4 – так (2), 9 – так (2), 14 – так (2), 24 – так (2)	
5. Негативний досвід спілкування	5 – так (5), 10 – так (5), 15 – так (5), 20 – так (4), 25 – так (1)	
Разом		

3. ТЕСТ «ЧИ ВМІЄТЕ ВИ СЛУХАТИ»

Вміння слухати є критерієм комунікабельності. Дослідження свідчать, що не більше 10 відсотків людей уміють вислухати співрозмовника. Вважають, 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.

Зазначте ситуації, що викликають у Вас незадоволення чи прикрість, 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, в мене є що сказати, але не має можливості висловитися.
2. Співрозмовник постійно перебиває мене під час розмови.
3. Співрозмовник інколи дивиться на мене під час розмови, і 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 неуважний.
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 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 входжу до кабінету, він 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 думаете?» чи «Ви не згодні?»

Підведемо підсумки.

Отже, відсоток ситуацій, які викликають у Вас прикрість і роздратування, складають:

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 відмовляєте партнеру в повній увазі. 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.

4. ТЕСТ «ВПЕВНЕНІСТЬ У СОБІ»

Порядок виконання:

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

1. Ви довідалися, що Ваш 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. У цьому випадку 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 спонукати його до відмови від своєї думки;
 - д) спробуєте переконати співрозмовника в тому, що Ви праві.
4. Ви спізнилися на нараду. Усі місця вже зайняті, за винятком одного в першому ряді. 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 визначену 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.

Підведіть підсумки.

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

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

Інтерпретація результатів:

38-42 бали – ступінь упевненості високий;

30-37 балів – високий;

26-29 балів – середній;

25 і менше – низький.

Показник нижче 27 свідчить про необхідність негайно узятися за своє самовиховання.

5. ТЕСТ «САМООЦІНКА»

Поміркуйте над запропонованими твердженнями, вказавши за чотирибальною системою своє ставлення до них. При цьому бали повинні означати:

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 вмю як слід говорити з людьми.
14. Я занадто скромний (скромна).
15. Мое життя марне.
16. Більшість 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, що люди майже все сприймають легше, ніж я.
28. Мені здається, що зі мною повинна 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, 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).

6. 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 оточуючих.
3. З 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 поводжу себе зовсім по-іншому.
7. Я можу відстоювати тільки те, в чому щиро впевнений (-на).
8. Щоб досягти успіху в справах і в спілкуванні з людьми, я намагаюсь бути таким (такою), яким (якою) мене бажають бачити.
9. Я можу бути дружнім (дружньою) з людьми, які мені не подобаються.
10. Я не завжди такий (така), яким (якою) видаюсь.

Підведення підсумків.

*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 доцільне змінюватись залежно від ситуації. Ви здатні до щирого розкриття у спілкуванні, тому дехто вважає вас «незручним» через вашу прямотинітність.*

***4-6 балів** – середній комунікативний контроль. Ви щирі, але не витримані в 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.

7. 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, відносінах із протилежною статтю?
б) Якщо особа протилежної статі не відразу відповідає Вам взаємністю, чи здаєтеся Ви?
в) Чи стараетесь 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 оточуючих.

8. ТЕСТ «ДІАГНОСТИКА ТИПОВИХ СПОСОБІВ ПОВЕДІНКИ В КОНФЛІКТНИХ СИТУАЦІЯХ» (ЗА МЕТОДИКОЮ К.ТОМАСА)

Для виявлення домінуючих 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, яке 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 стараюся звернути увагу на те, із чим ми обидва погоджуємося.
2. а) Я стараюся 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 стараюся знайти компромісне рішення.
б) Я стараюся не зачепити почуття іншої людини, не образити її.
5. а) Уладнуючи суперечливу ситуацію, я завжди намагаюся знайти підтримку у інших людей.
б) Я стараюся зробити все, щоб уникнути марного напруження взаємин.
6. а) Я прагну уникнути неприємностей для себе.
б) Я стараюся досягти свого.
7. а) Я стараюся 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 стараюся домогтися свого.

10. а) Я твердо прагну домогтися свого.
б) Я стараюся 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 на зустріч 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 стараюся зробити все, щоб уникнути марного напруження взаємовідносин.
16. а) Я стараюся не зачепити почуття іншої людини, не образити її.
б) Як правило, я намагаюся переконати іншого в перевагах моєї позиції.
17. а) Я стараюся домогтися свого.
б) Я стараюся 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 стараюся відкласти вирішення суперечливого питання, щоб у свій час 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 стараюся 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 стараюся йти йому назустріч.
28. а) Я стараюся 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 стараюся не зачепити почуття іншої людини, не образити її.
б) Я завжди намагаюся знайти таку позицію в суперечці, щоб ми обоє досягли успіху.

Обробка та інтерпретація даних. У методиці розрізняється 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 рішення проблеми, при якому буде досягнута мета та вдоволені потреби кожного;

компромис – коли партнери намагаються знайти задовільний баланс своїх інтересів та потреб;

уникнення – коли людина відмовляється від взаємодії, бачачи марність своїх зусиль, або ж відкладає взаємодію до кращих часів;

пристосування – коли людина намагається створити умови для вдоволення 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 знаходимо суму балів за кожним із можливих варіантів поведінки в конфліктній ситуації. Отримані кількісні показники порівнюються між собою для виявлення домінуючих тенденцій поведінки людини в конфліктній ситуації.

9. 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 обтяжливим, 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 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 прикре 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?

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 спіл-

куванні з іншими. Відстоюєте свою точку зору 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 знайомитеся 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 вистає – 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. З цієї причини 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. Перш за все 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.

Навчальне видання

Кайдалова Лідія Григорівна

Пляка Любов Володимирівна

ПСИХОЛОГІЯ СПІЛКУВАННЯ

Навчальний посібник

Відповідальний за випуск *О.М. Котенко*

Редактор *Н. І. Голубєва*

Комп'ютерна верстка *О. М. Білинської*

Формат 60x84/16. Ум. друк. арк. 8,25. Тираж 300 пр. Зам. № .

Національний фармацевтичний університет

вул. Пушкінська, 53, м. Харків, 61002

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи серії ДК № 3420 від 11.03.2009.

Надруковано з оригінал-макета в друкарні ФО-П Петрова І.В.

вул. Гв. Широнінців, 79-в, к. 137, м. Харків, 61144
Свідоцтво про державну реєстрацію серії В00 № 948011 від 03.01.2003.