**Культура речевого общения. Официально- деловой стиль.**

Для успеха в общении очень важно учитывать интересы, ценности адресата, его ожидания и цели, а также сферу общения.

Этот принцип особенно важен в деловом общении, которое обслуживает официально-деловой стиль.

https://scicenter.online/files/uch_group74/uch_pgroup376/uch_uch2200/image/image042.jpg

Всем известна сказка о двух медвежатах, которые делили найденный сыр. Они не доверяли друг другу и попросили лису поделить сыр. В результате лиса съела весь сыр, а медвежатам ничего не досталось. Также поучительна история о двух сестрах, у которых был всего один апельсин. Они разрезали его пополам. Выяснилось при этом, что одной из сестер нужна была кожура, а второй — сок. Каждая из них получила бы в два раза больше, если бы они учли интересы друг друга.

Официально-деловой стиль обслуживает сферу официально-деловых отношений, т.е. отношений, которые возникают между органами государства, между организациями или внутри них, между организациями и частными лицами в процессе производственной, юридической деятельности.

В официально-деловой сфере используется язык людей, связанных интересами дела, которые имеют необходимые полномочия для установления деловых отношений, разрешения деловых проблем. Поэтому и говорят о деловой коммуникации.

Устная деловая речь обращена к собеседнику и предполагает возможность влияния на него. С этой целью используется, кроме вербального, невербальный язык. Деловая коммуникация имеет свою лексико-грамматическую и стилистическую специфику.

Лексика официально-деловой речи использует большое количество международной лексики, стандартизированных выражений, однокоренных слов, существительных с родовым значением, также аббревиатуры, сложносокращенные слова. Широко применяются глаголы и глагольные образования - причастия, деепричастия, отглагольные существительные и прилагательные.

Синтаксис характеризуется присутствием неполных, безличных предложений, обращений, присоединительных конструкций, простых предложений, вводных слов и словосочетаний. Используются предлоги и пассивные конструкции, большое количество однородных членов предложения.

Деловое общение требует строгого использования речевых конструкций, стандарта, не допускается жаргон и т.д. Деловое общение предполагает владение профессиональным языком, знание терминов, свойственных определенной области общения (юридической, дипломатической, управленческой).

Главные требования к устной речи делового человека следующие:

• точность и ясность (употребление слов в правильном значении, исключение

иностранных слов, употребляемых без необходимости),

• краткость (без повторов, тавтологии),

• конкретность,

• правильность,

• нормативность,

• логичность,

• аргументированность,

• стандартность речевых формулировок.

Деловое общение может быть:

• необходимым (когда без межличностных контактов осуществление совместной деятельности невозможно),

• желательным (определенные контакты способствуют более успешному осуществлению задач),

• нейтральным,

• нежелательным (затрудняет достижение цели).

Деловым людям приходится постоянно общаться с людьми, стоящими на разных ступенях служебной лестницы. Поэтому говорят о вертикали и горизонтали отношений.

По вертикали -

это субординационные отношения, они обусловлены социальным статусом,

административно-правовыми нормами и характеризуются подчинением младшего старшему

по чину. В России исторически сложился вертикальный диалог.

Горизонтальные отношения предполагают участие в совместной деятельности на

принципах сотрудничества, взаимопонимания, с учетом общих интересов. В настоящее время в деловой жизни России наблюдается переход к субординационно-партнерским отношениям.

Специфической особенностью делового общения является его регламентированность, т.е. подчинение установленным правилам и ограничениям.

Существуют так называемые писаные и неписаные правила поведения. Регламентированность (протокол) предполагает соблюдение норм делового этикета, который отражает накопленный опыт, нравственные установки определенных социальных групп и людей разной национальности. Протокол предписывает, как вести себя в деловой обстановке, на совещании, переговорах, а также как одеваться, что дарить, как вести деловую переписку и многое другое. Очень важное место уделяется при этом речевому этикету. В настоящее время создана целая система речевых формул для каждой речевой ситуации.

Регламентированность делового общения означает и ограниченность его временными рамками. Деловые встречи имеют строгий регламент. Для этого заранее намечается круг обсуждаемых проблем и проводится тщательная подготовка к встрече.

