

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Брянский государственный аграрный университет»

КАФЕДРА
Философии, истории и педагогики

И.И. Черненко

КУРС ЛЕКЦИЙ
ПО
КУЛЬТУРЕ РЕЧИ И ДЕЛОВОМУ ОБЩЕНИЮ

учебное пособие
направление подготовки
09.03.03 «Прикладная информатика»

Брянск 2022

УДК 174 (07)
ББК 87.75
Ч 45

Черненкова, И. И. Курс лекций по культуре речи и деловому общению: учебное пособие направление подготовки 09.03.03 «Прикладная информатика» / И. И. Черненкова. – Брянск: Изд-во Брянский ГАУ, 2022. – 106 с.

В учебном пособии раскрываются основные вопросы курса «Культура речи и деловое общение», дается анализ актуальных проблем, посвященных нормам русского языка, функциональным стилям русского языка, аспектам устной и письменной деловой коммуникации, правилам делового этикета.

Пособие разработано в соответствии с ФГОС и учебной программой дисциплины «Культура речи и деловое общение» и предназначено для студентов очной и заочной форм обучения ФГБОУ ВО Брянский ГАУ по направлению подготовки 09.03.03 «Прикладная информатика».

Рецензент: доцент, кандидат филологических наук Петренко Олеся Александровна.

Рекомендовано к изданию учебно-методической комиссией института энергетики и природопользования Брянского ГАУ, протокол №7 от 30 мая 2022 года.

© Брянский ГАУ, 2022
© Черненкова И.И., 2022

Содержание

Введение	4
Конспекты лекций	6
Лекция 1. Культура речи. Литературный язык	6
Лекция 2. Нормативный аспект культуры речи: фонетические и лексические нормы	11
Лекция 3. Нормативный аспект культуры речи: морфологические и синтаксические нормы	23
Лекция 4. Функциональные стили речи	33
Лекция 5. Деловое общение как специфический вид коммуникации	45
Лекция 6. Деловой этикет	52
Лекция 7. Письменное деловое общение	75
Лекция 8. Устное деловое общение	91
Рекомендуемая литература	105

Введение

Культура речи - один из главных показателей общей культуры каждого человека независимо от того, каким видом деятельности он занимается.

Дисциплина «Культура речи и деловое общение» предназначена для формирования у студентов гуманитарного мировоззрения, основ профессиональной культуры, рационального понимания нравственных идеалов и ценностей, повышения общей культуры речи, успешного усвоения моделей делового поведения.

Для достижения цели ставятся следующие задачи:

развитие и совершенствование личных коммуникативных качеств студентов, реализации собственных возможностей;

формирование умения применять правила и приёмы делового общения в профессиональной деятельности и других сферах жизни;

формирование у студентов готовности к конструктивному взаимодействию с партнёрами по общению;

формирование практических умений и навыков по оформлению деловых бумаг.

В результате освоения предлагаемого содержания обучающиеся будут *знать*:

- нормы современного русского литературного языка;
- особенности функциональных стилей;
- основы общей культуры речи, свойства грамотной речи;
- важнейшие признаки речевой ситуации, необходимые для правильного выбора речевых стратегий и тактик;
- определение, функции, модели и виды коммуникации;

уметь:

- строить грамотную речь с учетом особенностей делового взаимодействия;
- использовать основные методы аргументации и контраргумента-

ции, влияния, убеждения в разных формах коммуникативного взаимодействия; - грамотно использовать модели, стратегии и коммуникативные стили общения;

- адекватно применять жанры научного и официально-делового стилей общения в различных профессиональных ситуациях;

- выбирать конструктивные тактики, стратегии и приемы поведения в профессиональных ситуациях;

- эффективно осуществлять самопрезентацию и презентацию имиджа организации, продукции, услуг;

владеть:

- навыками построения грамотной речи в сфере профессиональной коммуникации;

- коммуникативными инструментами сотрудничества и партнерских отношений;

- коммуникативной компетентностью.

Конспекты лекций

Тема 1.

КУЛЬТУРА РЕЧИ. ЛИТЕРАТУРНЫЙ ЯЗЫК

1. Характеристика понятия «культура речи».

2. Национальный язык и литературный язык. Нелитературные формы существования языка.

1. Характеристика понятия «культура речи»

Культура речи представляет собой такой выбор и такую организацию языковых средств, которые в определенной ситуации общения при соблюдении современных языковых норм и этики общения позволяют обеспечить наибольший эффект в достижении поставленных коммуникативных задач. Под культурой речи понимается владение нормами литературного языка в его устной и письменной форме, при котором осуществляются выбор и организация языковых средств, позволяющих в определенной ситуации общения и при соблюдении этики общения обеспечить необходимый эффект в достижении поставленных задач коммуникации.

Предмет культуры речи – это культура речевой деятельности.

Современными лингвистами культура речи рассматривается:

1) как раздел филологической науки, изучающий речевую жизнь общества в определенную эпоху и устанавливающий основные правила пользования языком как средством общения;

2) нормативность речи, ее соответствие требованиям, предъявляемым к языку в данном языковом коллективе в определенный исторический период.

Одним словом, культура речи – владение нормами устного и письменного литературного языка и умение использовать выразительные языковые средства в разных сферах общения в соответствии с целями и содержанием речи. Для того чтобы владеть культурой речи, недостаточно знать все законы порождения и восприятия речи, все ее нормы – нужно осознанно пользоваться ими и соблюдать их в своей речи.

Главный критерий оценки любой деятельности – ее эффективность и степень этой эффективности, т. е. оценка того, достигла ли деятельность цели или нет, а если да, то в какой степени. При этом под эффективностью культуры речи подразумевается, что результат не только будет соответствовать задуманному, но и постановка цели, способы и средства ее достижения, сам процесс речи и результат, который она вызовет, будут соответствовать этическим, коммуникативным, эстетическим и другим нормам.

Культура речи включает в себя три аспекта: *нормативный, коммуникативный и этический.*

Нормативный аспект культуры речи предполагает знание норм и умение применять их в речи.

Коммуникативный аспект культуры речи предполагает умение выбрать и организовать языковые средства, которые в определенной ситуации общения способствуют успешной коммуникации. Коммуникативные качества речи – это правильность, точность, выразительность, доходчивость, уместность, логичность, эмоциональность, образность и др. Носители языка должны владеть также функциональными разновидностями языка, стилями (научным, официально-деловым и др.).

Этический аспект культуры речи. В каждом обществе существуют свои нормы поведения. Этические нормы, или иначе – речевой этикет, касаются в первую очередь обращения на «ты» и «вы», выбора полного или сокращенного имени (Ваня или Иван Петрович), выбора обращений типа гражданин, господин и др., выбора способов того, как здороваются и прощаются (здравствуйте, привет, до свидания, пока и т. п.).

3. Понятие языка. Национальный язык и литературный язык. Нелитературные формы существования языка

Язык – знаковая система. Знаки могут быть естественными (знаки-признаки) и искусственными (знаки-информанты). Естественные знаки не-

отделимы от предметов, явлений (например, дым от костра). Искусственные знаки условны (например, сигнал светофора). Они создаются для формирования, хранения и передачи информации, для представления и замещения предметов и явлений, понятий и суждений. Языковые знаки – самые сложные. Они могут состоять из одной единицы (слово, фразеологизм) или их комбинации (предложение). Языковые знаки, как и любые другие, имеют форму и содержание. Самостоятельный языковой знак – слово.

По своей природе язык полифункционален, т. е. выполняет несколько функций. Современные ученые выделяют следующие *основные функции языка*:

- *Коммуникативная.* Язык является важнейшим средством человеческого общения, он существует для того, чтобы обеспечивать общение.

Общаясь друг с другом, люди передают свои мысли, чувства и душевные переживания, воздействуют друг на друга, добиваются взаимопонимания. Язык дает возможность понять друг друга и наладить совместную работу во всех сферах человеческой деятельности, являясь одной из сил, которые обеспечивают существование и развитие человеческого общества.

- *Познавательная.* Язык – важнейшее средство получения новых знаний о действительности, он способствует деятельности сознания, участвует в формировании мышления.

- *Кумулятивная.* Язык помогает сохранять и передавать информацию (летописи, мемуары, газеты и др.). В письменных памятниках, в устном народном творчестве фиксируется жизнь нации, история носителей данного языка.

- *Эмоциональная.* Это выражение субъективно-психологического отношения автора речи к ее содержанию. Она реализуется в средствах оценки, интонации, восклицании, междометиях.

- *Суггестивная* (функция воздействия). Средствами языка можно подвигнуть к действию, и примером тому являются вдохновляющие речи полководцев, политических лидеров и др.

Национальный язык

Язык данного народа, взятый в совокупности присущих ему черт, отличающих его от других языков, называется общенародным, или национальным языком. Язык создается народом и обслуживает его из поколения в поколение. В своем развитии язык проходит несколько стадий и зависит от степени развития этноса. На ранней стадии образуется племенной язык, затем язык народности и, наконец, национальный.

Национальный язык формируется на базе языка народности, что обеспечивает его относительную стабильность. Он является результатом процесса становления нации и одновременно предпосылкой и условием ее образования.

Национальный язык – социально-историческая категория, которая обозначает язык, являющийся средством общения нации и выступающий в двух формах: устной и письменной.

По своей природе национальный язык неоднороден. Это объясняется неоднородностью самого этноса как общности людей.

Национальный язык существует в нескольких формах.

Литературный язык – высшая форма существования национального языка, принимаемая его носителями за образцовую; обслуживает различные сферы человеческой деятельности, характеризуется обработанностью, нормированностью, универсальностью, наличием функциональных стилей.

Признаки литературного языка:

1. Письменная фиксация устной речи.
2. Нормированность.
3. Обязательность норм и их кодификация.
4. Диалектическое единство книжной и разговорной лексики.
5. Тесная связь с языком художественной литературы.
6. Разветвлённая функционально-стилистическая система.

Нелитературные формы существования языка – это территориальные диалекты, социальные диалекты, просторечие.

Территориальные диалекты – разновидность общенародного языка, употребляемая в качестве средства общения между людьми, связанными тесной территориальной общностью. Они отличаются друг от друга рядом особенностей в фонетике, грамматике и лексике.

Социальные диалекты (жаргоны) – разновидность общенародного языка, употребляемая лицами, принадлежащими к одной социальной или профессиональной группе (жаргон шоферов, журналистов, болельщиков, молодежный, жаргон преступного мира). Социальные диалекты различаются обычно только лексикой. *Просторечие* – одна из форм национального языка, которая не имеет собственных признаков системной организации и характеризуется набором языковых форм, нарушающих нормы литературного языка. Это речь малообразованных слоев населения.

Основные понятия:

- культура речи;
- нормативный аспект культуры речи;
- коммуникативный аспект культуры речи;
- этический аспект культуры речи;
- коммуникативные качества речи (правильность, точность, логичность, уместность, чистота, выразительность, доходчивость, логичность, эмоциональность, образность, богатство и др.).
- язык;
- литературный язык;
- национальный язык;
- диалекты;
- просторечие

Вопросы для самоконтроля

1. Дайте определение культуры речи.
2. Чем отличается язык от речи?
3. Перечислите основные функции языка.
4. Дайте краткую характеристику нелитературных форм языка.

5. Назовите основные признаки литературного языка.

6. Какие сферы человеческой деятельности обслуживает литературный язык.

Тема 2.

НОРМЫ СОВРЕМЕННОГО РУССКОГО ЛИТЕРАТУРНОГО ЯЗЫКА

1. Языковая норма. Характерные особенности нормы. Факторы, влияющие на установление нормы.

2. Виды языковых норм.

3. Нормализация и кодификация литературного языка.

4. Характеристика орфоэпических, лексических норм.

1. Языковая норма. Характерные особенности нормы. Факторы, влияющие на установление литературной нормы

Речевая деятельность людей регулируется языковыми нормами, которые складываются исторически и в значительной степени обусловлены культурной традицией. *Норма – это относительно устойчивый способ выражения, исторически принятый в языковом коллективе на основе выбора одного из вариантов употребления как обязательного для образованной части общества.* Соблюдение норм языка обеспечивает правильность речи. Правильность речи является обязательным компонентом образцовой речи.

Особенности языковой нормы:

- устойчивость (консерватизм) и стабильность;
- общераспространённость и общеобязательность;
- литературная традиция и авторитет источников;
- культурно-эстетическое восприятие (оценка) языка и его фактов;
- динамический характер (изменяемость);
- возможность языкового «плюрализма».

К основным источникам языковой нормы относятся:

- произведения писателей-классиков;
- произведения современных писателей, продолжающих классические традиции;
- публикации средств массовой информации;
- общепринятое современное употребление;
- данные лингвистических исследований.

Нормализация и кодификация литературного языка.

Варианты, или вариативные формы – это формальные видоизменения одной и той же единицы, обнаруживаемые на различных уровнях языка (фонетическом, лексическом, морфологическом, синтаксическом). Например: акцентологические варианты творог и творог. В каждый период жизни языка существуют хронологические варианты нормы: устаревающий (и даже устаревший), рекомендуемый и новый (в словарях обычно квалифицируемый как допустимый). Человек, считающий себя культурным, должен соблюдать рекомендуемые нормы (при этом следует ориентироваться на словари, изданные после 1985 г.).

Хронологические варианты норм создают вариативность норм литературного языка, но, кроме того, существует и вариативность норм, связанная с функционально-стилистической дифференциацией литературного языка и с наличием профессиональных норм. Так, при общелитературной норме употребления вещественных существительных в форме единственного числа (белая глина, горячий песок) в научном стиле возможно использование формы множественного числа (белые глины, зыбучие пески). Известны профессионально ограниченные нормы ударения (спорт. – легкоатлет, морск. – компас и т. п.). Существование вариантов, изменение литературных норм определяются внешними (социальными) факторами и внутренними тенденциями развития фонетической, лексической, грамматической, стилистической систем. В последние годы в лингвистике стали говорить о существовании различных факторов нормы.

Сюда относят литературно-художественную употребимость данной формы, приемлемость для большинства говорящих на этом языке как родном, словарную кодифицированность, востребованность в повседневном общении, языковую нравственность, закрепившуюся в исторической памяти народа.

2. Виды языковых норм

Языковые нормы классифицируются следующим образом:

Фонетические (орфоэпические, акцентологические) – нормы произношения, ударения;

- **Орфоэпические нормы** (от греч. правильная речь) – нормы произношения и ударения. Орфоэпические нормы (произносительные) – регулируют выбор вариантов фонемы. Следует произносить: [т]езис, нельзя: [т ']езис.

- **Акцентологические нормы** (постановка ударения) – регулируют выбор вариантов размещения ударного слога. Следует произносить: позвонит, звонишь, нельзя: позвонит, звонишь; можно: красивее, нельзя: красивее, следует: свёкла, нельзя: свекла и т. п.

Стилистические нормы – нормы соответствия слов и синтаксических конструкций выбранному стилю изложения. Выделяют стили произношения: нейтральный, высокий, сниженный.

Словообразовательные нормы – регулируют выбор морфем, их размещение и соединение в составе нового слова. Следует: наблюдатель, нельзя: наблюдальщик; следует: рецензент, нельзя: рецензист.

Лексические нормы русского языка основаны на знании лексического значения слова и лексической сочетаемости слова с другими словами в предложении. Лексические нормы – нормы правильного словоупотребления, то есть слово должно употребляться в том значении, которое за ним закреплено в словаре.

Морфологические нормы многочисленны и касаются употребле-

ния форм разных частей речи. Морфологические нормы – это нормы правильного употребления грамматических форм разных частей речи. Следует: инженеры, нельзя: инженера; можно: крепкий кофе, нельзя: крепкое кофе и т. д. Эти нормы отражены в грамматиках и справочниках.

Синтаксические нормы – это правила соединения слов в предложении. Синтаксические нормы предписывают правильное построение основных синтаксических единиц – словосочетаний и предложений. Эти нормы включают правила согласования слов и синтаксического управления, соотнесения частей предложения друг с другом с помощью грамматических форм слов с той целью, чтобы предложение было грамотным и осмысленным высказыванием. Нарушение синтаксических норм имеется в следующих примерах: читая ее, возникает вопрос; Поэме характерен синтез лирического и эпического начал; Выйдя замуж за его брата, никто из детей не родился живым.

Можно: Когда я подъезжал к станции и глядел в окно, у меня с головы слетела шляпа. Нельзя: Подъезжая к станции и глядя в окно, шляпа слетела с моей головы.

Орфографические нормы. Орфография – (orthos – правильно, grapho – пишу) – это исторически сложившаяся система единообразных написаний, которая используется в письменной речи; раздел языкознания, изучающий и разрабатывающий систему правил, обеспечивающих единообразие написаний. Орфография определяет выбор одного из написаний там, где возможны варианты отражения на письме звуковой оболочки слова, т.е. там, где есть орфограмма. Орфограмма – это написание, выбранное из ряда написаний и отвечающее правилам русского языка, используемое для фиксации на письме звуковой оболочки слова.

Разделы современной русской орфографии. Принципы русской орфографии: морфологический, фонетический, традиционный принцип. Дифференцирующее написание слов.

Пунктуационные нормы – это узаконенное специальным прави-

лом употребление или неупотребление на письме знака или знаков препинания в предложении и в тексте. Пунктуационное правило – это инструкция, на основании которой ученик должен выбрать правильный знак препинания для выделения определенного пунктуационно-смыслового отрезка. Знаки препинания – это графические знаки, с помощью которых в устной речи передаются особенности интонации, а на письме – особенности строения предложения. Знаки препинания: выделительные, отделяющие, абзац (красная строка).

