



**доц. д-р Лалка Борисова**

*Лалка Борисова е преподавател в „Международно висше бизнес училище“ – Ботевград Титуляр е на дисциплината „Писмени и устни комуникации“. Научните ѝ интереси са в областта на фирмения протокол, емоционалната интелигентност, професионалната компетентност и управленските процеси.*

*Лалка Борисова*

## **УМЕНИЯ ЗА ПИСМЕНИ КОМУНИКАЦИИ**

Целта на комуникацията е да се получи посланието към другите ясно и недвусмислено. Това е свързано с усилия от страна на подателя на съобщението, както и на приемника и това е процес, който може да бъде изпълнен с грешки, с послания, които често се тълкуват погрешно от получателя. Когато получателят не е открит, това може да доведе до огромно объркване, пропилені усилия и пропусната възможност. В действителност, комуникацията е успешна, когато в резултат на съобщението както изпращачът, така и получателят, разберат една и съща информация.

Предаването на информация е успешно, когато с отправеното послание ефективно се обменят мисли и идеи и неуспешно, при нарушаване на процеса и създаване на пречки, които стоят на пътя на поставените цели – както в личен, така и в професионален план. В скорошно проучване на компания за подбор на персонал от дружества с повече от 50000 служители, комуникационните умения са цитирани като единствен по-важен решаващ фактор при избора на мениджъри. Проучване<sup>1</sup>, проведено от Университета на Питсбърг Бизнес Katz училище, посочва, че комуникационните умения, включително писмени и устни презентации, както и способността да се работи с другите, са основен фактор, който допринася за създаването на успех в работата.

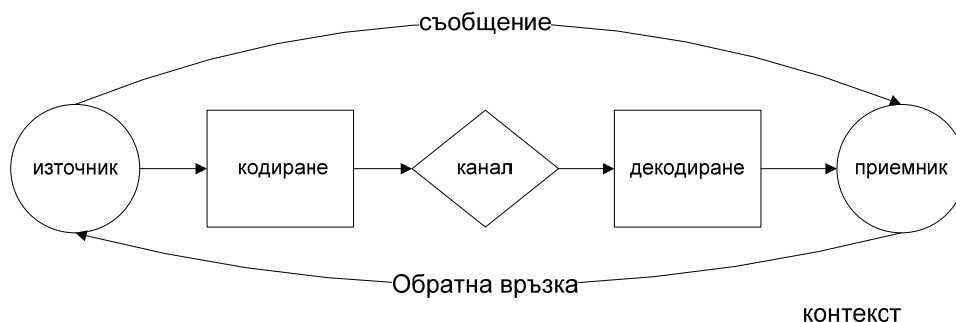
### ***1. Умения за общуване – премахване на бариерите***

Комуникативните бариери може да се появят в контекста на всеки етап от процеса на комуникация (който се състои от подател, съобщение, канал, приемник, обратна връзка –

---

<sup>1</sup> Вж. <http://www.mindtools.com/CommSkill/CommunicationIntro.htm>. Manktelow, J. & Amy Carlson, Introduction to Communication Skills

виж диаграмата по-долу) и има потенциала да създаде недоразумения и объркване.



**Фиг. 1.** Процес на комуникация

За да бъде ефективна комуникацията, подателят на съобщението трябва да има точни и ясни послания, без недоразумения и объркване, като целта на общуването трябва да бъде намаляване честотата на тези бариери на всеки етап от процеса, с ясни, кратки, точни и добре планирани действия. За преодоляване на бариерите в общуването може да се направи само диагностика на комуникационните умения. За тази цел, ето малко повече информация за всеки етап от процеса на комуникация:

- Източник – като източник на съобщението, комуникаторът трябва да е наясно защо иска да общува, каква информация иска да предаде, за да получи предварително планиран резултат. Информацията, която е обект на комуникация, дали е полезна и точна, какво послание носи?;
- Съобщение – това е посланието, което се отправя към приемника на съобщението. Информацията, обект на комуникация, предварително е осмислена и систематизирана. Тя е точна, ясна и конкретна, недвусмислена, отразяваща коректно отправеното послание;
- Кодирание – това е процес на прехвърляне на информацията, с която искате да общувате, във форма, която може правилно да се декодира от другата страна. Успешното кодиране зависи отчасти от способността на комуникатора да предава информация ясно и просто, но и от способността му да предвижда премахване на източници на объркване (например, културни въпроси, погрешни предположения, както и липсващата информация). Ключова част на този етап е да се знае предварително аудиторията: Непознаването ѝ може да доведе до предоставянето на съобщения, които не са разбрани;
- Канал – съобщенията се предават чрез различни канали, като: вербално – включително лице в лице срещи, телефонни и видеоконференции; писмено – чрез писма, имейли, бележки и доклади. Например, комуникацията не е особено ефективна, когато общуването е устно и се дава дълъг списък от указания, които няма как да се запомнят, или ако се отправят силни и остри критики по електронната поща. И двата случая са свързани с последващи проблеми, които затрудняват комуникацията;
- Декодиране – това е умение за правилното разбиране на отправеното послание (например, отделеното време за прочитане внимателно на съ-

общението, или активното слушане). Точно както може да възникне объркване от грешки в кодирането, това може да се случи и от грешно декодиране. Една от причините може да бъде, когато декодерът не разполага с достатъчно знания, за да разбере посланието;

- Приемник – приема отправеното послание според уменията си да декодира получената информация. Трябва да се има предвид, че всеки един от участниците влиза в процеса на комуникация с идеи и чувства, които несъмнено повлияват за правилното разбиране на отправеното съобщение и съответният обратен отговор. Това е условие за успешното комуникиране;
- Обратна връзка – приемането на отправеното послание изисква обратна връзка, по различните канали. Обърнете внимание на тази обратна връзка, тъй като това е единственото нещо, което ви позволява да бъдате уверени, че вашата аудитория е разбрал вашето съобщение. Ако откриете, че е имало недоразумение, поне имате възможност да изпратите съобщението за втори път.
- Контекст – тълкуването на полученото съобщение е в определен контекст (смислова рамка). Това може да включва заобикалящата среда или определена култура (корпоративна култура, междукултурни различия и др.п.).

Премахването на бариерите при всички тези етапи е условие за ефективни комуникации. Нека започнем със самото съобщение. Ако съобщенията са твърде дълги, дезорганизирани, или съдържат грешки (правописни, пунктуационни, стилстични), може да се очаква, че те ще бъдат разбрани погрешно. Използването на лоши вербални и не вербални (езика на тялото) послания може да объркат декодирането на съобщението. Бариерите в контекста произтичат от подателите, предлагащи прекалено много информация, която изисква бърз отговор. Така не се дава възможност за прецизност и коректност, трябва да се има предвид, че времето е ограничен ресурс и хората за твърде заети – трябва съобразяване и с този факт. Не на последно място, при презентации пред публика, трябва да се разбере предварително културното ниво на аудиторията, след което може да се разговаря и да се предаде послание към хората от различен произход и култура.

