

ІНШОМОВНЕ ДІЛОВЕ СПІЛКУВАННЯ ТА ЙОГО СТРУКТУРНІ КОМПОНЕНТИ

УДК 811.111'243-26:378.661 (477)

Русалкіна Л.Г.

У статті розкрито поняття «ділове спілкування», розглянуті його структурні компоненти та специфічні ознаки. Автор описує фази ділового спілкування, подає ефективну побудову тактики та стратегії ділового спілкування. Розглядається поняття «іношомовне ділове спілкування» та його складові частини. Дається визначення поняттю «іношомовне ділове спілкування майбутніх лікарів».

Ключові слова: ділове спілкування, іношомовне ділове спілкування, майбутні лікарі.

В статье раскрыто понятие «деловое общение», рассмотрены его структурные компоненты и специфические признаки. Автор описывает фазы делового общения, представляет эффективное построение тактики и стратегии делового общения. Рассмотрывается понятие «иноязычное деловое общение» и его составляющие части. Дается определение понятию «иноязычное деловое общение будущих врачей».

Ключевые слова: деловое общение, иноязычное деловое общение, будущие врачи.

FOREIGN LANGUAGE, BUSINESS COMMUNICATION AND ITS STRUCTURAL COMPONENTS

Rusalkina L. G.

In the article the notion “business communication” is disclosed, its structural parts and specific features are viewed. The author describes phases of business communication, represents effective constructing of business communication tactics and strategy. The notion “foreign language business communication” and its constituents are explained. The definition of the notion “foreign language business communication of future doctors” is given.

Key words: business communication, foreign language business communication, future doctors.

У всі часи ділове спілкування було одним з найголовніших складових будь-якого бізнесу, головним засобом взаємодії у його рамках та важливим важелем впливу одних його суб'єктів на інших. Саме правильно проведені ділові домовленості, грамотно оформлена угода або вміле обґрунтування тієї чи тієї пропозиції у кінці визначають успішність підприємницької діяльності.

Ділове спілкування виступало предметом досліджування таких учених, як Т.Є.Андрєєва, О.О.Бодальов, Г.В.Бороздіна, Л.В.Бутенко, Л.В.Власов, Ю.М.Ємельянов, О.Л.Журавльов, Ю.М.Жуков, Л.А.Завірюха, С.П.Кожушко, В.Н.Лавриненко, М.П.Лукашевич, І.Б.Осечинська, Ю.І.Палеха, С.В.Петрушин, І.Б.Пономарьов, О.В.Прозорова, В.Ф.Спірідонов, А.М.Сухов, О.Б.Тарнопольський, В.П.Трубочкін, Ф.І.Хміль, Л.О.Цветкова, Г.Л.Чайка, Т.К.Чмут, D.M.Brinton, M.Lequitke, M.A.Snow, H.Thomas, M.V.Wesche та ін.

Ділове спілкування можна розуміти у вузькому та широкому сенсах. У широкому розумінні ділове спілкування – це процес мовленнєвої взаємодії людей, у якому відбувається обмін діяльністю, інформацією та досвідом з метою досягнення

результату. У вузькому розумінні ділове спілкування — це різновид комунікації у бізнес-організаціях, який характеризується особливим функціональним стилем та культурою (кодом) поведінки та мовленнєвим етикетом ділового спілкування. Ділове спілкування відбувається звичайно в офіційних умовах, будується на принципах кооперації та суперництва і наміри співрозмовників зводяться до такого: 1) повідомити чи отримати потрібну інформацію або обмінятися нею; 2) домовитися з питання, що цікавить співрозмовників; 3) заповнити партнера у правильності рішення, що приймається; 4) встановити контакт, ділові стосунки, дотримуючись при цьому певного статусу та ролі [3, с. 83]. Зарубіжні вчені Говард і Томас Марйоріе Веш визначають ділове спілкування як процес передачі емоційного та інтелектуального змісту проблем з керування, акцентуючи на тому, що ділове спілкування характеризується двобічним потоком інформації, коли один бік і отримує інформацію, і відповідає, реагує на неї невідкладно або через деякий проміжок часу [8].

Вітчизняні вчені здебільшого зважають на етику та ефективність ділового спілкування. Так, Л.О.Цвєткова зазначає, що ділове спілкування — це так звана вертикальна комунікація, ефективність якої у 3-4 рази нижче горизонтальної (спілкування тих, хто працює на одному і тому самому рівні). Водночас, О.В.Прозорова зауважує, що ділове спілкування здійснюється в агресивному середовищі, оскільки на його шляху виявляються різноманітні комунікаційні бар'єри. З іншого боку, І.Б.Осєчинська відзначає різноманітність форм, принципів, психологічних прийомів та правил етикету ділового спілкування, що зумовлюють велике поле його застосування.