3. Орфоэпические нормы

Орфоэпия (от греческих слов: *orthos* – прямой, правильный и *epos* – речь) – это совокупность правил, устанавливающих единообразное произношение. Произносительные нормы свойственны устной речи. Однако не все характерное для устной речи относится к произношению в собственном смысле. Интонация – важное выразительное средство, придающее речи эмоциональную окраску, – а также дикция не относятся к произношению. Ударение хотя всецело относится к сфере устной речи, но, являясь в русском языке признаком либо данного слова, либо данной грамматической формы, относится непосредственно к лексике и грамматике, а не характеризует само по себе произношение. Таким образом, орфоэпия в собственном смысле слова указывает, как должны произноситься те или иные звуки в определенных фонетических положениях, в определенных сочетаниях с другими звуками, а также в определенных грамматических формах и группах слов или даже отдельных словах, если эти формы и слова имеют свои произносительные особенности. Язык, являясь важнейшим средством человеческого общения, нуждается в единообразии письменного и устного своего оформления. Неправильное произношение (как и орфографические ошибки) отвлекает внимание на внешнюю сторону речи и поэтому является помехой при языковом общении. Орфоэпия наряду с орфографией, минуя особенности местных говоров,

делает язык средством наиболее широкого общения. Являясь одной из сторон культуры речи, орфоэпия ставит своей задачей способствовать поднятию произносительной культуры русского языка. Сознательное культивирование литературного произношения в театре, в кино, по радио, в школе имеет огромное значение в освоении многомиллионными массами русского литературного языка. Важнейшие языковые черты, которые определили русское литературное произношение, сложились еще в первой половине XVII века в составе разговорного языка города Москвы, так называемого старомосковского просторечия. Разговорный язык Москвы, сложившийся к XVII веку на северновеликорусской диалектной основе под сильным воздействием южновеликорусских говоров, определил основные нормы литературного русского языка, в том числе и нормы произносительные. Установившиеся в Москве нормы передавались в другие культурные центры в качестве единого образца, постепенно усваиваясь там на почве своих местных диалектных особенностей. Полной унификации литературного произношения нет. Возможны произносительные варианты, имеющие стилистическую окраску. Кроме того, местное произношение всегда в определенной степени влияет на единое орфоэпическое произношение. Поэтому имеются местные отличия в произношении ряда крупных городов, таких, как Ленинград, Казань, Горький, Ростов-на-Дону, Рязань, Воронеж, Одесса и др. В советскую эпоху ранее выработавшаяся орфоэпическая система сохранилась во всех своих основных, решающих чертах. Из нее выпали лишь отдельные частные особенности, получившие просторечный или специфически местный, московский характер. В ряде случаев произношение сближалось с правописанием. Возникли новые произносительные варианты. Однако, несмотря на возникшие колебания и произносительные варианты, произносительная система в целом представляет собой исторически сложившееся явление, которое, развиваясь и вырабатывая новые черты, в то же время сохраняет и традиционные черты, отражающие пройденный исторический путь. Основны-

ми источниками отклонений от литературного произношения являются письмо и родной говор. Отклонения от литературного произношения под влиянием письма объясняются тем, что не всегда имеется соответствие между буквенным и звуковым видом слова. Например, родительный падеж прилагательных мужского и среднего рода имеет в написании окончание с буквой г, а произносится в этой форме звук (в): большого (произносят больш[овъ]), слова конечно, что пишутся с буквой ч, а в произношении соответствует ей звук [ш]: конечно, што и мн.др. В результате влияния правописания на произношение возникают произносительные варианты, допускаемые в литературном языке. Так возникли произносительные варианты формы именительного падежа прилагательных мужского рода с основой на заднеязычные: [кр?епкЪй] и [кр?епк?ий], [г?ипкЪй] и [г?ипк?ий], глаголов на -гивать, -кивать, -хивать: [фскакъвьт?], [фскак?ивьт?] и др. Более частным источником отступления от литературного произношения является родной диалект говорящего. Так, весьма устойчивой диалектной чертой на севере является оканье. Даже при утрате окающего произношения произносят не месте безударного [о] звук, близкий к отодвинутому назад [э]: [вэда], [дэмой], [пэтом], [взэшла] или [вьда], [дъмой], [пътот], [взьшла]. На юге устойчивой диалектной чертой является произношение [г] фрикативного образования – [у]. Южане, усвоив литературное произношение во всех основных чертах, очень долго сохраняют произношение [у] фрикативного. Особенно долго держится фрикативное образование в конце слов, где звук [у] закономерно оглушается в [х], т.е. имеет место произношение: [с?н?ех], [п?ирох], [д?ен?ьх] и др. При переходе от диалектного якающего произношения к литературному могут сохраняться более открытые оттенки безударных гласных. Такое сохранение влияния диалекта на речь говорящих, усвоивших литературное произношение во всех основных чертах, тоже создает произносительные варианты. Однако многие из этих вариантов, возникших под влиянием местного говора, в образцовой литературной речи не-

допустимы. Приведем некоторые примеры орфоэпических обязательных норм (произношение гласных и согласных звуков).

1. Слова иноязычного происхождения, вошедшие прочно в литературный язык, знают мягкое произношение зубных согласных и р перед е, например: тема, тенор, претензия, теория, и мн. др. Особенно следует предостеречь от произношения твердых согласных перед е в таких словах, как тема, техника, текст, картотека, Одесса, демон, музей, газета, пионер, бассейн, конкретный, берет, профессор, эффект. В недостаточно освоенных заимствованных словах наблюдается сохранение твердых согласных в соответствии с нормой ряда европейских языков. Произношение твердых согласных перед е наблюдается: а) в выражениях, которые нередко воспроизводятся средствами других алфавитов: де-юре, де-факто, кредо; б) в словах, обозначающих понятия зарубежного быта: пэр, мэр, дэнди, коттэдж, коктейль, констебль; в) в собственных именах, фамилиях: Шопен, Флобер, Вольтер, Лафонтен; г) в терминологии: интервью, дезинформация, модерн, ателье, шоссе, реквием, гротеск, сепсис, дедукция, модель, энергия, антитеза, стенд.

2. Произношение сочетания чн как шн было широко представлено в старой московской традиции. Эти нормы отразились в указаниях о произношении соответствующих слов в Толковом словаре под ред. проф. Д.Н. Ушакова. В конце XIX – начале XX веков многие слова произносились еще с шн, например: булошная, беспроволошный, бутылошный, взятошник, войлошный, молошник, буднишный, бруснишный, бруснишник, беспорядошный и т.д. По современным нормам такое произношение является устаревшим, в ряде случаев – просторечным. Под влиянием правописания произношение шн постепенно стало вытесняться произношением чн. В современном литературном произношении шн обязательно в немногих словах, в ряде других оно допустимо наряду с чн. В словах нового происхождения, особенно в словах, появившихся в советскую эпоху, произносится только чн, ср.: многостаночный, поточный метод, съемоч-

ный. В современном языке шн произносится в следующих словах: конечно, вкусно, яшница, пустяшный, скворешник, прачешная, перешница, в женских отчествах на –ична: Савишна, Ильинишна, Фоминишна. В ряде слов произношение шн допускается наряду с чн: булошная и булочная, сливошное и сливочное, яшневая и ячневая, молошний и молочный, пшенишный и пшеничный, лавошник и лавочник.

Под влиянием тюменских диалектов, в которых шн на месте чн распространено значительно шире, чем в литературном языке, в речи интеллигенции г. Тюмени произношение шн встречается в таких словах, в которых в нормированном языке употребляется чн, например, решной (вместо речной), бруснишный сок.

3. В литературном языке в конце слов в соответствии с написанием произносится -мь (семь, восемь), -бь (голубь), -вь (любофь).

4. В неопределенной форме глагола (улыбаться, заниматься, развиваться) на месте -ться по литературной норме произносится -цца (улыбацца, развивацца).

5. Суффикс -ся употребляется в глаголах после согласных звуков: смеялся, умывался, после согласных же употребляется вариант -сь: смеялась, умывалась. Иное произношение является диалектным. Суффикс -ся, -сь по старой московской норме произносился твердо. В настоящее время господствующим стало произношение мягкого -сь: смеюсь, зажглась. Лишь на сцене культивируется архаичное для общего литературного языка твердое произношение звука с у возвратных глаголов. Однако -ся произносится твердо: смеялся.

6. Особого замечания требует произношение звонкого согласного г. На месте орфографического г произносится взрывной г, который на конце слова чередуется с взрывным к: могу – мок. В литературном языке фрикативное г употребляется в ограниченных условиях, с колебаниями: а) всегда в междометиях ага, ого, гоп; б) в некоторых словах, широко употребляющихся в церковном произношении: Господь, Бог, (Бога и т.д.),

реже: благо, благодарить, богатый. В последних словах часто произносится г взрывное.

7. В литературном языке в сочетаниях гк и гч в результате диссимиляции по способу образования вместо г произносится фрикативный звук х: мяхкий, лехкий, мяхче, лехче, облехчить, смяхчить, и под.

8. В первом предударном слоге после твердых согласных (кроме шипящих) произносится на месте орфографических а и о звук, близкий а. Не случайно еще М.В. Ломоносов писал: «Великая Москва в языке столь нежна, Что «а» произносить за «о» велит она». В других безударных слогах после твердых согласных произносится звук ь – краткий, редуцированный гласный среднего подъема. В русском языке норма исключает так называемое оканье, т.е. произнесение звука о в безударном положении: нельзя, следовательно, говорить молоко, золото, дорогой, вместо о произносится редуцированный звук (средний между о и а).

9. В соответствии с ударным е в первом предударном слоге произносится звук, средний между э и и – эы: цэына, оцэынить, цэыла, цэылую, лицэывоц, кольцэывой.

После мягких согласных в первом предударном слоге в соответствии с ударным а, о, е произносится несколько ослабленный гласный переднего ряда, по степени подъема средний между и и е – ие. Примеры: вз?иела, п?иети, пр?иеди, з?иетья, т?иени, в сниегу, цв?иеты, л?иесной, с?иедой, с?иело, в?иело, в?иесло, н?иесу, в?иезу, н?иесу, иеда, иезда, ч?иесы, ш?иедить, ш?иенель. Икающее произношение в настоящее время встречается и в литературном языке. Но такое произношение не считается образцовым и характерно для беглой речи. В остальных предударных слогах после мягких согласных произносится звук, средний между и и е, но более редуцированный, чем в первом предударном слоге, - ь. Примеры: п?ьр?ьв?иела, п?ьр?ьв?ьз?иена, ч?ьловек. Произношение гласных в первом предударном слоге после шипящих допускает в современном литературном языке произносительные варианты. По старой московской

норме произносятся в данном положении звук, средний между э и ы, - ыэ или даже ы – в соответствии с ударным звуком а; в соответствии с ударным е произносится звук эы. Примеры: жыра, жыэркое или жыркое, жыэровна, шыэгать или шыгать, шыэлить или шылить, жэылтеть, шэыстой, пшэыно, шэыренга. Эта норма последовательно соблюдается в современном сценическом произношении, в произношении дикторов радио, но она не имеет уже широкого распространения. В настоящее время установилась вторая норма, по которой после шипящих, особенно перед твердыми согласными, в соответствии с ударным а произносятся гласный, близкий к а. Однако в ряде отдельных слов орфоэпическим следует считать произношение с ые: жыэлеть или жылеть; к сожыэлению, пожыэлей, жыэкет, жыэсмин, лошыэдей, лошыэдям, лошыэдями, лошыэдях. Допускается много отступлений от орфоэпических норм в употреблении гласных е или о после мягких согласных под ударением. Основным фонетическим положением, в котором в русском языке осуществилось изменение е в о, является положение перед твердыми согласными. Поэтому незаконно произношение ударного гласного э в таких словах, как расчесывать, дерн, с издевкой, черточка, подчеркивать, желчь, желчный, застегнутый, поблескивать, блеклый, поблекший, белесый, тверже.

4. Лексические нормы

Лексические нормы регулируют правила использования и сочетания слов в речи. Употребление слова в речи всегда определяется особенностями его лексического значения, а также зависит от контекста – его окружения. Назовем основные речевые недочеты.

1. Нарушение лексической сочетаемости слов.

Сочетаемость слов – это способность слов соединяться друг с другом. Если не учитывать значение слов, а также традиции соединения слов в словосочетании, возникает лексическая несочетаемость. Например: черствый хлеб, черствый человек, но не черствый торт или черствый

друг; глубокая ночь или глубокая старость, но не глубокий день или глубокая юность.

2. Смешивание паронимов.

Паронимы – слова, сходные по звучанию, но не совпадающие по значению (останки и остатки; эффектный и эффективный; экономный, экономичный, экономический). Слова, составляющие паронимический ряд, соотносятся между собой в смысловом плане, что является причиной их смешения в речи. Но паронимы не могут заменять друг друга (иллюстрированный и иллюстративный. Нельзя: иллюстративная книга или иллюстрированный материал).

3. Неточности словоупотребления.

Точность словоупотребления – правильный выбор слова в соответствии с его лексическим значением. Например: Татьяна любит няню – эту седобородую старушку (вместо: седовласую или седую).

4. Плеоназмы – слова, близкие по смыслу и поэтому логически лишние. К примеру: свободная вакансия, главная суть.

5. Тавтология – повторение однокоренных или одинаковых слов (организовать организацию, изобразить образ).

6. Речевая недостаточность – немотивированный пропуск слов в ущерб содержанию высказывания (В кабинете висели (портреты) русские писатели).

Основные понятия:

- *Языковая норма*
- *Лексика*
- *Орфоэпия*
- *Фонетика*
- *Интонационная норма*
- *Акцентологическая норма*

Вопросы для самоконтроля

1. Дайте определение понятия «норма литературного языка».
2. Какие виды норм вы знаете?
3. Приведите примеры обязательных и вариантных норм.
4. Охарактеризуйте орфоэпические, лексические нормы литературного языка.
5. Что понимается под нормализацией и кодификацией литературного языка.

Тема 3.

НОРМЫ СОВРЕМЕННОГО РУССКОГО ЛИТЕРАТУРНОГО ЯЗЫКА. МОРФОЛОГИЧЕСКИЕ И СИНТАКСИЧЕСКИЕ НОРМЫ

- 1. Характеристика морфологических норм.**
- 2. Характеристика синтаксических норм.**

1. Характеристика морфологических норм

Морфологические нормы многочисленны и касаются употребления форм разных частей речи. Эти нормы отражены в грамматиках и справочниках. Приведем отдельные нормы.

1. Имена существительные с основой на мягкий согласный и нулевым окончанием могут относиться к мужскому и женскому роду. Среди них можно выделить некоторые семантические группы. Так, названия животных, птиц, рыб, насекомых обычно относятся к мужскому роду, за исключением слов: выпь, моль, неяснь, мышь. Среди вещественных и конкретных существительных могут быть слова мужского и женского рода, что обуславливается только традициями употребления, поэтому в случаях сомнения следует обращаться к словарям.

Ср.:

Мужской род	Женский род
Картофель	Вермишель
Лебедь	Вуаль
Нашатырь	Дуэль
Овощ	Мозоль
Отель	Фасоль
Рояль	
Тюль	
Шампунь	

2. Существительные с суффиксами субъективной оценки (-ышк-, -ишк-, ушк-, -ищ) сохраняют род того слова, к которому присоединяются суффиксы: дом – большой домище, сарай – старый сарайшко, воробей – молоденький воробьишка, окунь – маленький окунишка, сильный голосище, нелепое письмишко.

3. Род несклоняемых существительных связан со значением слова. Неодушевленные существительные обычно относятся к среднему роду: алоэ, пальто, такси, какао, пианино, попури, эскимо, джерси, желе, жюри, ландо, кашне, кимоно, пюре, рагу, радио и т.д. Однако в современном литературном языке зарегистрированы некоторые отклонения от нормы, например: авеню – жен. род, а также реже ср. род; болеро (испанский национальный танец) – муж. и ср. род; виски (водка) ср. и жен. род; кольраби (капуста) – жен. род; манго (фрукт тропического дерева) – муж. и ср. род; сирокко (знойный ветер в Африке) – муж. род; пенальти – муж. и ср. род; салями (сорт колбасы) – жен. род; урду, хинди (языки) муж. род, кофе – муж. род; в разг. речи – ср. род и немногие другие. Название лиц относятся к мужскому или женскому роду в зависимости от пола обозначаемого лица, например:

Мужской род	Женский род
Атташе	Леди
Денди	Фрау
Кюре	Пани
Кули	Миледи
Микадо	Эмансипе
Крупье	
Мцъри	

Некоторые слова относятся к общему роду, так как могут обозначать лиц мужского и женского пола: визави, инкогнито, протеже, саами (народность), сомали (народность).

Названия животных в соответствии с литературной нормой относятся к мужскому роду, например: динго, жако, зебу, колибри, какаду, кенгуру, марабу, пони, шимпанзе. Исключения составляют слова: иваси (рыба) – жен. род; цеце (муха) – жен. род. Название животных в предложении могут употребляться как слова женского рода, если в тексте есть указание на самку животного: кенгуру кормила детеныша.

4. У буквенных аббревиатур (сложносокращенные слова, читаемые по названиям букв) род связан с их морфологической формой. Если аббревиатура склоняется, то ее род обусловлен окончанием: вуз – муж. род, так как в именительном падеже имеет нулевое окончание (ср.: в вузе, вузом и т.д.); цум – муж. род (в цуме, цумом). Если аббревиатура не склоняется, то обычно род ее определяется по роду стержневого слова, от которого образована аббревиатура: ЦК – Центральный комитет – муж. род, ВДНХ – выставка – жен. род. Однако у такого рода аббревиатур часто наблюдается отклонения от этого правила, особенно в тех случаях, когда аббревиатуры становятся привычными и отрываются от стержневого слова. Например, НЭП – муж. род, хотя стержневое слово женского рода (политика); МИД – муж. род, хотя стержневое слово среднего рода (министерство); ВАК – муж. род, хотя комиссия – женского рода.

5. Большое количество слов мужского рода в русском языке обозначают как лиц мужского, так и женского пола. Такие существительные обозначают лиц по профессии, роду занятий, называют должности и звания, например: герой, доцент, профессор, юрист, экономист, бухгалтер, адвокат, прокурор и т.п.. За последние десятилетия в литературном употреблении распространение получили конструкции типа директор пришла при обозначении лиц женского пола. Однако если сказуемое при обозначении лиц женского пола ставится в женском роде, то определения

к ним употребляются только в форме мужского рода: молодой прокурор Иванова, опытный экономист Петрова сделала отчет.

6. В творительном падеже единственного числа у существительных женского рода возможны в соответствии с литературной нормой варианты окончания –ой, –ою, (–ей, –ею), которые различаются только стилистически: окончания –ою (–ею) характерны для книжной, официальной или поэтической речи, а окончания – ой (–ей) имеют нейтральный характер, т.е. употребляются в любом стиле: водой – водою, страной – странною.

7. У существительных мужского рода, называющих вещества, в родительном падеже единственного числа возможны варианты окончания – а и –у: снега – снегу, сахара – сахару, формы с этими окончаниями различаются или по значению, или стилистически. Различие в значении заключается в том, что формы с окончанием – у обозначают часть от целого: купил сахару, но: производство сахара, напился чаю, но: выращивание чая. Стилистические различия проявляются в том, что формы с окончанием – а нейтральны (характерны для любого стиля), а формы с окончанием – у свойственны прежде всего устной, разговорной речи. В письменной же речи формы на – у встречаются в устойчивых сочетаниях: дать жару, не было уговора, дать маху, ни проходу, ни проезду, без спросу. Встречаются эти формы также в словах с уменьшительным значением: лучку, чайку, кваску.

8. В именительном падеже множественного числа большинству слов по традиционным нормам литературного языка соответствует окончание –ы, –и: слесари, пекари, токари, прожекторы. Однако встречается в ряде слов окончание –а. Формы с окончанием –а обычно имеют разговорную или профессиональную окраску. Лишь в некоторых словах окончание –а соответствует литературной норме, например (устойчиво 70 слов): адреса, берега, бока, борта, века, векселя, директора, доктора, кителя, мастера, паспорта, повара, погреба, профессора, сорта, сторожа, фельдшера, юнкера, якоря, паруса, холода. Иногда формы с окончаниями –а и –ы (–и)

различаются по значению, ср.: меха (выделанные шкуры зверей) и мехи (кузнечные); корпуса (туловища людей или животных) и корпуса (здания; крупные войсковые соединения); лагеря (общественно-политические группировки) и лагеря (стоянки, временные поселения); хлеба (зерновые растения) и хлебы (испеченные); соболя (меха) и соболи (животные); провода (электрические) и проводы (кого-либо); ордена (знаки отличия) и ордены (в средневековом обществе, например, орден меченосцев). Приведем примеры существительных с окончанием –ы, –и: боцманы, бухгалтеры (бухгалтера – разг.), ветры (ветра – разг.), выборы, выговоры, джемперы (джерпера – разг.), договоры (договора – разг.), инспекторы, инструкторы (инструктора – разг.), инженеры (инженера – разг. и просторечное), конструкторы, свитеры (свитера – разг.), шоферы (шофера – разг.), токари.

9. Особое внимание следует обратить на склоняемость фамилий нерусского происхождения и географических названий. Приведем лишь некоторые нормы литературного языка.

а) Фамилии на – ко типа Шевченко, Сидоренко в официальной речи и в письменной форме литературного языка не склоняются. В разговорной речи и в художественной литературе эти фамилии употребляются в двух вариантах, т.е. могут быть несклоняемыми, но могут и склоняться: направил к Семашке, разговоры об Устименке.

б) Если фамилии совпадают с нарицательными существительными, то женские фамилии не склоняются (встретил Анну Сокол), а мужские склоняются (встретил Владимира Сокола), при этом возможно несколько случаев: фамилии, имеющие суффиксы –ец, -ек, -ок, -ел лучше склонять без выпадения гласного: Ивану Заяцу, Тимофею Перецу; фамилии оканчивающиеся на мягкий согласный, обозначая лиц мужского пола, склоняются как существительные мужского рода, хотя, будучи нарицательными, они могут быть словами женского рода. Ср.: рысь – жен. род, но: Ивану Рысю, даль – жен. род, но: Владимиру Далю.

