

# **ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ПИСЬМЕННЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

**КАК ПРАВИЛЬНО СОСТАВЛЯТЬ СЛУЖЕБНЫЕ ЗАПИСКИ,  
ПИСЬМА И ДЕЛОВЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ**

# 1. ПРЕСОНАЛЬНОСТЬ: К КОМУ И КАК ВЫ ОБРАЩАЕТЕСЬ

*Должны знать и  
использовать:*

Имя  
получателя

Позиция  
«Вы»

# 1. ПРЕСОНАЛЬНОСТЬ: К КОМУ И КАК ВЫ ОБРАЩАЕТЕСЬ

**Неправильно**

Мы предлагаем клиентам  
скидку 5%

Я хочу выразить свою  
благодарность за ...

**Правильно:**

Вы получите 5% скидку

Благодарю Вас за помощь в  
...

## 2. KISS-ПРИНЦИП – БУДЬТЕ ПРОЩЕ!

- «Keep It Short and Simple» —  
**«Придерживайтесь краткости и простоты»**
- «Keep It Simple and Stupid»—  
**«Придерживайтесь простоты и тупости»**

## 2. KISS-ПРИНЦИП – БУДЬТЕ ПРОЩЕ!



- Слова короче



- Слов меньше



- Картинки, если это возможно

# 3. КРАТКОСТЬ – КАК ИЗБЕЖАТЬ МНОГОСЛОВНЫХ ВЫРАЖЕНИЙ



- Избегайте длинных слов



- Избегайте многословных выражений



- Избегайте ненужных повторений



- Избегайте избитых фраз и клише

# 3. КРАТКОСТЬ – КАК ИЗБЕЖАТЬ МНОГОСЛОВНЫХ ВЫРАЖЕНИЙ

## Неправильно

## Правильно:

«вступительное обращение было маловыразительным и бессодержательным»

«начало речи было вялым и пустым»

В настоящее время

Сейчас (или сегодня)

Во многих случаях

Часто

Исходя из вышеизложенного

Поэтому

В ближайшем будущем

Вскоре

# 4. ЯСНОСТЬ: КАК ОРГАНИЗОВАТЬ ТО, ЧТО ВЫ ПИШИТЕ

В тексте должны *отсутствовать*:

- абстрактные слова и выражения
- слова, маскирующие непривлекательную реальность (эвфемизмы)
- незнакомые слова и технический жаргон



# 4. ЯСНОСТЬ: КАК ОРГАНИЗОВАТЬ ТО, ЧТО ВЫ ПИШИТЕ

Важно использовать *тематические предложения* (в начале или в конце предложения)

## В начале

*У компании «Три слона» имеется ряд проблем, связанных с персоналом. Текучесть кадров составляет 39%, в прошлом году она возросла на 10%.*

## В конце

*Текучесть кадров в компании «Три слона» составляет 39%, в прошлом году она возросла на 10%. Очевидно, что компания столкнулась с серьезными проблемами, касающимися персонала.*

# 5. **ЦЕЛЬНОСТЬ И СВЯЗНОСТЬ:** **ДОСТИЖЕНИЕ ЦЕЛЕЙ ОБРАЩЕНИЯ**

*Цельность* – каждое предложение должно содержать только  
ОДНУ МЫСЛЬ

## **Неправильно**

Нам необходимо поговорить о планах расширения, поскольку отчет должен появиться в конце месяца, и я боюсь, что у нас мало времени.

## **Правильно:**

Нам необходимо поговорить о планах расширения. Отчет должен появиться в конце месяца, и я боюсь, что у нас мало времени.

# 5. ЦЕЛЬНОСТЬ И СВЯЗНОСТЬ: ДОСТИЖЕНИЕ ЦЕЛЕЙ ОБРАЩЕНИЯ



- Используйте меньше местоимений (он, она, оно, это, этот и тд)



- Правильно используйте деепричастные обороты



- Правильно используйте параллельные конструкции

# 5. ЦЕЛЬНОСТЬ И СВЯЗНОСТЬ: ДОСТИЖЕНИЕ ЦЕЛЕЙ ОБРАЩЕНИЯ

## Исходный текст:

Почему Вам нужен краситель для ткани «Радуга»? Он стоит всего 50 руб. за упаковку и имеет годичный срок гарантии. Он бывает трех блестящих цветов— свежей зелени, спелого золота и огненно красного.

## Параллельная конструкция:

Почему Вам нужен краситель для ткани «Радуга»? Он стоит всего 50 руб. за упаковку. Он имеет годичный срок гарантии. И он бывает трех блестящих цветов— свежей зелени, спелого золота и огненно красного.

