

ПИСЬМЕННАЯ ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ: КРАТКИЙ ОБЗОР

Цзян Цюнь, Чжан Вей

Даляньский политехнический университет

Деловая коммуникация является одним из важнейших способов коммуникации, с помощью которого осуществляется коммуникация между членами общества. Под деловой коммуникацией понимается письменное взаимодействие между отдельными организациями, государственными и частными предприятиями и т.д. Четко действующие коммуникативные схемы помогают решению всех проблем, с которыми сталкивается организация [1, с. 211]. Именно поэтому овладеть секретами письменной деловой коммуникации – значит стать человеком, успешным в своей профессии.

Основные понятия письменной деловой коммуникации

Деловая коммуникация – это процесс взаимодействия деловых партнеров, направленный на организацию и оптимизацию того или иного вида предметной деятельности: производственной, научной, сервисной и т.д. [2, с. 69].

Самым распространенным средством осуществления деловых коммуникаций при решении наиболее важных управленческих вопросов является письменная деловая коммуникация. Как правило, к письменной форме деловой коммуникации обращаются в тех случаях, когда адресат территориально удален и с ним сложно установить непосредственный контакт. Конечно, современная письменная коммуникация по-прежнему не может передать интонацию голоса и жестикуляцию, однако наличие технических средств связи (факс, электронная почта и др.) обеспечивает практически мгновенную обратную связь, что в какой-то мере уравнивает письменную коммуникацию с устной.

Письменная деловая коммуникация – средство формирования профессионального имиджа и эффективный инструмент организации и

поддержания деловых контактов [3, с. 528]. Цель письменной деловой коммуникации – постановка определенных целей и конкретных задач. Общение как взаимодействие предполагает, что люди устанавливают контакт друг с другом, обмениваются определенной информацией для того, чтобы строить совместную деятельность, сотрудничество. Предметом общения в письменной деловой коммуникации является совместная деятельность, а партнер по общению всегда выступает как личность, значимая для другого. Продуктивное сотрудничество, сближение целей и позиций, улучшение партнерских отношений – основные задачи письменной деловой коммуникации.

Письменная деловая коммуникация пронизывает все виды деятельности организации, является важным рабочим инструментом для интеграции ее подразделений, средством, с помощью которого повышается эффективность труда, реализуются поставленные работниками цели, обеспечивается необходимый уровень взаимодействия с деловыми партнерами, конкурирующими фирмами, потребителями, поставщиками, клиентами.

2. Классификация письменной деловой коммуникации

Главным текстовым продуктом деловой коммуникации является документ – письменный деловой текст, имеющий юридическую значимость [4, с. 96]. Документ – это средство закрепления различными способами на специальных материалах информации о фактах, событиях, явлениях объективной действительности и мыслительной деятельности человека.

В письменной деловой коммуникации существуют следующие типы:

Письмо-сообщение – распространенная форма официального делового послания. Основное предназначение письма-сообщения – целенаправленная передача адресату какой-либо конкретной информации, как правило, предпринятая по инициал. «Обычно письма-сообщения являются ответом на запрос» [5, с. 148].

Письмо-напоминание – деловое письмо, направляемое в случаях, когда организация-партнер не выполняет взятые на себя обязательства, принятые

договоренности или установленные законом нормы. Письмо-напоминание может сообщать о приближении установленных сроков, если у автора письма есть серьезные опасения об их возможном нарушении.

Письмо-просьба – это просьба о получении необходимой информации, товаров, услуг, документов, о предоставлении рекомендаций, об организации встречи и др. При его составлении нужно обосновать необходимость выполнения просьбы. Оно может быть адресовано какому-то конкретному физическому лицу либо юридическому лицу – организации. Данный вид письма может содержать в себе не одну просьбу.

Гарантийные письма составляются с целью подтверждения определенных обещаний или условий и адресуются организации или отдельному лицу. Слово "гарантия" вообще может не упоминаться в тексте письма, тем не менее, письмо будет оставаться документом, содержащим гарантию. Гарантироваться могут плата за выполненную работу, сроки ее выполнения, качество выполнения работ, качество товара, сроки его поставки, оплата полученной продукции и т.п. Эти аспекты могут составить содержание целого письма или войти в текст письма в качестве его составляющей. Гарантийные письма носят подчеркнуто юридический характер, соответствуя по статусу документам договорного характера.