в) Русские фамилии на –ин, –ов в творительном падеже имеют окончание – ым: Фроловым, Ивановым, Калининим. Географические названия в творительном падеже имеют окончания –ом: г.Калиныном, с.Голышмановом. Окончание – ом имеют также иноязычные фамилии на –ин, –ов: Дарвином, Чаплином, Кольвином. Женские иноязычные фамилии не склоняются: Дарвин, Цейтлин и т.п.

Своеобразны и специфичны нормы употребления числительных в современном русском языке. Так, например, сложные числительные типа восемьдесят, семьсот – это единственная группа слов, в которых склоняются обе части: восемьюдесятью, семьюстами (твор. пад.), о восьмидесяти, о семистах (предл. пад.). В современной разговорной речи склоняемость сложных числительных утрачивается, чему способствует и профессиональная речь математиков, однако в официальной речи норма требует склонения обеих частей сложных числительных. Собираательные числительные (двое, трое, ..., десятеро) в официальной речи не употребляются, хотя по значению совпадают с количественными числительными. Но и в разговорной речи их употребление ограничено: они не сочетаются с наименованиями лиц женского рода, с неодушевленными существительными, с наименованиями высоких званий, должностей (герой, генерал, профессор и т.п.). Собираательные числительные сочетаются с наименованиями лиц мужского пола (кроме названий высоких званий, должностей): двое мальчиков, шестеро солдат; с названиями детенышей: семеро козлят, пятеро волчат; с субстантивированными прилагательными: семеро конных, четверо военных. В сфере прилагательных к частым нарушениям нормы относится образование сложной формы сравнительной степени. Норме соответствуют формы типа «более + начальная форма прилагательного»: более интересный. Образование типа более интереснее является ошибочным.

Многообразны нормы, касающиеся употребления глаголов.

1. Так, при образовании видовых пар глагола существуют нормы,

касающиеся чередования гласных в корне: а) Чередование обязательно, если ударение падает не на корень (укоротить – укорачивать); б) Чередование отсутствует, если ударение падает на корень (прихотить – прихочивать), однако в ряде слов отсутствие чередования является архаичным, искусственным (заработать, заготовить, освоить, оспорить, приспособить, закончить, успокоить, удвоить, утроить). в) Около 20 глаголов допускают колебания (варианты) в образовании видовых пар (с чередованием в разговорной речи, без чередования – в книжной, деловой), например: условиться – условливаться и уславиваться, удостоить – удостоивать и достаивать, обусловить – обусловливать и обуславливать.

2. В русском языке существуют глаголы, оканчивающиеся на –чь. В личных формах этих глаголов, кроме 1 лица единственного числа и 3 лица множественного числа, обязательным является чередование согласных г–ж, к–ч: жгу, жгут, но: жжешь, жжет, жжем, жжете; волоку, волокут, но: волочешь, волочет, волочем, волочете. Итак, морфологические нормы многообразны и, как сказано выше, излагаются в грамматиках и справочниках.

2. Характеристика синтаксических норм

Синтаксические нормы регулируют как построение отдельных словосочетаний (присоединение определений, приложений, дополнений к главному слову), так и построение целых предложений (порядок слов в предложении, согласование подлежащего и сказуемого, употребление однородных членов, причастного и деепричастного оборотов, связь между частями сложного предложения). 1. Порядок слов в предложении. В русском языке порядок слов в предложении относительно свободный. Основным является принятый как нейтральный прямой порядок слов: подлежащее + сказуемое: Студенты пишут лекцию. 2. Трудные случаи согласования подлежащего и сказуемого. Связь между подлежащим и сказуемым носит название координации и выражается в том, что подлежащее и сказуемое согласуются по своим общим категориям: роду, числу.

Однако существуют и трудные случаи координации. В таких случаях подлежащее имеет сложную структуру – в него входит несколько слов. Рассмотрим основные трудные случаи согласования подлежащего и сказуемого (в форме таблицы).

1. Счётный оборот + существительное (<i>двое студентов, пять часов и т.д.</i>)	Единств. число подчеркивает общность. Множ. число указывает на отдельность предметов.	В Олимпиаде <u>участвуют</u> / <u>участвует</u> <u>двадцать</u> <u>пять студентов</u> .
2. Слова: <i>больше / меньше, много / мало / большинство / меньшинство, несколько</i>	Единств. число подчеркивает общность, часто вместе с одушевленными сущ., если есть слова <i>только, лишь, всего</i> . Множ. число указывает на отдельность	<u>Большинство студентов</u> уже <u>сдали</u> экзамен. На экскурсию <u>записалось</u> <i>только</i> <u>восемь отдыхающих</u> .

	предметов.	
3. Однородные подлежащие	Единств. число (однородные подлежащие соединяются предлогом <i>С</i>). Множ. число (однородные подлежащие соединяются союзом <i>И</i>).	<u>Спортсмен</u> и <u>тренер</u> <u>отправились</u> на соревнования. <u>Директор</u> <u>с сотрудниками института</u> <u>подготовил</u> этот проект.
4. Существительное + приложение	Согласуется с главным словом (то есть с существительным).	<u>Журнал</u> «Наука и жизнь» <u>опубликовал</u> серию материалов. <u>Студентка-химик</u> <u>провела</u> эксперимент.

4. Согласование определений с определяемым словом. Определение согласуется с главным словом по категориям рода, числа и падежа. Мы обратимся к трудным случаям такого согласования. А. Определение + счётный оборот (числительное + существительное). Важна позиция, которую занимает определение. Определение впереди счётного оборота: в форме именительного падежа: последние два года, новые пять писем, молодые три девушки. Определение внутри счётного оборота: в родительном падеже для существительных мужского и среднего рода, а для существительных женского рода – в именительном падеже: два последних года, пять новых писем, три молодые девушки. Б. Однородные определения + существительное (обозначает похожие, но отдельные объекты): существительное в единственном числе, если предметы и явления тесно связаны по смыслу или имеют терминологический характер: В правой и левой

половине дома. Промышленный и аграрный кризис; существительное во множественном числе, если нужно подчеркнуть различность предметов и явлений: Биологический и химический факультеты. Любительский и профессиональный турниры. В. Определение + однородные существительные: определение стоит в единственном числе или во множественном числе в зависимости от того, относится оно по смыслу к ближайшему слову или ко всему словосочетанию: Русская литература и искусство. Способные ученик и ученица. Г. Определение + существительное с приложением: определение согласуется с главным словом (то есть с существительным): новый вагон-лаборатория.

5. Согласование приложений с определяемым словом. Приложения имеет добавочное значение по отношению к существительному (профессия, статус, род занятий, возраст, национальность). По этой причине оно воспринимается как единое целое с существительным: 1) приложение, которое пишется через дефис, согласуется с определяемым словом: на новом диване-кровати. 2) приложения, которые пишутся отдельно от определяемого слова, не согласуются с определяемым словом: в газете «Рабочий край». Можно согласовывать с определяемым словом русские географические названия и названия на –ия: В городе Смоленске, в селе Горюхине, на реке Волге, в Республике Индии. Однако нет такого согласования в случае с иноязычными географическими названиями и астрономическими названиями: В штате Техас, на горе Эльбрус, на планете Венера.

6. Особенности употребления однородных членов. Есть свои правила в построении предложений с однородными членами: 1) Нельзя делать однородными членами неоднородные по смыслу слова. Не правильно: К тому времени у него уже была молодая жена и большая библиотека. 2) Нельзя делать однородными членами слова с родовым и видовым значением (только: род → вид). Не правильно: Выпуск аппаратуры (родовое понятие), устройств и приборов (видовое понятие). 3) Нельзя делать од-

нородными членами лексически и грамматически несочетаемые слова. Не правильно: Высказаны пожелания и выводы (Высказаны пожелания и сделаны выводы). Контролировать и руководить работами (Контролировать работы и руководить ими). 4) Нельзя делать однородными членами грамматически и синтаксически разные слова (разные части речи, слово и часть сложного предложения). Не правильно: Книги помогают нам в учёбе и вообще узнавать много нового (Книги помогают нам в учёбе, дают возможность узнавать много нового). Не правильно: Декан говорил об успеваемости и что скоро начинаются экзамены (Декан говорил об успеваемости и об экзаменах, которые скоро будут). 5) Если перед однородными членами есть предлог, его следует повторять перед каждым однородным членом: Сведения получены как из официальных, так и из неофициальных источников.

7. Употребление причастного и деепричастного оборотов. Необходимо соблюдать правила построения предложений с причастным и деепричастным оборотом: 1) причастный оборот не должен включать в себя определяемое слово. Не правильно: Выполненный план заводом (план, выполненный заводом или выполненный заводом план); 2) причастия согласуются с определяемым словом в форме рода, числа и падежа, а со сказуемым – в форме времени. Не правильно: Он пошёл по пути, проложенным его отцом (проложенному). Не правильно: Выступающий с заключительным словом докладчик ответил на вопросы (выступивший); 3) причастия не могут иметь формы будущего времени и не сочетаются с частицей бы. Не правильно: Студент, сумеющий скоро получить диплом. Не правильно: Планы, нашедшие бы поддержку руководства. В случае затруднения в коррекции предложения с причастным оборотом, предложение можно перестроить в СПП с придаточным определительным (с союзным словом который). 4) действия сказуемого и деепричастного оборота выполняются одним субъектом; 5) деепричастный оборот не должен присоединяться к безличным и страдательным конструкциям. Не

правильно: Открыв окно, мне стало холодно (открыв окно, я замерз). В случае затруднения в коррекции предложения с деепричастным оборотом, предложение можно перестроить в СПП с придаточным обстоятельством значения (с союзами когда, если, потому что).

Основные понятия:

Грамматические нормы

Морфологическая норма

Синтаксическая норма

Вопросы для самоконтроля

1. Дайте определение понятия «норма литературного языка».
2. Какие виды норм вы знаете?
3. Охарактеризуйте морфологические нормы русского литературного языка.
4. Каковы особенности синтаксических норм русского литературного языка.

Тема 4.

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ СТИЛИ ЯЗЫКА

1. Функциональные разновидности языка (язык художественной литературы, разговорная речь, официально-деловой стиль, научный стиль, публицистический стиль).

2. Научный стиль. Основные функции. Языковые особенности. Жанры.

3. Официально-деловой стиль. Основные функции. Языковые особенности. Жанры.

1. Функциональные разновидности языка (язык художественной литературы, разговорная речь, официально-деловой стиль, научный стиль, публицистический стиль).

Существует типология функциональных разновидностей языка, предложенная академиком Д.Б. Шмелевым. Эта типология такова: Разговорная речь. Язык художественной литературы. Функциональные стили (официально-деловой, научный, публицистический).

Стилями Д.Н. Шмелев называет только функциональные стили, которые (все вместе) по своей языковой организации имеют существенные отличия, как от языка художественной литературы, так и от разговорной речи.

Главной отличительной особенностью языка художественной литературы является его особая по сравнению со всеми другими разновидностями предназначенность. Вся организация языковых средств в художественной литературе подчинена не просто передаче содержания, а передаче художественными средствами. Главная функция языка художественной литературы – эстетическая (или поэтическая). С этой целью в языке художественной литературы могут использоваться не только функциональные разновидности литературного языка, но и нелитературные формы национального языка: диалекты, просторечие, жаргонизмы и др.

Культура владения разными функциональными разновидностями языка – это, прежде всего, такой выбор и такая организация языковых средств, которые отличают данную разновидность от других, определяют ее лицо.

Среди функциональных разновидностей особое место занимает разговорная речь. По сравнению с другими функциональными разновидностями она имеет существенные особенности. Так, можно встретиться с употреблением именительного падежа существительного в высказываниях типа: Не скажете Третьяковка как пройти?

Если язык художественной литературы и функциональные стили языка строятся на основе зафиксированных в словарях и грамматиках правил языка, то особенности разговорной речи нигде не фиксируются (за исключением специальной научной литературы). От нестрогой разговорной речи отличаются строгие стили – официально-деловой и

ный. Для них обоих характерны точность обозначений (термины) и отказ от смысла в неявном выражении. Промежуточное положение между строгими и нестрогими функциональными разновидностями языка занимает публицистический стиль. В нем соединяются две тенденции: тенденция к стандартизации, свойственная строгим стилям, и тенденция к экспрессивности, характерная для разговорной речи и для языка художественной литературы.

2. Научный стиль. Основные функции. Языковые особенности.

Жанры

Эффективный набор языковых средств для построения добротных в плане культуры речи научных текстов подчиняется таким требованиям, как точное обозначение понятий и логичность изложения. Научный текст немислим без терминологии, поскольку именно она обеспечивает точность обозначения.

Научный стиль имеет ряд общих черт, проявляющихся независимо от характера самих наук (математика, физика, филология), что позволяет говорить о специфике стиля в целом. Назначение всех научных произведений – изложение полученных путем исследования данных, знакомство читателя с научной информацией. Отсюда проявление черт научного стиля: монологический характер речи, логичность, отвлеченность, обобщенность изложения, стремление автора к точности, сжатость выражения при сохранении насыщенности содержания (поэтому нередко научный стиль называют «сухим», безэмоциональным).

Отвлеченность и обобщенность речи проявляется, прежде всего, в лексике: почти каждое слово в научном тексте обозначает не конкретное, а общее понятие или абстрактное явление. Например: Дуб растет в разнообразных почвенных условиях. Дуб обладает большой теплопроизводительностью. Как видно, в отрывке из научного текста речь идет не о конкретном дереве, а о дубе вообще, о дубе как породе дерева.

Лексические особенности. Лексика научного стиля состоит из трех основных пластов: общеупотребительных слов (знание, работа, изучать и т. д.), общенаучных (элемент, фактор, анализировать, дистанционный, экспериментальный) и терминов (синтаксис, молекула и т. д.). Термины служат обозначением логически сформулированных понятий, зачастую образуют терминологическую систему той или иной науки. Например, лингвистические термины синоним, антоним, омоним, пароним объединяет греческий корень «опута», обозначающий имя, наименование, а медицинские термины объединяются благодаря одинаковым суффиксам, так, например, суффикс – ит присущ терминам, обозначающим воспалительные процессы (бронхит, аппендицит, гайморит и т. д.). Следует отметить, что большая часть терминов – это интернационализмы, т. е. слова, встречающиеся в ряде языков и обладающие в той или иной степени фонетическими, грамматическими и семантическими сходствами (конструкция – construction, аналог – analog, система – system).

Морфологические особенности. В научных текстах существительные преобладают над глаголами. Это объясняется номинативной направленностью научного стиля, для которого главное – обозначить, описать явление. Наиболее употребительны существительные среднего рода, обозначающие абстрактные понятия: время, движение, условие, свойство, влияние, количество и т. д.

В научной речи активно используются отыменные предлоги (в течение, в связи, в отношении к), отглагольные существительные (бурение, ускорение, зрительное утомление).

Употребление глаголов и личных местоимений имеет свои особенности: круг личных форм глагола сужен – совсем не употребляются формы 2-го лица и местоимения ты, вы; ничтожен процент форм 1-го лица единственного числа. В подавляющем большинстве случаев используются наиболее отвлеченные по значению формы 3-го лица и местоимения он, она, оно. Очень часто в научной речи глаголы используются в неопре-

деленно-личном значении, близком к обобщенно-личному. В этом случае деятелем может мыслиться любой, всякий, каждый, или же деятель совершенно неконкретен и неизвестен и даже вообще не может предполагаться: За такие активные центры принимаются атомы. Бром получают подобно хлору.

Синтаксические особенности. В научном стиле господствует логический книжный синтаксис. Научная фраза отличается структурной полнотой, ярко выраженной союзной связью, разнообразием подчинительных связей и высокой информативной насыщенностью. Для научной речи характерно преобладание сложноподчиненных предложений, в которых союзы четко отражают причинно-следственные отношения (если... то, так что, вследствие того что и т. д.).

Безличный характер изложения активизирует употребление неопределенно-личных предложений (Порошок помещают в пробирку...).

Простые предложения часто встречаются в осложненном виде, например: Информация, полученная вспомогательным опытом, требует подтверждения (предложение осложнено причастным оборотом) и т. д.

Для научного стиля особую важность приобретает правильное, четкое выделение абзацев, помогающее подчеркнуть логическую сторону речи. Последовательность в развитии мысли отражают вводные слова и словосочетания (во-первых, во-вторых, наконец, итак, таким образом).

Научный стиль может иметь следующие разновидности (подстили): собственно научный, научно-информативный, научно-справочный, учебно-научный и научнопопулярный. К жанрам стиля относятся: монография, аннотация, тезисы, реферат, рецензия, статья и т. д.

Реферат представляет собой изложение – предельно сжатое и осмысленное – содержания определенного источника информации по теме (ряда статей, монографии и т. д.).

Реферат должен продемонстрировать навыки логически связного изложения научных проблем, знание источников, умение оперировать

терминами и понятиями из той области науки, относительно которой выбрана тема.

Реферат объемом до 10-15 страниц набранного текста (компьютерный вариант через полуторный интервал) должен иметь план-оглавление, введение, изложение темы, заключение, а также список литературы. Во введении обосновываются мотивы выбора данной темы, изложена её актуальность и смысл. Примерный объем введения – 2-3 страницы.

Основная часть реферата должна представлять собой изложение проблемы, заявленной в названии, анализ и обобщение литературы, которую автору удалось изучить, раскрытие точек зрения на проблему разных исследователей и позиции самого автора.

В заключении автор обобщает изложенное, а также дает собственную оценку рассмотренных взглядов.

Список литературы приводится в конце работы. В список вносятся только те источники, которые использовались при написании работы.

Аннотация – сжатая, краткая характеристика книги (статьи или сборника), ее содержания и назначения. В аннотации перечисляются главные вопросы, проблемы первичного текста, иногда характеризуются его структура, композиция. Она традиционно состоит из простых предложений. Аннотация имеет две обязательные части: содержательная характеристика первоисточника, цель автора; адресат аннотируемого текста.

Кроме названных частей, могут присутствовать факультативные части: композиция, структура первичного текста, иллюстративный материал, приведенный в первоисточнике.

Конспект – особый вид вторичного текста, в основе которого лежит аналитико-синтетическая переработка информации, содержащейся в исходном тексте. При конспектировании необходимо отбирать новый и важный материал, связывать его со старым, уже известным и выстраивать материал в соответствии с логикой изложения; конспект должен обладать содержательной, смысловой и структурной целостностью. С точки зрения

объема (степени сжатия), конспект может быть кратким, подробным или смешанным; по степени соответствия первоисточнику – интегральным или выборочным. По количеству перерабатываемых источников конспект может быть монографическим или сводным (обзорным), с точки зрения предъявления информации конспект составляется на основе чтения или слушания. В зависимости от формы представления информации в конспекте и от степени свернутости в конспекте первичного текста различают следующие виды конспектов: конспект-план, конспект-схема, текстуальный конспект.

3. Официально-деловой стиль. Основные функции. Языковые особенности. Жанры

Официально-деловой стиль обслуживает сферу официальных деловых отношений; основная его функция – информативная (передача информации); для него характерно наличие речевых клише, общепринятой формы изложения, стандартного расположения материала, широкое использование терминологии и номенклатурных наименований, наличие сложносокращенных слов, аббревиатур, отглагольных существительных, отыменных предлогов, преобладание прямого порядка слов и т. д.

Для официально-делового стиля, как отмечено, характерной чертой является клише, штамп. Невозможно представить себе вольную форму в заявлении о командировке или об отпуске, существуют установленные образцы дипломов, паспорта и т. п. Но культура владения официально-деловым стилем не ограничивается только знанием штампов. Разные его жанры требуют разных речевых навыков.