# 5. ЦЕЛЬНОСТЬ И СВЯЗНОСТЬ: ДОСТИЖЕНИЕ ЦЕЛЕЙ ОБРАЩЕНИЯ

## Исходный текст:

Почему Вам нужен краситель для ткани «Радуга»? Он стоит всего 50 руб. за упаковку и имеет годичный срок гарантии. Он бывает трех блестящих цветов— свежей зелени, спелого золота и огненно красного.

## Использование списка:

Почему Вам нужен краситель для ткани «Радуга»? *Во-первых*, он стоит всего 50 руб. за упаковку. *Во-вторых*, он имеет годичный срок гарантии. *В-третьих*, он бывает трех блестящих цветов— свежей зелени, спелого золота и огненно красного.

# 5. ЦЕЛЬНОСТЬ И СВЯЗНОСТЬ: ДОСТИЖЕНИЕ ЦЕЛЕЙ ОБРАЩЕНИЯ

## Исходный текст:

Почему Вам нужен краситель для ткани «Радуга»? Он стоит всего 50 руб. за упаковку и имеет годичный срок гарантии. Он бывает трех блестящих цветов— свежей зелени, спелого золота и огненно красного.

## Использование ориентиров:

Почему Вам нужен краситель для ткани «Радуга»?  
*Цена*— всего 50 руб. за упаковку.  
*Общий срок гарантии*— один год.  
*Три блестящих цвета*— свежей зелени, спелого золота и огненно красного.

# 6. ПОЗИТИВНОСТЬ – КАКОВ ОБЩИЙ ТОН ВАШЕГО ОБРАЩЕНИЯ

## Негативный тон:

Вы забыли приложить квитанцию об оплате к Вашему заказу, поэтому невозможно выслать Вам товар.

## Позитивный тон:

Как только мы получим от Вас квитанцию об оплате, мы незамедлительно вышлем Ваш заказ по почте.

# 6. ПОЗИТИВНОСТЬ – КАКОВ ОБЩИЙ ТОН ВАШЕГО ОБРАЩЕНИЯ

- Негативный тон письмам создает **употребление отрицательной частицы «не»** в различных комбинациях с глаголами, либо в словах **нельзя, невозможно, неудобство, недоразумение, несогласие, невыполнимо** и т.д.
- Использование **реверсивных слов** позволяет изменить тон письма с негативного на позитивный. В качестве примера реверсивных слов можно привести такие, как: **однако, с другой стороны, тем не менее** и т.п.



# 7. ТАКТИЧНОСТЬ – ЧТО МОЖЕТ ОБИДЕТЬ ЧИТАТЕЛЯ

*Составьте образ читателя!*



- Какие проф. группы представляют Ваши адресаты;
- К каким соц. и религиозным группам они принадлежат;



- Возрастная группа



- Образованность Вашего респондента

# 7. ТАКТИЧНОСТЬ – ЧТО МОЖЕТ ОБИДЕТЬ ЧИТАТЕЛЯ

- Обращение к интеллекту читателя
- Обращение к личности, а не к категории
- Отсутствие проявлений дискриминации
- Концентрация внимания на восприятии получателя

# 8. ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВНИМАНИЕ: КАК ЗАСТАВИТЬ ДОЧИТАТЬ ВАШ ТЕКСТ



- Используйте тезаурус («сервис-язык-тезаурус»);
- Тезаурус – поиск синонимов ;



- Правильно применяйте средства пунктуации и знаки препинания;
- Точки, двоеточия, тире и тд;



- Грамотно используйте абзацы;
- Каждый содержит одну мысль!

# 9. ГРАМОТНОСТЬ – ЛИЦО ВАШЕГО СООБЩЕНИЯ

*Проблемы от пренебрежения грамматикой и пунктуацией:*

- получатели неправильно интерпретируют сообщение, что приводит к неправильным ответам и действиям
- получатели теряют время, пытаются разобраться в смысле сообщения
- ошибки оставляют негативное впечатление от общения с отправителем, который представляется плохо образованным непрофессионалом.

# 10. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ ТЕКСТОВ

- Пишите короткими предложениями (не более 20 слов).
- Отдавайте предпочтение простым словам и мыслям.
- Лучше использовать знакомые читателю слова.
- Избегайте ненужных слов.
- Пишите так, как говорите, избегайте высокопарного слога.
- Употребляйте глаголы, обозначающие действие.
- Старайтесь соотносить написанное с опытом читающего.
- Пишите так, чтобы выразить мысли, а не произвести впечатление на читающего.

# ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

- Составить служебную записку на имя проректора по учебно-воспитательной работе с просьбой о выделении помещения для проведения мероприятия.

# **СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**

Владимирцев Никита, председатель ОСО, эл.почта  
[vladimirtsev.n@gmail.com](mailto:vladimirtsev.n@gmail.com)