**Тема №8. Культура официально-деловой речи.****Особенности официально-делового стиля.****Речь делового человека**



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.

 *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.

 *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.

***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 на предложенную работу. | **В резюме в следующем порядке указываются:**1) - Фамилия, имя, отчество;- дата, место рождения;- семейное положение;- гражданство.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 «Мирра-Люкс»;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. |

** Использованная литература**

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

** 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?

**Задания для самопроверки**

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

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.