

## УСТНАЯ ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Деловая коммуникация — является самым массовым видом общения людей в социуме (обществе).

Культура деловой коммуникации содействует установлению и развитию отношений сотрудничества и партнерства между коллегами, руководителями и подчиненными, партнерами и конкурентами, во многом определяя их (отношений) эффективность: будут ли эти отношения успешно реализовываться в интересах партнеров или же станут малосодержательными, неэффективными, а то и совсем прекратятся, если партнеры не найдут взаимопонимания.

Специфической особенностью деловой коммуникации является её регламентированность, т. е. подчиненность установленным правилам и ограничениям.

Эти правила определяются типом делового общения, формой, степенью официальности, конкретными целями и задачами, которые стоят перед общающимися, а также национально-культурными традициями и общественными нормами поведения.

В зависимости от различных признаков деловая коммуникация делится на:

устную — письменную (с точки зрения формы речи);

диалогическую — монологическую (с точки зрения однонаправленности/двунаправленности речи между говорящим и слушающим);

межличностную — публичную (с точки зрения количества участников);

непосредственную — опосредованную (с точки зрения отсутствия / наличия опосредующего аппарата);

контактную — дистантную (с точки зрения положения коммуникантов в пространстве).

Деловая коммуникация существует в двух формах: письменной и устной.

Письменная деловая речь, в которой реализуются диалогические отношения, представлена всеми видами деловых писем, документами, фиксирующими социально-правовые отношения — контрактами (договорами), соглашениями и всеми типами сопутствующих документов.

Устная деловая речь, в которой реализуется диалогические отношения, представлена жанрами деловых переговоров, встреч, консультаций и т. п.

Однако деловая коммуникация может трактоваться и в более узком смысле — как деятельность, предполагающая достижение определенных интересов, целей в профессиональной сфере бизнеса.

Деловая коммуникация всегда возникает в определенном контексте и оказывается зависимой от него. Конкретная ситуация, в том числе и количество участников, характер поставленных целей, уровни взаимодействия с реципиентами, наделяет ее характерными особенностями, позволяющими выделить несколько форм проявления деловой коммуникации. К ним относятся: деловая беседа, деловое совещание, деловое публичное выступление, или презентация. Наиболее распространенной и чаще всего применяемой формой деловой коммуникации является деловая беседа.

Значительную роль в деловой коммуникации играет внешность, так как визуальный контакт во многом формирует первоначальную оценку собеседника. Одежда может передавать информацию о социальном статусе человека, его личностных характеристиках, самооценке.

Существенным фактором деловой коммуникации является расклад интересов и целей, преследуемых собеседниками, который часто приводит к конфликту и необходимости его разрешения. Ключом разрешения конфликта интересов становится убеждение, осуществляемое разными средствами на разных уровнях.