## ***2. Комуникационни умения – ефективно говорене, слушане, писане и четене; изпращане и получаване на точни послания***

Комуникационните умения са едни от най-важните умения, които трябва да притежава една личност, за да успее на работното си място и в общуването с колеги и партньори извън него. При общуването се говори за хора, лице в лице, слуша се, когато хората говорят за другите. Ежедневно комуникацията е по няколко начина – пишат се имейли и доклади, четат се документи, които страните си разменят. Съобщението, следователно е процес, който включва най-малко двама души – изпращач и приемник. За да бъде успешна комуникацията, приемникът трябва да разбере посланието по начин, по който е предназначено то от изпращача. Това звучи доста просто. Но замисляли ли сте някога за ситуация, когато това не се е случило? Неразбиране и объркване (честа практика), те могат да причинят огромни проблеми.

Добрият комуникатор е експерт, той трябва да бъде ефективен във всички точки в процеса на комуникация и да се чувства удобно с различните канали за комуникация. Когато се общува добре, резултатите са налице. От друга страна, не добре подготвените комуникатори се борят да развият своите кариери отвъд определени граници. Така че комуникирането – какво се изисква за неговата ефектив-

ност? Отговорите на позициите в този кратък тест дава отговор на този въпрос.

Отбелязва се отговор в колоната, която най-добре описва конкретната личност. Отговорите на въпросите трябва да съдържат обективна оценка (а не как трябва да бъде) и не бива да има притеснения, ако някои въпроси съдържат отговори, които като че ли вкарват в „грешна посока“.

**Таблица 1.** Тест за самооценка

№	Изявление	Никога-1	Понякога-2	Винаги-3
1	При изпращане на съобщение предварително се опитвам да предвия и прогнозирам възможните причини за объркване;			
2	Когато пиша бележка, имейл или друг документ, давам допълнителна подробна информация, за да съм уверен, че другата страна разбира посланието ми;			
3	Преди написването на документа, систематизирам информацията, която изпращам, правя справка за значението на изрази, които не разбирам;			
4	Понякога съм изненадан да открия, че хората не са разбрали какво съм казал;			
5	Мога да кажа това, което мисля, без да се притеснявам за това, как го възприема другия човек. Предполагам, че ние ще бъдем в състояние да работим заедно, въпреки някои различия между нас;			
6	Когато хората говорят с мен, аз се опитвам да бъда конкретен, за да видят те своите перспективи;			
7	Аз използвам за комуникация имейл, за да общувам с хората по сложни въпроси. Това става бързо и ефективно;			
8	Когато приключа с написването на доклада, паметна бележка, или съобщение по електронна поща, аз го сканирам бързо за правописни грешки и т.н., и след това го изпращам веднага;			
9	Когато говоря с хората, аз обръщам внимание на езика на тялото им (не вербалните послания);			
10	Аз използвам диаграми и графики, за да помогна на другите с онагледяване на написаното, а и така по-лесно изразявам мислите си;			
11	Преди да общувам с другата страна, аз мисля за това, което човек трябва да знае и как най-добре да го предам;			

12	Когато общувам с хората, старая се да бъда страна в общуването и се интересувам от това, какво другите ще говорят за мен, какво впечатление съм оставил у тях;			
13	Преди да изпратя съобщение, си мисля за най-добрият начин за предаване (лично, по телефона, в бюлетин, чрез бележка, по имейла);			
14	Опитвам се да помогна на хората да разберат основните концепции, като ги подлагаме на обсъждане. Това намалява погрешни схващания и увеличава разбирането;			
15	Предвиждам културните бариери при планирането на моите комуникации.			
точки	Отговори			
40-45	Отлично! Вие разбирате ролята си като комуникатор, когато изпращате съобщения и когато ги получават. Прогнозирате проблемите и изберете правилните начини за комуникация. Хората ви уважават за способността да комуникирате ясно и оценяват вашите умения за слушане.			
36-40	Вие сте способен да общувате, но понякога имате емоционални преживявания, които са пречка в комуникацията. Отделете време да помислите за своя подход към комуникацията, и се съсредоточете върху ефективното приемане и изпращане на съобщенията. Това ще ви помогне да подобрите уменията си.			
15-35	Трябва да продължите да работите за вашите комуникационни умения. Вие не можете да изразявате себе си ясно, имате проблеми при получаване и изпращане на съобщения. Добрата новина е, че като поработите в тази посока, можете да бъдете много по-ефективен при работата!			

Вече се знае за стъпките в процеса на общуване (фиг. 1). Спазвайки ги, комуникаторите подобряват начина, по който общуват на всеки етап на процеса. И така:

- **Източник** – тук се планира съобщението (въпроси 1, 2, 11). Преди да се започне комуникацията е необходимо да се отдели малко време, за да се разбере какво комуникаторът иска да каже и защо. Излишно е да се губи време за предаване на информация, която не е необходима на слушателя или читателя. Твърде често хората просто продължават да говорят или да пишат, защото те мислят, че казвайки повече, те със сигурност изясняват позициите си. Често обаче, всичко, което правят и говорят, внася объркване и напрежение в хората, с които общуват. За да се планира правилно комуникацията, преди всичко трябва да е ясна целта (защо?), на второ място (с кого, какво?), коя е аудиторията, с кого се общува, какво те трябва да знаят? Обмисля се и начинът на изпращане на съобщението, очаква се обратна връзка – доколко е разбрано и какъв е отговорът. Спазвайки тези изисквания, успехът е гарантиран, защото е изпратено е съобщение, което ще бъде посрещнато положително от другата страна или аудитори-

ята. Добрият комуникатор използва принципа на KISS<sup>2</sup> (“Keep It Simple and Straightforward – Придържайте се към просто и ясно”). Той знае, че по-малко често е повече, и че добрата комуникация, за да бъде ефективна, трябва съобщенията да бъдат кратки, ясни, без излишни думи и формулировки;

