

## КУЛЬТУРА ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ МАЙБУТНІХ ФАРМАЦЕВТІВ ЯК НАУКОВА ПРОБЛЕМА

*У статті розглядаються основні підходи до аналізу сутності поняття культура ділового спілкування майбутніх фахівців фармакологічного профілю. Проаналізовані поняття «спілкування», «ділове спілкування», «культура ділового спілкування», означено характерні ознаки та функціональні особливості ділового спілкування у професійній діяльності майбутнього фармацевта.*

**Ключові слова:** культура ділового спілкування, спілкування, ділове спілкування, студент-фармацевт.

*В статье рассмотрены основные подходы к анализу сущности понятия культура делового общения будущих специалистов в фармацевтической отрасли. Проанализированы понятия «общение», «деловое общение», «культура делового общения», отмечено характерные признаки и функциональные особенности делового общения в профессиональной деятельности будущего фармацевта.*

**Ключевые слова:** культура делового общения, общение, деловое общение, студент-фармацевт.

*The article focuses on basic approaches to analyze the definition «culture of business communication of specialists of pharmacy area». The terms «communication», «business communication», «culture of business communication» are analyzed as well as typical features and functional peculiarities of business communication in professional activity of future druggist.*

**Key words:** culture of business communication, communication, business communication, student, future pharmacist.

**Постановка проблеми.** У зв'язку із інтеграцією України у світовий простір і можливостями здійснювати комунікацію на міжнародному рівні,

суттєво зростають вимоги до професійного спілкування, ділових якостей і загальної культури спеціаліста, суттєвим компонентом якої є культура ділового спілкування. У зв'язку з цим, актуалізується необхідність якісної підготовки студентів фармакологічного профілю до професійної діяльності, яка має комунікативну складову. Спілкування дозволяє кожному майбутньому фармацевту ідентифікувати себе як особистість, здатну до міжособистісного ділового взаєморозуміння. Уміння спілкуватися, досягати взаєморозуміння в процесі виконання професійних функцій і обов'язків є найважливішою основою високої ефективності праці в ситуаціях ділового спілкування. Професійна діяльність фармацевтів передбачає ефективну мовленнєву, соціокультурну взаємодію, пристосування до зміни зовнішніх і внутрішніх обставин.

Актуальним постає формування культури ділового спілкування, що слугує базою культурного самовдосконалення особистості в професійній діяльності. Розв'язання цього завдання потребує перегляду, пошуку, обґрунтування, розробки і впровадження нових підходів до системи формування культури ділового спілкування майбутніх фахівців фармакологічного профілю.

**Аналіз останніх досліджень.** Багатомірна, стимулююча роль культури ділового спілкування у професійній діяльності людини належним чином почали усвідомлювати вчені різних галузей наук – теоретики та спеціалісти-практики. Це знайшло відображення у розробках в галузі психології, етики, лінгвістики, педагогіки (В. І. Андрєєв, О. А. Баєва, О. О. Леонтєв, А. В. Мудрик, Ю. І. Палеха, Н. В. Паніна, А. П. Панфілова, Г. М. Сагач, Т. І. Холопова, С. Л. Чернер, В. П. Шеїнов, Г. В. Щокін та інші.) при професійній підготовці майбутніх фахівців різних спеціальностей. Однак невирішеною частиною цього досить актуального питання залишається аналіз стану проблеми поняття культура ділового спілкування студентів-фармацевтів як педагогічна проблема.

**Мета статті** – проаналізувати стан проблеми формування культури ділового спілкування студентів-фармацевтів в науковій літературі. Для вирішення вказаної мети поставили такі **завдання**: 1) визначити поняття «культура спілкування», «культура ділового спілкування», 2) розглянути і проаналізувати цілі і завдання ділового спілкування, 3) виявити характерні

ознаки та функціональні особливості ділового спілкування у професійній діяльності майбутнього фармацевта.

**Виклад основного матеріалу.** З'ясування сутності поняття «культура ділового спілкування майбутніх фахівців фармакологічного профілю» потребує аналізу загальних підходів до тлумачення змісту поняття «культура спілкування» і «культура ділового спілкування», що передбачає аналіз понять «спілкування» і «ділове спілкування».

Багатоплановий характер спілкування є предметом наукових досліджень кількох напрямів: педагогічного, лінгвістичного, психологічного, філософського, соціологічного. Так, педагогічне спілкування – це процес розв'язання безлічі комунікативних педагогічних завдань, проблем, що додає комунікативній структурі професійної діяльності яскраво виражений характер.