Особая разновидность официально-делового стиля – это юридические документы: конституция, своды законов и др. Главное для этих документов – четкие полные, не оставляющие места для двусмысленности формулировки. Некоторая тяжеловесность многих юридических текстов неизбежна.

Официально-деловой стиль обслуживает сферу административно-правовой деятельности. Он удовлетворяет потребность общества в документальном оформлении различных актов государственной, общественной, политической, экономической жизни, деловых отношений между государством и организациями, а также между членами общества в официальной сфере их общения. Официально-деловой стиль реализуется в текстах различных жанров: устав, закон, приказ, жалоба, рецепт, заявление, объяснительная записка, автобиография, анкета, резюме и др.

Неоднородность тематики и разнообразие жанров позволяет выделить в рассматриваемом стиле две разновидности: официально-документальный стиль и обиходно-деловой стиль. В свою очередь, в официально-документальном стиле можно выделить язык законодательных документов, связанных с деятельностью государственных органов, и язык дипломатических актов, связанных с международными отношениями. В обиходно-деловом стиле различаются служебная переписка между учреждениями и организациями и частные деловые бумаги.

Основной формой реализации этого стиля является письменная речь. Общие стилевые черты официально-деловой речи: точность изложения, не допускающая возможности инотолкования, детальность, стереотипность, стандартность, официальность, строгость выражения мысли, объективность, логичность, отсутствие эмоциональности и экспрессивности, долженствующе-предписывающий характер изложения.

Систему официально-делового стиля составляют языковые средства трех типов:

- 1) имеющие соответствующую функционально-стилевую окраску (лексика и фразеология);
- 2) нейтральные языковые средства;
- 3) языковые средства, нейтральные по своей стилистической окраске, но по степени употребительности в официально-деловом стиле ставшие его «пометой».

Отмечается высокий процент глаголов в форме инфинитива, что связано с предписывающей функцией официально-деловых текстов (запретить, обязать, указать). Употребляются имена существительные, обозначающие лицо по признаку действия или отношения (истец, ответчик, заявитель, наниматель).

Существительные, называющие должности и звания, употребляются в форме мужского рода и в том случае, когда они относятся к лицам женского пола (ответчик Смирнова, усыновитель Прошина). Для деловой речи характерно использование отглагольных существительных и причастий (прибытие транспорта, предъявление претензий).

В официально-деловом стиле имеет место тенденция к однозначности используемых слов и словосочетаний, стремление к терминологизации. Многие из слов имеют антонимические пары (действие – бездействие, оправдательный – обвинительный). Синонимы употребляются в незначительной степени и, как правило, принадлежат одному стилю (снабжение – доставка – обеспечение).

Типичными для делового языка являются сложные слова, образованные от двух и более слов (квартиросъемщик, арендодатель), а также устойчивые сочетания (пункт назначения). Предпочтение отдается родовым понятиям: транспортное средство (автобус, самолет, поезд), населенный пункт (город, деревня, поселок).

Отмечается употребление словосочетаний, включающих сложные отыменные предлоги (в частности, на предмет, во избежание). Существительные в сочетании с предлогом по используются в предложном падеже (по возвращении, по достижении).

Деловой речи свойственны безличность изложения и отсутствие оценочности, 1-е лицо допустимо только в ограниченном числе ситуаций, когда устанавливаются правовые отношения между частным лицом и организацией или государством.

Документ, согласно определению данному Федеральным законом

от 27 ноября 1994 г. «О библиотечном деле», – это «материальный объект с зафиксированной на нем информацией в виде текста, звукозаписи или изображения, предназначенной для передачи во времени и пространстве в целях хранения и общественного использования». Документ оформляется на бланке.

Бланк – лист бумаги с воспроизведенными на нем типографским способом постоянными реквизитами или частями. Реквизиты – это обязательные признаки, установленные законом или официальными положениями (название организации, адрес, номер телефона, факса, печать и др.).

Различают две категории служебной документации: документы для внутреннего пользования и документы для внешнего пользования.

Документы для внутреннего пользования называются обычно управленческими, или организационно-распорядительными. Среди управленческих документов выделяют организационные (устав, структура и штатная численность аппарата управления, штатное расписание, правила внутреннего трудового распорядка или положения о персонале, положение о структурном подразделении предприятия, должностная инструкция) и распорядительные (приказ, распоряжение, указание, инструкция). Отдельно выделяют информационно-справочные документы (протокол, акт, докладная и объяснительные записки, справка и др.) и документы по персоналу предприятия (типовой трудовой договор, заявление, анкета, характеристика и т. д.).

Документы для внешнего пользования служат важнейшим средством связи данного предприятия с внешним миром. В зависимости от содержания и объема деловые письма разделяют на простые (письмо-просьба, письмо-сообщение, письмо-приглашение, письмо-благодарность, сопроводительное письмо, письмо-подтверждение) и контрактные (запрос, ответ на запрос, предложение, ответ на предложение, договор (контракт), рекламация (претензия), ответ на рекламацию).

Письмо – самый распространённый способ обмена информацией.

Письма составляют большую часть входящих и исходящих документов любой организации. Независимо от разновидности писем их текст составляется в следующем порядке.

1. Введение (мотивы составления письма, ссылки на события, факты и др.).
2. Доказательства (обоснование вопроса, изложенного в письме).
3. Заключение (излагаются выводы, предполагаются решения).

Письмо должно быть посвящено одному вопросу: это упрощает операции по его обработке и ускоряет исполнение в той организации, куда оно адресовано. По своему объёму письмо не должно превышать одну машинописную страницу. К тексту письма предъявляются требования: ясность, чёткость, краткость изложения, так как цель составления и направления писем сводится обычно к побудительным мотивам. Текст письма должен содержать достаточно обоснованные аргументы и полную информацию, позволяющую адресату принять решения по поднятому в письме вопросу. Служебные письма пишут в доброжелательном тоне, обязательно в вежливой форме. Убедительность служебных писем достигается за счёт использования при их составлении сложившихся в управленческой практике языковых формулировок, стандартных оборотов и устоявшихся словосочетаний типа "оплата гарантируется..." и т.д.

Унификация – приведение чего-либо к единой системе, форме, к единообразию. Суть унификации служебных документов сводится к сокращению видов документов, к единообразию их форм, структуры, языковых конструкций и операций по обработке, учету и хранению. Сведение документов к единым формам предполагает также единообразное размещение реквизитов. Особенность унификации языка служебных документов состоит в формировании системы стандартных языковых моделей, отражающих типовые ситуации делового общения. Тип и стиль создаваемого документа зависит от цели, которую ставит создатель документа: информирование адресата, привлечение внимания к проблеме, по-

буждение к действию и т. п. Языковые формулы официальных документов позволяют ясно и лаконично излагать мотивы, причины и цели официального послания, а также упрощают процедуру создания документа.

Основные понятия:

- *Функциональный стиль*
- *Официально-деловой стиль*
- *Публицистический стиль*
- *Научный стиль*
- *Художественный стиль*
- *Разговорный стиль*
- *Реферат*
- *Аннотация*
- *Конспект*
- *Письмо*
- *Унификация*

Вопросы для самоконтроля

1. Какие черты отличают научный стиль от других функциональных стилей?
2. Дайте характеристику лексических, морфологических и синтаксических особенностей научного, публицистического, официально-делового стилей.
3. Дайте характеристику подстилей научного стиля, назовите адресатов каждого из подстилей.
4. В чем заключаются особенности жанров научного стиля?
7. Какие общие стилевые черты имеют разговорный и художественный стили?
8. Какие стилевые черты характерны для научного стиля и какими языковыми средствами они выражаются?

9. Какие стилевые черты характерны для публицистического стиля и какими языковыми средствами они выражаются?

10. Какие стилевые черты характерны для официально-делового стиля и какими языковыми средствами они выражаются

Тема 5.

ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ

1. Деловое общение, его особенности, функции и виды.

2. Культура речи и деловое общение.

3. Правила речевого общения.

1. Деловое общение, его особенности

Общение – взаимодействие индивидов или социальных групп, заключающееся в непосредственном обмене деятельностью, навыками, умениями, опытом, информацией и удовлетворяющее потребности человека в контактах с другими людьми. Общение есть специфическая форма взаимодействия людей. Общение не является изобретением человека, потребность в нем имеет биологическую природу. У людей общение стало играть столь важную роль, что практически получала статус одной из самых главных. Общение многогранно и может выполнять весьма разнообразные функции. Основными являются следующие:

- коммуникативная (состоит в обмене необходимой информацией);
- интерактивная (функция организации взаимодействия, т. е. определение вида деятельности, распределение обязанностей и контроль за их выполнением, влияние на настроение, поведение, убеждение партнера по общению);
- перцептивная (установление взаимопонимания в процессе деятельности). Общение становится возможным, если налицо все его единицы и каждая четко выполняет отведенную ей роль.

Компонентами общения являются:

- 1) его участники;
- 2) предмет общения и
- 3) средства общения (словесные и несловесные).

Основная единица коммуникации – речевое событие. Оно представляет собой законченное целое и состоит из двух компонентов:

1) это то, о чем сообщается, говорится (т. е. словесная речь) и то, чем речь сопровождается, – мимика, жесты, что в целом составляет речевое поведение;

2) это условие, обстановка, в которой происходит речевое общение, и сами участники общения, т. е. речевая ситуация.

Общение – является далеко не однозначное. Особенности поведения людей, применение ими методов и приемов, использование разнообразных вербальных и невербальных средств определяется видом общения. В лингвистике и психологии существуют разные классификации видов общения, они не противоречат, а скорее дополняют друг друга. В основу классификации кладут:

- вид деятельности человека (общение деловое и бытовое);
- положение коммуникантов в пространстве (общение контактное и дистантное);
- наличие или отсутствие опосредующего аппарата (общение непосредственное и опосредованное);
- используемая форма языка (общение устное и письменное);
- постоянство или изменчивость позиций «я говорящий» – «ты слушающий» (общение диалогическое и монологическое);
- количество коммуникантов (общение межличностное и массовое);
- степень общности (общение манипулятивное, примитивное, формально-ролевое, светское, деловое, духовное).

2. Культура речи и деловое общение

Деловое общение – это сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми в служебной сфере. Его участники выступают в

официальных статусах и ориентированы на достижение цели, конкретных задач. Специфической особенностью названного процесса является регламентированность, т. е. подчинение установленным ограничениям, которые определяются национальными и культурными традициями, профессиональными этическими принципами. Известны «писанные» и «неписанные» нормы поведения в той или иной ситуации официального контакта. Принятый порядок и форма обхождения на службе называется деловым этикетом. Его основная функция – формирование правил, способствующих взаимопониманию людей. Второй по значению является функция удобства, т. е. целесообразность и практичность. Общение как взаимодействие предполагает, что люди устанавливают контакт друг с другом, обмениваются определенной информацией для того, чтобы строить совместную деятельность, сотрудничество. Чтобы общение как взаимодействие происходило беспрепятственно, оно должно состоять из следующих этапов:

- установка контакта (знакомство). Предполагает понимание другого человека, представление себя другому человеку;
- ориентировка в ситуации общения, осмысление происходящего, выдержка паузы;
- обсуждение интересующей проблемы;
- решение проблемы; - завершение контакта (выход из него).

Служебные контакты должны строиться на партнерских началах, исходить из взаимных запросов и потребностей, из интересов дела. Беспорно, такое сотрудничество повышает трудовую и творческую активность, является важным фактором технологического процесса производства, бизнеса. Общение – процесс взаимодействия общественных субъектов: социальных групп, общностей или личностей, в котором происходит обмен информацией, опытом, способностями и результатами деятельности. Общение выступает как способ бытия общества и человека. Именно в процессе общения происходят социализация личности и ее самореализация. Специфика делового общения обусловлена тем, что оно возникает

на основе и по поводу определенного вида деятельности, связанной с производством какого-либо продукта или делового эффекта. При этом стороны делового общения выступают в формальных (официальных) статусах, которые определяют необходимые нормы и стандарты (в том числе и этические) поведения людей. Как и всякий вид общения, деловое общение имеет исторический характер, оно проявляется на разных уровнях социальной системы и в различных формах. Его отличительная черта – оно не имеет самоцельного значения, не является самоцелью, а служит средством для достижения каких-либо других целей. В условиях рыночных отношений – это прежде всего получение максимальной прибыли. Деловое общение является необходимой частью человеческой жизни, важнейшим видом отношений между людьми. Этику делового общения можно определить как совокупность нравственных норм, правил и представлений, регулирующих поведение и отношения людей в процессе их производственной деятельности. Она представляет собой частный случай этики вообще и содержит в себе ее основные характеристики.

Виды делового общения

По способу обмена информацией различают устное и письменное деловое общение. Устные виды делового общения, в свою очередь, разделяются на монологические и диалогические.

К монологическим видам относятся:

- приветственная речь;
- торговая речь (реклама);
- информационная речь;
- доклад (на заседании, собрании).

Диалогические виды:

- деловой разговор – кратковременный контакт, преимущественно на одну тему;
- деловая беседа – продолжительный обмен сведениями, точками зрения, часто сопровождающийся принятием решений;

- переговоры – обсуждение с целью заключения соглашения по какому-либо вопросу;

- интервью – разговор с журналистом, предназначенный для печати, радио, телевидения;

- дискуссия; - совещание (собрание); - пресс-конференция;

- контактный деловой разговор – непосредственный, «живой» диалог;

- телефонный разговор (дистантный), исключая невербальную коммуникацию. В прямом контакте и непосредственной беседе наибольшее значение имеют устная и невербальная коммуникации. Беседа или передача сообщений по телефону являются самыми распространенными формами коммуникаций, их отличает непосредственный контакт и большое разнообразие способов общения, что позволяет без труда сочетать деловую (формальную) и личную (неформальную) части всякого сообщения.

Письменные виды делового общения – это многочисленные служебные документы: деловое письмо, протокол, отчет, справка, докладная и объяснительная записка, акт, заявление, договор, устав, положение, инструкция, решение, распоряжение, указание, приказ, доверенность и др.

По содержанию общение может быть разделено на:

- материальное – обмен предметами и продуктами деятельности;

- когнитивное – обмен знаниями;

- мотивационное – обмен побуждениями, целями, интересами, мотивами, потребностями;

- деятельностное – обмен действиями, операциями, умениями, навыками.

По средствам общения возможно деление на такие четыре вида:

- непосредственное – осуществляемое с помощью естественных органов, данных живому существу: руки, голова, туловище, голосовые связки и т.д.;

- опосредованное – связанное с использованием специальных средств и орудий;

- прямое – предполагает личные контакты и непосредственное восприятие друг другом общающихся людей в самом акте общения;

- косвенное – осуществляется через посредников, которыми могут выступать другие люди.

3. Правила речевого общения

Чтобы преуспеть в воздействии на людей в деловом общении, необходимо развивать способности к соблюдению культуры речи, красноречию. Деловым языком называют исторически сложившуюся форму национального языка, обладающую определенным лексическим (словарным) фондом, упорядоченной грамматической структурой и развитым стилем.

Деловому языку присущи особые свойства:

1) наличие определенных норм, правил употребления, ударения, произношения и т.д., соблюдение которых имеет общеобразовательный характер независимо от профессиональной и территориальной принадлежности специалиста;

2) стремление к устойчивости, сохранению исторических традиций;

3) стилистическое богатство, заключающееся во множестве функционально оправданных вариантных средств, что позволяет достигать эффективного выражения мысли в различных вербальных ситуациях.

Выделяют **десять правил** оптимального речевого общения, способствующего легкому выражению мыслей, непринужденному и гармоничному ведению диалога:

1. Изъясняться правильным языком, соответствующим общепринятым языковым нормам.

2. Принимать во внимание сферы общения (коллеги, конференция, телестудия и т.д.). Недопустимо в разных сферах говорить одним стилем. Избегать однообразия в речи.

3. Не быть многословным. Конкретно формулировать свои предложения, делая доступной для всех их новизну.

4. Изъясняться понятным, красочным языком. Ясность – главное достоинство речи, по Аристотелю.

5. Уметь выслушать оппонента.

6. Доказательно и четко выражать свои мысли.

7. Быть сдержанным в жестах.

8. Уважать мнение оппонента. Присоединяясь к мнению других, не повторяться.

9. Удерживать внимание слушателя, не злоупотреблять паузами в речи.

10. Использовать эмоциональные средства воздействия.

Основные понятия:

— *Общение*

— *Деловое общение*

— *Речевое общение*

— *Приветственная речь;*

— *Торговая речь (Реклама);*

— *Информационная речь;*

— *Доклад*

— *Деловой Разговор*

— *Деловая Беседа*

— *Переговоры*

— *Интервью*

— *Дискуссия*

— *Телефонный разговор*

— *Контактный деловой разговор*

Вопросы для самоконтроля

1. Что такое общение?

2. Каковы особенности делового общения.

3. Назовите основные правила речевого общения.

Тема 6.

ДЕЛОВОЙ ЭТИКЕТ

- 1. Основные понятия об этикете.**
- 2. Речевой этикет: понятие, функции.**
- 3. Имидж делового человека.**

1. Основные понятия об этикете

Сложившиеся нормы нравственности являются результатом длительного по времени процесса становления взаимоотношений между людьми. Без соблюдения этих норм невозможны политические, экономические, культурные отношения, ибо нельзя существовать, не уважая друг друга, не налагая на себя определенных ограничений.

Этикет – слово французского происхождения, означающее манеру поведения. К нему относятся правила учтивости и вежливости, принятые в обществе. Первоначально оно обозначало товарную бирку, ярлык (ср. этикетка), а затем так стали называть придворный церемониал. Именно в этом значении, особенно после принятия французского церемониала при венском дворе, слово «этикет» получило распространение в немецком, польском, русском и других языках.

Этикет (от франц. *etiquette*) – установленный порядок поведения личности на работе, в общественных местах, на приеме, деловых встречах (например, придворный, дипломатический, воинский, гражданский, служебный, бытовой этикет).

Многовековая практика деловой жизни убедительно свидетельствует о том, что важнейшими элементами этикета являются нравственные принципы (этика) и правила поведения людей, а также их речевая культура.

Современный этикет наследует обычаи практически всех народов от седой древности до наших дней. В основе своей эти правила поведения являются всеобщими, поскольку они соблюдаются представителями не

только какого-то одного общества, но и представителями самых различных социально-политических систем, существующих в современном мире. Народы каждой страны вносят в этикет свои поправки и дополнения, обусловленные общественным строем страны, спецификой ее истории, национальными традициями и обычаями.

Различают несколько *видов* этикета, основными из которых являются:

придворный этикет – строго регламентируемый порядок и формы обхождения, установленные при дворах монархов;

дипломатический этикет – правила поведения дипломатов и других официальных лиц при контактах друг с другом на дипломатических приемах, визитах, переговорах;

воинский этикет – свод общепринятых в армии правил, норм и манер поведения военнослужащих во всех сферах их деятельности;

общегражданский этикет – совокупность правил, традиций и условностей, соблюдаемых гражданами при общении друг с другом.

Каждый культурный человек должен не только знать и соблюдать основные нормы этикета, но и понимать необходимость определенных правил и взаимоотношений. Манеры во многом отражают внутреннюю культуру человека, его нравственные и интеллектуальные качества. Умение правильно вести себя в обществе имеет очень большое значение: оно облегчает установление контактов, способствует достижению взаимопонимания, создает хорошие, устойчивые взаимоотношения.

Современный этикет регламентирует поведение людей в быту, на службе, в общественных местах и на улице, в гостях и на различного рода официальных мероприятиях – приемах, церемониях, переговорах.

Итак, этикет – очень большая и важная часть общечеловеческой культуры, нравственности и морали, выработанной на протяжении многих веков жизни всеми народами в соответствии с их представлениями о добре, справедливости, человечности – в области моральной культуры и о красоте, порядке, благоустройстве, бытовой целесообразности – в обла-

сти культуры материальной. В вопросах общегражданского этикета немалое место занимает этикет делового общения.