- **Кодиране** – създаване на ясни, добре изработени съобщения (въпроси 1, 5, 8, 10, 15). Когато се знае какво да се каже се намира и правилният начин как точно да се каже. Този, който изпраща съобщението е отговорен за формулирането му и че е ясен и конкретен. За да се постигне това, трябва да се разгледа не само какво ще се каже, но също така и как получателят ще го възприеме. Фокусът не трябва да е насочен само към съдържанието и начина на изпращане, а и към гледната точка на получателя, в противен случай, съвсем сигурно е, че посланието ще загуби част от съдържанието си. За да се общува по-ефективно:
  - разбира се от какво наистина се нуждае получателят как да се каже;
  - предвиждане реакцията на другото лице към съобщението;
  - избиране на думи и език на тялото, които позволяват на другия човек наистина да чуе това, което се казва;
  - при писмената комуникация комуникаторът трябва да е уверен, че това, което пише, ще се възприема по начин, по който се очаква. Думите на страницата носят определена емоция, отправена към получателя и трябва много да се внимава с тях – това ли е начинът, по който се иска да се отпрати посланието. Затова, когато се пише, се преглежда стилово оформяне, не се употребява жаргон или сленг, проверява се за граматически и пунктуационни грешки. Следи се също така и за тон, поведение, нюанс, и други тънкости. Ако се мисли, че съобщението може да бъде разбрано погрешно, то най-вероятно ще бъде. Отделя се време, за да бъде пояснено! Лицето задължително трябва да е наясно с правилата за писане и политиката на компанията. Друг важен фактор е да се използват снимки, графики и диаграми, където е възможно. Както се казва, „картината говори с хиляди думи.” Също така, независимо дали се говори или се пише съобщението, трябва да се помисли и за културния контекст. Ако има съмнения за недоразумения или неразбиране, което се дължи на културни или езикови бариери, правилото е: консултация с хора, които са запознати с тях.
- **Избор на правилния канал** (въпроси 7, 11, 13) – заедно с кодиране на съобщението, трябва да се избере и най-добрия канал за комуникация, за да бъде то изпратено своевременно. Използването на електронна поща за изпращане на обикновени съобщения е практически осъществимо. Въпреки това, ако искате да делегирате сложна задача, имейлът вероятно ще доведе до повече въпроси, така че може да бъде най-добре да се уреди среща, за да се говори лично. И ако комуникацията има някакво негативно емоционално съдържание, стойте далеч от имейла! При общуване лице в лице или по телефона, може да се прецени въздействието на думите и да се коригират те подходящо. Когато се определи най-добрият начин, за да се изпрати съобщение, трябва да се помисли за следното:

---

<sup>2</sup> Виж <http://www.mindtools.com/CommSkill/CommunicationIntr.> Manktelow, J. and other Introduction to Communication Skills

- чувствителността и емоционално съдържание на темата;
- колко е лесно да се общува при добре избран канал;
- предпочитанията на приемника;
- времевите ограничения.
- необходимостта да се задават и да се отговаря на въпроси.
- **Декодиране** – получаване и тълкуването на съобщението (въпроси 3, 6, 12, 14). То може да бъде лесно, когато приемника на съобщението се съсредоточи върху казано, което не означава, че той е пасивен слушател. Слушането е трудна работа, която ето защо се нарича „активно слушане или ефективно слушане”, за целта:
  - гледа се събеседникът в лицето, следи се неговият поглед;
  - следи се езикът на тялото – какво ни казва той?;
  - избягва се отвлечане на вниманието – води до де концентрация;
  - усмивката на лицето е задължителен атрибут;
  - осмисля се това, което се говори;
  - не се прекъсва говорещият;
  - задават се правилно въпросите, за доизясняване.

Емпатичното слушане също помага за точно декодиране на съобщенията. За да се разбере едно съобщение правилно, трябва да се разберат емоциите и свързаните с тях чувства, които говорителят изразява. Това е мястото, където разбирането на езика на тялото е от съществено значение, защото не толкова е важно какво се казва, а начинът по който се казва.

- **Обратна връзка** – (въпроси 3, 4, 9). Обратната връзка е задължителна, за да може източникът на съобщението да бъде сигурен, че хората са разбрали посланието. Обратната връзка може да бъде устна, или писмена, по различни канали. Задаването на въпроси и слушането внимателно внасят допълнителна яснота. Въпреки това, обратна връзка чрез езика на тялото е може би най-важният източник на улики за ефективността на комуникацията. Като се гледа изражението на лицето, жестовете и позата на човека, с когото се общува, може да се забележи:
  - нивото на увереност;
  - отбранителна позиция;
  - споразумение;
  - разбиране (или липса на разбиране);
  - ниво на интереси;
  - ангажираност със съобщението;
  - истинност (нечестност или лъжливо поведение).

Като оратор, разбирането на езика на тялото на слушателя може да даде възможност да се коригира съобщението и да се направи комуникацията по-разбираема, привлекателна или интересна. Като слушател, езикът на тялото може да покаже повече за това, което казва другия човек. След това може да се задават въпроси, за да се гарантира, че наистина двете страни са постигнали разбирателство помежду си. В двете ситуации, може да се постигне съгласие и да се избегнат недоразуменията, ако това се случи.

#### Основни моменти:

1. Ефективната комуникация може да отнеме много усилия и време и въпреки това, страните трябва да бъдат в състояние да общуват по между си добре, като

се възползват максимално от възможностите, които животът може да предложи.

2. Комуникациите изискват компетенции, а чрез усвояването и прилагането им на практика се гарантира тяхната ефективност.

3. Като оратор или слушател, пишещ или четещ, източникът или получателът на съобщението е длъжен да обърне внимание на думите и действията, да задава въпроси и да следи езика на тялото. Това ще помогне да се гарантира, че се казва, каквото се иска да се каже и се чува това, което е предназначено.

4. Слушателят слуша ефективно, активно или емпатично. Усмивката и позитивните мисли са задължителни. В комуникациите няма място за демонстриране на отрицателни, негативни емоции.

### ***3. Седем стъпки за постигане на успех в комуникациите – принцип на „7-те С-та”***

Да се пише или да се говори? Има публични изказвания, които налагат написаното да се презентира устно пред аудитория. Освен това, написаното е документ, от който е трудно да се отменеш. Този факт автоматически води до второто предимство на писмена форма – по задълбочената подготовка. Писменият текст по презумпция е по-обмислен от устният. Самият акт на писането предполага и целенасочено редактиране, което го прави смислово по-точен. Благодарение на тези качества писменият текст е практически задължителен при официални изявления и при изказвания, които евентуално могат да станат обект на интерпретация. Би могло да се възрази, че при съвременните възможности за звуково и визуално фиксиране, документалното значение на писмения текст намалява рязко. Има известна истина в това, но тъй като ние говорим за общуване между хора, не можем да не се съобразяваме с емоционално-битовата страна на комуникативния акт. А ако погледнем и от юридическа гледна точка, например, при съдебните спорове повечето от аудиовизуалните документи нямат правна стойност. Написаният текст има и друго съществено предимство – може да се съхранява и размножава, може да се прави достояние на хора, които не са присъствали непосредствено на комуникативния акт.

***Основното изискване е – този текст да бъде правилно оформен, без правописни и пунктуационни грешки, да не поражда двусмислие!***

Замисляли ли сме се някога колко често хората общуват по между си. Пишат се имейли, организират се делови срещи, участва се в конферентни разговори, създават се отчети, изработват се презентации, дебати с колегите... списъкът продължава. Мениджърите понякога прекарват почти целия ден в общуване – срещи, разговори, презентации, обучения. За да се улесни тази поредица от ежедневие, комуникаторите могат да следват пътната карта по-долу, съдържаща 7 стъпки (7-те С-та) за бизнес комуникации: яснота, краткост,, учтивост, .

По-долу ще разгледам тези принципи на бизнес комуникации, като ги илюстрирам с добри и лоши примери.