Розглядаючи проблему педагогічного спілкування, А. В. Мудрик стверджує, що це – особливий вид діяльності, виділення якого може бути вельми доцільним задля визначення взаємин між педагогом і студентом [3, с. 56]. О. О. Леонтьєв вважає, що професійне спілкування вчителя з учнями на уроці і поза ним (у процесі навчання і виховання) має певні педагогічні функції і направлене (якщо воно повноцінне і оптимальне) на створення сприятливого психологічного клімату, а також на іншого роду психологічну оптимізацію навчальної діяльності і стосунків між педагогом і учнем усередині учнівського колективу [1, с. 35].

Отже, метою педагогічного спілкування згадані вище автори бачать вирішення педагогічних завдань, пов'язаних з динамікою взаємин суб'єктів, а якісно змінені взаємини стають результатом спілкування. Гуманістичний характер спілкування як професійної діяльності визначається тим, що суб'єкти цієї діяльності визнаються вільними у даному відношенні особистостями, признаються їх інтелектуальні і моральні права. У той же час кожен із суб'єктів набуває нових думок, знань, намірів, тобто залежно від свого особистісного досвіду інтерпретує отриману навчальну інформацію.

Як свідчить аналіз наукової педагогічної літератури (праці О. О. Леонтьєва, А. В. Мудрика), існують два погляди на характер спілкування і діяльності, які розглядалися не як паралельно існуючі взаємозв'язані поняття, а як дві сторони соціального буття людини, її способу життя. З одного погляду, спілкування вважалось окремим видом діяльності, з іншої – спілкування розумілося як складник діяльності, що включений у будь-яку діяльність, а сама

діяльність розглядалася як умова спілкування. Аргументуючи свій погляд на спілкування як на діяльність людини, О. О. Леонт'єв відзначав, що суб'єкт діяльності завжди є «колективним суб'єктом», а зовсім не ізольованим індивідом, що і робить спілкування внутрішнім моментом діяльності. А. В. Мудрик, розглядаючи проблему спілкування, рішуче стверджував, що з погляду педагогіки виділення вільного спілкування як особливого виду діяльності може бути вельми доцільним.

З лінгвістичного погляду, спілкування – це символічна (опосередкована знаками) взаємодія людей (автора і одержувача знаку-повідомлення), відтворення, що має на меті єдність і тотожність знаків: термінів, понять тощо. Так, Є. М. Верещагін, В. Г. Костомаров стверджують, що спілкування – процес встановлення і підтримки цілеспрямованого, прямого або опосередкованого контакту між людьми за допомогою мови.

З психологічного погляду, взаємодія, здійснювана у формі спілкування, є умовою будь-якої діяльності людини – саме людини з її цілями, емоціями, обмеженими когнітивними здібностями, що знаходиться під впливом різноманітних зовнішніх чинників. Б. Г. Анан'єв пише, що спілкування є обов'язковим компонентом праці, навчання і всіх інших видів діяльності, які припускають взаємодію людей, воно є умовою, без якої неможливе пізнання ними дійсності, формування у них емоційного відгуку на цю дійсність і заснованого на цьому пізнанні емоційного ставлення, поведінки в цій дійсності. А. В. Петровський пропонує розглядати спілкування як складний, багатоплановий процес устанавлення і розвитку контактів між людьми, що породжується потребами у спільній діяльності й обміні, який включає інформацію, формування єдиної стратегії взаємодії, сприйняття і розуміння іншої людини.

З філософського погляду, спілкування – обмін діяльністю, інформацією, досвідом, здібностями, уміннями й навичками, а також результатами діяльності. Л. П. Буєва, вважає, що спілкування – індивідуалізована форма реалізації суспільних стосунків, безпосередньо спостережувана реальність і конкретизація суспільних стосунків, їх персоніфікація, особистісна форма. З соціологічного погляду, спілкування – соціальний і особистий процес орієнтування, у якому реалізуються не тільки особисті взаємини, а також установки на соціальні норми. Поділяючи погляди відомих вчених О. О. Леонт'єва, А. В. Мудрика, ми вважаємо, що спілкування – комунікативна

діяльність суб'єктів, що вступають у цю діяльність як партнери. Аналіз наявних джерел свідчить про значну актуальність проблематики спілкування та ділового спілкування.

Термін «ділове спілкування» як один із видів спілкування поряд з побутовим, професійним, рольовим, етикетним та іншими з'являється у науковому обігу з кінця 80-х років ХХ ст. Не зважаючи на те, що проблема ділового спілкування розглядається у багатьох наукових дослідженнях, вона продовжує викликати багато суперечок. Неоднозначним залишається поняття «ділове спілкування», по-різному розкривається зміст його основних характеристик. На думку більшості авторів, ділове спілкування характеризується низкою специфічних властивостей та особливостей, які краще визначати у порівнянні з іншими видами спілкування. Характерною рисою ділового спілкування є те, що в ньому всі суб'єкти спілкування виступають в офіційних статусах, учасники орієнтовані на досягнення певної ділової домовленості.