Письмо-предложение – классический пример коммерческой переписки. Такое письмо направляется в адрес делового партнера для того, чтобы сделать ему официальное предложение относительно поставки (допоставки) той или иной продукции. Различают твердую оферту и оферту без обязательства.

Письмо-приглашение – очевидно, второй по распространенности вид частных деловых писем. Функциональное назначение письменного приглашения. Во-первых, известить адресата о том или ином торжественном или деловом мероприятии и, во-вторых, пригласить его к участию в нем.

Письмо-подтверждение служит исключительно для подтверждения какого-либо факта, допустим, получения организацией письма, высланного

ранее адресатом. По указанной причине данное письмо используется в деловой переписке исключительно в качестве ответа.

Письмо-благодарность направляется адресату с целью выразить благодарность – за проявленное последним по отношению к отправителю внимание (допустим, в ответ на поздравление) либо за предпринятые адресатом усилия, направленные на обеспечение личного или делового благополучия отправителя письма. Благодарственное письмо должно быть естественным по тону – иными словами, степень выражения благодарности должна быть адекватной поводу.

3. Функции, особенности и правила письменной деловой коммуникации

К основным функциям, которые выполняет письменная коммуникация, относятся следующие [6, с. 28]:

- Фиксация устной коммуникации с целью ее сохранения во времени и пространстве. Расширение рамок непосредственного окружения личности.
- Обеспечение возможности познания и усвоения опыта культуры, накопленного человечеством. Книжные тексты оказывают огромное влияние на развитие культуры, выполняя цивилизационную и эстетическую функции.
- Обеспечение коммуникации между людьми, лишенным возможности непосредственного общения временными и пространственными барьерами.
- Обслуживание научной и официально-деловой сфер общения. С помощью письменной речи проводятся конгрессы, конференции, симпозиумы, заседания, совещания.

К особенностям письменной деловой коммуникаций относятся следующие:

- Точность и ясность языка сообщения обеспечиваются предметной и коммуникативной точностью. Предметная точность – это точность факта, соответствие обозначаемому. Точность же неразрывно связана с

грамотностью в широком смысле слова, с умением подобрать «необходимые» слова и выстроить их в правильном порядке.

– Лаконизм сочетается в официальных бумагах с требованием полноты информации, точнее, с принципом ее достаточности. Краткость предполагает исключение из содержания письменной деловой коммуникации всех второстепенных деталей, повторов и длинных оборотов речи. И в то же время требование полноты информации предполагает, что коммуникация должна содержать достаточную для принятия обоснованного решения информацию.

– Требование достоверности информации предполагает, что деловое сообщение должно отражать фактическое состояние дел, давать непредвзятую, беспристрастную оценку событий. Это, в свою очередь, исключает возможность употребления в текстах деловой речи экспрессивно и эмоционально окрашенных языковых средств (например, разговорно-просторечной лексики или междометий)

– Грамотная и эффективная письменная деловая коммуникация обладает четкой структурированностью: имеет систему нумерации страниц, деление на главы и параграфы, шрифтовые выделения, схематизацию.

– Одно из проявлений унификации деловой речи — широкое употребление

языковых моделей — устойчивых (шаблонных, стандартных) языковых оборотов, используемых в неизменном виде. Такие устойчивые выражения отражают стандартность русской деловой переписки. И стандартность является одним из обязательных свойств официально-деловой письменной речи. В той или иной степени характеризует все типы деловых бумаг, обуславливает строгую композиционную норму и закреплённость частей делового письма.

Существует также базовое правило, которое должно служить основанием для письменного общения. Необходимо писать не так, чтобы вас поняли, а так, чтобы вас не могли понять неправильно, т.к. написанные слова, если в

них есть хотя бы малейшая двусмысленность, почти всегда истолковываются негативно.

Таким образом, умение успешно общаться в письменной форме, является ценным навыком на всех уровнях управления.

Специалисты в этой области Дж.М. Лейхифф и Дж.М. Пенроуз предлагают 10 правил, которым необходимо следовать для того, чтобы письменная коммуникация была эффективной. Вот эти правила: тактичность, персональность, позитивность, энергичность, цельность, связность, ясность, краткость, удобочитаемость, элементы унификации [7, с. 140].