- **Яснотата** хората не трябва да „четат между редовете” и да правят предположения, сами по себе си, за да разберат, какво се опитват да им кажат.

Лош пример:

*Здравейте г-н Петров,*

*Искам да получа бърз отговор за Даниел, който работи във Вашия отдел. Той е много талантлив и бих искал да говоря с Вас повече за него, когато имате време.*

*С уважение, Ив. Иванов*



Каква е целта на този имейл? Кой е този Даниел, какъв е интересът към него – съобщението е малко объркващо.

Добър пример:

Нека да видим как бихме могли да променим този имейл, за да стане ясно на получателя.

*Здравейте г-н Петров,*

*Искам да Ви помоля за бърз отговор за Даниел Димитров, който работи във Вашия отдел. През последните седмици, той помага на ИТ отдела ни в извън работно време, за да спазим определените срокове за предаването на един проект.*

*Имаме труден проект, който трябва да се изпълнява през следващите три месеца, и неговите знания и умения ще се окажат безценни за нас. Можем ли да имаме неговата помощ в тази работа в рамките на три работни дни?*

*Той ни помоли да говорим с Вас за това. Кога е най-добре да се обадя, за да обсъдим това допълнително?*

*С най-добри пожелания, Ив. Иванов*

- **Краткост** – този имейл е твърде дълъг. Има повторения, и има много „пълнеж“, който заема място и нищо не казва.

Лош пример

*Здравей Мария,*

*Искам да използвам базата Ви, за маркетинг кампания, която Ви скицирах миналия четвъртък. Аз наистина мисля, че нашият целеви пазар е добре позициониран и Вие ще искате да видите резултатите от усилията на компанията в тази посока. Мисля, че може да направим агресивен маркетинг, който ще остане в съзнанието на клиентите ни, което ще увеличи продажбите.*

*Например, да поговорим за усилията на компанията ни да постигне устойчивост. Социалната ни политика е насочена към благотворителна дейност в местните училища и пенсионерски клубове. Хората, които искаме да привлечем, ще си спомнят нашето послание. Въздействието ще е по-голямо.*

*Какво мислите Вие?*

*С уважение, С. Костова*

Добър пример: Вижте какво се случва, когато изложението е стегнато и липсват утежняващите го думи:

*Здравей Мария,*

*Исках бързо да обсъдим на имейла маркетинг кампанията ни, която ние с Вас анализирахме миналия четвъртък. За нашите бъдещи целеви пазари ще искате да знаете повече, както и за филантропичните усилия на компанията, насочени към местните училища и пенсионерски клубове.*

*Това ще направи много по-голямо въздействие в потенциалните ни клиенти и маркетинг кампанията ще остане по-дълго в съзнанието им от традиционния терен на продажбите.*

*Какво мислите Вие?*

*С уважение, С. Костова*

- **Конкретност** – когато съобщението е конкретно, тогава аудиторията има ясна картина за това, което им се казва. Когато има детайли (но не прекалено много) и ясни послания, тогава съобщението е запомнящо се.

Лош пример: Помислете за това рекламно послание:

*Lunchbox Wizard ще ви спести време всеки ден.*

Добър пример:

Колко време прекарвате всеки ден в опаковане на обяда на децата си? Стига вече! Просто вземете от вашия хладилник една пълна Lunchbox! С нея всеки ден давате на децата си здравословен обяд и им осигурявате повече време, за да играят или да четат!

- **Коректност**

*Лош пример*

*Здравей Мария,*

*Благодаря ти много, за мен срещата беше много важна! Чакам с нетърпение нашия проект да се движи напред по-бързо. Аз съм сигурен, че две седмици срок няма да бъде проблем.*

*Благодаря отново, ще ти се обадя скоро!*

*Поздрави, Стефан*

Добър пример

*Здравей Мария,*

*Благодаря ти много, за мен срещата беше много важна! Чакам с нетърпение нашият проект да се движи напред по-бързо. Аз съм сигурен, че две седмици срок няма да бъдат проблем.*

*Благодаря отново, ще ти се обадя скоро!*

*Поздрави, Стефан*

Лош пример:

*Мария,*

*Исках да ти напиша съвсем накратко за доклада, който завърших миналата седмица. Дадох го на Петров да нанесете поправките, а той искаше да се увери, че си знаела за срещата, която ние сме организирали този петък. Ще ти изпрати неговите бележки и покана за срещата.*

*Благодаря, Ив. Иванов*

Добър пример

*Мария,*

*Исках да ти напиша съвсем накратко за доклада, който завърших миналата седмица. Дадох го на Петров да нанесете поправките, а той искаше да се увери, че си знаела за срещата, която ние сме организирали този петък. Ще ти изпрати неговите бележки и покана за срещата.*

*Благодаря, Ив. Иванов*

Добър пример

*Здравей Мария,*

*Исках да ти напиша набързо за доклада, който завърших миналата седмица. Дадох го на Петров, за да нанесете необходимите корекции и да ме уведомяте за промените, които сте направили. Той ще ви изпрати и-мейл с неговите подробни коментари по-късно този следобед.*

*Благодаря, Ив. Иванов*

Тук не се споменава за срещата в петък. Това е така, защото напомнянето за среща трябва да бъде в отделен имейл. По този начин, Мария може да изтрие имейла, след като тя направи промените, и да забрави за срещата. Когато е в отделен имейл обаче, информацията ще остане съхранена. **Всяко писмо има само една основна тема.**

- **Пълнота** – в пълно съобщение има всичко, което трябва да се знае, за да се предприемат необходимите действия – имена, контакти, дати, часове, места и др.

Лош пример

*Здравейте всички,*

*Аз просто исках да ви изпратя напомняне за срещата, която сме организирали утре!*

*Ще се видим там, Кристиан*

Това съобщение не е пълно, по очевидни причини. Какво среща? Кога е? Къде? Крис е оставил неговият екип без необходимата информация.

Добър пример

*Здравейте всички,*

*Аз просто исках да ви напомня за утрешното заседание за новите фирмени политики. Срещата ще бъде от 10:00 часа в конферентната зала на второ ниво. Моля, нека да зная, ако не можете да присъствате.*

*Ще се видим след това, Кристиан*

- **Учтивост** – това е основно правило в бизнес контактите – комуникацията е приятелска, открита и честна. Няма обиди или пасивно-агресивни тонове. Спазва се принципът на „добрата воля“.

Лош пример

*Мария,*

*Исках да ти кажа, че аз не съм съгласен с това, че вашият екип винаги монополизира обсъждането на проектите и налага мнение при нашите ежеседмични срещи. Имаме много проекти, и аз наистина се нуждая от време, за да получа мнението и на моя екип при обсъждането. Досега, благодарение на вашия отдел, ние не успяхме да направим това. Може ли да ме уверите, че те ще оставят време за мен и моя екип през следващата седмица или трябва да прекратим срещите?*

*С уважение, Филип*

Е, това едва ли е любезно! Със съобщения като това може потенциално да се стартират битки между екипите. Този имейл не прави нищо друго, освен да се създаде лоши чувства. Малко учтивост, дори и в трудни ситуации, помага да се извърви дълъг път.

