



СПЕЦИФИКА ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВОЙ СТИЛЬ
РЕЧИ

КУЛЬТУРА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ: ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ЧЕРТЫ

Самый массовый вид общения людей в социуме (обществе) - **деловое общение.**

Сферы применения:

- экономическая,
- правовая,
- дипломатическая,
- коммерческая,
- административные отношения.



Владение официально-деловым стилем речи необходимо:

- менеджерам;
- руководителями всех уровней;
- референтам;
- служащим.

Специфической особенностью делового общения является его регламентированность - подчиненность установленным правилам и ограничениям.

Эти правила определяются:

- типом делового общения;
 - формой и степенью официальности;
 - конкретными целями и задачами;
 - национально-культурными традициями;
 - общественными нормами поведения.
-

ПРАВИЛА ФИКСИРУЮТСЯ:

- в виде протокола;
- в виде общепринятых норм поведения;
- в виде этикетных требований, ограничений временных рамок общения.

В ЗАВИСИМОСТИ ОТ РАЗЛИЧНЫХ ПРИЗНАКОВ ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ ДЕЛИТСЯ НА:

- устное - письменное;
- диалогическое - монологическое;
- межличностное - публичное;
- непосредственное - опосредованное;
- контактное - дистантное.

**МОНОЛОГ В ДЕЛОВОМ
ОБЩЕНИИ - ЭТО
ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОЕ
ВЫСКАЗЫВАНИЕ ОДНОГО
ЛИЦА.**



**ДИАЛОГ - ЭТО
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МЕЖДУ
ДВУМЯ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМИ
СОБЕСЕДНИКАМИ.**



ДИСТАНТНОЕ, ОПОСРЕДОВАННОЕ ОБЩЕНИЕ

- это телефонный разговор, почтовое и факсовое отправление, пейджинговая связь.

Отличается:

- повышенным вниманием к интонационному рисунку речи,
- краткостью и регламентированностью,
- без жестикуляции и наглядных предметов в качестве носителей информации.

СОВЕЩАНИЯ, СОБРАНИЯ

- - это особый тип протокольного общения,
- в основном монологическая деловая речь,
- существует в двух формах - устной и письменной.

ФОРМЫ И КУЛЬТУРА ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

- Деловая беседа по телефону
- Деловое совещание
- Пресс-конференция
- Деловая дискуссия
- Публичная речь





Традиционные жанры деловой коммуникации: публичные речи, интервью, комментарий, консультация.

Специфические жанры деловой коммуникации: спор, дискуссия, полемика, дебаты, прения.

ОСОБЕННОСТИ КАЖДОЙ ФОРМЫ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ ВКЛЮЧАЮТ СЛЕДУЮЩИЕ КРИТЕРИИ:

- цель проведения (зачем?)
- контингент участников (кто?, с кем?, для кого?)
- регламент (как долго?)
- коммуникативные средства реализации намерений (как?)
- организация пространственной среды (где?)
- ожидаемый результат (какой?, что "на выходе"?)

СИТУАЦИОННЫЙ КОНТАКТ ОБЫЧНО ВКЛЮЧАЕТ СЛЕДУЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ:

- обращение
- запрос (вопрос, затребование информации или описание ситуации)
- ответ (представление информации или описание ситуации)
- согласование действий (взаимодействие)
- ожидаемый результат (совместные акции, договоренности, решения)

ФУНКЦИИ ДЕЛОВОЙ БЕСЕДЫ:

- начало мероприятий;
- контроль и координирование;
- обмен информацией;
- взаимное общение работников;
- поддержание деловых контактов;
- поиски, выдвижение и оперативная разработка новых идей.

The background of the slide features four light-colored silhouettes of people in professional attire, engaged in a conversation. A thin orange horizontal line runs across the top of the image, passing behind the title text.

СТРУКТУРА ДЕЛОВОЙ БЕСЕДЫ.

Деловая беседа состоит из пяти фаз:

- начало беседы;
- передача информации;
- аргументирование;
- опровержение доводов собеседника;
- принятие решений.

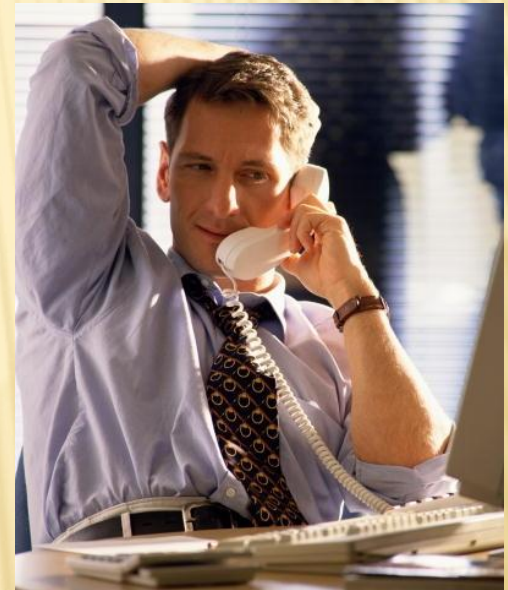
ФАКТОРЫ УСПЕШНОЙ ДЕЛОВОЙ БЕСЕДЫ:

