

**Чернишенко О.О.,**  
викладач кафедри іноземних мов,  
Національний фармацевтичний університет (Україна)

## **ОПЕРАЦІЙНО-ДІЯЛЬНІСНИЙ КОМПОНЕНТ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА КУЛЬТУРИ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ МАЙБУТНІХ ФАРМАКОЛОГІВ**

Враховуючи специфіку професійної діяльності фахівців фармакологічних спеціальностей, було виділено у структурі ділового спілкування майбутнього фармаколога операційно-діяльнісний компонент. На наш погляд, операційно-діяльнісний компонент культури ділового спілкування майбутнього фармаколога характеризується основними етапами комунікативної взаємодії, знаннями та уміннями, необхідними для їх виконання, типовими стратегіями організації спільної діяльності, стратегіями поведінки у конфліктних й кризових ситуаціях, етикетними моделями взаємодії.

У процесі ділового спілкування майбутнього фармаколога можна виділити три основні етапи: аналітико-прогностичний, стратегічний, підсумковий, кожен із яких вимагає відповідних знань та умінь.

Перший – аналітико-прогностичний етап, власне докомунікативний етап, який передбачає аналіз проблемної ситуації та формування предметного завдання, що постає перед ініціатором даної взаємодії. Мета може полягати не лише в отриманні відчутного предметного результату, але і в зміні психологічних якостей учасників взаємодії. Ефективність аналітико-прогностичного етапу залежить від правильної оцінки результатів аналізу, діагностики партнера по спілкуванню і комунікативного процесу.

Культура спілкування передбачає уміння правильно розпізнавати ситуацію спілкування й сенс дій партнера, і на основі цього будувати свою поведінку. В цьому полягає наступний етап – стратегічний, на якому встановлюється контакт, реалізуються обрані способи та стратегії взаємодії.

Продуктивність контактів значною мірою залежить від обраної стратегії комунікативної поведінки. Стратегія спілкування охоплює всю сферу побудови процесу комунікації, коли ставиться за мету досягнення деяких довготривалих результатів. В комунікативній стратегії за допомогою комунікативних тактик реалізуються цілі комунікативної

діяльності. Стратегія спілкування передбачає орієнтування в ситуації спілкування, планування мовленнєвої взаємодії залежно від конкретних умов спілкування і особистості комунікантів, а також реалізацію лінії поведінки під час бесіди. Метою розробки стратегії спілкування з особистостями є завоювання авторитету, вплив на переконання, поведінку з метою змусити здійснити деякий вчинок, піти на співпрацю, або утриматися від будь-яких дій.

З'ясовано, що поняття «стратегія» за деякими характеристиками перегукується з поняттям «стиль» та «рівень». Під стилем спілкування, як правило, розуміють «індивідуально стабільну форму комунікативної поведінки людини, яка проявляється в будь-яких умовах взаємодії – в ділових і особистісних стосунках, у стилі керівництва і виховання дітей, способах прийняття рішень і розв'язання конфліктів, у прийомах психологічного впливу на людей» [2, с. 109].

Визначаючи стиль взаємодії як стійку особистісну характеристику, яка відповідає груповим стандартам спілкування і детермінує спосіб взаємного зв'язку, або контакту суб'єктів-учасників спілкування, В.О. Горяніна виділяє п'ять основних критеріїв продуктивності стилю міжособистісної взаємодії: характер активності в позиції партнерів; характер цілей; характер відповідальності; характер функціонування механізму ідентифікації-відособлення [1]. Ці критерії лягли в основу виділених автором трьох стратегій контакту: співучасна, пригнічуюча, унікаюча. Перша стратегія належить до продуктивного стилю взаємодії; дві інші – до непродуктивного.

Отже, продуктивність стратегій спілкування майбутнього фармаколога визначається такими критеріями: ставленням до партнера зі спілкуванням, умінням та бажанням враховувати позиції, погляди та оцінки партнерів; характером цілей; характером відповідальності; характером функціонування механізмів сприйняття партнера зі спілкуванням. У контексті кожної стратегії можна виокремити певні моделі взаємодії.

Окрім стратегій та моделей, у яких виражаються способи та засоби спілкування, важливу роль у регуляції ділової взаємодії майбутніх фармакологів відіграють моделі, які характеризуються символічною насиченістю. Мова йде про етикетні моделі поведінки. «Вступаючи в контакт з іншими людьми, ми не завжди усвідомлюємо, що користуємося при цьому знаками – одиницями умовного коду, мови, які прийшли до

нас із давнини, комунікативним знаряддям, що тисячоліттями створювалося величезними творчими колективами – народами і расами. Елементарні мови, на зразок мови жестів привітання, варіюють не лише від однієї національної культури до іншої, але і в середині самої національної культури від однієї професійної групи до іншої і навіть від сім'ї до сім'ї. Звідси зрозуміло, наскільки універсальне це джерело взаємного розуміння або, навпаки, нерозуміння людей» [4, с. 6].

Для професійної сфери майбутнього фармаколога ця кодована інформація адресується у вигляді ділового і дипломатичного етикету і протоколу, які містять нормативну інформацію (норми, правила, які регламентують порядок проведення зустрічей, конференцій, бесід, переговорів, організацію прийомів, оформлення ділового листування [3], національні традиції, етикетні і протокольні нормативи).

Таким чином, операційно-діяльнісний компонент культури ділового спілкування відіграє важливу роль у професійній діяльності майбутнього фармаколога. Складові цього компоненту сприяють легкому та невимушеному спілкуванню, полегшують встановлення контактів, досягнення взаєморозуміння; сприяють стабілізації соціальних відносин; допомагають уникати тих ситуацій, які можуть викликати надмірне психічне напруження і завдати людині душевної травми. У цьому процесі між комунікантами відбувається обмін знаннями, досвідом, взаємозбагачення особистостей, виробляються спільні стратегії поведінки, вирішуються конфліктні ситуації, але разом з тим виявляються і відмінності, суперечності в оцінках, поглядах, діях, інтересах, емоціях, мотивах, ціннісних орієнтаціях і диспозиціях тощо.

#### **Список використаних джерел:**

1. Горянина, В. А. Психология общения : учеб. пособие для студентов вузов. Моск. гос. социальный ун-та / В. А. Горянина. – М. : Академия, 2002. – 416 с.
2. Коллектив. Личность. Общение : Словарь социально-психологических понятий / под ред. : Е. С. Кузьмина и В. Е. Семенова. – Л. : Лениздат, 1987. – 144 с.
3. Крылова, Н. Б. Формирование культуры будущего специалиста / Н. Б. Крылова. – М. : Высшая школа, 1990. – 142 с.
4. Ночевник, М. Н. Психология общения и бизнес / М. Н. Ночевник. – М. : Профиздат, 1995. – 259 с.