

3. Unger T. *Differente Lachkulturen? Fremde Komik und ihre Übersetzung*. Tübingen : Gunter Narr, 1995. 327 p.
4. Witte H. *Die Kulturkompetenz des Translators: Begriffliche Grundlegung und Didaktisierung*. 2nd ed. Tübingen : Stauffenburg, 2020. 235 p.
5. Крахт К. *Імперіум* / пер. з нім. Б. Стороха. Чернівці : Вид-во 21, 2018. 160 с.

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-446-7-60>

PROFESSIONAL COMMUNICATION OF A PHARMACIST ASSISTANT IN A PHARMACY: QUALITY FOR RESULTS

ПРОФЕСІЙНЕ СПІЛКУВАННЯ АСИСТЕНТА ФАРМАЦЕВТА В АПТЕЦІ: ЯКІСТЬ ЗАДЛЯ РЕЗУЛЬТАТУ

Kozachenko H. V.

*Candidate of Pedagogical Sciences,
Ukrainian Language Teacher,
Methodologist*

Козаченко Г. В.

*кандидат педагогічних наук,
викладач української мови, методист*

Protsiuk I. E.

*Candidate of Pedagogical Sciences,
Foreign Language Teacher,
Chairman of the Cycle Committee
of Humanitarian Disciplines
Zhytomyr Basic Applied
College of Pharmacy
of the Zhytomyr Regional Council
Zhytomyr, Ukraine*

Процюк І. Є.

*кандидат педагогічних наук,
викладач іноземної мови,
голова циклової комісії
гуманітарних дисциплін
Житомирський базовий
фармацевтичний фаховий коледж
Житомирської обласної ради
м. Житомир, Україна*

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 [1]. Успіх діяльності працівника фармацевтичної галузі залежить насамперед від його здатності організувати свою роботу на основі професійно виваженого, науково обгрунтованого спілкування з суб'єктами сфери взаємодії. Фармацевт у професійній діяльності спілкується з різними типами людей, виконуючи відповідні професійні ролі, а саме: з відвідувачами аптеки (консультація, продаж ліків); з керівництвом (донесення, отримання інформації); з колегами (виробничі,

організаційні питання, підтримання психологічної атмосфери в колективі); з лікарями, медичними представниками (пропагування фармацевтичних препаратів / інформування). Такі фармацевтичні послуги за родом діяльності як управління; фармацевтична допомога; інформація, освіта, спілкування; регламентування та етика; маркетинг безпосередньо вимагають від фармацевтичних працівників умінь спілкування і навичок ефективної комунікації, інші: забезпечення якості; наукові дослідження у сфері охорони здоров'я; фармацевтичне виробництво; навчальна підготовка здійснюються в межах основ ділового спілкування. Правильно організоване спілкування забезпечує ефективний обмін інформацією, дає змогу глибше пізнати співрозмовника, спрогнозувати особливості подальшої ділової взаємодії з партнером.

Професійне спілкування фармацевтів реалізується з врахуванням нормативних документів. Наказом Міністерства охорони здоров'я України від 05.01.2022 року № 7 «Про затвердження протоколів фармацевта» затверджено Протокол фармацевта при відпуску лікарських засобів [4], у якому простежується визначальна роль спілкування, при якому фармацевт має з'ясувати інформацію у відвідувача аптеки, яка допоможе задовільнити його потребу. У Законі України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» зазначено про особливість спілкування у закладах охорони здоров'я, у тому числі й фармацевтів, а саме: «на прохання особи, яка звертається за наданням медичної допомоги чи послуг з медичного обслуговування може здійснюватися також іншою мовою, прийнятою для сторін (ст. 33.2); маркування лікарських засобів та медичних виробів, а також тексти інструкцій до їх застосування виконуються державною мовою (ст. 33.5) [5]. В Етичному кодексі фармацевтичних працівників України визначено етичну норму професійного спілкування: «...для кожного фармацевтичного працівника повсякденною нормою має стати привітне звернення, ввічливість, прихильність та бажання покращити стан здоров'я пацієнта...».

Успішне спілкування фармацевтичного фахівця залежить від реалізації двох аспектів: мовного і психологічного. Мовний аспект – це знання мови і навички мовлення (реалізація мовних норм, їх застосування у мовленні); знання термінологічної лексики фармацевтичного фаху (розуміння терміноелементів, знання відповідників, мовленнєва адекватність); культура спілкування, мовленнєвий етикет; уміння формулювати та слухати запитання. Психологічний аспект передбачає психологічну налаштованість (зоровий контакт (привітний, спокійний); приязна міміка; позитивний настрій; керування власними емоціями і станом); орієнтування мовлення на конкретну особистість (врахування психологічного типу відвідувача, його потребу);

дотримання морально-етичних норм. Психологічний вплив фармацевта на хворого, під час професійного спілкування, тісно пов'язаний з ефектом плацебо (лат. placebo), який є психологічним феноменом. Плацебо-ефектом називають фізіологічні зміни та нетипові процеси в організмі людини під впливом навіювання та самонавіювання, що викликано зовнішніми факторами. Плацебо-ефектом називають фізіологічні зміни та нетипові процеси в організмі людини під впливом навіювання та самонавіювання, що викликано зовнішніми факторами.