При общении очень важно создать благоприятный психологический климат. Для этого рекомендуется:

• Приветствовать собеседника искренней улыбкой, доброжелательным взглядом, обращаться к нему по имени-отчеству или используя принятые в той или иной стране обращения.

• Показывать свое желание понять позицию собеседника, ориентироваться на ожидаемый собеседником результат.

• Стараться выявлять положительные качества собеседника.

• Учитывать эмоциональное состояние собеседника.

• Подчеркивать равенство позиций, вести себя спокойно и уверенно.

• Эмоционально поддерживать разговор.

• Выражать искреннее одобрение (все люди любят, когда их хвалят, говорят о достоинствах).

• Говорить комплименты. Любую деловую беседу, коммерческие переговоры можно начинать с них. Чем больше делает человек комплиментов, тем больше он их получает.

Важная особенность делового общения - строгое соблюдение его участниками ролевого амплуа: начальник — подчиненный, партнеры, коллеги и др.

Как считают психологи, каждый из нас в общении представляет тот или иной тип. В зависимости от роли в общении, типа характера выделяют различные группы. В настоящее время созданы целые системы определения типа личности исходя из различных признаков.

Так, американский психолог Эверетг Шостром считает, что в каждом человеке сидит манипулятор. Он выделяет следующие типы:

• диктатор (доминирует, приказывает, управляет),

• жертва диктатора (подчиняется приказам),

• калькулятор (обманывает, лжет, старается перехитрить),

• прилипала (жаждет быть предметом забот, заставляет за себя все делать),

• хулиган (преувеличивает агрессивность, управляет с помощью угроз),

• славный парень (убивает добротой, моралист),

• судья (никому не верит, критичен),

• защитник (заботится о других, чрезмерно подчеркивая это).

На основе их выделены 4 типа людей в деловом общении:

• активный - играет роль человека, полного сил;

• пассивный - прикидывается глупым и беспомощным («сирота казанская»);

• соревнующийся - боец на турнире;

• безразличный - играет роль, выбивая уступки.

https://scicenter.online/files/uch_group74/uch_pgroup376/uch_uch2200/image/image043.jpg

Любопытным является так называемый психогеометрический подход к типологии личности, который обосновал американский психолог С. Деллингер. Этот подход основан на том, какую геометрическую фигуру предпочитает человек.

Например, «квадрат» любит трудиться, любит стабильность и порядок, живет по плану. Его речь логичная, последовательная, обстоятельная, монотонная, со штампами и терминами.

«Треугольники — лидер, энергичен, решителен, прагматик, честолюбив, несамокритичен, детонатор межличностных отношений. Речь — логичная, ясная, ориентированная на суть дела, быстрая.

«Прямоугольник» недоволен собой, непоследователен, тяготеет к поддержке. Речь — сбивчивая, эмоциональная, неясная.

«Круг» стремится к гармонии отношений, доброжелателен, стремится сопереживать, старается угодить всем, часто нерешителен. Речь — часто отклоняющаяся от главной темы, плавная, эмоциональная.

«Зигзаг» любит заострять конфликт, остроумен, стремится к независимости, чувствует настроение людей, несдержан, экспрессивен, не доводит дело до конца. Речь — непоследовательная, ассоциативная, яркая.

Успешное деловое взаимодействие определяется тем, как поставлена цель, определены интересы партнеров, выбраны стратегия и тактика.

В деловом общении ценятся такие качества, как обязательность, верность слову, организованность, соблюдение нравственных норм.

В практической деятельности существуют разные формы делового общения:

• беседа,

• переговоры,

• совещания,

• презентации,

• телефонные переговоры,

• брифинги.

Все они имеют свои особенности и сферу применения, но процесс протекания примерно одинаков.

Как правило, в деловом общении выделяют следующие этапы: установление контакта,

ориентация в ситуации, обсуждение вопросов, принятие решения, достижение цели, выход из контакта.

Очень важным является установление контакта. Иногда в установлении контакта человеку мешают:

эффект ореола - человеку положительному приписывается все хорошее, при отрицательном отношении к человеку - все плохое, даже его положительные поступки расцениваются в этом случае как отрицательные;

эффект типизации - суждение о человеке выносится с точки зрения собственного опыта или мнения других;

эффект первичности - первое впечатление о человеке самое сильное и его трудно переломить.