- профессиональные знания;
- ясность;
- наглядность;
- постоянная направленность;
- ритм;
- повторение;
- элемент внезапности;
- "насыщенность" рассуждений;
- юмор и ирония

ДЕЛОВАЯ БЕСЕДА ПО ТЕЛЕФОНУ

Правила проведения беседы по телефону:

- Документация.
 - Запись разговора.
 - Поведение во время разговора.
 - Настроиться на положительный тон.
-



ПОВЕДЕНИЕ ВО ВРЕМЯ РАЗГОВОРА

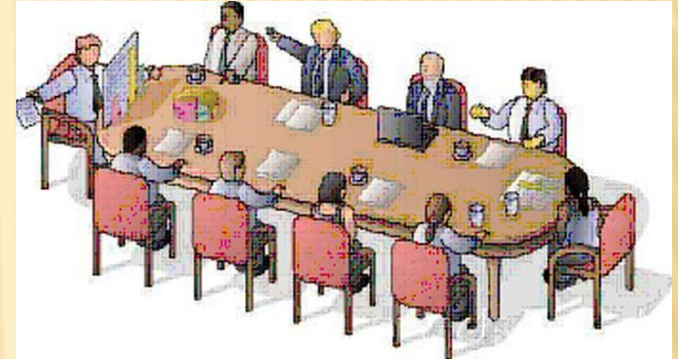
- Говорить медленно, спокойно, достаточно громко и внятно;
- Выделять голосом особо значимые слова, менять интонацию;
- Употреблять короткие предложения;
- Периодически делать паузы;
- Не манерничать;
- Сидеть прямо, не напрягаясь, улыбаться во время разговора.

ДЕЛОВОЕ СОВЕЩАНИЕ

Одним из организующих моментов делового совещания является правильно составленная **повестка совещания**.

Она включает в себя:

- тему совещания;
- цель совещания;
- перечень обсуждаемых вопросов;
- время начала и окончания совещания;
- место, где оно будет проходить;
- фамилии и должности докладчиков;
- время на каждый вопрос;
- место, где можно ознакомиться с материалами по каждому вопросу.



ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЯ

это встреча официальных лиц с представителями СМИ с целью информирования общественности по актуальным вопросам.

Структура пресс-конференции:

- вводная часть (продолжительность - 3-4 мин.);
- приветствие;
- объяснение причин проведения;
- программа;
- представление выступающих;
- информация о материалах, представляемых прессе (пресс-кит).

ПРАВИЛА ПРОВЕДЕНИЯ ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИИ:

- докладчик кратко заявляет о причинах проведения мероприятия;
- репортеры задают вопросы докладчику по очереди;
- предполагается, что репортеры будут придерживать себя об одной теме.



ДЕЛОВАЯ ДИСКУССИЯ

Это обмен мнениями по вопросу в соответствии с более или менее определенными правилами процедуры и с участием всех или отдельных ее участников.



ХАРАКТЕРИСТИКИ СПОРА:

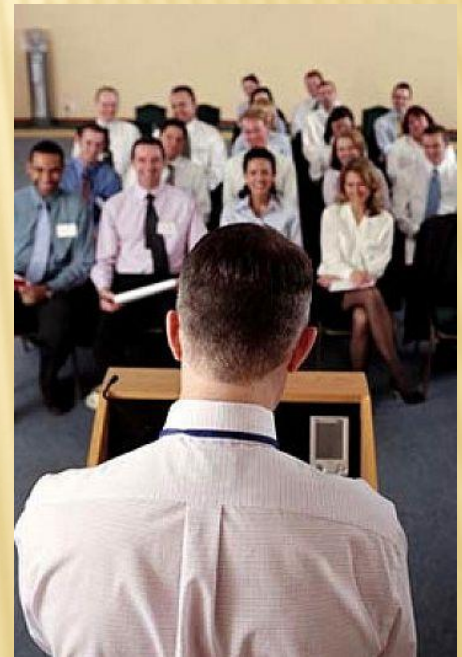
- наличие по крайней мере двух субъектов (пропонент, оппонент);
- одинаковые права в процессе обмена мнениями;
- предмет спора - положение, о котором каждая из сторон имеет собственное мнение;
- позиции сторон противоречат друг другу;
- борьба мнений в споре может достичь высшей формы – конфликта;
- предметное поле обсуждения обычно не бывает четко определенным;
- спор, как правило, не регламентирован.

ПУБЛИЧНАЯ РЕЧЬ

«Хороших ораторов мало, но много ли на свете людей, способных их слушать.» (Ж. Лабрюйер)

Требования к публичной речи:

- речь должна быть с начала и до конца захватывающе интересной и полезной;
- должна быть составлена правильно в композиционном отношении;
- содержать вступление, основную часть и заключение.



5 ЭТАПОВ ПОДГОТОВКИ И ПРОИЗНЕСЕНИЯ РЕЧИ:

- инвенция, или "нахождение", "изобретение«
- диспозиция, или "расположение
- элокуция, или "словесное оформление мысли
- меморио, запоминание

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ВЫБОР ТЕМЫ:

- ✓ основные интересы аудитории;
- ✓ групповые интересы;
- ✓ злободневные интересы;
- ✓ конкретные интересы;
- ✓ новизна темы;
- ✓ заложенные в теме полярные мнения.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