Добър пример:

*Здравей Мария,*

*Исках да ти пиша бързо, за да те помоля за една услуга. По време на нашите ежеседмични срещи, вашият екип (моите поздравления), демонстрира добър професионализъм. Но за това използва част от наличното време за моя екип, като това не ни дава възможност да представим идеите си и да се подчертае нашият напредък. Наистина оценявам това, което правите, но бихте ли могли да дадете и на моя екип още малко време всяка седмица, за да презентират изцяло докладите си и да подчертаят нашите успехи.*

*Благодаря много и моля да ме уведомяте, ако има нещо, което мога да направя за вас!*

*С най-добри чувства, Филип*

Каква разлика! Този имейл е учтив и приятелски, и няма шанс за разпространение на лоши чувства в офиса.

**Заклучение:** Има няколко вариации на съобщенията:

- **Надеждни** – съобщенията подобряват или подчертават доверието между

страните. Това е особено важно при общуване с публика (постигане на доверие), тъй като в повечето случаи тя нищо не знае за източника на съобщенията.

- **Ясни** – творческо общуване, ангажиране на аудиторията при KISS презентиране;
- **Коректни** – съдържат необходимата точна информация, в точното време;
- **Обективни** – съобщенията съдържат информация, която не се подлага на съмнение и проверка.

#### Основни моменти:

Всеки от нас съобщава нещо на някого всеки ден. Колкото по-добре общуваме, толкова по-голямо доверие ще имаме с нашите клиенти, ръководители и колеги. Контролен лист за междуличностната комуникация е използването на принципа на „7-те С-та”. По този начин посланията ще бъдат ясни, конкретни, коректни, кратки, точни, пълни и учтиви. Те гарантират, че думите са винаги разбирани. Проверката може да се направи със задаване на следните въпроси: Кой? Какво? Как? Кога? Къде? Защо?

- **Кой** се обажда? Какви са неговите интереси, предположения и ценности? Какво той споделя с другите, с какво неговото предложение е уникално?
- **Какво** се иска да се постигне в общуването? Един от начините за отговор на този въпрос е да са ясни „критериите за успех.” Как да се постигнат, какво трябва да се направи?
- **Как** може най-добре да се предаде посланието? Езикът е важен тук, както и невербалните послания. Изберат се точните думи и невербални сигнали, споделят се. Планира се началото, средата и края на съобщенията. Ако времето и мястото позволяват, желателно е да се подготвят аудио-визуални средства;
- **Кога?** Моментът е важен. Планира се времето, така че отправните послания да се видят и чуят навреме, не със закъснение, когато за никой вече не са важни;
- **Къде?** Проверява се залата, мястото на презентацията, наличието на аудио или визуални помощни средства, за да се онагледят съобщенията и да се предаде послание на публиката.

### ***3. Практическа инструкция за оформяне на документи в администрацията***

#### **Разположение на елементите на документа**

Създаването на документа включва два етапа: съставяне и оформяне. Съставянето е работен процес, при който се формира съдържателната част на документа, като се изисква правилно словесно оформяне на граматическата и синтактичната постройка, която не допуска различни тълкувания. Оформянето е кореспондентска дейност, при която на документа се дава точно определен вид, в съответствие с изискванията, каквито законодателството, вътрешният ред и организацията на работа са установили.

Стандартните формати на листа за съставяне на документи, които най-често се използват имат следните характеристики:

- A4 – основен канцеларски формат (210x297 мм);
- A5 – половин канцеларски формат (148x210 мм);

A3 – двоен канцеларски формат (297x420 мм);

A4H, A4L – символът „H” означава, че документът е разположен вертикално на листа, а символът „L” – хоризонтално (от френски език H – haut- висок и L – long- дълъг).

Писмените материали и документи се разполагат на лицевата страна на листа (бланката) в границите на печатното поле – рамка, оформена от написания текст. Стандартната машинописна страница при формат A4 и междуредие 1,5 има следните параметри:

- Горно поле (top) – 2,54 см;
- Ляво поле (left) – 3,17 см;
- Дясно поле (right) – 3,17 см;
- Долно поле (bottom) – 2,54 см;
- Header – 1,27 см;
- Footer – 2,29 см;
- Брой на редовете на една страница – 38 (40), а при положение „2” (double space) за междуредов интервал – 30 реда.

Разположението на реквизитите на документите следва действащия в момента стандарт „Унифицирана система за управленска администрация” (БДС, 6.00.2. – 83; БДС, 6.04.1. – 85), като са внесени някои промени, наложени в съвременната писмена практика<sup>3</sup>.

**1. Данни на адресанта** – след задължителното горно поле, данните на адресанта се оформят обикновено в ляво (ако бланката не ги съдържа), на средата на страницата или след текста (след текст: За делови контакти).

**2. Данни на адресата** – в зависимост от приетият начин на оформяне данните на адресата (получателя) могат да се оформят по два начина: в дясно, малко след средата на страницата – адресът на получателя, предшестван от думата „ДО”, или в ляво (по международни стандарти), по следният начин:

- наименование – с главни букви (ако трябва да се посочи и структурното подразделение, то се написва на следващия ред, с малки букви); местонахождение – улица, ж.к., блок, вход – с малки букви; населеното място – с главни букви, през интервал (с разредка), след един междуредов интервал;
- документът е адресирано до получател, намиращ се в същото населено място – вместо наименованието му, може да се пише „Т У К”, с главни букви, с разредка; писмото е адресирано до повече от един получател – адресите се предшестват от думата „КОПИЕ” (с главни букви).

Практика е, все по-често името на адресата и неговите адресни данни се разполагат в горната лява част на документа. Съществуващата до скоро практика за оформяне по български държавен стандарт (БДС) за разполагането на тези елементи в дясната част не е грешка, но като по-рационално и удобно се препоръчва лявото позициониране.

**3. Съдържателната формула** (Относно..., На Ваше писмо №..., Мотиви... и др.) се разполага в горната лява част на документа под името на адресата след един свободен ред. Този текст се подчертава, накрая точка не се пише.

**4. Обръщението** – встъпителната етикетна формула се разполага в лявата част на документа след съдържателната формула или след описанието на действие-

<sup>3</sup> Вж. Практическа инструкция за оформяне на документи в администрацията, Министерство на държавната администрацията и административната реформа, С., с. 1.

то (Нареждам, Обявявам и т.н.).

**5.** Описанието на **приложенията** се разполага в левия долен край на документа и се подравнява с отстъпа за нов ред.

**6. Името, длъжността** и подписът на адресанта се разполагат в долния край на документа и се подравняват с името на адресата.

**7. Имената** на съгласувалите и на изготвилите документа се отбелязват само на втория екземпляр и се разполагат в долния ляв край на документа, след подписа на адресанта.