Деловой этикет богаче по своему содержанию, поскольку относится к данной категории, как частное к общему. Он составляет важнейшую сторону профессионального поведения делового человека.

1. Правила этикета, облаченные в конкретные формы поведения, указывают на единство двух его сторон: морально-этической и эстетической. Первая сторона – это выражение нравственной нормы: предупредительной заботы, защиты и т. д. Вторая сторона – эстетическая – проявление красоты, изящества форм поведения.

2. Для приветствия пользуйтесь не только вербальным (речевым) средством «Здравствуйте!», «Добрый день», но и невербальными жестами: поклоном, кивком, взмахом руки и т. п. Можно равнодушно сказать: «Здравствуйте», кивнуть головой и пройти мимо. Но лучше поступить иначе: сказать, например: «Здравствуйте, Иван Александрович!», тепло улыбнуться ему и остановиться на несколько секунд. Такое приветствие подчеркивает ваши добрые чувства к этому человеку, он поймет, вы цените его, да и звучание собственного имени – приятная мелодия для любого человека.

3. Обращение без имени – обращение формальное: будь то подчиненный или начальник, сосед по лестничной площадке или попутчик в общественном транспорте. Обращение по имени, а еще лучше – по имени и отчеству – это обращение к личности. Произнося имя, отчество, мы подчеркиваем уважение человеческого достоинства, демонстрируем душевное расположение. Такое приветствие создает репутацию деликатного, воспитанного, тактичного человека. Конечно, с подобными качествами люди не рождаются. Эти качества воспитываются, а потом входят в привычку. Чем раньше начнется такое воспитание, тем лучше – скорее войдет в привычку. Особенно тяжело дается формирование хороших привычек интеллигента бизнесменам первого поколения, так как приходится

большей частью идти путем проб и ошибок. Недаром англичане говорят – чтобы стать джентльменом, надо иметь в семье три университетских диплома: деда, отца и сына.

Этикет – явление историческое. Правила поведения людей изменялись с изменениями условий жизни общества, конкретной социальной среды. Этикет возник в период зарождения абсолютных монархий. Придерживаться определенных правил поведения, церемониала было необходимо для возвеличивания царственных особ: императоров, королей, царей, князей, принцев, герцогов и т. п., для закрепления иерархии внутри самого классового общества. От знания этикета, выполнения его правил часто зависела не только карьера, но и жизнь человека. Так было в Древнем Египте, Китае, Риме, Золотой Орде. Нарушение этикета приводило к вражде между племенами, народами и даже к войнам.

Этикет всегда выполнял и выполняет определенные функции, например, разделение по чинам, сословиям, знатности рода, званиям, имущественному положению. Кроме того этикет предписывает нормы поведения на работе, на улице, в гостях, на деловых и дипломатических приемах, в театре, в общественном транспорте и т. д.

4. Но кроме правил этикета, для всех существует также профессиональный этикет. В жизни всегда существуют отношения, которые обеспечивают наивысшую эффективность в выполнении профессиональных функций. Участники какого-либо взаимодействия всегда стараются сохранить наиболее оптимальные формы этого взаимодействия и правила поведения. От новичка они станут требовать неукоснительного соблюдения выработанных и проверенных правил делового общения, так как они облегчают выполнение профессиональных функций, способствуют достижению поставленных целей. В том или ином коллективе, группе работников, сотрудников, деловых людей складываются определенные традиции, которые с течением времени приобретают силу моральных принципов и составляют этикет данной группы, общности.

В практике деловых отношений всегда есть какие-то стандартные ситуации, которых невозможно избежать. Для этих ситуаций и вырабатывают формы и правила поведения. Этот набор правил составляет этикет делового общения. Одно из определений этикета деловых отношений – это свод поведения в бизнесе, который представляет внешнюю сторону делового общения.

5. Деловой этикет – результат длительного отбора правил форм наиболее целесообразного поведения, которое способствовало успеху в деловых отношениях. Не всегда легко давалось освоение этих правил, поэтому предприниматели «от сохи» нередко сомневались в них: «Зачем мне это?» Можно следовать и данному принципу. Однако если хотите установить прочные деловые отношения с зарубежными партнерами, то знание делового этикета просто обязательно.

Прежде всего, следует помнить, что деловой этикет включает точное соблюдение правил культуры поведения, которая предполагает глубокое уважение человеческой индивидуальности. Социальная роль того или иного человека не должна быть самодовлеющей, не должна оказывать гипнотического влияния на делового партнера. Культурный предприниматель будет в равной степени уважительно относиться и к министру, и к рядовому техническому работнику министерства, президенту компании, фирмы и уборщице офиса, т. е. всем показывать искреннее уважение. Это искреннее уважение должно стать составной частью натуры.

Нельзя при первой встрече обнаружить даже признак того, что вы представляете партнера как темную лошадку, стремящуюся обойти вас на прямой или на вираже, а говоря проще – обмануть. В основе поведения должна лежать нравственная оценка: деловой партнер – хороший человек, если, конечно, он не доказал своими поступками обратного.

Деловой этикет базируется на следующих *принципах*.

1. Здравый смысл. Нормы делового этикета не должны противоречить здравому смыслу, а здравый смысл подсказывает, что деловой эти-

кет в целом направлен на поддержание порядка, организованности, экономии времени и другие разумные цели. Нормы этикета, нарушающие деловые взаимоотношения, устоявшиеся правила общения, здравым смыслом поддерживаться не могут.

2. Свобода. Имеется в виду, что правила и нормы делового этикета, хотя и существуют и весьма ревностно исполняются, тем не менее не должны препятствовать свободному волеизъявлению каждого делового партнера, свободе выбора партнеров по бизнесу, свободе подбора методов и способов исполнения договоренностей между сторонами.

Свобода предполагает также терпимое отношение к проявлению национальных особенностей, культурных национальных традиций, лояльность к проявляемой точке зрения, к различным деловым позициям. Однако такой принцип делового этикета, как свобода, ограничен:

- здравым смыслом;
- климатическими условиями;
- традициями;
- национальными особенностями;
- политическим режимом и др.

3. Этичность. Весь комплекс норм, стандартов, требований, рекомендаций, составляющий деловой этикет, самой своей сутью и содержанием просто обязан быть этичным, моральным, т. е. деловой этикет целиком и полностью ориентирован на добро. Но как трактовать эту главную категорию морали, т. е. что считать добром и что считать злом, в сфере бизнеса – вопрос сложный и неоднозначный. Все содержание данной области знаний, а также учебной дисциплины «Деловой этикет» имеет своей главной целью окружить бизнес множеством «этических фильтров», оставляющих аморальное поведение и негативные поступки людей за рамками сферы деловых отношений.

4. Удобство. Нормы делового этикета – не путы, не оковы, не кандалы на партнерах по бизнесу, они не должны сковывать деловых людей, мешая деловым отношениям и тормозя развитие экономики.

5. Целесообразность. Суть этого принципа в том, что каждое предписание делового этикета должно служить определенным целям. Виды деловых отношений – презентация, деловая беседа, ведение переговоров и т. п. – имеют разнообразные цели, и каждый аспект делового этикета должен им соответствовать.

6. Экономичность. Этика деловых отношений не должна обходиться слишком дорого; высокая ее «стоимость» в делах сама по себе неэтична, поскольку представляет собой вычет либо из прибыли организации, либо из доходов отдельного сотрудника.

Протокольному отделу организации следует руководствоваться соображениями разумной стоимости в этом вопросе.

7. Консерватизм. Этот принцип является само собой разумеющимся, так как корни делового этикета – в этикете государственном, имеющем многовековую историю, в этикете воинском, в светском (общегражданском) этикете, который хотя и не столь давно существует, однако его концепции завоевали прочное место в жизни общества и стали классическими.

Консерватизм во внешнем облике делового человека, в его манерах, склонностях, приверженности к тем или иным традициям невольно вызывает ассоциации чего-то незыблемого, прочного, надежного; а надежный партнер в делах – предел желаний для каждого человека.

Надежность, фундаментальность, стабильность – весьма привлекательные в деловом мире черты, и они имеют содержательную связь с консерватизмом.

8. Непринужденность. Нормы делового этикета должны быть таковы, чтобы соблюдение их не превращалось в нечто навязываемое, отторгаемое психологически; они естественны, исполняемы с легкостью и без напряжения. (Внимание! Не путать непринужденность с бесцеремонностью, расхлябанностью, невниманием к окружающим, невоспитанностью!)

9. Универсализм. Это значит, что следует стараться, чтобы каждая рекомендация или норма делового этикета была направлена на многие стороны деловых взаимоотношений.

10. Эффективность. Суть этого принципа в том, что стандарты деловых отношений должны способствовать сокращению сроков исполнения договоров, заключению большего числа договоров, уменьшению количества конфликтов в коллективе.

Деловой этикет – важная составляющая деловых отношений, базирующаяся на многовековой мудрости, определяющей представления о духовных ценностях (справедливости, честности, верности слову и ценностях материальных – организованности, высоком эстетическом уровне). Можно сказать, что деловой этикет – это внешнее выражение внутренней культуры человека.

Нужно запомнить, что этикет помогает нам только тогда, когда нет внутреннего напряжения, рождающегося из попытки сделать по правилам этикета то, чего раньше мы никогда не делали.

2. Речевой этикет

Под речевым этикетом понимаются разработанные правила речевого поведения, система речевых формул общения. Степень владения речевым этикетом определяет степень профессиональной пригодности человека. Это, прежде всего, относится к государственным служащим, политикам, педагогам, юристам, врачам, менеджерам, предпринимателям, журналистам, работникам сферы обслуживания, т. е. к тем, кто по роду своей деятельности постоянно общается с людьми. Владение речевым этикетом способствует приобретению авторитета, порождает доверие и уважение. Знание правил речевого этикета, их соблюдение позволяет человеку чувствовать себя уверенно и непринужденно, не испытывать неловкости из-за промашек и неправильных действий, избежать насмешек со стороны окружающих. Но что наиболее важно – неукоснительное следование правилам речевого этикета членами коллектива того или иного учреждения, предприятия, производства, офиса оставляет у клиентов, соучредителей, партнеров благоприятное впечатление, поддерживает поло-

жительную репутацию всей организации. Какие же факторы определяют формирование речевого этикета и его использование? Речевой этикет строится с учетом особенностей партнеров, вступающих в деловые отношения, ведущих деловой разговор: социальный статус субъекта и адресата общения, их место в служебной иерархии, их профессии, национальности, вероисповедания, возраст, пол, характер. Речевой этикет определяется ситуацией, в которой происходит общение. Это может быть презентация, конференция, симпозиум; совещание, на котором обсуждается экономическое, финансовое положение компании, предприятия; прием на работу или увольнение; консультация; юбилей фирмы и др. Речевой этикет имеет национальную специфику. Каждый народ создал свою систему правил речевого поведения. Например, В. Овчинников в книге «Ветка сакуры» так описывает своеобразие японского этикета: «В разговорах люди всячески избегают слов „нет“, „не могу“, „не знаю“, словно это какие-то ругательства, нечто такое, что никак нельзя высказать прямо, а только иносказательно, обиняками. Даже отказываясь от второй чашки чая, гость вместо „нет, спасибо“ употребляет выражение, дословно обозначающее „мне уже и так прекрасно“. Если токийский знакомый говорит: „Прежде чем ответить на ваше предложение, я должен посоветоваться с женой“, то не нужно думать, что перед вами поборник женского равноправия. Это лишь один из способов не произнести слова „нет“». Особенно детально рассматривается различие между речевыми этикетами различных народов в справочниках под общим названием «Речевой этикет». В них приводятся русско-английские, русско-французские, русско-немецкие соответствия устойчивых выражений этикета. Например, в справочнике «Русско-английские соответствия», составленном Н. И. Формановской и С. В. Шведовой (М., 1990), не только даются примеры приветствия, прощания, выражения благодарности, извинения, поздравления, обращения к знакомым и незнакомым людям на русском и английском языках, но и указываются особенности употребления тех или иных выражений в английском

языке. Вот как объясняется своеобразие английского языка в использовании форм обращения ты и вы. В английском языке, в отличие от русского, нет формального разграничения между формами ты и вы. Весь спектр значений этих форм заключен в местоимении you. Местоимение thou, которое по идее соответствовало бы русскому ты, вышло из употребления в XVII в., сохранившись лишь в поэзии и Библии. Все регистры контактов, от подчеркнуто официальных до грубо-фамильярных, передаются другими средствами языка – интонацией, выбором соответствующих слов и конструкций. Особенностью русского языка является именно наличие в нем двух местоимений ты и вы, которые могут восприниматься как формы второго лица единственного числа. Выбор той или иной формы зависит от социального положения собеседников, характера их отношений, от официальной или неофициальной обстановки. Речевой этикет – регулирующие правила речевого поведения, система национально специфичных стереотипных, устойчивых формул общения, принятых и предписанных обществом для установления контактов собеседников, поддержания и прерывания контакта в избранной тональности. Исследователями описывается целый спектр коммуникативных функций речевого этикета.

Речевой этикет:

способствует установлению контакта между собеседниками;

привлекает внимание слушателя (читателя), выделяет его среди других потенциальных собеседников;

позволяет засвидетельствовать уважение;

помогает определить статус происходящего общения (дружеский, деловой, официальный и пр.);

формирует благоприятную эмоциональную обстановку для общения и оказывает положительное воздействие на слушателя (читателя) и пр.

Формулы речевого этикета.

Формулы речевого этикета – типовые готовые конструкции, которые регулярно употребляются при корректном общении. К речевому эти-

кету относятся слова и выражения, употребляемые людьми для прощения, просьбы, извинения, принятые в различных ситуациях формы обращения, интонационные особенности, характеризующие вежливую речь, и т. д. К сфере этикета относятся, в частности, принятые в данной культуре способы выражения сочувствия, жалобы, вины, горя и т. д.

Основу речевого этикета составляют речевые формулы, характер которых зависит от особенностей общения. Любой акт общения имеет начало, основную часть и заключительную. В связи с этим формулы речевого этикета разделяются на три основных группы:

1. Речевые формулы, относящиеся к началу общения.
2. Речевые формулы, характерные для основной части общения.
3. Речевые формулы, используемые в конце общения.

Когда разговор заканчивается, собеседники используют формулы расставания, прекращения общения.

Типичные ситуации речевого этикета

- обращение и привлечение внимания;
- знакомство, приветствие;
- прощание;
- извинение, благодарность;
- поздравление, пожелание;
- одобрение, комплимент;
- сочувствие, соболезнование;
- приглашение, предложение;
- совет, просьба;
- согласие, отказ.

Факторы, определяющие формирование речевого этикета.

1. Речевой этикет строится с учетом особенностей партнеров, вступающих в коммуникацию: социального статуса субъекта и адресата, их места в социальной иерархии, их профессии, национальности, вероисповедания, возраста, пола, характера.

2. Речевой этикет определяется ситуацией, в которой происходит речевое общение. Речевой этикет так или иначе привязывается к ситуации речевого общения и ее параметрам: личностям собеседников, теме, месту, времени, мотиву и цели общения.

3. Речевой этикет имеет национальную специфику. Каждый народ создал свою систему правил речевого поведения.

Деловой этикет включает в себя две группы правил:

- нормы, действующие в сфере общения между равными по статусу членами одного коллектива (горизонтальные);

- нормы, определяющие характер контакта руководителя и подчиненного (вертикальные).

Общим требованием считается приветливое и предупредительное отношение ко всем коллегам по работе, партнерам, независимо от личных симпатий и антипатий. Обязательно соблюдение типовых речевых формул, позволяющих организовать этикетные ситуации приветствия, просьбы, благодарности, порицания и т. д. (например, "здравствуйте", "будьте добры", "разрешите принести извинения", "счастлив познакомиться с вами"). Эти устойчивые конструкции выбираются с учетом социальных, возрастных, психологических характеристик.

Структура акта общения. Языковые формулы

Любой акт общения имеет начало, основную часть и заключительную. Если адресат незнаком субъекту речи, то общение начинается со знакомства. При этом оно может происходить непосредственно и опосредованно. По правилам хорошего тона не принято вступать в разговор с незнакомым человеком и самому представляться. Однако бывают случаи, когда это необходимо сделать. Этикет предписывает следующие формулы:

Разрешите(те) с вами (с тобой) познакомиться.

Я хотел бы с вами (с тобой) познакомиться.

Позвольте(те) с вами (с тобой) познакомиться.

Будем знакомы.

При посещении учреждения, офиса, конторы, когда предстоит разговор с чиновником и необходимо ему представиться, используются формулы:

Позвольте (разрешите) представиться.

Моя фамилия Колесников.

Я Павлов.

Николай Петров.

Если же посетитель не называет себя, тогда чиновник сам спрашивает:

Как ваша (твоя) фамилия?

Как вас (тебя) зовут?

Во многих странах уже давно при знакомстве используются визитные карточки. Это стали практиковать и у нас. Визитная карточка подается во время представления. Тот, кому представляются, должен взять ее и прочитать вслух, а затем во время разговора, если он происходит в кабинете, держать визитку на столе перед собой, чтобы правильно называть собеседника.

Посредник, определяя порядок представления и выбирая этикетную формулу, учитывает служебное положение, возраст, пол тех, кого он представляет, а также были ли они ранее знакомы или только один из них знает другого, слышал о нем раньше.

Представление бывает двусторонним и односторонним. Последнее происходит чаще всего тогда, когда собравшиеся на заседание, совещание, на какое-то торжество, брифинг, встречу представляют организаторов этих встреч или тех участников, которые незнакомы всем или части собравшихся. Используются следующие формулы представления:

Познакомьтесь (пожалуйста). Анна Сергеевна Зубкова. Анатолий Евгеньевич Сорокин.

Я хочу (хотел бы) познакомить вас с...

Я хочу (хотел бы) представить вас...

Разрешите (позвольте) познакомить вас с...

Иногда после представления, особенно в неофициальной обстановке, знакомящиеся обмениваются репликами:

Очень приятно (рад)!

(Я) рад (счастлив) с вами познакомиться.

(Мне) очень приятно с вами познакомиться!

Этикет определяет и норму поведения. Принято мужчину представлять женщине; младшего по возрасту – старшему; сотрудника – начальнику. Официальные и неофициальные встречи знакомых, а иногда и незнакомых людей начинаются с приветствия.

В русском языке основное приветствие – здравствуйте. Оно восходит к старославянскому глаголу здравствовать, что означает «быть здоровым», т. е. здоровым. Глагол здравствовать в давние времена имел и значение «приветствовать» (ср.: здороваться), о чем свидетельствует текст:

«Онежской былины»: «Как приходит Илья тут Муромец, а здравствует он князя с княгинею». Следовательно, в основе этого приветствия содержится пожелание здоровья. Впервые приветствие здравствуй встречается в «Письмах и бумагах Петра Великого 1688–1701».

Наряду с этой формой распространено приветствие, указывающее на время встречи:

Доброе утро!

Добрый день!

Добрый вечер!

Приветствие часто сопровождается рукопожатием, которое может даже заменять вербально выраженное приветствие. Однако следует знать, что если встречаются мужчина и женщина, то мужчина должен выждать, когда женщина протянет руку для пожатия, иначе он только делает легкий поклон.

Невербальным эквивалентом приветствия, когда встретившиеся отделены друг от друга, служит поклон головой; покачивание сжатыми в ладо-

нях руками, слегка приподнятыми и вытянутыми перед грудью вперед;

для мужчин – чуть-чуть приподнятая над головой шляпа.