Ділове спілкування як комунікативна діяльність є комплексним явищем, структурними компонентами якого є: предмет спілкування — інша людина, партнер зі спілкування; потреба в спілкуванні, яка полягає в прагненні індивіда пізнати і оцінити інших людей, довікля і за допомогою цього — глибше пізнати і оцінити себе; комунікативні мотиви — те, заради чого здійснюється спілкування; дії спілкування — одиниці комунікативної діяльності, цілісні мовленнєві акти, адресовані іншим людям; завдання спілкування — мета, на досягнення якої у конкретній комунікативній ситуації спрямовані комунікативні дії; засоби спілкування — операції, за допомогою яких здійснюється спілкування (мовлення, міміка, жести тощо); продукт спілкування — утворення матеріального і духовного характеру, які виникають у процесі спілкування [4, с. 102].

Об'єктивними умовами ділового спілкування може виступати час, середовище, просторові характеристики, а суб'єктивними — вік, стать, соціальний статус, індивідуальні характеристики, психічний і фізичний стан партнерів спілкування.

Ділове спілкування характеризується специфічними ознаками, які зумовлені процесами виробництва і керівництва колективною працею. Воно відрізняється від побутового тим, що має конкретні цілі, завдання, які вимагають вирішення. У діловому спілкуванні не можна припинити взаємодію з партнером без вирішення завдань, інакше, важко уникнути втрат з обох боків. Ділове спілкування завжди має чітку спрямованість, і основним завданням його є продуктивне співробітництво. У звичайному спілкуванні здебільшого не ставляться конкретні завдання, його можна припинити в будь-який момент за бажанням учасників. Усе ділове спілкування реалізується в різних формах:

ділова бесіда/дискусія, ділова телефонія, публічний виступ, ділові перемови, наради [3, с. 81].

Процес ділового спілкування є складним за своєю структурою. Його якісний розвиток пов'язаний з тим, наскільки об'єктивно і повно партнери сприймають та оцінюють один одного, вміють обмінюватись інформацією з питань, важливих для обох сторін. Якщо в діловому спілкуванні з'являється та розвивається взаємний інтерес, виникає ділова взаємодія між партнерами. Якщо цього не відбувається, виникає взаємне несприйняття, конкуренція і конфлікт. Спілкуючись, кожен з ділових партнерів виконує такі функції: передає та сприймає професійно важливу інформацію; корегує поведінку свою і партнера; стимулює емоційні контакти; організує спільну діяльність з партнером для опрацювання взаємовигідних рішень [2, с. 146].

Ділове спілкування, як певний процес взаємодії людей, має свою стратегічну лінію, тактику проведення, а також певні фази. До фаз ділового спілкування Ю.І.Палеха відносить: а) початкову, протягом якої встановлюються контакти; б) основну, протягом якої реалізується така послідовність дій: встановлення проміжної та кінцевої мети спілкування, безпосередні мовні та документальні контакти, взаємний аналіз вихідних та проміжних позицій, пошук узгоджених рішень, визначення перспектив спілкування; в) завершальну, протягом якої формулюються підсумки ділової взаємодії.

Ділове спілкування, на думку Ю.В.Єрєміна, можна поділити на інформативне та дискусійне. Перше – не вимагає зосередження уваги та узгодження думок. Головна його мета – задовольнити потребу партнерів у додатковій інформації, яка дозволяє їм приймати обґрунтовані рішення, що не суперечить інтересам зацікавлених сторін.

У спілкуванні інформативного характеру виділяють низку етапів, фаз, циклів. Так, Б.Ф.Ломов виокремлює три фази. Перша фаза – визначення спільних для учасників взаємодії «координат», наприклад, орієнтирів у завданнях зорового пошуку, еталонів у завданнях суб'єктивної побудови шкал, опорних образів у завданнях відтворення топографічних уявлень. Відносно цих координат будується поведінка кожного з учасників спілкування. На тривалість фази справляють вплив чимало чинників, пов'язаних із соціально-психологічними особливостями групи та індивідуально-психологічними властивостями людей, включених у взаємодію [5].