#### **Оформяне на текста на документа – правила:**

1. Текстът на документа се подравнява двустранно (Justified).
2. Между отделните думи се използва само един интервал (за проверка: Show/Hide (бутонът ¶) от менюто).
3. Текстът се структурира на отделни параграфи чрез нов ред (чрез клавиша Enter или чрез Format → Paragraph → Special → First line). Всеки нов параграф започва с отстояние надясно (клавиш ТАБ).
4. При изброяване се използват цифри, букви, булети, а при номериране – цифри. Те се разполагат с отстъп надясно, като разположението им е еднакво за целия текст. Номерирането и изброяванията са от лентата с бутони от менюто. След изброяванията се поставя точка и запетая, след последното – точка, с което се показва, че изброяванията са привършили.
5. Ако се използват графики, таблици, фигури и др., всички се оформят в еднакъв формат.



„КОНСУЛТИНГ” АД – С О Ф И Я  
бул. Христо Ботев 65, тел. 0878 657 888,  
e-mail: consulting@gmail.com

---

Изх. № 64/22.01.2013 г.  
ДО  
ГОСПОДИН ДИРЕКТОРА  
НА „СПЕКТЪР” АД

С О Ф И Я

ОТНОСНО: Референция

УВАЖАЕМИ ГОСПОДИН ДИРЕКТОР,

Получихме запитване от „Импорт” ООД във връзка с маркетингово проучване за продажба на техните стоки (розово масло и суровина за производството на козметични продукти) във Франция и Италия. За услугата трябва да им бъде изготвена оферта.

На нас тази фирма не ни е известна и нищо не знаем за нея. Вие имате търговски взаимоотношения с тях, затова Ви молим да ни дадете информацията относно:

- Финансовото състояние;
- Дейността на дружеството.

Ще Ви бъдем благодарни, ако можете да ни предоставите тази информация и запазите пълна дискретност по случая.

ПРИЛОЖЕНИЕ: Проектодоговор – 2 бр.  
С УВАЖЕНИЕ,

ДИРЕКТОР:.....  
(Ив. Иванов)

### 3.3. Шрифт

1. Целият текст на документа се оформя с един и същ шрифт.
2. Болд (Bold) и/или курсив (Italic) се използват при по-важни думи, изрази или части от текста.
3. Курсив (Italic) се използва за текста при съдържателната формула, при отбелязване на източници на информация или при допълнителни обяснения при таблици, графики и пр.
4. Препинателният знак след дадена дума се оформя в същия стил, както думата – Bold, Italic, Underlined и др. Пример: За да се яви на изпит, студентът трябва да е изпълнил семестриалните задания; **Приложение:** *Автобиография, диплома за*

висше образование.

5. Латинска азбука може да бъде използвана при обозначаване на валути (напр. USD или US\$, EUR или €). Обозначаването на валута (валути) трябва да бъде еднакво в целия документ.

### 3.4. Цитиране

При изготвяне на различни форми за писмена комуникация, които се презентират устно (доклади, есета, реферати) при позоваване на мисли на други автори, те трябва да се цитират надлежно, за да се спази авторското право. Това може да стане по няколко начина:

1. Когато се цитират дословно чужди мисли, текстът се огражда в кавички, а авторът, произведението, издателството, годината на издаване, страницата, от която е цитиран текстът, се поставят под линия. За целта маркерът се поставя накрая или в началото на цитата, от менюто се избира Insert – References – Insert Footnote, например:

а) Според авторът<sup>4</sup> „Владеенето на правописа помага при оформяне на различни документи”;

б) „Владеенето на правописа помага при оформяне на различни документи”<sup>5</sup>;

в) „Владеенето на правописа помага при оформяне на различни документи” (Борисов, В<sup>6</sup>. 2012). (При този вариант накрая, след текста се описва използваната литература, като произведението се записва под номера от текста, където е поставен цитата, в случая – б.).

### 3.5. Често срещани граматически и пунктуационни грешки

1. Пунктуационни грешки – в следващия пример препинателните знаци са поставени неправилно или липсва интервал след тях, т.е. не е спазено правилото за изписването им. Това е недопустима грешка, която често се допуска при оформяне на писмени материали:

*„Нашата страна е уникална с това, че има потенциал за развитие на морски, планински, културен и селски туризъм. Как трябва да се представят различните видове в рекламни материали, така че да се привлечат чуждестранни туристи? На какво ще трябва да се наблегне и как ще се презентира? Покажете уникалната ни природа и древна култура, природните забележителности. Имаме безценно богатство, направете го достояние на света!”*

2. Не се поставя интервал преди точка, двоеточие, многоточие, въпросителен знак, удивителен знак, запетая, точка и запетая, дясна кръгла, квадратна или наклонена скоба, затварящи кавички.

3. Не се поставя интервал след лява кръгла, квадратна или наклонена скоба, отварящи кавички.

4. Поставя се интервал след точка, двоеточие, многоточие, въпросителен знак, удивителен знак, запетая, точка и запетая, дясна кръгла, квадратна или наклонена скоба, затварящи кавички.

5. При изписване на числителни редни с арабски цифри, цифрата се отделя с малко тире (дефис) от окончанието, като между тях интервал не се поставя (1-ви,

<sup>4</sup> Борисов, В. Делова кореспонденция, С., 2012, с. 15.

<sup>5</sup> Пак там.

<sup>6</sup> Пак там, с., 15.



2-ри, 5-то и т.н.). Римски цифри не се членуват (I, II, IV).

6. Знакът „тире” се употребява като:

а) разделителен (дълго тире) – когато тирето се пише на мястото на пропуснати думи (предлози, съюзи, глаголи, които са веднъж употребени или се подразбират), при пряка реч, преди и след него се поставя интервал, например:

*Варна – морската столица на България.*

*За него – Живота – направил бих всичко.*

*- Варваро! – извика той. – Защо се отказа да набереи цветя?*

б) съединителен знак (дефис). В тези случаи пред и след него не се поставя интервал (научно-технически, по-добре и др.).

7. Интервал се поставя преди знаците за процент или промил, след знаците за номер (№) и за параграф (§). *Примери: 25 %, 51 ‰, № 16, § 2.*

8. Интервал се поставя след юридически съкращения – чл., ал., т. и др. *Примери: чл. 1, ал. 2, ал. (3), т. 4.*

9. При обозначаване на дати и периоди се използва дълго тире: *Примери: януари – март 2013 г.; 5 – 6 февруари 2013 г.*

10. При изписване на абривиатури не се използват кавички. *Примери: Студентите от „Международно висше бизнес училище” имат отлична реализация в практиката. Но, студентите от МВБУ ..... .*

11. Не трябва да има интервал след точките между отделните части от изписването на датата. При използване на точката при обозначаване на дата интервал се поставя след последната част от изписването на датата (в случая след годината). *Пример: 20.12.2012 г. 02.1.2013 г. 20 януари 2013 г.*

## 4. Академично писане

### 4.1. Стил, начин на изразяване, форми

Академичният стил се използва от студентите при оформяне на различните писмени задания, които имат да разработят по различни дисциплини. Използва се лексика, съобразена с книжовните норми на българския език и различни писмени форми.