В деловом общении демонстрируются и плюсы, и минусы индивидуальных особенностей человека. Поэтому в деловом общении нужен самоанализ и постоянный контроль. В Древнем Риме, по обычаю, позади полководца-триумфатора ставили раба, который во время шествия выкрикивал фразу: «Берегись, чтобы не упасть», таким образом напоминая ему, что он всего лишь человек.

В процессе делового общения используются разные приемы, помогающие добиться цели. (Чалдини описал их в книге «Психология влияния».)

Принцип контраста, когда преувеличивается различие. (Прекрасно используется продавцами. Они показывают сначала дорогой товар, а потом дешевый, сначала плохой дом, а потом хороший, но не лучший, а тот, который нужно продать.)

Принцип взаимного обмена. Люди стараются оплатить оказанные услуги. (Дают подарок на пробу, вынуждая затем покупать вовсе не нужную вещь.) В этом случае человек чувствует себя обязанным и часто дает больше, чем сделали ему.

Принцип социального доказательства. Люди ориентируются на других людей в похожей ситуации. Принцип участия в рекламе известных спортсменов, политиков. Этот принцип учитывает, что только 5% людей — инициаторы, остальные же имитаторы.

Принцип благорасположения. Люди охотнее выполняют требования тех, кто им нравится или знаком. Это прежде всего связано с физической привлекательностью. В этом случае человеку автоматически приписывают положительные качества. Нам нравятся люди, похожие на нас.

Ланчевый метод. Во время еды люди охотнее принимают положительные решения, идут на уступки. Поэтому многие контракты подписываются, а решения принимаются во время делового обеда или ужина.

Принцип авторитета — сознание повиновения старшим.

В устной речи деловых людей необходимо учитывать этикетные нормы. Специалисты советуют: никогда не распространяйтесь о своей личной жизни и не расспрашивайте о чужой. И сами вежливо уклоняйтесь от разговоров на личные темы. Так, общаясь по делам, не рекомендуется поддерживать разговоры о политике, религии, задавать вопросы о доходах, зарплате.

У каждого народа сложились свои традиции делового общения, которые находят выражение в языке, движениях, жестах и т.п. Так, культура США характеризуется как неформальная, индивидуалистическая, материалистическая, ориентированная на ценность времени. В Японии и Китае больше времени уделяется группе, а не индивидууму. Там важнее подчинение и сотрудничество. В Латинской Америке или Саудовской Аравии придается большое значение традиции, церемонии, там принято сначала побеседовать на не относящиеся к делу темы и только потом переходить к вопросу обсуждения.

У каждого народа есть черты, которые нужно учитывать в деловом общении.

https://scicenter.online/files/uch_group74/uch_pgroup376/uch_uch2200/image/image045.jpg

Англичане считаются честными, рассудительными, учтивыми. Для них характерны сдержанность, замкнутость, деловитость и предприимчивость. Они предпочитают не затрагивать личных тем, они консервативны, национальная страсть — садоводство. Они решают проблемы не по телефону, а, как правило, с помощью писем. Их слову можно доверять. Многословие расценивается как нарушение правил общения, навязывание своего мнения.

Японцы очень вежливы, поэтому не говорят «нет», смотреть в глаза считается невоспитанностью, приняты не рукопожатия, а поклоны, чем важнее гость, тем больше поклонов. Переговоры они ведут командой, никогда не принимают решения сразу. Если по отношению к ним проявляют вежливость, они обычно идут на уступки. Русский журналист В. Цветов в книге «Пятнадцатый камень сада Реандзи» приводит пример переговоров между японской и американской компаниями. Когда американцы говорили о своей компании, о возможностях и выгоде сотрудничества, японцы кивали головами и чинно слушали. А потом стали задавать вопросы, которые казались не относящимися к делу. Японцы считали, что американцы давят на них, а американцев удивили просьбы другой стороны и их вопросы. Переговоры были прекращены.