4. Преимущества, недостатки письменной деловой коммуникации и их преодоления

В результате стремительного развития электронных средств связи все реже и реже в деловой практике и сервисной деятельности используются почтовые отправления, однако такая необходимость все же существует по причине этикета. Преимущества письменной деловой коммуникации достаточно очевидны:

- Написанное слово обладает большей силой, чем слово произнесенное, и имеет более продолжительное воздействие, потому что письменное сообщение можно длительного хранить и перечитывать снова и снова.

- Письменная деловая коммуникация позволяет планировать, отбирать и правильно оформлять мысли, поэтому она часто более тщательно сформулирована, чем устная деловая коммуникация.

- Письменная деловая коммуникация вызывает меньше эмоциональных реакций, поскольку больше внимания уделяется сознательному восприятию информации. Именно поэтому она играет ведущую роль в передаче важной и официальной информации.

По сравнению с современными коммуникационными каналами, письменная деловая коммуникация обладает и рядом недостатков, которые необходимо учитывать:

– Восприятие сведений в письменной деловой коммуникации напрямую зависит от качества его составления [1, с. 213]. Плохо написанные тексты, за которыми следуют многочисленные письменные и устные объяснения, делают конечное сообщение дорогим и путаным.

– Необходимо учитывать затраты, связанные с осуществлением операций с коммуникацией. Чтобы подготовить хорошую письменную коммуникацию требуется время. Тем более на их доставку уходит определенное время. Кроме того, практически каждый вид письменных деловых коммуникаций потребует определенных затрат на бумагу, дизайн, типографские работы или ксерокопирование, услуги почтовой рассылки и т.д.

– Отсутствует поддержка коммуникации невербальными средствами.

Безусловно, есть способы для преодоления возникающих недостатков в письменных деловых коммуникациях

– Определяя рамки сообщения, следует подумать о получателе и принять во внимание его отношение к сообщению, ожидания, заинтересованность. Письменную деловую коммуникацию должна тщательно продумываться прежде, чем им можно будет дать ход. Наиболее полезными приемами формирования и организации информации в письменных деловых коммуникациях является структурирование текста и использование диаграмм.

– Существует несколько общих рекомендаций, позволяющих писать кратко: избегайте длинных слов, многословных выражений, ненужных повторений, избитых фраз и клише. Кроме того чтобы обеспечивать своевременное отправление и сократить время на их доставку лучше использовать более одного средства или канала для подкрепления своего сообщения, добиваться обратной связи.

– Поскольку в письменной деловой коммуникации отсутствует поддержка невербального средства, необходимо грамотное использование слов «Вы» и «Ваши» позволяет сделать сообщение центром внимания

читающего. То есть означать необходимость сосредоточиться на нуждах и интересах адресата, а не на своих собственных.

Письменная деловая коммуникация, замысел которой полностью определяется пишущим, создается без непосредственного собеседника. С одной стороны, она выступает вспомогательной по отношению к устной деловой коммуникации знаковой системой, используемой с целью ее фиксации. Материальной основой письменной деловой коммуникаций являются знаки, с помощью которых обозначаются речевые звуки. С другой стороны, письменную деловую коммуникацию можно считать вполне самостоятельной системой, имеющей ряд специфических функций и особенностей. Умение успешно вести письменную деловую коммуникацию стало неотъемлемой частью профессиональной культуры человека: менеджера, руководителя всех уровней, референта, служащего. Для достижения высокой результативности практически в любом виде профессиональной деятельности необходимо владеть определенным набором сведений, знаний, представлений о правилах и принципах делового общения.

Литература

1. Карпенко Я.Е., Петренко Е.С. Проблемы деловой коммуникации в организации. – Томск, 2014. – 211 с
2. Казакова О.А., Серебренникова А.Н., Филиппова Е.М. Деловая коммуникация. – Томск, 2013. – 69 с.
3. Кузнецов И. Н. Деловое общение. – М., 2012. – 528 с
4. Баландина Л. А., Давидян Г. Р., Кураченкова Г. Ф., Симонова Е. П. Русский язык и культура речи. – М., 2012. – 96 с.
5. Цзян Цюнь. Новые внешнеэкономические операции. – Минск, 2005. – 211 с.
6. Руденко А.М., Самыгин С.И. Культура речи и деловое общение. – Ростов, 2016. – 28 с.

7. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. – СПб., 2011. – 140 с.