Речевой этикет приветствий предусматривает и характер поведения, т. е. очередность приветствия. Первыми приветствуют: мужчина – женщину; младший (младшая) по возрасту – старшего (старшую); младшая по возрасту женщина – мужчину, который значительно старше ее; младший по должности – старшего; член делегации – ее руководителя (независимо от того, своя делегация или зарубежная).

Начальным формулам общения противостоят формулы, используемые в конце общения. Это формулы расставания, прекращения общения.

Они выражают следующее:

– пожелание (Всего вам доброго (хорошего)! До свидания!)

– надежду на новую встречу (До вечера (завтра, субботы). Надеюсь, мы расстанемся ненадолго. Надеюсь на скорую встречу);

– сомнение в возможности еще раз встретиться; расставание будет надолго (Прощайте! Вряд ли удастся еще раз встретиться. Не помните лихон).

После приветствия обычно завязывается деловой разговор. Речевой этикет предусматривает несколько зачинов, которые обусловлены ситуацией. Наиболее типичны три ситуации: 1) торжественная; 2) скорбная;

3) рабочая, деловая.

К первой относятся государственные праздники, юбилеи предприятия и сотрудников; получение наград; открытие офиса, магазина; презентация; заключение договора, контракта и т. д.

В повседневной деловой обстановке (деловая, рабочая ситуация) также используются формулы речевого этикета. Например, при подведении итогов работы, при определении результатов распродажи товаров или участия в выставках, при организации различных мероприятий, встреч возникает необходимость кого-то поблагодарить или, наоборот, вынести порицание, сделать замечание. На любой работе, в любой орга-

низации у кого-то может появиться необходимость дать совет, высказать предложение, обратиться с просьбой, выразить согласие, разрешить, запретить, отказать кому-то.

Приведем речевые клише, которые используются в данных ситуациях.

Выражение благодарности:

Позвольте (разрешите) выразить (большую, огромную) благодарность Николаю Петровичу Быстрову за отлично (прекрасно) организованную выставку.

Фирма (дирекция, ректорат) выражает благодарность всем сотрудникам (преподавательскому составу) за...

Должен выразить начальнику отдела снабжения (свою) благодарность за...

Позвольте (разрешите) выразить большую (огромную) благодарность...

За оказание какой-либо услуги, за помощь, важное сообщение, подарок принято благодарить следующими словами:

Я благодарен вам за то, что...

(Большое, огромное) спасибо вам (тебе) за...

(Я) очень (так) благодарен вам!

Эмоциональность, экспрессивность выражения благодарности усиливается, если сказать:

Нет слов, чтобы выразить вам (мою) благодарность!

Моя благодарность не имеет (не знает) границ!

Замечание, предупреждение:

Фирма (дирекция, правление, редакция) вынуждена сделать (серьезное) предупреждение (замечание)...

К (большому) сожалению (огорчению), должен (вынужден) сделать замечание (вынести порицание)...

Нередко люди, особенно наделенные властью, считают необходимым высказывать свои предложения, советы в категорической форме:

Все (вы ...) обязаны (должны)...

Вам непременно следует поступить так...

Категорически (настойчиво) советую (предлагаю) сделать...

Советы, предложения, высказанные в такой форме, похожи на приказание или распоряжение и не всегда рождают желание следовать им, особенно если разговор происходит между сослуживцами одного ранга.

Побуждение к действию советом, предложением может быть выражено в деликатной, вежливой или нейтральной форме:

Разрешите (позвольте) дать вам совет (посоветовать вам)...

(Я) хочу (мне хотелось бы, мне хочется) посоветовать (предложить) вам...

Я посоветовал бы (предложил бы) вам...

Обращение с просьбой должно быть деликатным, предельно вежливым, но без излишнего заискивания:

Сделайте одолжение, выполните (мою) просьбу...

Если вам не трудно (вас это не затруднит)...

Не считите за труд, пожалуйста, отнесите...

(Не) могу ли я попросить вас...

(Пожалуйста), (очень вас прошу) разрешите мне...

Просьба может быть выражена с некоторой категоричностью:

Настоятельно (убедительно, очень) прошу вас (тебя)...

Согласие, разрешение формулируется следующим образом:

(Сейчас, незамедлительно) будет сделано (выполнено).

Пожалуйста (разрешаю, не возражаю).

Согласен отпустить вас.

Согласен, поступайте (делайте) так, как вы считаете.

При отказе используются выражения:

(Я) не могу (не в силах, не в состоянии) помочь (разрешить, оказать содействие).

(Я) не могу (не в силах, не в состоянии) выполнить вашу просьбу.

В настоящее время это (сделать) невозможно.

Поймите, сейчас не время просить (обращаться с такой просьбой).

Простите, но мы (я) не можем (могу) выполнить вашу просьбу.

Я вынужден запретить (отказать, не разрешить).

Немаловажным компонентом речевого этикета является комплимент. Тактично и вовремя сказанный, он поднимает настроение у адресата, настраивает его на положительное отношение к оппоненту. Комплимент говорится в начале разговора, при встрече, знакомстве или во время беседы, при расставании. Комплимент всегда приятен. Опасен только неискренний комплимент, комплимент ради комплимента, чрезмерно восторженный комплимент.

Комплимент относится к внешнему виду, свидетельствует об отличных профессиональных способностях адресата, его высокой нравственности, дает общую положительную оценку:

Вы хорошо (отлично, прекрасно, превосходно, великолепно, молодод) выглядите.

Вы не меняетесь (не изменились, не стареете).

Вы хороший (отличный, прекрасный, превосходный) специалист (экономист, менеджер, предприниматель, компаньон).

Вы хорошо (отлично, прекрасно, превосходно) ведете (свое) хозяйство (дело, торговлю, строительство).

Вы умеете хорошо (прекрасно) руководить (управлять) людьми, организовывать их. С вами приятно (хорошо, отлично) иметь дело (работать, сотрудничать).

Общение предполагает наличие еще одного слагаемого, еще одного компонента, который проявляет себя на всем протяжении общения, является его неотъемлемой частью, служит перекидным мостиком от одной реплики к другой. И в то же время норма употребления и сама форма слагаемого окончательно не установлены, вызывают разногласие, являются «большим местом» русского речевого этикета.

Обращение

Синтаксическая единица – обращение – становится социально значимой категорией. Чтобы разобраться в этом, необходимо осмыслить, в чем заключается особенность обращения в русском языке, какова его история. Обращение испокон веков выполняло несколько функций. Главная из них – привлечь внимание собеседника. Это – вокативная функция. Поскольку в качестве обращений используются как собственные имена (Анна Сергеевна, Игорь, Саша), так и названия людей по степени родства (отец, дядя, дедушка), по положению в обществе, по профессии, должности (президент, генерал, министр, директор, бухгалтер), по возрасту и полу (старик, мальчик, девочка), обращение помимо вокативной функции указывает на соответствующий признак.

Наконец, обращения могут быть экспрессивно и эмоционально окрашенными, содержать оценку: *Любочка, Маринуся, Любка, болван, остолоп, недотепа, шалопай, умница, красавица*. Особенность таких обращений заключается в том, что они характеризуют как адресата, так и самого адресанта, степень его воспитанности, отношение к собеседнику, эмоциональное состояние. Приведенные слова-обращения используются в неофициальной ситуации, только некоторые из них, например, собственные имена (в их основной форме), названия профессий, должностей служат обращениями и в официальной речи.

Отличительной чертой официально принятых обращений на Руси было отражение социального расслоения общества, такой его характерной черты, как чиновничество.

После Октябрьской революции особым декретом упраздняются все старые чины и звания. Провозглашается всеобщее равенство. Обращения господин – госпожа, барин – барыня, сударь – сударыня, милостивый государь (государыня) постепенно исчезают. Только дипломатический язык сохраняет формулы международной вежливости. Так, к главам монархических государств обращаются Ваше величество, Ваше превосходительство;

иностранцев продолжают называть господин (госпожа).

Вместо всех существовавших в России обращений, начиная с 1917–1918 гг., получают распространение обращения граждан и товарищ.

В обращении слово товарищ соотносится не только с фамилией, но и с профессией, званием: товарищ комиссар, товарищ профессор, с именем и отчеством: товарищ Дуня Фоминишна.

Происходит четкое разграничение: товарищи – это большевики, это те, кто верит в революцию. Остальные – не товарищи, значит, враги. В последующие годы советской власти слово «товарищ» было особенно популярным. А. М. Горький в сказке «Товарищ» пишет, что оно стало «яркой, веселой звездой, путеводным огнем в будущее». В романе Н. Островского «Как закалялась сталь» читаем: «Слово „товарищ“, за которое еще вчера платили жизнью, звучало сейчас на каждом шагу. Непередаваемо волнующее слово „товарищ“».

После Отечественной войны слово «товарищ» постепенно начинает выходить из повседневного неофициального обращения людей друг к другу. Возникает проблема, как обратиться к незнакомому человеку. Вопросы начинают обсуждать на страницах печати, в передачах по радио. Высказывают свое мнение филологи, писатели, общественные деятели. Предлагают возродить обращения сударь, сударыня.

Начиная с конца 1980-х гг. в официальной обстановке стали возрождать обращения сударь, сударыня, господин, госпожа. История повторяется. Как в 1920–30 гг. обращения господин и товарищ имели социальную окраску, так и в 1990-х гг. они вновь противостояли друг другу.

В последнее время обращение господин, госпожа воспринимается как норма на заседаниях Думы, в передачах по телевидению, на различных симпозиумах, конференциях. Параллельно с этим на встречах представителей власти, политических деятелей с народом, а также на митингах выступающие с речью стали использовать обращения россияне, сограждане, соотечественники. В среде государственных служащих, бизнесменов, предпринимателей, преподавателей вузов нормой становится

обращение господин, госпожа в сочетании с фамилией, названием должности, звания. Трудности возникают в том случае, если директор, профессор – женщина. Как в таком случае обратиться: господин профессор или госпожа профессор? Обращения товарищ продолжают использовать военные, члены партий коммунистического направления, а также во многих заводских коллективах. Ученые, преподаватели, врачи, юристы отдают предпочтение словам коллеги, друзья. Обращение уважаемый, уважаемая встречается в речи старшего поколения. Слова женщина, мужчина, получившие распространение в последнее время в роли обращения, нарушают норму речевого этикета, свидетельствуют о недостаточной культуре говорящего. В таком случае предпочтительнее начинать разговор без обращений, используя этикетные формулы: будьте любезны, будьте добры, извините, простите.

Таким образом, проблема общеупотребительного обращения вне официальной обстановки остается открытой. Она будет решена только тогда, когда каждый гражданин России научится уважать себя и с уважением относиться к другим, когда научится защищать свою честь и достоинство, когда станет личностью, когда неважно будет, какую должность он занимает, каков его статус. Важно, что он гражданин Российской Федерации. Только тогда никто из россиян не будет чувствовать неловкость и смущение, если его назовут или он кого-то назовет господин, госпожа.

Итак, учет факторов, которые формируют и определяют речевой этикет, знание и соблюдение норм речевого этикета создают благоприятный климат для взаимоотношений, способствуют эффективности, результативности общения.

3. Имидж делового человека

Этикет является одной из главных составляющих имиджа.

Английское слово image означает «образ». Каждый человек вызывает у других определенное представление о себе, т. е. образ, который

можно назвать индивидуальным имиджем. Но имидж – это и социальное явление. В любом обществе существует совокупность представлений о том, как должен выглядеть и вести себя человек определенного социального статуса или профессии – учитель, бизнесмен, директор, политик и т. д. В таких случаях речь идет о социальном и профессиональном имидже. Мы говорим: «Это работает на ваш имидж» и даже «Вам надо изменить имидж» в том случае, если впечатление о человеке не соответствует ожидаемому от его профессии или положения в обществе.

Хорошие актеры и политики тщательно продумывают свой имидж. Ведь от того, импонируют ли они публике, зависит их популярность.

Одно из слагаемых успеха в деловом общении – верно найденный имидж. Исходить при его формировании следует из тех требований, которые предъявляются человеку делового мира, и ориентироваться на свою индивидуальность.

Имидж может быть у какого-то конкретного человека, и мнение может быть о каком-то конкретном человеке; имидж может формироваться на основе данных не только о внешности человека, но и о его психике, и мнение может создаваться как по первому впечатлению, так и на основе оценки характера, темперамента и других характеристик. В этом смысле понятия «имидж» и «мнение» достаточно близки, различие же между ними заключается в следующем: «имидж» правильнее употреблять в словосочетаниях типа имидж человека, политика, банкира, а «мнение» – в словосочетаниях типа мнение о человеке, политике, банкире.

Понятие «имидж» может быть применено не только к человеку, но и организации, и стране. А создают имидж люди, так что, каков имидж Украины на Западе (да и на Востоке) – это то, каков имидж украинцев, людей, представляющих Украину внешнему миру. Таким образом, имидж вашей фирмы зависит и от вашего личного имиджа. Верно и обратное утверждение: имидж фирмы влияет на ее сотрудников. Конечно, имидж руководителя фирмы будет в большей мере влиять на имидж фирмы, чем

имидж какого-либо сотрудника. Хотя, если этот сотрудник имеет дело с клиентами, пусть даже просто отвечает по телефону, то мнение об этом сотруднике вольно или невольно будет распространяться и на мнение о фирме. Например, вы звоните на фирму и вам отвечают: в одном случае (мягко и доброжелательно): «“Альянс-клуб” слушает вас», а в другом – только равнодушно: «Да-а».

Когда у человека складывается определенное мнение о другом человеке или о каком-то объекте, оно формирует, определяет его готовность действовать применительно к этому объекту (человеку) определенным образом. А на языке психологов такая готовность называется психологической установкой. Значит, и сложившееся о вас мнение окружающих будет определять и их психологическую готовность действовать в отношении вас определенным образом, причем действовать подчас на подсознательном уровне. На чем же основывается это мнение?

Во-первых, на полученной о вас имиджеформирующей информации. По характеру ее получения имиджеформирующая информация подразделяется на прямую и косвенную. Косвенная имиджеформирующая информация – это та информация о вас, которую человек получает через третьи руки: например, как о вас отзываются соседи. Сюда же относятся и легенды, слухи, сплетни, анонимки. Слухи наиболее действенны в обществе с низким уровнем доверия к официальной информации, что характерно для тоталитарных режимов с низким уровнем гласности.

Прямая имиджеформирующая информация – это та, которую человек получает при непосредственном контакте с вами. Это информация:

1) о вашей внешности – одежде, прическе, физических данных (рост, телосложение, осанка), т. е. габитарный имидж («габитарный» от лат. *habitus* – «внешность»);

2) об особенностях вашей психики – темперамент, интеллект, характер, а также ваших установках, мировоззренческих и иных.

Таким образом, составляющие имиджа делового человека – это

впечатление, которое он производит (внешний вид, речь, манеры, окружающие его люди и вещи), и его деловые качества.

Основные понятия:

- *Этикет*
- *Деловой этикет*
- *Речевой этикет*
- *Имидж*

Вопросы для самоконтроля

1. Дайте определение понятию «этикет».
2. Каков общий принцип использования этикетных средств?
3. Охарактеризуйте основные виды этикета. Чем отличается деловой этикет?
4. Каковы особенности и назначение речевого этикета?
5. Какое место занимает этикет в имидже делового человека?
6. Чем отличается Вы-общение от Ты-общения?
7. В чем специфика сложившейся в русском речевом этикете системы обращений?

Тема 7.

ПИСЬМЕННАЯ ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ

- 1. Понятие деловой коммуникации.**
- 2. Функции, особенности и правила письменной деловой коммуникации.**
- 3. Классификация письменной деловой коммуникации.**
- 4. Преимущества, недостатки письменной деловой коммуникации и их преодоления.**

1. Понятие деловой коммуникации

Деловая коммуникация является одним из важнейших способов коммуникации, с помощью которого осуществляется коммуникация между членами общества. Под деловой коммуникацией понимается письменное взаимодействие между отдельными организациями, государственными и частными предприятиями и т.д. Четко действующие коммуникативные схемы помогают решению всех проблем, с которыми сталкивается организация. Именно поэтому овладеть секретами письменной деловой коммуникации – значит стать человеком, успешным в своей профессии.

Деловая коммуникация – это процесс взаимодействия деловых партнеров, направленный на организацию и оптимизацию того или иного вида предметной деятельности: производственной, научной, сервисной и т.д.

Самым распространенным средством осуществления деловых коммуникаций при решении наиболее важных управленческих вопросов является письменная деловая коммуникация. Как правило, к письменной форме деловой коммуникации обращаются в тех случаях, когда адресат территориально удален с ним сложно установить непосредственный контакт. Конечно, современная письменная коммуникация по-прежнему не может передать интонацию голоса и жестикуляцию, однако наличие технических средств связи (факс, электронная почта и др.) обеспечивает практически мгновенную обратную связь, что в какой-то мере уравнивает письменную коммуникацию с устной.

Письменная деловая коммуникация – средство формирования профессионального имиджа и эффективный инструмент организации и поддержания деловых контактов. Цель письменной деловой коммуникации – постановка определенных целей и конкретных задач. Общение как взаимодействие предполагает, что люди устанавливают контакт друг с другом, обмениваются определенной информацией для того, чтобы строить совместную деятельность, сотрудничество. Предметом общения в письменной деловой коммуникации является совместная деятельность, а

партнер по общению всегда выступает как личность, значимая для другого. Продуктивное сотрудничество, сближение целей и позиций, улучшение партнерских отношений – основные задачи письменной деловой коммуникации.

Письменная деловая коммуникация пронизывает все виды деятельности организации, является важным рабочим инструментом для интеграции ее подразделений, средством, с помощью которого повышается эффективность труда, реализуются поставленные работниками цели, обеспечивается необходимый уровень взаимодействия с деловыми партнерами, конкурирующими фирмами, потребителями, поставщиками, клиентами.

2. Функции, особенности и правила письменной деловой коммуникации

К основным функциям, которые выполняет письменная коммуникация, относятся следующие:

– Фиксация устной коммуникации с целью ее сохранения во времени и пространстве. Расширение рамок непосредственного окружения личности.

– Обеспечение возможности познания и усвоения опыта культуры, накопленного человечеством. Книжные тексты оказывают огромное влияние на развитие культуры, выполняя цивилизационную и эстетическую функции.

– Обеспечение коммуникации между людьми, лишенным возможности непосредственного общения временными и пространственными барьерами.

– Обслуживание научной и официально-деловой сфер общения. С помощью письменной речи проводятся конгрессы, конференции, симпозиумы, заседания, совещания.

К особенностям письменной деловой коммуникаций относятся следующие:

– Точность и ясность языка сообщения обеспечиваются предметной и коммуникативной точностью. Предметная точность – это точность факта, соответствие обозначаемому. Точность же неразрывно связана с грамотностью в широком смысле слова, с умением подобрать «необходимые» слова и выстроить их в правильном порядке.

– Лаконизм сочетается в официальных бумагах с требованием полноты информации, точнее, с принципом ее достаточности. Краткость предполагает исключение из содержания письменной деловой коммуникации всех второстепенных деталей, повторов и длинных оборотов речи. И в то же время требование полноты информации предполагает, что коммуникация должна содержать достаточную для принятия обоснованного решения информацию.

– Требование достоверности информации предполагает, что деловое сообщение должно отражать фактическое состояние дел, давать непредвзятую, бесстрастную оценку событий. Это, в свою очередь, исключает возможность употребления в текстах деловой речи экспрессивно и эмоционально окрашенных языковых средств (например, разговорнопросторечной лексики или междометий)

– Грамотная и эффективная письменная деловая коммуникация обладает четкой структурированностью: имеет систему нумерации страниц, деление на главы и параграфы, шрифтовые выделения схематизацию.

– Одно из проявлений унификации деловой речи — широкое употребление языковых моделей – устойчивых (шаблонных, стандартных) языковых оборотов, используемых в неизменном виде. Такие устойчивые выражения отражают стандартность русской деловой переписки. И стандартность является одним из обязательных свойств официально-деловой письменной речи. В той или иной степени характеризует все типы деловых бумаг, обуславливает строгую композиционную норму и закреплённость частей делового письма.