Характерные черты американцев - энергия, независимость, предприимчивость, трудолюбие. Они патриоты. Их философия - заработать как можно больше и быстрее. Их стиль отличается высоким профессионализмом, они индивидуалисты, любят действовать без оглядки на начальство. Они демократичны, часто ведут себя неформально, любят шутки, ценят честность и откровенность, они берегут время и отличаются пунктуальностью. Не любят пауз, решения принимают быстро и редко меняют его.

Таким образом, деловое общение предполагает знание речевого этикета, правил построения деловых бесед и совещаний, знание норм литературного языка, использование нужных речевых формул согласно ситуации. Эффективность деловой коммуникации зависит также от знания психологических характеристик личности, которые отражает язык, от знания национальных особенностей деловых людей.

ОСОБЕННОСТИ СТРУКТУРИРОВАНИЯ И ОФОРМЛЕНИЯ ПИСЬМЕННЫХ ЖАНРОВ КАНЦЕЛЯРСКОГО ПОДСТИЛЯ

|  |  |
| --- | --- |
| ЖАНРЫ | ОСОБЕННОСТИ ОФОРМЛЕНИЯ |
| Заявление - документ,  содержащий просьбу какого-либо лица, адресованный организации или должностному лицу учреждения. | 1. Расположение частей заявления:  1) наименование пишется вверху с отступом в треть строки;  2) фамилия, имя, отчество заявителя - под адресатом (без предлога ОТ);  3) после слова заявление ставится точка;  4) текст заявления пишется с красной строки;  5) дата ставится слева, подпись - справа. |

|  |  |
| --- | --- |
|  | 2. Оформление наименования адресата:  1) если оно представляет собой название организации, то ставится в винительном падеже, если это название должностного лица - в дательном падеже.  3. Клишированные формы:  1) просьба выражается: прошу + инфинитив (разрешить, допустить и т.п.); прошу Вашего разрешения (согласия) + на что? (на зачисление, на выезд и т. п.);  2) конструкции для ввода аргументации: ввиду того что.; в связи с тем, что.; на основании того, что.; потому что; так как; учитывая (что?).  Образец  Декану исторического факультета МГУ, профессору, доктору исторических наук Соколову И. С. аспиранта кафедры истории средних веков Драгоевой Н.А.  заявление.  Прошу командировать меня в Санкт-Петербург в библиотеку  Академии наук сроком на 10 дней для ознакомления с архивными материалами по теме диссертации.  21.10.2003 г.  Драгоева Н.А. |
| Доверенность - документ, с помощью которого одно лицо предоставляет другому полномочия предпринять за него какое-либо действие (чаще всего - получить что-либо). | 1. Расположение частей доверенности:  1) наименование документа пишется в центре строки;  2) текст начинается с красной строки;  3) Ф. И.О. доверителя, адрес, паспортные данные;  4) Ф.И.О. доверенного, адрес, паспортные данные;  5) текст доверенности;  6) дата - слева, подпись доверителя - справа;  7) под датой и подписью необходимо предусмотреть место, чтобы заверить документ.  2. Клишированные формы:  1) кто? + доверяю + кому? + инфинитив (получить и т.п.) + что?  Образец  Доверенность  Я, Кирюхина Наталья Сергеевна, проживающая по адресу 445036, г.Тольятти, б-р Курчатова, 3, кв.5, паспорт серии 36 03 775544 выдан  5 марта 2003 г. Автозаводским РУВД г. Тольятти Самарской области, доверяю Тарасовой Марии Ивановне, проживающей по адресу  445038, г.Тольятти, б-р Космонавтов, 3, кв.7, паспорт серии 36 04 879934 выдан 12 апреля 2003 г. Автозаводским РУВД г. Тольятти Самарской области, получить пришедшую на моё имя посылку. 07.08.2003 г. Кирюхина Н.С. |
| Резюме - вид деловой бумаги, в которой кратко излагаются необходимые для нанимателя сведения о том, кто претендует | В резюме в следующем порядке указываются:  1) - Фамилия, имя, отчество;  - дата, место рождения;  - семейное положение;  - гражданство. |