На другій фазі відбувається впорядкування функцій спілкування між учасниками, визначається загальна стратегія групової поведінки учасників.

Третя фаза характеризується синхронізацією комунікативної активності учасників і формуванням «спільного фонду» знань, умінь та навичок. Відбуваються взаємний обмін досвідом, взаємне управління, контроль і коригування поведінки та спілкування учасників діяльності.

Як відзначає Б.Ф.Ломов, «у результаті спілкування або виробляються спільні позиції його учасників і створюється певна спільність («сукупний суб'єкт»), або, навпаки, виявляються їхні протиріччя та несумісність за тими чи тими властивостями (можливий конфлікт)» [5, с. 37].

Ділове дискусійне спілкування має набагато складніший характер, під час якого сходяться різні позиції, думки, хоч і неворожі, але протилежні, що треба узгодити протягом спілкування, знайти таке рішення проблеми, яке сприймається

усіма сторонами як взаємовигідне. У такому спілкуванні виділяють низку фаз або етапів. Так, М.С.Дороніна виділяє п'ять фаз, які часто перекривають і доповнюють одна одну: а) початок розмови; б) обмін інформацією; в) аргументація; г) спростування чи сприйняття доказів партнера; д) прийняття рішення [3]. Кожна з них має основний принцип, у відповідності з яким треба діяти кожному співрозмовнику, щоб розмова була результативною.

Головною метою початку розмови є встановлення позитивного емоційного контакту та зосередження уваги співрозмовників на проблемі. Головним принципом другого етапу розмови – передавання інформації – є зосередження зусиль на тому, щоб кожний партнер зрозумів думку мовця. Найбільш ефективним засобом для цього є професійна мова, а також прагнення уникати незрозумілих висловів та хибного тлумачення висловленого. Чіткий, наочний, лаконічний та систематизований виклад суті позиції є найголовнішим простим і зрозумілим шляхом до взаєморозуміння.

Аргументація – найважча фаза, що відіграє визначну роль у переговорах, тому що аргументація – це вербальна діяльність, яка складається з доказів для об'єктивного та суб'єктивного впливу обґрунтування деякого твердження. Актуальний та продуктивний зворотній зв'язок у процесі комунікативного взаємовпливу та поведінки співрозмовників закріплює в них досвід конструктивного ділового спілкування та ведення діалогу. Отже, в процесі аргументації в якості однієї із складових завжди наявна суб'єктивна оцінка (особистий досвід) сукупності результату всіх попередніх комунікативних актів, актуального та парціального взаємовпливу людини з наявним співрозмовником. Основа аргументації – добре знання матеріалу, фактів. Продовжувати користуватись можна тільки тими аргументами, які сприймаються партнером [4]. Принципом фази сприйняття інформації, яку подає партнер, є максимальне докладання зусиль на те, щоб слухати його та давати можливість висловитися.

Усі фази ділового дискусійного спілкування мають своєю метою кінцевий результат – погоджене і прийняте всіма партнерами рішення. Головним принципом останнього етапу розмови є прийняття такого рішення, при якому кожний з учасників вірить, що він отримав свої переваги, відстояв свої інтереси. Кожну фазу можна розподілити на три процеси, що проходять послідовно або паралельно. Вони часто перетинаються та взаємодоповнюються. Це процеси взаємної оцінки партнерами один одного, обміну інформацією та організації взаємодії [1, с. 122].

Для ефективно побудови тактики і стратегії ділового спілкування, організації взаємовигідної спільної діяльності партнерам необхідно, на думку Ю.І.Палеха, об'єктивно оцінити і врахувати особливості характеристики один одного. У діловому спілкуванні визначають формальні й неформальні методи сприйняття, вивчення та оцінки особистості. До перших відносять цілеспрямовані бесіди, вивчення біографій та документів, різних тестів, до других – інтуїтивні засоби.

За умови позитивного сприйняття та оцінки діловими партнерами один одного виникає можливість побудови та розвитку ефективною системою зв'язку між ними, за допомогою якої буде здійснюватися процес двобічного обміну ідеями та інформацією, що дозволить партнерам зрозуміти думки один одного [2, с. 105].

Проблему іншомовного ділового спілкування досліджували такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як: Л.Б.Котлярова (1990), М.Г.Кочнева (1979), Л.Г.Корчагіна

(1986), А.П.Литнєва (1992), Л.І.Морська (2001), Т.С.Серова, В.Л.Скалкін, І.Д.Соловійова (1990), О.Б.Тарнопольський (1999, 2002), N.Brieger (1997, 2004, 2006), M.Ellis, D.Johnson (1994), T.Hutchinson (1966).