Аналіз наукових джерел свідчить, що проблема ділового спілкування розглядається здебільшого в контексті підприємницької та управлінської діяльності. Проте, ми вважаємо, що ділове спілкування виникає між людьми у процесі виконання професійної діяльності, яка в свою чергу відображається у спілкуванні, накладає на нього певні відбитки. Тому розглядати поняття ділове спілкування доцільно у контексті конкретної професійної діяльності.

Для визначення сутності ділового спілкування майбутніх фахівців фармакологічного профілю звернемося до поглядів таких авторів: А. П. Панфілова вважає, що ділове спілкування – це процес взаємодії ділових партнерів, спрямований на організацію та оптимізацію того чи іншого виду предметної діяльності. Предметом спілкування є діяльність (справа), і партнер по спілкуванню завжди виступає як особистість, значуща для іншого. Основне завдання – продуктивна співпраця, намагання зблизити цілі, покращення партнерських взаємин [4, с.15]. А. В. Троцько, І. М. Трубавіна розглядають ділове спілкування як взаємодію між людьми з метою обміну інформацією, яка може стосуватися самої людини, навколишнього світу, людської діяльності. Завдання ділового спілкування полягають також у тому, щоб: 1) розпізнати наміри та індивідуальність партнера; 2) організувати діяльність; 3) забезпечити зворотний зв'язок (інформацію про результати цієї діяльності) [5].

Неоднозначність поглядів науковців на зміст та особливості ділового спілкування спричинила існування різних підходів до трактування сутності поняття «культура ділового спілкування». Зокрема, воно розглядається як складова загальної культури фахівця, провідний показник якості та дієвості його спілкування (С. О. Рябушко); соціально значуща міра розвитку комунікативного мистецтва фахівця (В. В. Полторацька); сукупність умінь і навичок в галузі засобів спілкування та міжособистісної взаємодії, що сприяють взаєморозумінню, ефективному вирішенню завдань спілкування (В. В. Соколова); високий рівень сформованості уміння спілкуватися в діловому світі (О. А. Баєва, Ф. О. Кузін); основа міжособистісної, організаційної, інтеркультурної взаємодії (Н. Ф. Долгополова); ступінь розвитку комунікативних умінь, що дає змогу здійснювати міжсуб'єктну взаємодію, зорієнтовану на ефективне виконання виробничих обов'язків (Н. В. Горбунова).

Вважаємо, що основи культури ділового спілкування інтегрують засади професійної культури і ділового спілкування. Формами ділового спілкування виступають усна: ділова бесіда, ділові наради, ділові переговори, публічні виступи, прес-конференції, дебати, презентації, дискусії; писемна: оформлення ділової кореспонденції; а засобами ділового спілкування – лінгвістичні (мовні); паралінгвістичні (голос, діапазон, тональність); оптико-кінетичні (жести, міміка, пантонімія); екстралінгвістичні (паузи, сміх, темп мови); просторово-часові (дистанція, час, місце, ситуація спілкування); технічні (телефон, телекс, факс, засоби Інтернет).

Ми вважаємо, що культуру ділового спілкування необхідно розглядати як складову загальної культури, з урахуванням її класифікації за видом, родом, значущістю; з визначенням її функцій: людинотворча, пізнавальна, регулятивна, акумулятивна, ціннісна, комунікативна, компенсаторна, виховна. Таким чином, поняття «культура ділового спілкування» можна розуміти як поліструктурне, динамічне, системне утворення, що є важливим компонентом загальної культури та водночас показником ефективності ділового спілкування, яке спрямоване на організацію та оптимізацію діяльності фахівця в галузі фармакологічного профілю.

Так, культура ділового спілкування сьогодні – один із надійних інструментів спільного пошуку оптимального вирішення різноманітних професійних завдань в охороні здоров'я. Аналіз функцій і завдань професійної діяльності фахівця у фармакологічній сфері вказує на те, що вона прямо чи

опосередковано пов'язана з комунікативними процесами, які слугують однією з умов її цілісності та ефективного функціонування. Комунікативна функція діяльності майбутнього фармацевта вбудована в реалізацію всіх інших функцій та завдань, виступаючи засобом їх реалізації та взаємної координації. А тому оволодіння культурою ділового спілкування є важливим завданням професійної підготовки майбутніх фахівців фармакологічного профілю.

