**ТЕМА 2. ЯЗЫКИ КОММУНИКАЦИИ; СПЕЦИФИКА ПИСЬМЕННОЙ И УСТНОЙ РЕЧИ**

**Одним из важнейших средств осуществления деловой коммуникации традиционно считают разнообразный спектр языкового (речевого) выражения.**

**Принято различать два типа языков коммуникации в деловом общении: письменная деловая речь и устная деловая речь.**

Современный официально - деловой стиль, как и в целом русский язык, претерпевает существенные изменения, связанные с глобальными изменениями в структуре общественной жизни, в мировоззрении людей и с новыми запросами и потребностями общества. Особенностью современного делового языка является широкое распространение устной формы официально - делового стиля.

**Устная и письменная деловая речь имеют существенные отличия:** обе формы речи представляют системно различающиеся разновидности русского литературного языка. Если деловая письменная речь представляет официально - деловой стиль речи, то устная деловая речь – различные формы гибридных стилевых образований. Таким образом, можно говорить об **особенностях деловой речи, которая имеет как устную, так и письменную формы.**

Сегодня рамки делового общения расширяются. Реклама, светское общение становятся неотъемлемой составляющей деловой коммуникации. Ситуация делового общения может быть строго официальной (протокольные виды делового общения), официальной (непротоколируемое деловое общение контрагентов в рабочей обстановке) и неофициальной (деловое общение в рабочей и в нерабочей обстановке).

Таким образом, официально - деловая речь как письменного, так и устного порядка, отражает не индивидуальный, а социальный опыт, поэтому все лексико - семантические и жанровые особенности данного функционального стиля направлены на предельную обобщенность, стандартизированность, обезличенность, что не является отрицательным моментом, а, напротив, ведет к эффективной коммуникации в деловой сфере.

**Письменное деловое сообщение имеет несомненные преимущества перед устным сообщением.**

1. Оно даёт возможность длительного хранения содержащейся в нем информации. На факт общения можно сослаться позднее и подтвердить это документально. Деловое сообщение предполагает обратную связь между адресантом и адресатом, поэтому коммуникацию легко можно проконтролировать.
2. При работе с письменным текстом у составителя есть возможность подумать, привести в порядок свои мысли и в случае необходимости откорректировать сообщение, поэтому оно часто более тщательно сформулировано, чем устное сообщение. Кроме того, полученное сообщение, как правило, не требует мгновенного восприятия и реакции, что обеспечивает более рациональное распределение рабочего времени.
3. Письменная коммуникация вызывает меньше эмоциональных реакций, поскольку больше внимания уделяется сознательному восприятию информации.

В письменных сообщениях наглядно проявляются общая культура, грамотность, компетентность пишущего, что позволяет адресату составить представление о нем как о личности.

**Однако нужно отметить и недостатки письменной коммуникации.**

1. Восприятие сведений в сообщении напрямую зависит от качества его составления. Плохо написанные тексты, за которыми следуют многочисленные письменные и устные объяснения, делают конечное сообщение дорогим и путаным.
2. Отсутствует поддержка коммуникации невербальными средствами.
3. Необходимо учитывать затраты, связанные с осуществлением операций с сообщением (составление, получение, ознакомление, хранение и др.), – временн*ы*е, финансовые, материальные.

***В российской культуре делового общения предпочтение отдаётся устной форме общения, поскольку мы традиционно придаём большее значение информации, которая передаётся при непосредственном контакте; в западных компаниях важнейшей частью делового общения является письменная коммуникация.***

**Этика письменной деловой коммуникации.**

Деловая письменная коммуникация – средство формирования профессионального имиджа и эффективный инструмент организации и поддержания деловых контактов. Специалисты в этой области Дж.М. Лейхифф и Дж.М. Пенроуз предлагают 10 правил, которым необходимо следовать для того, чтобы письменная коммуникация была эффективной.

1. **Тактичность.** При составлении текста необходимо:
	* обращаться к личности, а не к категории;
	* избегать указаний на пол.
	* концентрировать внимание на восприятии получателя.
2. **Персональность.** При написании текста необходимо передавать позицию «вы», что означает необходимость сосредоточиться на нуждах и интересах вашего адресата, а не на своих собственных.
3. **Позитивность.** Эффективная письменная коммуникация должна иметь позитивный тон.
4. **Энергичность, активность.**
5. **Цельность.** В деловой корреспонденции каждое предложение должно содержать только одну мысль. При составлении предложения необходимо убедиться, что в нем нет нескольких не связанных друг с другом мыслей.
6. **Связность.** Сведения, изложенные в тексте, должны быть логиче ски связаны.
7. **Ясность.** Эта особенность включает в себя выбор слов, структуры предложения и абзаца, а также общую организацию сообщения.
8. **Краткость.** В сообщении не должно быть многословных выражений, избитых фраз, ненужных повторений и абстрактных слов.
9. **Удобочитаемость.** Текст должен легко пониматься читающим.
10. **Элементы унификации.** Унифицированное сообщение свободно от двух недостатков – грамматических ошибок и проблем с форматом.

*Главными признаками официально-деловой письменной речи являются регламентированность отношений между автором и адресатом и стандартизация и унификация, т.е. сведение документационного потока к единым формам и стандартам (единообразное размещение реквизитов на бланках, сокращение их форматов, применение трафаретных текстов и др.). Стандарты: ГОСТ (межгосударственный); ОСТ (отраслевой); СТП (стандарт предприятий и учреждений), СТО (стандарт организации).*