Най-често студентите пишат **курсови работи**, т.е. самостоятелни писмени разработки под формата на есе, реферат, доклад, решават **казуси**, по изучаваните дисциплини. Всеки преподавател задава задължителни технически изисквания за оформянето, според естеството на дисциплината. Затова за успеха на всяка курсова работа от най-голямо значение са изискванията на преподавателя, задал разработването ѝ. Тези изисквания, от своя страна, са в пряка връзка с изучавания материал, защото целта е студентът да покаже какво е научил точно от съответния курс. А в рамките на всяка специалност студентите изучават различни курсове, които изискват използване на определени методологии за оформяне. Затова е изключително трудно да се дадат ясни правила и изисквания за разработването на тези писмени задания. С курсовата работа се оформя крайна оценка, като някои преподаватели изискват и защита от страна на студентите, за да обосноват вижданията си.

Ще анализирам накратко различните **писмени форми**, зададени на студентите. На първо място – това е **рефератът**, като много често заданията нямат нищо общо с неговата същност и начин на оформяне. Той се определя като „вторичен, зависим жанр на информационното изказване. За да има реферат, е нужно произведение (реч, статия, научен труд, разказ, повест, роман и т.н.), което да се реферира

(представи). Да се направи реферат, значи да се формулират основните въпроси на произведението, миогледната и/или тясно специалната позиция, от която авторът е видял тези въпроси, методика на изследването, методика на изложение, структурата, целите и задачите на разглеждания труд и т.н.<sup>7</sup>.

Друга форма на изложение, но на собствени мисли, е **есето**. То е кратко и достъпно изложение на естетически, философски или социални проблеми в художествена форма. Есето по един достъпен и обобщаващ начин разкрива виждането на автора върху избрана тема. Едно добро есе препредава личното отношение на автора към темата. Есето се обръща непосредствено към читателя, предлагайки гледището на автора за събития, хора, за живота въобще. Може да се дискутира, да се спори, да се разкриват емоции.

По повод изложение на факти, събития, научни съобщения, проблеми и предложение на решения се изготвят и изнасят **доклади**. Докладите могат да бъдат представени писмено и устно, но важните доклади са винаги писмени, придружени с визуализация, чрез презентации. Според проф. Й. Ведър<sup>8</sup>, „Докладът е делово устно публично изказване. Докладът обосновава необходимостта от разглеждането на поставените въпроси, дава необходимата за това разглеждане основна (изходна) информация, очертава рамките на разискванията, предлага методика за анализ, определя стратегията и тактиката за постигане на поставените цели, решава конкретни задачи и др.п.

Типичен за деловия доклад е следният модел:

- Основания;
- Теза;
- Аргументи, факти и съждения в защита на тезата;
- Предложения;
- Обобщение.

Изложението се формулира свободно, но задължително предложенията на автора на доклада се въвеждат в края на текста с перфоматива ПРЕДЛАГАМ, записан с главни букви. За заключение на текста служи етикетна любезна формула.

Накрая, ще отправя едно послание към студентите: „Уважаеми студенти, когато пишете доклади, реферати или есета, имайте предвид какво точно трябва да бъде съдържанието им. Това ще ви помогне да имате и собствено мнение по определени въпроси, не се страхувайте да анализирате факти и събития от нашето ежедневие“!

#### 4.2. Изисквания за оформяне на писмените форми

За всяка писмена разработка може да се систематизират следните изисквания и правила за оформяне:

1. Формулиране на заглавието – „визитната картичка на всяко писмено или устно съчинение и трябва да носи определена информация“<sup>9</sup>. Търсенето на точното заглавие, помага да се схване по-дълбоко същността на предмета и темата на материала. При избор на заглавие отново на преден план излизат неговите функции. Като визитна картичка на посланието, следователно то трябва да носи определена информация. При това тази информация трябва да предизвика интерес и да грабне

<sup>7</sup> Ведър, Йор. Реторика и ораторско изкуство. София, 2000, с. 64.

<sup>8</sup> Пак там, с. 62.

<sup>9</sup> Ведър, Йор. и др. Писмени и устни комуникации, С., 2008, с. 231.

вниманието, а и да показва какво е съдържанието. Едно нещо, за да стане интересно, за да грабне и задържи вниманието, трябва да развълнува читателя или слушателя. Така се оформят основните функции на заглавието – информативна, атрактивна и емотивна.

2. Наличие на трите части, задължителни при оформяне на текст – увод (подхожда се към темата), изложение (същинската част, съдържанието) и заключение (не просто резюмиране, а логически завършек на съдържанието, отправяне на послания и генериране на изводи).

3. Умения да се чете чужд труд, да се анализира, да се цитират надлежно чужди мисли, т.е. да се посочи източникът, от който студентът черпи информация и който цитира (библиографските препратки трябва да са изготвени според изискванията, посочени по-горе).

4. Наличие на комплексни знания и умения, сред които е и умението за спазване на общите изисквания за оформянето на научен текст – технически и стилистични, като се спазват изискванията за стандартна страница, ако няма конкретно посочени параметри (марджини).

5. При устни презентации и писмено представяне на разработката, умения за защита на тезите и авторството си, като съвсем накратко се резюмира съдържанието. Това може да стане още в увода на темата.

6. В една писмена разработка се избягват: реторични въпроси или възклицания (удивителни знаци и многоточия); общи разсъждения, които нямат пряко отношение към разглеждания проблем; епитети, метафори, описателни изрази; паразитни фрази и съкращения като „и др.“.

7. Оформяне на рубрики (изброявания, изваждане на нещо от контекста на съдържанието):

- Арабските и римски цифри се употребяват за означаване на съответна номерация, както и за точки от дневен ред на събрания, пленуми, заседания, конгреси. След цифрата се поставя точка или дясна скоба и се отделят от следващата дума с интервал;
- Рубрикираните изрази (номерирани или по друг начин индексирани думи, словосъчетания, изречения, а и цели пасажки, изведени на нов ред) започват с главна или малка буква. Преобладаваща е практиката след индекс, отделен със скоба, да се пише малка буква, а след индекс, отделен с точка – главна буква. Например:

*За да бъде правилно и пълно развита темата, в съчинението трябва да намери отговор следните въпроси:*

1. *Кои са изискванията на редактирането?*

• *Основни правила:*

*а) съчинението да бъде издържано по стил;*

*б) да се постигне точност и яснота;*

*в) да не се променя съдържанието на изразената мисъл.*

- Ако сме сложили скоба, може и с главна, и с малка. В случай че започва с главна, накрая има точка;
- Ако рубриките включват цели изречения, а не отделни думи или словосъчетания, те започват с главна буква и завършват с точка;
- Текстът е разбираем и не поражда двусмислие, когато всички съкращения и символи са надлежно дешифрирани (напр. Международно висше бизнес училище (МВБУ); има графично маркиране на структурата, на от-

делни елементи за да се акцентира на отделни думи, изречения, изказани мисли и определения (различни шрифтове и размери на буквите, курсив, болд, подчертаване и пр.); има визуални елементи – схеми, диаграми, графики, илюстрации; трудните за разбиране идеи са пояснени с подходящи примери и аналогии.