Существует также базовое правило, которое должно служить осно-

ванием для письменного общения. Необходимо писать не так, чтобы вас поняли, а так, чтобы вас не могли понять неправильно, т.к. написанные слова, если в них есть хотя бы малейшая двусмысленность, почти всегда истолковываются негативно.

Таким образом, умение успешно общаться в письменной форме, является ценным навыком на всех уровнях управления. Специалисты в этой области Дж.М. Лейхифф и Дж.М. Пенроуз предлагают 10 правил, которым необходимо следовать для того, чтобы письменная коммуникация была эффективной. Вот эти правила: тактичность, персональность, позитивность, энергичность, цельность, связность, ясность, краткость, удобочитаемость, элементы унификации.

3. Классификация письменной деловой коммуникации

Письменные виды делового общения - это многочисленные служебные документы: деловое письмо, протокол, отчет, справка, докладная и объяснительная записка, акт, заявление, договор, устав, положение, инструкция, решение, распоряжение, указание, приказ, доверенность и др.

Основным видом письменных сообщений, несомненно, являются деловые письма. Деловые письма составляют до 80% входящей и исходящей документации компании.

Письма составляются по самым различным вопросам деятельности, их предметом могут быть запросы, уведомления, соглашения, претензии, разъяснения, отзывы, изменения и т.п.

Выбор типа делового письма определяется целью сообщения и его получателем.

В отличие от других документов, таких как приказ, акт и иные, в письме в наибольшей степени проявляются точность исполнителя, его профессиональная подготовка, грамотность, уровень владения языком и необычность стиля.

При создании делового письма очень важно правильно его офор-

мить. Для этого необходимо использовать стандартные официальные бланки организации и помнить о необходимых реквизитах.

Формы написания деловых писем практически одинаковы для всех стран:

- деловое письмо пишется исключительно на белой бумаге и только на лицевой стороне листа;

- деловое письмо зарубежному партнеру должно быть составлено на языке адресата. При невозможности сделать это - трудности с переводом на редкие языки - допустимо составление письма на английском языке как наиболее распространенном в деловом мире;

- письмо должно быть кратким, грамотным, четко выражать мысль отправителя и не допускать двояких толкований. В тексте нежелательны исправления;

- деловое письмо пишется на бланке фирмы-отправителя, на котором изображена эмблема фирмы, помещены полное ее название, почтовый и телеграфный адрес, номер телефона, телефакса и банковские реквизиты;

- деловое письмо, как правило, состоит из шести частей: даты, адреса, вступительного обращения, основного текста, заключительной формулы вежливости, подписи.

В зависимости от содержания деловой информации существуют различные виды писем. Наиболее широко в практике делового общения используются следующие виды деловых писем:

- письмо-приглашение;

- письмо-просьба;

- письмо-запрос;

- письмо-требование;

- письмо-согласие;

- письмо-отказ;

- письмо-жалоба;

письмо-оферта;
сопроводительное письмо;
письмо-благодарность;
письмо-извещение;
письмо-извинение;
письмо-напоминание;
письмо-претензия;
гарантийное письмо;
рекламное письмо,
письмо-уведомление и др.

Рассмотрим названные разновидности деловых писем более подробно.

Письмо-приглашение, как правило, адресуется руководителю или специалисту с предложением принять участие в каком-либо мероприятии. Направляется официально большому количеству людей. Для этого используют не только письмо, но и специальные приглашения.

Письмо-просьба - деловое письмо, цель которого - выражение просьбы, получение информации, услуг, товаров, инициирование действий, необходимых организации-автору. Просьба формулируется кратко и точно. Необходимо подчеркнуть личную заинтересованность и заранее поблагодарить за ее исполнение. Оно может состоять из одной части, где непосредственно излагается просьба, или из двух - тогда в первой части необходимо обосновывать просьбу, а во второй - излагать ее. Письмо-просьба предполагает реакцию не только предоставлением услуг или товаров, но и письмом-ответом.

Кроме письма-просьбы в коммерческой деятельности для получения каких-либо официальных сведений, документов, услуг или направления предложений на поставку товаров часто используется письмо-запрос, который используется на предконтрактной стадии взаимодействия парт-

неров и содержит: преамбулу с изложением причин или целей получения информации и обоснования необходимости предоставления материалов.

В письме-запросе, в отличие от письма-просьбы, в большинстве случаев содержатся ссылки на законодательные и иные нормативные акты, организационные документы, т. к. организация не имеет права запрашивать сведения, не обусловленные характером и содержанием его деятельности.

Ответ на запрос также оформляется как коммерческое письмо, в котором подтверждается получение запроса, сообщается информация о товаре. Ответом на запрос может быть и коммерческое предложение (оферта).

Цель письма-требования - заставить адресата выполнить взятые на себя обязательства в условиях, когда имеются серьезные нарушения ранее принятых договоренностей. Такие письма имеют более сложную структуру, где излагается существо сложившейся ситуации, формулируются требования о необходимости выполнения обязательств и угрозы в адрес респондента, если обязательства не будут выполнены.

Письмо-согласие - положительный ответ, обычно начинается с обоснования или непосредственно с изложения информации:

Сообщаем Вам, что...,

Доводим до Вашего сведения, что...,

Готовы принять Ваши условия на...,

Согласны рассмотреть...

При составлении ответного письма должен наблюдаться принцип языкового параллелизма: в тексте письма ответа следует использовать те же языковые обороты и лексику, который использовал автор в инициативном письме (за исключением ошибок). Не следует включать в основной текст ссылку на поступившее письмо («На Ваше письмо №... от»), для нее в бланке есть реквизит, куда и вносятся необходимые сведения.

Письмо-отказ - еще одна форма письменного делового общения. Это ответ на претензию потребителя или партнера. Правильно написан-

ное, оно помогает, несмотря на отказ, поддерживать нормальные отношения с клиентом. Начало письма должно содержать нейтральный комментарий, в котором вы перечисляете то, с чем согласны. Затем идет объяснение причин отказа. Концовка должна быть позитивной, следует выразить готовность к продолжению сотрудничества.

Письмо-отказ всегда должен быть обоснован, поэтому уместно начинать подобное письмо следующим образом: В связи с тем, что..., В соответствии с... В случае отрицательного ответа рекомендуется сообщить адресату информацию о том, кто, когда и на каких условиях сможет дать положительный ответ на данную просьбу или запрос.

Основная цель письма-жалобы - передать все необходимые сведения о возникшей проблеме. Письмо должно содержать информацию, касающуюся конкретной услуги или товара. В жалобе указывается название и описание товара, дата приобретения или оказания услуги и т. д. Цель - объяснить все детали, но не перегружать письмо ненужными подробностями. Кроме того, необходимо указать ваши пожелания, условия и сроки исправления проблемы.

Гарантийное письмо является особой формой письма и направляется деловому партнеру, как обязательство уплаты за услугу или покупку, либо как подтверждение каких-либо гарантий. В данном письме, употребляется термин «Оплату гарантируем. Наш расчетный счет (указываются полные банковские реквизиты)» и обязательно имеет две подписи: руководителя и главного бухгалтера». Данный вид письма, является юридическим документом. И используется в исковых заявлениях, как приложения к исковым заявлениям.

Письмо-подтверждение чаще всего является гарантией данных ранее обещаний или уже оговоренных условий. Иногда оно служит подтверждением своевременного получения документов, материальных ценностей, договорных бумаг.

Письмо-претензия близко к рекламации, хотя и не имеет столь явно

выраженного характера. Это как бы официальное предупреждение содержит следующие данные, основные для предъявления претензии, сами претензии, конкретные требования стороны, предъявляющие претензии. Например, замена некачественной продукции, уценка, возмещение убытков и т.д.

Письмо-напоминание, направляется в тех случаях, когда не удается с помощью личного контакта или телефонных переговоров, получить желаемый результат. Его цель корректно напомнить партнеру о необходимости выполнения, взятых на себя обязательств. Если ситуация конфликтная, то следует упомянуть, о возможных санкциях, которые могут последовать в случае не выполнения обязательств.

Письмо-извинение, направляется в случае невозможности совершения какого-либо ранее запланированного действия. Обычно такое письмо содержит изложение причин, по которым внезапно что-то срывается: важная встреча, заключение договора, поставка и т. п.

Письмо-извещение, посылается как благодарность выражение или готовность к сотрудничеству, информационное сообщение и т. д. и является проявлением вежливости делового партнера. Ключевыми словами в таких письмах является: доводим до Вашего сведения, ставим Вас в известность, извещаем, сообщаем и т. д. Под таким письмом подпись первого лица не обязательна, считается уместным, если его подпишет секретарь, помощник и т. д.

Письмо-благодарность, в практику деловой переписки вошло недавно, но широко используется в деловом мире, так же, как проявление вежливости, его цель поблагодарить партнера за услугу, приглашение и т. д.

Сопроводительное письмо, составляется для сообщения адресату, о направлении каких-либо ценностей, документов, товаров и т. д. Это письмо является главным бухгалтерским документов, выполняет функцию контроля за прохождением грузов и функцию ярлыка.

В сопроводительном письме используются следующие стандартные

выражения: направляем, выражаем, посылаем и т. д. В конце письма обязательно делается пометка о наличии приложения. Например, перечень документов, которые направляются. Данные письма также часто используются, как юридический документ в случае возникновения споров и разногласий между партнерами.

Письмо-оферты содержит формальное предложение определенному лицу заключить сделку с указанием всех необходимых для заключения условий. Является одним из вариантов письма-предложения. Получило распространение в последнее время, как вид деловой переписки состоит из 2-х частей: изложение сути вопроса и предложения о сотрудничестве, обращение перед текстом письма может не употребляться.

Рекламное письмо должно не просто предлагать товар или услугу, но и стимулировать интерес клиента и желание их приобрести

Письмо-уведомление. Такие письма обычно рассылают организации, особо заботящиеся о своих клиентах (покупателях). Организация сообщает последние новости о новых видах продукции или услуг, об открытии новых филиалов, о проведении презентации, об образовании новых подразделений в структуре и, следовательно, о появлении новых целей и функций у организации, т.е. цели письма-уведомления в основном рекламные.

Циркулярные письма - их цель - довести информацию одного и того же содержания в несколько адресов (например, дочерним фирмам, филиалам). Рассылаются такие письма за подписью руководителя по общим вопросам. Личная подпись при этом обязательна лишь на первом экземпляре, а на остальных - факсимиле.

Помимо деловых писем, публикаций в СМИ и прямой почтовой рассылки, руководители и сотрудники подавляющего большинства компаний регулярно сталкиваются с составлением отчетов, служебных записок, распоряжений, приказов, инструкций, договоров, а также с подготовкой презентационных материалов, как правило, содержащих текстовую и графическую информацию.

Рассмотрим другие виды служебных и деловых документов.

Служебная записка - это внутренний служебный документ, адресованный руководству. В нем, как правило, рассматривается какой-либо вопрос, а в заключении приводятся выводы и предложения автора служебной записки. По содержанию служебные записки бывают разными: докладные, аналитические, статистические, объяснительные и т.п.

В **докладной записке** кратко освещаются конкретные служебные вопросы, описывается их фактическое состояние. Докладную записку часто поручают написать сотруднику на этапе вхождения в новую должность, после того как он провел предварительный анализ сложившейся на его рабочем участке ситуации и готов изложить свои мысли по поводу увиденного.

Докладная записка - это письменный доклад руководству.

Аналитическая записка включает в себя подробный анализ ситуации. Излагаемые факты комментируются и увязываются с ранее поступившей информацией.

Статистическая записка содержит множество цифр, графиков, таблиц. Данные, приводимые в статистической записке, должны быть представлены в определенном порядке, в удобном для восприятия виде.

Объяснительная записка, как правило, служит для объяснения руководству каких-то личных обстоятельств подчиненного, приведших к неким, чаще всего негативным, последствиям - опоздание на работу, нарушение сроков и режима, допущение брака и т.п.

Заявление - это внутренний служебный документ, который предназначен для доведения до сведения руководства официальной позиции, официального мнения подчиненного. В заявлении необходимо указать на то, чего конкретно ждет заявитель от должностного лица. Подобные указания должны быть вежливыми и краткими (например, «Прошу принять меры», «Прошу Ваших указаний», «Прошу ответить»).

Приказ - это основной распорядительный акт оперативного управ-

ления, который содержит нормы, обязательные для исполнения подчиненными. Различают приказы по организационным вопросам, по основной деятельности, по персоналу. Приказы следует оформлять на специальном бланке предприятия. Обязательные реквизиты приказа: название вида документа, его номер и дата, место издания, заголовок (по схеме «О чем документ?»), подпись, по необходимости - визы. Распорядительная часть приказа излагается в повелительном наклонении от первого лица и начинается словом «Приказываю».

Распоряжение издается руководителем предприятия для решения оперативных вопросов деятельности предприятия. В отличие от приказа в текстах распоряжений отсутствует ключевое слово («Приказываю»), которое разделяет вводную и распорядительную части документа. Во всем остальном распоряжение составляется так же, как и приказ. Но оно касается отдельных, более частных вопросов, более узкого круга лиц.

Протокол - это документ, фиксирующий ход обсуждения вопросов и принятия решений на собраниях, совещаниях, конференциях, заседаниях и других формах работы коллегиальных органов. Чаще всего ведется краткая форма протокола без текстов докладов, полная форма протокола предполагает приложение к протоколу стенограммы заседания.

Договор - безусловно, один из важнейших деловых документов любого предприятия. Договор фиксирует соглашение сторон о совместной деятельности (коммерческой или иного рода). Другими словами, договор - эта форма, в которой воплощаются все замыслы и расчеты коммерсантов. Грамотно составленный договор является гарантией успешного достижения преследуемых руководителем целей и задач, а также эффективной защиты его прав и интересов. Договором признается соглашение двух или нескольких лиц об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей (ст. 420 Гражданского кодекса РФ). В Гражданском кодексе приводятся также основные юридические формы договоров (купли-продажи, аренды, поставки, комиссии и т.д.). Но, не-

смотря на обилие разновидностей договоров, их структура, как правило, схожа. Любой договор состоит из вводной части (преамбулы), основной части (в которой описывается предмет договора, права и обязанности сторон); части, содержащей дополнительные условия договора, и заключительных положений. Договоры могут также содержать приложения (например, в виде соглашения о ценах).

4. Преимущества, недостатки письменной деловой коммуникации и их преодоления

В результате стремительного развития электронных средств связи все реже и реже в деловой практике и сервисной деятельности используются почтовые отправления, однако такая необходимость все же существует по причине этикета.

Преимущества письменной деловой коммуникации достаточно очевидны:

– Написанное слово обладает большей силой, чем слово произнесенное, и имеет более продолжительное воздействие, потому что письменное сообщение можно длительного хранить и перечитывать снова и снова.

– Письменная деловая коммуникация позволяет планировать, отбирать и правильно оформлять мысли, поэтому она часто более тщательно сформулирована, чем устная деловая коммуникация.

– Письменная деловая коммуникация вызывает меньше эмоциональных реакций, поскольку больше внимания уделяется сознательному восприятию информации. Именно поэтому она играет ведущую роль в передаче важной и официальной информации. По сравнению с современными коммуникационными каналами, письменная деловая коммуникация обладает и рядом недостатков, которые необходимо учитывать:

– Восприятие сведений в письменной деловой коммуникации напрямую зависит от качества его составления. Плохо написанные тексты, за которыми следуют многочисленные письменные и устные объяснения, делают конечное сообщение дорогим и путаным.

– Необходимо учитывать затраты, связанные с осуществлением операций с коммуникацией. Чтобы подготовить хорошую письменную коммуникацию требуется время. Тем более на их доставку уходит определенное время. Кроме того, практически каждый вид письменных деловых коммуникаций потребует определенных затрат на бумагу, дизайн, типографские работы или ксерокопирование, услуги почтовой рассылки и т.д.

– Отсутствует поддержка коммуникации невербальными средствами. Безусловно, есть способы для преодоления возникающих недостатков в письменных деловых коммуникациях:

– Определяя рамки сообщения, следует подумать о получателе и принять во внимание его отношение к сообщению, ожидания, заинтересованность. Письменную деловую коммуникацию должна тщательно продумываться прежде, чем им можно будет дать ход. Наиболее полезными приемами формирования и организации информации в письменных деловых коммуникациях является структурирование текста и использование диаграмм.

– Существует несколько общих рекомендаций, позволяющих писать кратко: избегайте длинных слов, многословных выражений, ненужных повторений, избитых фраз и клише. Кроме того, чтобы обеспечивать своевременное отправление и сократить время на их доставку лучше использовать более одного средства или канала для подкрепления своего сообщения, добиваться обратной связи.

– Поскольку в письменной деловой коммуникации отсутствует поддержка невербального средства, необходимо грамотное использование слов «Вы» и «Ваши» позволяет сделать сообщение центром внимания читающего. То есть означать необходимость сосредоточиться на нуждах и интересах адресата, а не на своих собственных. Письменная деловая коммуникация, замысел которой полностью определяется пишущим, создается без непосредственного собеседника. С одной стороны, она выступает вспомогательной по отношению к устной деловой коммуникации

знаковой системой, используемой с целью ее фиксации. Материальной основой письменной деловой коммуникации являются знаки, с помощью которых обозначаются речевые звуки. С другой стороны, письменную деловую коммуникацию можно считать вполне самостоятельной системой, имеющей ряд специфических функций и особенностей. Умение успешно вести письменную деловую коммуникацию стало неотъемлемой частью профессиональной культуры человека: менеджера, руководителя всех уровней, референта, служащего. Для достижения высокой результативности практически в любом виде профессиональной деятельности необходимо владеть определенным набором сведений, знаний, представлений о правилах и принципах делового общения.

Основные понятия:

Документ

Заявление

Служебная записка

Указ

Приказ

Постановление

Рекомендация

Характеристика

Справка

Письмо

Вопросы для самоконтроля

1. Каковы отличительные особенности письменной деловой коммуникации?
2. Что такое документ?
3. Назовите и охарактеризуйте основные типы письменной деловой коммуникации.

Тема 8.

УСТНАЯ ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ

1. Устное общение, его виды, функции, этапы.
2. Формы устного делового общения.

1. Устное общение, его виды, функции, этапы

Устная деловая коммуникация – это процесс взаимодействия деловых партнеров, направленный на организацию и оптимизацию того или иного вида предметной деятельности. Предметом общения в деловой коммуникации является совместная деятельность (общее дело), а партнер по общению всегда выступает как личность, значимая другому человеку. Основные задачи деловой коммуникации – убедить партнера принять конкретные предложения, продуктивное сотрудничество, сближение целей, улучшение партнерских отношений.

Устная деловая речь близка к публичной речи (ораторской – выступление на собрании трудового коллектива, заседаниях, совещаниях). Это специфическая коммуникация.

Существует два вида устного делового общения: **монологический и диалогический**

1. Монологический. Подразумевает обращение одного человека к другим с целью подачи информации. Ярким примером такого общения являются лекции и доклады, приветственные, информационные, а также торговые речи (проще говоря, реклама).

2. Диалогический. В основе данного вида общения лежит устный контакт двух и более людей с целью достичь желаемого результата.

Выделяют следующие формы устного делового общения:

- деловые переговоры;
- деловая беседа;
- интервью;

- совещание;
- собрание;
- конференции;
- телефонная коммуникация.

Все виды делового общения имеют общие основные **функции**:

- Коммуникативная функция общения. Её роль состоит в обмене информацией между собеседниками.

- Интерактивная функция общения. Данная функция служит для организации взаимодействия между собеседниками (обмен действиями).