На наш погляд, у професійній діяльності фармацевта важливу роль відіграє комунікативний аспект, важливість якого зумовлюється необхідністю виконання численних комунікаційних функцій: надання консультаційних послуг з питань фармації; планування та проведення рекламних фармацевтичних кампаній; керівництво та надання підтримки провізорським інформаційним службам; колективні та громадські послуги майбутніх фармацевтів; їх зв'язки з громадськістю тощо. Успішне оволодіння культурою спілкування, досягнення високого рівня комунікативної компетентності у спілкуванні вимагають від майбутніх фахівців фармакологічного профілю обізнаності з основами ділового спілкування, вміння визначати цілі і завдання ділового спілкування, організовувати спілкування і управляти ним, аналізувати предмет спілкування, ставити запитання і конкретно відповідати на них, вміння досягати взаєморозуміння з клієнтами, партнерами і колегами, налагоджувати контакти, вести переговори, брати участь у ділових розмовах, дискусіях, діалогах, дебатах, круглих столах; проводити ділові наради, виступати перед широкою аудиторією і т. ін.

Майбутній фармацевт повинен уміти доводити і обґрунтовувати власну позицію, аргументувати і переконувати, критикувати і спростовувати, досягати консенсусу, давати оцінки і висувати ділові пропозиції; володіти технікою ділового спілкування, риторичними кліше і прийомами, вміти правильно будувати публічні виступи, доповіді за фахом як рідною, так й іноземною мовою.

Власний багаторічний досвід роботи викладача іноземної мови у Національному фармацевтичному університеті (м. Харків) свідчить про те, що формування культури ділового спілкування студентів-фармацевтів потребує комплексного використання різних форм організації педагогічного процесу у ВНЗ. На наш погляд, важлива роль у розв'язанні цієї проблеми належить вивченню іноземної мови як фахової дисципліни, що містить широкі можливості для формування у майбутніх фармацевтів професійно необхідних

комунікативних умінь і навичок, збагачення лексичного запасу, засвоєння соціально-психологічних і соціокультурних знань, формування культурно-ціннісних орієнтацій у студентів.

Формування культури ділового спілкування майбутніх фармацевтів у процесі вивчення іноземної мови має здійснюватися з урахуванням принципів комунікативного підходу до навчання іноземної мови, шляхом проведення групових дискусій, рольових ігор, під час яких формуються стратегії поведінки в ситуаціях професійної взаємодії, визначаються фактори і шляхи оптимізації ділової взаємодії, типові проблеми і бар'єри, що виникають в іншомовному діловому спілкуванні тощо.

**Висновки.** У результаті аналізу наукової літератури педагогічного, лінгвістичного, психологічного, філософського, соціологічного підходів до поняття спілкування було визначено поняття ділове спілкування, здійснено аналіз цього феномена, який дозволив дійти висновку, що ділове спілкування виступає процесом взаємодії ділових партнерів під час виконання професійних завдань, спрямоване на організацію предметної діяльності, змістом якого є обмін інформацією, досвідом; передбачає реалізацію певної мети, досягнення чіткого результату, вирішення конкретних проблем, взаєморозуміння. Культуру ділового спілкування слід розглядати як поліструктурне, динамічне, системне утворення, що є важливим компонентом загальної культури та водночас показником ефективності ділового спілкування, яке спрямоване на організацію та оптимізацію діяльності в галузі фармакологічного профілю. Проведене дослідження дозволяє дійти висновку про багатоплановий характер культури ділового спілкування, великий інтерес науковців до цього феномена, що є предметом серйозних наукових досліджень.

**Перспективи** подальшого вивчення проблеми полягають у визначенні структурних компонентів культури ділового спілкування майбутніх фахівців фармакологічного профілю, з'ясуванні педагогічних умов формування культури ділового спілкування майбутніх фахівців фармакологічного профілю; проведенні експериментального дослідження з ефективності формування культури ділового спілкування майбутніх фахівців фармакологічного профілю, а також актуальним для подальшого дослідження є вивчення зарубіжного досвіду формування у студентів культури ділового спілкування; вдосконалення методичного інструментарію педагогічної діагностики культури ділового спілкування студентів.

## Література

1. Леонтьев А.А. Педагогическое общение / А.А. Леонтьев. – М.: Знание, 1996. – 46 с.
2. Ломов Б.Ф. Общение как проблема общей психологии / Б.В. Ломов // Методические проблемы социальной психологии / Под. ред. Е.В.Шорохова. – М.: Наука, 1975. – 127 с.
3. Мудрик А.В. Коммуникативная культура личности / А.В. Мудрик // Базовая культура личности: теоретические и методические проблемы. Сб. н. тр. / Под ред. О.С.Газмана. – М.: АПН СССР, 1989. – С. 56-68.
4. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности: Учебное пособие. / А.П.Панфилова. – СПб.: Знание, СпБИН ЭСЭП, 1999. – 495 с.
5. Троцко А.В. Теория и методика делового общения. / А.В.Троцко, И.Н.Трубавина. – Х.: ХГПУ им. Г.С. Сковороды, 1999. – 110 с.