УДК 82.085

Г.П. БУРОВА
Пятигорская государственная фармацевтическая академия

РИТОРИКА КАК ОБРАЗОВАТЕЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ СОВРЕМЕННОГО ПРОВИЗОРА

Автор статьи обращает внимание на то, что риторика является важнейшим образовательным и культурным аспектом профессиональной подготовки современного провизора. Анализ форм и методов изучения русского языка и культуры речи в фармацевтическом вузе позволяет сделать вывод о том, что риторическое образование способствует формированию специалиста высокой квалификации, обнаруживающего профессионализм и универсализм в способе выражения мысли и речевой организации деятельности. Риторический компонент фармацевтического образования базируется на признании несколько непривычной для лекарственных препаратов роли коммуникативных посредников между людьми, а специалиста-фармацевта – профессиональным ритором, который вступает в коммуникативные контакты различного рода. Языковая личность специалиста в значительной степени определяет и его профессиональный успех.

This article is focused on the fact, that rhetoric is one of the main educational and cultural aspects of the vocational training of modern pharmacists. The analysis of methods of teaching the Russian Language and Standard of Speech in a pharmaceutical university helps to conclude that rhetorical education helps to train highly qualified experts that are able to come up with coherent and logical thoughts and structural arrangement of speech. The rhetorical component of the pharmacist's training is based on the status of medicines as communicative "mediators" between people. The pharmacist turns out to be a professional rhetor who can maintain these contacts. Thus, linguistic and rhetoric abilities of a person are the basis for success in this profession.

Большинство дисциплин, включенных в современный образовательный процесс в рамках общественно-политических, экономических и даже технических специальностей, по мысли В.И.Аннушкина, имеет прямое отношение к риторике – искусству убедительной и эффективной коммуникации.

Как теория и искусство речи, риторика учит мыслить (и мыслить нравственно), облекать свои мысли в определенный речевой (риторической) идеал – говорить убедительно, красиво, уместно, эффективно, целесообразно; способствует формированию личности человека, его умению защищать жизненную позицию словом; обучает всем видам текстов, которые закрепляют достижения культуры как творчества в целом. Опыт преподавания русского языка и культуры речи в вузе фармацевтического профиля выдвигает задачу включения риторической составляющей в образовательное пространство, формирующее современного провизора.

Провизор (лат. provisor – «предвидящий, заранее заботящийся») как аптечный работник высшей квалификации призван, согласно этимологии основной номинации профессии, проявлять заботу о человеке и его здоровье. Поэтому в основу формирования образовательного фармацевтического пространства должна быть положена идея защиты человеческой жизни как проявление интеллектуальной деятельности.

Между тем именно **профессиональная риторика** становится «общей» наукой для всех интеллектуальных профессий, обнаруживая универсализм в способе выражения мысли и речевой организации деятельности (В.И.Аннушкин).

В образовательном пространстве профессиональной подготовки провизора риторическая составляющая по ряду причин за-

Санкт-Петербург. 2005

нимает важное место. Специалист-провизор должен пройти подготовку профессионального ритора, способного вступать в коммуникативные контакты различного рода (процесс создания лекарства, его анализа и описания, процесс реализации, рекламная деятельность, работа с покупателями и так далее).

Сама карьера провизора, его профессиональный успех всегда основываются на развитии речевых способностей и формировании личности профессионала, чье языковое «лицо» определяет и его культурный уровень, и отношение к нему в обществе и в бизнесе.

Цель риторического образования и воспитания провизора – совершенствование стиля жизни через стиль речи. По тонкому замечанию В.И.Аннушкина, умение слушать и различать смысл слов в риторически организованном обществе – признак культуры, в том числе и профессиональной. Стиль речи профессионала, отражающий стиль его мышления, создает общественный настрой, формирует речевую ауру, которая проявляется как в традиционных речевых стратегиях и тактиках, так и в нетрадиционных (например, Интернет-общение). Все они, будь то анализ технологии производства лекарства, реклама лекарственных препаратов или беседа на темы народной медицины, должны иметь этическую базу, систему ценностных трактовок топики высказываний (общих мест – атрибутов, дефиниций, имен, сравнений и так далее).

Профессиональный успех провизора невозможен без доверия и уважения как коллег, так и клиентов, что и обеспечивается риторической составляющей профессиональной коммуникации. Главная «точка» ее «приложения» – ориентация специалиста в научном стилевом узусе, в терминосистеме фармации и смежных наук. Кроме того, подготовка современного провизора предполагает овладение следующими риторическими умениями и навыками:

1. Построение монологического высказывания (информативного и убеждающего характера) в устной и письменной форме. Это может быть исчерпывающая информация о лекарственных препаратах, их эффективности, доступности; это могут быть и рекомендации по применению лекарств; это и советы по профилактике болезней, обзоры фармацевтической и медицинской литературы, выступления с рекламными проспектами в СМИ и так далее.

2. Организация диалогического высказывания с целью получения (или сообщения) нужной информации, умение в этичной и доступной форме дать совет (рекомендацию) по применению того или иного препарата, проинформировать о наличии его (или его аналогов) в продаже, умение выразить свое мнение по поводу возможного предпочтения в приобретении или применении препарата, более удобного или выгодного для клиента, и так далее.

3. Строгое соблюдение этики речевого общения и норм этикета, корректная реализация формул различных интенций (приветствие, благодарность, сочувствие, совет, отказ, просьба, пожелание и других).

4. Умение сочетать языковые и паралингвистические риторические средства и приемы общения (соблюдение норм языка и стиля, применение средств экспрессивной характеристики – тропов и фигур, использование силы голоса, мелодики, интонационного богатства, жестов, мимики, поз, взгляда и другого).

Владение названными средствами характеризует современного провизора как специалиста, владеющего профессиональной риторикой.