

7-неделя

Письменные деловые коммуникации.

Деловая письменная коммуникация – средство формирования профессионального имиджа и эффективный инструмент организации и поддержания деловых контактов.

Как правило, к письменной форме деловой коммуникации обращаются в тех случаях, когда адресат территориально удален и с ним сложно установить непосредственный контакт.

Любое письменное сообщение имеет несомненные преимущества перед устным сообщением.

1. Оно дает возможность длительного хранения содержащейся в нем информации.
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.
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.), временные, финансовые, материальные.

Специалисты в этой области 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.

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 логически 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. Удобное чтение. Текст должен легко пониматься читающим.
10. Элементы унификации. Унифицированное сообщение свободно от двух недостатков – грамматических ошибок и проблем с форматом.

Главным текстовым продуктом деловой речи является документ – письменный деловой текст, имеющий юридическую (правовую) значимость.

Документ – это средство закрепления различными способами на специальных материалах информации о фактах, событиях, явлениях объективной действительности и мыслительной деятельности человека.