Під іншомовним (англомовним) діловим спілкуванням розуміється процес взаємодії ділових партнерів засобами іноземної мови, спрямований на досягнення предметної цілі спілкування з дотриманням формально-рольових принципів взаємодії і з урахуванням конвенціональних обмежень, що включає у себе обмін інформацією, розробку єдиної стратегії взаємодії, сприйняття і розуміння іноземного партнера по спілкуванню [4, с. 48].

Слід зазначити, що для нашого дослідження важливо розглянути іншомовне ділове спілкування в системі суб'єкт-суб'єктних відносин, що забезпечують формування у студентів здатності ставитись до іноземного партнера, колеги як до самого себе, залишаючись при цьому самим собою.

Б.Г.Ананьєв, Т.Є.Андрєєва розглядають іншомовне ділове спілкування як процес цілеспрямованої взаємодії ділових партнерів у соціально-значимій спільній діяльності з безпосереднього чи опосередкованого створення продукту цієї діяльності. У свою чергу, В.Л.Скалкін відзначає, що іншомовне ділове спілкування – це інтелектуальна педагогічна цінність, рівень його сформованості є одним із чинників, що впливають на якість професійної підготовки майбутніх фахівців. О.Б.Тарнопольський стверджує, що у загальне ділове спілкування актуально чи потенційно включаються всі підмови певної спеціальності, тобто ділове спілкування охоплює не тільки загальнонародну мову, а й залежні від неї підмови різних спеціальностей [6, с. 15]. Однак, іншомовне ділове спілкування фахівців у сфері охорони здоров'я має свою специфіку, що зумовлена здебільшого міжособистісною природою такого спілкування, і полягає в комунікації, метою якої є не стільки отримання власного чи корпоративного прибутку, а прагнення допомогти розв'язати нагальну проблему чи поділитись знаннями з вітчизняними та зарубіжними колегами. Таке спілкування включає обмін пропозиціями, вимогами, поглядами, з метою координації дій щодо лікування, оформлення медичної документації чи встановлення відносин з іноземними колегами та партнерами [6, с. 98].

Можна виокремити такі структурні компоненти іншомовного ділового спілкування:

- мотиваційно-ціннісний (система суб'єктивно значущих цінностей);
- змістовий (система знань сутності та особливостей іншомовного ділового спілкування);
- оперувальний (мовленнєві вміння сприйняття, вираження та впливу);
- рефлексивний (оцінка результату вибору змісту та прийомів для досягнення мети іншомовного ділового спілкування) [7].

Володіння нормами і правилами іншомовного (англомовного) ділового спілкування в галузі медицини особливо важливе в міжкультурній професійній взаємодії. Успішний результат ділового спілкування в значній мірі визначається вмінням налагодити міжособистісний контакт професійної комунікації у галузі медицини, який залежить від усвідомлення і знання стратегій і тактик корпоративного партнерства, інтерактивних мовленнєвих сигналів, специфіки ділової медичної культури партнерів, знання тезаурусу конкретного професійного медичного середовища і головне - вміння адекватно інтерпретувати комунікативну інтенцію партнера, в нашому випадку, фахівця-медика.

Таким чином, аналізуючи іншомовне (англомовне) ділове спілкування, підкреслимо, що йдеться не тільки про необхідність володіння фахівцями професійною інформацією і лінгвістичними знаннями, але й інтерактивними знаннями, вміннями та навичками. Випускники українських вищих медичних навчальних закладів, (терапевти, кардіологи, хірурги, неврологи чи інші спеціалісти), які проходять стажування чи працюють за кордоном, повинні вміти надати кваліфіковану медичну допомогу кожному хворому, незалежно від його соціального положення та національності. Безперечно, лікування не зводиться тільки до діагностичного запиту інформації, фармакологічного призначення чи фізичних маніпуляцій, воно спирається на вміння встановити контакт з пацієнтом, отримати від нього потрібну інформацію щодо симптомів та ознак захворювання, переконати зробити певні дії та відповісти на всі запитання лікаря, зберегти контакт засобом оптимістичних прогнозів та заспокоїти. Саме цьому аспекту – прагматично орієнтованому спілкуванню, що стосується засобів та шляхів мовленнєвої взаємодії лікаря та пацієнта, приділяється недостатньо уваги при навчанні іноземної мови в медичному ВНЗ.