|  |  |
| --- | --- |
| на предложенную работу. | 2) - Знание языка;  - владение компьютером и пр.  3) - Домашний адрес, телефон, e-mail; служебный адрес, телефон, e-mail;  - место работы, должность.  4) Места, где вы учились в обратном хронологическом порядке.  5) Опыт работы в обратном хронологическом порядке.  Примечание: иногда к резюме прикладывается письмо, в котором должны быть изложены аргументы в пользу выбора вами именно этого учреждения, фирмы, а также доказательство того, почему именно вы им нужны, копии статей о вас и вашей деятельности отзывы о вашей работе (рекомендательные письма).  Образец  Резюме  Субботина Юлия Константиновна.  5 марта 1991 г., г. Рязань.  Не замужем.  Гражданка Российской Федерации.  Свободно владею французским и немецким языками.  Имею навыки стенографирования, машинописи, работы на компьютере (Word, Excel, CorelDraw, PowerPoint, Internet).  Домашний адрес: 143561, г.Москва, ул.Пилюгина, д.7, кв.456, тел.:  1643458, e-mail: subbota@yandex.ru.  Образование:  1) 2004 год поступила в Московский государственный университет на факультет иностранных языков;  2) 2003 год - курсы секретарей-референтов;  3) 2002 год закончила школу № 1201 г. Москвы.  Опыт работы:  1) 2004 год - ассистент генерального менеджера в АО «Мирра­Люкс»;  2) 2003 год - менеджер по работе с клиентами в московской фирме «Дизайн-салон».  Рекомендательные письма прилагаются. |
| Автобиография | Установленная форма автобиографии включает в себя, как правило, следующие элементы:  1) наименование документа в центре строки;  2) текст автобиографии, написанный от руки;  3) дата - слева, подпись - справа.  В тексте автобиографии указываются: Ф.И.О., время рождения (число, месяц, год), место рождения, сведения об образовании (где и когда учился), о составе семьи (Ф.И.О. отца и матери, где и кем работают или где учатся члены семьи), сведения о трудовой деятельности (где, когда и кем работал(а), занимаемая должность), сведения об имеющихся поощрениях, наградах, сведения о собственной семье (муже, жене, детях).  Образец |

Я, Иванова Наталья Матвеевна, родилась в г. Москве 4 мая 1957 г. в семье военнослужащего.

В 1962 г. наша семья переехала в г. Псков.

В 1964 г. поступила в первый класс школы № 13 г. Пскова, которую закончила в 1974 г. с золотой медалью.

Мой отец, Белов Матвей Трофимович, 1923 г. рождения, военнослужащий. Умер в 1970 г.

Моя мать, Белова Анастасия Ивановна, 1932 г. рождения, директор школы № 7 г. Пскова.

В 1970 г. поступила в Псковский государственный педагогический институт, который закончила в 1975 г. с красным дипломом.

С 1975 года и по настоящее время работаю учителем начальных классов в школе № 7 г. Пскова.

Мой муж, Иванов Сергей Иванович, 1955 г. рождения, строитель. Дочь, Иванова Мария Сергеевна, 1977 г. рождения, преподаватель английского языка в Псковском государственном педагогическом университете.

https://scicenter.online/files/uch_group74/uch_pgroup376/uch_uch2200/image/image047.jpg

Использованная литература

Русский язык и культура речи: Курс лекций/Г.К. Трофимова - М.: Флинта: Наука, 2004 - 160с. (стр. 90 - 98).

https://scicenter.online/files/uch_group74/uch_pgroup376/uch_uch2200/image/image048.jpg

ВОПРОСЫ и задания

Каковы условия успешной деловой коммуникации?

Существуют ли национальные особенности делового общения?

Какие требования выдвигаются к устной речи делового человека?

Как создать благоприятный психологический климат при деловом общении?

https://scicenter.online/files/uch_group74/uch_pgroup376/uch_uch2200/image/image049.jpg

Задания для самопроверки

Задание 1. Представьте себе, что Вы- председатель благотворительного фонда. Напишите правила делового общения для своих подчиненных.

https://scicenter.online/files/uch_group74/uch_pgroup376/uch_uch2200/image/image050.jpg

Задание 2. Узнайте у своих родных, друзей, какую геометрическую фигуру они предпочитают. Опишите типологию личности каждого из опрошенных, опираясь на данные американского психолога С. Деллингера.