Спілкуючись, фармацевтичний працівник повинен добре володіти мовленням і вміти слухати. Процес мовлення передбачає: чіткість: вимова, інтонація, тембр; грамотність: володіння усіма мовними нормами; відсутність (категорично) ненормативної лексики, суржиків, слів-паразитів; відсутність просторічних слів, зменшених форм (сонечко, зайчик, жіночко...); застосування норм культури мовлення: вітання, прощання, ввічливе звертання, використання слів ввічливості (будь ласка, бажаю здоров'я будьте здоровий тощо); розуміння і застосування невербальних засобів спілкування. Слухання – це теж процес, він передбачає зоровий контакт, повагу до співрозмовника і власну активність (репліки, запитання, кивання головою тощо).

Професійне спілкування здійснюється на рівні вербальному й невербальному і називається спілкуванням безпосереднім, а може відбуватися опосередковано (подане або виражене через що-небудь інше, за допомогою посередньої ланки).

У професійній діяльності серед видів опосередкованого спілкування виділяють креолізовані тексти (текст у загальному значенні – те, що має читуватися). Креолізовані тексти – текстові утворення: вербальні (тобто словесні) та невербальні (що належить до інших знакових систем) елементи. Серед креолізованих текстів у фармацевтичній діяльності виділяють упаковки для лікарських препаратів; постери, буклети, брошури, реклама; символи (знаки аптечної мережі, виробника тощо); вітрини аптек. Креолізовані тексти інформують, але стисло, впливаючи також на емоційну сферу людини. Для креолізованих текстів важливо передавати інформацію комплексно, впливаючи на сприйняття, тому колір, шрифт, символи, знаки, піктографічні зображення, загальний дизайн, розміщення – усе є важливим.

Помилки фармацевтичних працівників у професійному спілкуванні: недотримання культури спілкування, морально-етичних норм і под. можуть призвести до ятрогенних захворювань. Поняття ятрогенних захворювань включає в себе побічні стани та хвороби, які спровоковані медичними, фармацевтичними працівниками (їх впливом). У галузі охорони здоров'я розрізняють декілька причин появи ятрогенних захворювань. Перша причина пов'язана з появою побічних захворювань через неточні результати діагностичного дослідження;

неправильне лікування; некоректна поведінка медичного чи фармацевтичного персоналу. Необхідно пам'ятати про позитивний вплив на динаміку лікування «доброго слова», тому потрібно дотримуватися професійної етики у спілкуванні та морально-етичних норм.

Фармацевтичні працівники повинні дбати не лише про своє професійне зростання, а й про культуру мовлення. Це сприятиме, з одного боку, престижу професії, позитивному іміджу (разом з іншими чинниками) її представників і водночас утвердженню української державності. Знання норм української мови – це важливий складник професійної діяльності фармацевта, що сприяє виявленню й задоволенню матеріальних і духовних потреб споживачів, об'єднує їх у суспільство для досягнення добробуту і купівлі необхідних лікарських засобів та виробів медичного призначення.

Література:

1. Пляка Л. В. *Психологічні аспекти професійного спілкування провізора*. Наукові записки Харківського університету Повітряних сил. Соціальна філософія, психологія / редкол. В. С. Афанасенко та ін. Х. : ХУПС, 2009. Вип. 2 (33). С. 204–208.

2. Етика і культура спілкування фахівців фармацевтичної галузі. URL: https://medmuv.com/kafedra/internal/deontologi/lectures_st-ud/uk/pharm/prov_pharm/ptn дата звернення: 01.05.2024).

3. Поради фармацевтам: психотипи клієнтів та спілкування з ними. URL: <https://arau.org.ua/2023/08/03> (дата звернення: 01.05.2024).

4. Наказ МОЗ України від 05.01.2022 № 7 Про затвердження протоколів фармацевта. URL: <https://moz.gov.ua/article/ministry-mandates/nakaz-moz-ukraini-vid-05012022--7-pro-zatverdzhennja-protokoliv-farmacevta> (дата звернення: 01.05.2024).

5. Закон України Про функціонування української мови як державної. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19#Text> (дата звернення: 01.05.2024).