Підеумовуючи вищезазначене, констатуємо, що на основі аналізу психолого-педагогічної літератури з проблеми виявлено багатогранність змісту феноменів «ділове спілкування», «іншомовне ділове спілкування» та «іншомовне ділове спілкування майбутніх лікарів». Останнє розуміється як процес мовленнєвої взаємодії лікарів із різних країн на професійні теми, пов'язані з проблемами лікувального процесу, спрямований на досягнення предметної мети спілкування з дотриманням формально-рольових принципів взаємодії, з урахуванням конвенціональних обмежень, що включає у себе обмін професійною медичною інформацією іноземною мовою, розробку єдиної стратегії взаємодії, сприйняття і розуміння іноземного партнера зі спілкування, а також взаємопов'язане залучення різних вербальних та невербальних засобів комунікації для розв'язання професійно зумовлених комунікативних завдань.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: Підручник / Ф. С. Бацевич. – К. : Видавничий центр «Академія», 2004. – 344 с.
2. Вегер Л. С. Секреты делового общения / Л. С. Вегер. – М. : Высшая школа, 1996. – 282 с.
3. Дороніна М. С. Культура спілкування ділових людей / М. С. Дороніна. - К. : "КМАcademia", 1997. - 192 с.
4. Каган М. С. Мир общения: Проблемы субъектных отношений / М. С. Каган. - М. : Политиздат, 1988. - 208 с.
5. Ломов Б. Ф. Категория общения и деятельности в психологии / Б. Ф. Ломов // Вопросы философии. – 1979. - № 8. – С. 34-47.
6. Тарнопольский О. Б., Кожушко С. П. Методика обучения английскому языку для делового общения / О. Б. Тарнопольский, С. П. Кожушко. - К. : Ленвит, 2004. - 192 с.
7. Чмут Т. К., Чайка Г. Л. та ін. Етика ділового спілкування: 2-ге вид. Стереотип / Т. К. Чмут, Г. Л. Чайка. - К. : МАУП, 2003. – 208 с.
8. Legutke M., Thomas H. Process and Experience in the Language Classroom (Applied Linguistics and Language Study). – London, Longman Publishing Group. - 332 p.

Abstract. *The article deals with the specifics of business communication. The nature of the notion “business communication” is determined in the paper; the scientists dealing with the problem of business communication are mentioned.*

The term “business communication” is defined as the process of speech interaction of people, in which the exchange of activities, information and experience aimed at the achievement of the result takes place. Business communication includes presenting/gaining some information or its exchange; agreement in the particular problem concerning both speakers; persuading the partner in correctness of the made decision; maintaining business relations, following adequate status and role; ability to navigate in a situation of business communication.

The article outlines for eiginbusiness communication in the sphere of health care. It has some peculiarities which have due to interpersonal nature of such communication and consists in the communication which is aimed not only at gaining some profit but at striving to help solve the problem or sharing some knowledge with native and foreign colleagues. The communication includes exchange of propositions, requirements, views with the purpose of treatment activities coordination, filling in medical documents or getting into contact with foreign colleagues and partners.

The author states that mastering rules of foreign business communication in medical area is especially important in intercultural professional interaction. Beneficial result of business communication in a foreign language is mainly marked by the ability to create interpersonal contact of professional communication in the field of medicine. It depends on realization and knowledge of corporate partnership strategies, specifics of partners’ business medical communication, knowledge of thesaurus of particular medical environment, and the main – ability to interpret communicative intention of the medical specialist adequately.

**УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИЩИМ
НАВЧАЛЬНИМ ЗАКЛАДОМ ЯКОСТІ ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА
ПРИКЛАДІ ПІДГОТОВКИ МАГІСТРІВ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ
«УПРАВЛІННЯ НАВЧАЛЬНИМ ЗАКЛАДОМ»**

УДК: 378.124+378.22

Долженков О. О., Постоян Т. Г.

Проблема забезпечення якості вищої освіти не нова, але саме в сучасних умовах вона набула неабиякої актуальності, адже якість – це головна умова для довіри, відповідальності, мобільності й сумісності в європейському просторі.

Поточне десятиліття характеризується об’єднанням зусиль низки європейських країн з розробки єдиних концептуальних підходів до оцінки якості освіти, створення систем менеджменту якості освіти та вдосконалення освітніх стандартів. У статті розглядається проблема управління системою забезпечення якості освіти на рівні вищого навчального закладу, визначеного Законом України «Про вищу освіту»