Един от най-сериозните проблеми, пред които биват изправени много от пишещите, е създаването на ефективни преходи между изреченията в рамките на абзаците и между самите абзаци. Без такива преходи читателите биха се затруднили да установят връзката между идеите и развитието на който и да било аргумент. Самата писмена работа става накъсана и нелогична. За гладкото преминаване и връзка между абзаците може да се използват преходни изречения или отделни словосъчетания, като например показаните в примера и таблицата след него:

*Да, ние разполагаме с добър екип. От друга страна, разполагаме и с множество други възможности за успех.*

**Таблица 1.** Свързващи изрази в изречение

<i>В следствие на...</i>	<i>Подобно на...</i>
<i>Въпреки това...</i>	<i>В резултата на...</i>
<i>Нещо повече...</i>	<i>Междувременно...</i>
<i>Дотогава...</i>	<i>Като добавка...</i>
<i>Може да се каже...</i>	<i>Например...</i>
<i>От друга страна...</i>	<i>В крайна сметка...</i>

Изводи:

1. Академичният стил на писане се отличава с яснота, точност, коректност и комуникативност.

2. Академичният стил е съдържан, формален, официален и не допуска думи и изрази, напълно допустими в други стилове – съдържащи отклонения от книжовната норма, емоционални и оценъчни нагласи, експресивност, многозначност.

3. Академичният стил предполага владение на научна терминология и на други специфични понятия, както и на базови умения за тяхното коректно изписване. При всяко колебание се търси надежден справочник и се прави справка.

4. В академичното писане се избягват всякакви отклонения, обобщения и общи изказвания, ако нямат пряко отношение към темата и не могат да се свържат с конкретни наблюдения.

5. Водещ принцип в академичното писане е съобразяването с аудиторията читатели.

6. Комуникативният модел, предпочитан в академичното писане, е насочен към изява на уважение към читателя и на академична скромност (авторът не се самоизтъква).

7. Академичният стил се постига с познания, но е преди всичко отражение на начин на мислене и отношение, а не на формална компетентност.

8. В текстовете се откроява засиленото авторско присъствие чрез използване на езикови средства, придаващи експресивност на изказа, чрез похвати за установяване на контакт с читателя, чрез акценти върху субективни оценки на автора по разглеждания въпрос.

9. Академичният стил използва езика на официалната комуникативна сфера, където общуването е само в границите на нормативния български книжовен

език. Доскоро се изключваше употребата на 1 лице ед. число (аз), авторът означаваше себе си чрез формата на множествено число – ние (това с особена сила важи за научните текстове, наречено „множествено число на скромността“). Това изискване вече е в историята – пишещият може спокойно да говори от свое име.

Накрая, за да се избегне претрупването в писмената работа, се използват елементите на дизайна – заглавия, подзаглавия, къси пасажии с текст и графики за онагледяване. Дори белите полета могат да се използват като елементи на дизайна. При подходящата им употреба те правят писмения документ привлекателен за четящия, помагат за по-бърз прочит и подобряват читателското възприемане. Ако се използват заглавия и подзаглавия, те трябва да бъдат поставени на подходящите им места, на средата на страницата. За целта се използват главни букви, различни шрифтове, нови редове. Дългите пасажии също са неподходящи за читателите и трудни за бърз преглед. Според редица автори, желателно е средната дължина на един абзац да не надвишава двеста думи или пет изречения. Раздробяването на дългите пасажии може да стане с подходяща номерация (цифри, символи, букви) чрез рубрикиране на изразите.

Началният и последният абзац заемат особено важно място във всеки писмен материал. Сентенциите, които доказват това, са следните: „Първите впечатления траят дълго” и „Най-добре помним прочетеното накрая”. Не съществува някакво общо правило за използване на елементи на дизайна. Да не се прекалява с употребата им, защото ефектът може да бъде обратен. Всеки случай е различен сам по себе си и пишещият може да реши как да оформи материала си. Ако има затруднения и колебания, използвайте графична схема, изработена от професионалист или готови писмени образци. Крайната цел е пишещият да се увери, че всичките ключови идеи и поддържащи аргументи са изложени в логическа последователност, но така също и в лесен за читателите формат.

## УМЕНИЯ ЗА ПИСМЕНИ КОМУНИКАЦИИ

### Резюме

Целта на студията е, да се подпомогнат „пишещите”, като им се предоставят конкретни правила и изисквания по отношение на оформянето на писмените задания. Актуалността на темата е безспорна. Деловото общуване се осъществява в писмена форма (чрез размяна на различни по вид, характер и предназначение документи или писмени материали) или устни съобщения (по различни канали), които предизвикват обратна връзка. Използва се лексика, съобразена с книжовните норми на българския език и различни писмени форми, правила, които помагат при оформяне на различни документи и писмени материали – имейли, меморандуми, делови писма и др. Целта е да се формират умения за реализиране на успешно писмено общуване в различни комуникативни ситуации и области като работа с клиенти и партньори, мениджмънт, медии, връзки с обществеността, като използват различни писмени документи и спазват структурни, съдържателни и стилистични стандарти при реализиране на писмена комуникация за печелене на доверие и изграждане на партньорства. Освен в сферата на писмените комуникации, правописните правила са валидни и при оформяне на курсовите задания (самостоятелни писмени разработки под формата на есета, реферати, доклади, решават казуси по изучаваните дисциплини) от студентите, т.е. използване на академичен стил на писане. Този факт автоматически води до второто предимство на писмената форма – по задълбочената подготовка.

**Ключови думи:** проекти: комуникационни умения, принципи, писмени форми, правописни правила, академичен стил

## WRITTEN COMMUNICATION SKILLS

### Abstract

The aim of this study is to help „authors”, by providing specific rules and requirements in terms of framing written assignments. The relevance of the topic is irrefutable. Business communication is done in writing (by exchange of the different types, specificity and purpose of documents or written materials) or verbal communication (through various channels), which induce feedback. The vocabulary used is consistent with the norms of the standard Bulgarian language and various written forms and rules, which help to draw up various documents and written materials – e-mails, memoranda, business letters, etc.. The aim is to develop skills for successful implementation of written communication in different communicative situations and areas such as working with customers and partners, management, media, public relations, using various written documents and complying with the structural, substantive and stylistic standards for the implementation of written communication to earn trust and build partnerships. Besides the area of written communication, spelling rules are also valid in completing the course assignments by students (self-written works in the form of essays, reports, case studies in other disciplines), ie the usage of an academic style of writing. This fact automatically leads to the second advantage of writing – in-depth training.

**Key words:** communication skills, principles, written forms, spelling rules, academic style