- Перцептивная функция общения. Означает процесс познания либо восприятия друг друга собеседниками посредством общения и с целью достижения обоюдовыгодного результата.

В конкретных формах устной деловой коммуникации исследователи, как правило, выделяют следующие **общие этапы** (Л. Введенская, Л. Павлова):

1. установление контакта;
2. ориентация в ситуации, обсуждение вопросов, проблем;
3. принятие решение;
4. достижение цели;
5. выход из контакта.

Для устной деловой речи в большей степени необходимо **соблюдение этики делового общения**:

- избегать жаргонных и тем более – оскорбительных выражений;
- уметь слушать, показывая, что вам интересно;
- говорить правильно;
- правильно произносить имена собственные;
- соблюдать «тайну» переговоров (не допускать, чтобы содержание стало известно не только тем, кому непосредственно предназначено).

Требования к устной коммуникации в деловой среде могут быть сформулированы следующим образом (по Н. Казариновой):

1. Четко определяйте **цели** своего сообщения.
2. Делайте сообщение **понятным и доступным** для восприятия разными группами работников: находите конкретные иллюстрации общих понятий, развивайте общую идею, используя яркие примеры.
3. Делайте сообщения по возможности **краткими и сжатыми**, отказывайтесь от излишней информации, привлекайте внимание сотрудников лишь к тем проблемам, которые касаются их конкретно.
4. Следуйте **правилам активного слушания**, демонстрируйте им сигналы вашего понимания и готовности к совместным действиям.

Таким образом, приведенные правила в равной мере должны соблюдаться как в разговоре между двумя деловыми собеседниками, так и при групповом деловом общении. В то же время их использование и конкретное проявление в деловой беседе и на деловом совещании имеет свои особенности.

2. Формы устного делового общения

Самым популярным из видов делового общения является **деловая беседа**.

Это один из примеров межличностной коммуникации, разговор преимущественно между двумя собеседниками, соответственно ее участники могут и должны принимать во внимание специфические особенности личности, мотивов, речевых характеристик друг друга, т.е. общение носит во многом межличностный характер и предполагает разнообразные способы речевого и неречевого воздействия партнеров друг на друга.

Деловая беседа - это основной и важнейший элемент управленческой деятельности.

В теории управления **беседа** рассматривается как вид делового общения, специально организованный предметный разговор, служащий решению управленческих задач.

деловая беседа, хотя всегда имеет конкретный предмет, более лич-

ностно ориентирована и чаще происходит между представителями одной организации.

Деловая беседа представляет собой акт прямой взаимной коммуникации в официально-деловой сфере, осуществляемый посредством слов и невербальных средств (мимики, жестов, манеры поведения).

Цели деловых бесед:

- стремление одного собеседника посредством слова оказать определенное влияние на другого, вызвать у другого человека или группы желание изменить существующую деловую ситуацию или деловые отношения;
- необходимость выработки руководителем решений на основании анализа мнений и высказываний сотрудников.

Деловая беседа имеет следующие **характерные особенности:**

- дифференцированный подход к предмету обсуждения с учетом коммуникативной цели и партнеров;
- быстрота реагирования на высказывание партнеров, способствующая достижению поставленной цели;
- критическая оценка мнений, предложений, а также возражений партнеров;
- аналитический подход к учету и оценке субъективных и объективных факторов проблемы в комплексе;
- ощущение сопричастности и ответственности в решении затронутой в беседе проблемы.

Функции деловой беседы бывают различные:

- начало перспективных мероприятий и процессов;
- контроль и координация уже начатых мероприятий и процессов;
- обмен информацией;
- взаимное общение работников из одной деловой среды;
- поддержание деловых контактов на уровне организаций, объединений, отраслей и целых государств (совместных предприятий и т.д.); поиски, выдвижение и оперативная разработка рабочих идей и замыслов;

- стимулирование движения человеческой мысли в новых направлениях.

В теории и практике делового общения в соответствии с основными целями выделяют следующие **виды деловых бесед**:

1) **Беседа при приеме на работу** – вид деловой беседы, основная цель которой - оценить деловые качества поступающего на работу. Она сводится к нескольким базовым вопросам, касающимся личных качеств обратившегося, его трудового стажа, взглядов на условия труда, эффективное руководство и др., и соответствующим ответам на них.

2) **Беседа при увольнении с работы** – вид деловой беседы, включающий **две разновидности**: ситуацию незапланированного, добровольного ухода сотрудника и ситуацию, когда работника приходится увольнять или сокращать. В первом случае цель беседы – выявить истинную причину увольнения, его мотивы; во втором – сообщить работнику неприятное известие и сделать это таким образом, чтобы – в случае увольнения в результате дисциплинарных и иных нарушений – не дать увольняемому оснований сомневаться в справедливости высказанных упреков, а в случае увольнения по сокращению – сохранить его уверенность в собственных силах, поддержать его авторитет в глазах окружающих и домашних.

3) **Дисциплинарная беседа** – вид деловой беседы, причиной которой являются факты нарушения дисциплины, правил внутреннего трудового распорядка. Цель – проанализировать нарушение и вынести наказание. Акцент при этом делается на понимании и правильной оценке случившегося.

4) **Проблемная беседа** – вид деловой беседы, причина которой – сбой в деятельности организации, сотрудника. Цель – критическая оценка положения дел и определение перспектив по преодолению сложившейся ситуации. Должен быть конструктивный разговор, а не «разное». Для этого беседа строится в несколько этапов:

- положительная информация;
- информация критического характера;
- информация похвально-поучительного характера.

Основной принцип: критиковать сбой, действия, а не личность.

Если беседа не подготовлена, то она вряд ли сложится удачно. Сначала следует обдумать цели, задачи, тактику и психологию предстоящего делового контакта, затем подобрать необходимые вспомогательные материалы, которые, возможно, пригодятся в ходе беседы.

Прежде чем приступить к разговору, надо решить, какие вопросы и в какой последовательности ставить перед своим собеседником. Целесообразно подготовить их перечень в письменном виде и положить его перед собой во время беседы. Изложение вопросов на листе бумаги позволяет очертить область разговора и соответственно нужное время, усилить логичность и целеустремленность беседы; обеспечить собственную психологическую уверенность.

Специалисты по деловому общению советуют в процессе подготовки к беседе поразмышлять над тем, как себя вести, если собеседник: во всем согласится с вами или решительно возразит; перейдет на повышенный тон или не отреагирует на ваши доводы; проявит недоверие к вашим словам, мыслям или попытается скрыть свое недоверие.

Исследователи сформулировали ряд **рекомендаций** по ведению деловых бесед:

- составить план беседы, отработать наиболее важные формулировки;
- применять положение психологии о периодическом воздействии на собеседника, а именно: неблагоприятные моменты и факты чередовать с благоприятными, начало и конец беседы – положительные фразы;
- постоянно помнить о движущих мотивах собеседника: его ожиданиях, преимуществах, которых он добивается посредством этой беседы, его позиции, его желании самоутвердиться, его чувстве справедливости, его самолюбии;

- избегать присутствия незаинтересованных лиц;
- никогда, ни в какой ситуации не быть невежливым, безвкусным, пренебрежительным;
- избегать задавать вопросы, на которые собеседник может ответить «нет»;
- давать фундаментальные объяснения своей позиции в каждом случае, когда собеседник с ней не соглашается;
- избегать пустой риторики и отказываться от ведения шаблонных бесед;
- избегать удаления от предмета беседы и попутных отступлений.

Категорически нельзя:

- вступать в разговор на деловую тему на ходу в коридоре;
- начинать разговор фразами вроде «Послушайте, я хочу с вами поговорить», «Вы располагаете несколькими минутами? У меня к вам дело», «Хорошо, что мы встретились. Я давно собирался с вами побеседовать» и т.п.;
- вести себя так, чтобы собеседник понял, что его не ждали;
- совмещать беседу с другими формами работы (разговор по телефону, просмотр бумаг, подготовка к какому-либо другому делу и т.д.).

Деловые переговоры, в отличие от деловой беседы, значительно более жестко структурированы и, как правило, ведутся между представителями разных организаций (или подразделений одной организации). Их преимущество состоит в возможности эффективной коммуникации участников сторон. Собеседники могут задавать вопросы и сразу получать ответы на них, обсуждать тему разговора и выслушивать мнение нескольких человек для получения обоюдовыгодного результата.

Также стоит отметить **публичные выступления, доклады и пресс-конференции**. Это одна из сложных форм делового общения. В данном случае ведущую роль имеет лишь один человек - выступающий, который должен хорошо владеть ораторским искусством, обладать умением по-

дать себя на большую аудиторию. Манеры такого человека должны соответствовать аудитории, а речь быть чёткой и грамотной.

Основным, наиболее часто используемым видом делового общения является **контактный деловой разговор**, то есть диалог людей «вживую», будь то общение двух руководителей крупных предприятий или простых менеджеров. Ведь двое воспитанных и грамотных людей всегда смогут договориться.

Деловая беседа по телефону. Это самый быстрый деловой контакт и особое умение. Нельзя не вспомнить по этому поводу ряд высказываний: « Пока слово не произнесено, оно - узник того, кто собирался его сказать. Когда же слово сказано, его пленником становится тот, кто произнес его (Древняя мудрость); Я написал длинное письмо, потому что у меня не было времени, чтобы написать короткое» (Б. Паскаль).

Значение телефонного общения трудно переоценить, так как это самый простой способ установления контакта, телексы, телетайпы, факсы лишь дополняют его. Умение деловых людей вести телефонную коммуникацию влияет на их личный авторитет и на реноме фирмы, организации, которую они представляют.

Деловое совещание. Одним из организующих моментов делового совещания является правильно составленная повестка совещания. Это, как правило, письменный документ, рассылаемый заранее участникам и содержащий следующую информацию:

- тема совещания;
- цель совещания;
- перечень обсуждаемых вопросов;
- время начала и окончания совещания;
- место, где оно будет проходить;
- фамилии и должности докладчиков, выступающих по основной информации, людей, ответственных за подготовку вопросов;
- время, отведенное на каждый вопрос;
- место, где можно ознакомиться с материалами по каждому вопросу.

Когда участники совещания информированы заранее о предмете обсуждения, тогда они могут не только предварительно ознакомиться с материалами, но и продумать конструктивные предложения по решению проблем. В тех случаях, когда люди не информированы, на совещаниях высказывают мнения, нередко провоцирующие дискуссию и не способствующие принятию эффективного решения. Целесообразно проводить деловые совещания в определенный день недели (за исключением внеплановых, экстренных заседаний), в конце рабочего дня или во второй его половине.

Пресс-конференция - это встреча официальных лиц (руководителей, политических деятелей, представителей государственной власти, специалистов по связям с общественностью, бизнесменов и т.п.) с представителями прессы, телевидения, радио с целью информирования общественности по актуальным вопросам. Это общепринятое и эффективное средство предоставления прессы такой информации, которая работает на паблисити фирмы, организации, личности и на поддержание необходимого уровня паблик рилейшнз (связи с общественностью). Пресс-конференцию никогда не следует собирать только для того, чтобы обнародовать документ или информацию, которую с таким же успехом можно передать с помощью пресс-релиза. Она является также эффективным средством выдачи информации, «не для протокола», когда ее не стоит распространять в печати и когда предпочтительнее личные информационные контакты журналистов с официальными лицами. Инициаторами пресс-конференций обычно выступают органы власти, организации, «важные» персоны, но они могут проводиться и по инициативе самих журналистов, заинтересованных в профессиональных комментариях тех или иных событий. Таким образом, для пресс-конференции характерна информационно-управленческая направленность, т.е. представление точки зрения фирмы (организации) на некоторую общественно значимую проблему в контексте стратегической коммуникативной политики, а также для поддержки имиджевых и рекламных целей.

Деловая дискуссия - обмен мнениями по определенному вопросу всех или отдельных участников общения. Многие деловые собрания и совещания проводятся в виде дискуссий. При массовой дискуссии все участники, за исключением председателя, находятся в равном положении. Специально подготовленные докладчики не назначаются, в то же время все присутствуют не только в качестве слушателей. Специальный вопрос обсуждается в определенном порядке, обычно в соответствии со строгим регламентом и под председательством должностного лица.

Групповая дискуссия отличается тем, что специально подготовленная группа обсуждает вопрос, дискутирует перед аудиторией. Целью такой дискуссии является представление возможных решений проблемы, обсуждений противоположных точек зрения по спорным вопросам, презентация новой информации. Как правило, такого рода дискуссии спора не разрешают и не склоняют аудиторию к какому-либо единообразию действий. В групповой дискуссии в качестве оппонентов могут участвовать от трех до восьми-десяти человек, не считая ведущего. Основное коммуникативное средство - диалог, который каждый раз ведут только два участника. Число участников групповой дискуссии может меняться в ту или другую сторону в зависимости от запаса времени, сложности и актуальности проблемы, наличия компетентных специалистов.

Деловой спор как вид коммуникации широко применяется при обсуждении разногласий, в ситуации отсутствия единого мнения по обсуждаемому вопросу. В литературе по коммуникации нет единого понимания термина «спор», однако большинство специалистов квалифицируют его как процедуру, в которой один доказывает, что какая-то мысль верна, а другой - что она ошибочна. В.И. Курбатов в книге «Стратегия делового успеха» считает, что особенностью спора является не доказательство истинности собственного тезиса, а словесное состязание, при котором каждый отстаивает свою точку зрения по тому или иному спорному вопросу. На практике споры нередко ведутся в неупорядоченных, неорганизован-

ных формах. Вместе с тем, спору как разновидности деловой коммуникации присущи следующие характеристики:

– спор предполагает наличие по крайней мере двух субъектов, одного из которых уместнее называть пропонентом, а другого - оппонентом;

– участники спора имеют одинаковые права в процессе обмена мнениями, по степени активности, по видам и формам прямой и обратной связи друг с другом;

– предметом спора является положение, о котором каждая из сторон имеет собственное мнение, называемое позицией или тезисом;

– различие позиций сторон делает спор обсуждением на уровне явления, а не на уровне сущности. Поэтому любой спор - достаточно поверхностное обсуждение спорного положения;

– позиции сторон противоречат друг другу и чаще всего имеют открыто отрицательный характер;

– процедура обмена мнениями в соответствии с взаимоисключающими характеристиками тезисов выражается в борьбе мнений;

– борьба мнений в споре нередко достигает высшей формы - конфликта мнений, когда каждая из сторон настаивает на истинности своего тезиса и ложности тезиса оппонента. Каждый довод в аргументации такого типа представляет собой отрицание довода оппонента. Характер обсуждения приобретает вид опровержения, отклонения, отрицания, неприятия, устранения;

– предметное поле обсуждения спорного вопроса обычно не бывает четко определенным. Его размытость также обусловлена тем, что речь в споре идет не о сущности, а о поверхностных характеристиках предмета;

– спор как вид деловой коммуникации не регламентирован ни в процедурном, ни в пространственном, ни во временном отношениях.

Публичная речь. Это одна из форм делового взаимодействия и искусства, по поводу которого сказано: «Хороших ораторов мало, но много ли на свете людей, способных их слушать» (Ж. Лабрюйер); «В речи слово

- выражение мысли... и потому слово должно соответствовать тому, что оно выражает». (Л.Н. Толстой).

Публичная речь как компонент делового общения должна обладать качествами хорошего собеседования и при этом быть не только убедительной, но и красноречивой, доказательной, логичной, продуманной, красивой.

Существует целый набор ораторского инструментария, элементами которого являются **коммуникационные эффекты**.

• **Эффект визуального имиджа.**

Оратор должен излучать обаяние, расположить к себе собеседника и т. д. Не следует допускать эксцентричности в одежде. Жесты должны быть адекватны содержанию речи, надлежащим образом подчеркивая некоторые смысловые элементы.

• **Эффект первой фразы** закрепляет или корректирует первоначальное впечатление. В первых фразах должна быть сосредоточена интересная информация, с элементами оригинальности, сразу приковывающая к себе внимание.

• **Эффект аргументации.** Речь должна быть обоснованной, убедительной, логичной, вызывающей размышление и осмысление информации.

• **Эффект распределения информации** является одним из действенных риторических приемов поддержания внимания аудитории. Этот эффект основан на заранее продуманном распределении по всей речи новых мыслей и аргументов, периодической интерпретации ранее сказанного.

• **Эффект художественной выразительности** – это грамотное построение предложений, правильные ударения в словах, использование метафор, гипербол и т. п.

• **Эффект релаксации (расслабления).** Юмор создает естественную паузу для отдыха, сближает и настраивает на благожелательный лад.

Для современной ораторской речи характерно сочетание логико-аналитических и эмоционально-образных языковых средств. В оратор-

ской речи используют стилистико-синтаксические приемы (градации, инверсии, риторические вопросы и восклицания и др.) и лексические приемы, то есть используют тропы (метафору, метонимию, сравнение, гиперболу, литоту и др.), которые помогают достичь экспрессивности, эмоциональности публичного выступления.

Для совершенствования мастерства публичного выступления оратору необходимо проводить объективный самоанализ своих выступлений.

Схема анализа может быть такой:

1. Насколько удачно начало выступления?
2. Есть ли драматизм в изложении?
3. Удачны ли примеры, иллюстрации?
4. Адекватны ли громкость, темп, язык и стиль выступления?
5. Удачно ли завершено выступление?
6. Удалось ли уложиться в регламент?
7. Хорошо ли держался оратор?
8. Интересно ли изложена тема? Оригинален ли стиль изложения?
9. Ясна ли основная мысль изложения?
10. Убедительно ли выступление?

Основные понятия:

- деловые переговоры;
- деловая беседа;
- интервью;
- совещание;
- собрание;
- конференции;
- телефонная коммуникация.

Вопросы для самоконтроля

1. Что понимается под устной деловой коммуникацией?
2. Назовите и охарактеризуйте основные функции устной деловой коммуникации.
3. Какие выделяют формы устного делового общения?
4. Что необходимо и чего нельзя делать в устном деловом общении.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Акишина А.А., Формановская Н.И. Русский речевой этикет. М., 1986.
2. Русский язык и культура речи: учеб. пособие для вузов / Л.А. Введенская и др. Ростов н/Д, 2001.
3. Введенская Л.А., Павлова Л.Г. Деловая риторика. М., 2012.
4. Данцев А.А., Нефедова Н.В. Русский язык и культура речи для технических вузов. Ростов н/Д, 2001.
5. Колтунова М.В. Деловое общение. Нормы. Риторика. Этикет: учеб. пособие для вузов. М.: Логос, 2005.
6. Кузин Ф.А. Культура делового общения: практическое пособие для бизнесменов. М., 2000.
7. Культура русской речи: учебник для вузов / под ред. Л.К. Граудиной, Е.Н. Ширяева. М., 2005.
8. Михальская А.К. Основы риторики: учебник для общеобразовательных учреждений. М., 2001.
9. Панфилова А.П., Долматов А.В. Культура речи и деловое общение: учебник и практикум для академического бакалавриата / под общ. ред. А.П. Панфиловой. В 2 ч. Ч. 1. М.: Изд-во Юрайт, 2019. 231 с.
10. Панфилова А.П., Долматов А.В. Культура речи и деловое общение: учебник и практикум для академического бакалавриата / под общ. ред. А.П. Панфиловой. В 2 ч. Ч. 2. М.: Изд-во Юрайт, 2019. 258 с.
11. Русский язык и культура речи: учебник / под ред. В.И. Максимова. М., 2000.
12. Сопер П.А. Основы искусства речи. М., 1992.
11. Стернин И.А. Практическая риторика: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М., 2003.
12. Штрекер Н.Ю. Русский язык и культура речи: учеб. пособие для студентов вузов. М., 2003.
13. Формановская Н.И. Речевой этикет и культура общения. М., 1989.

Учебное издание

Черненкова Инна Ивановна

**КУРС ЛЕКЦИЙ
ПО
КУЛЬТУРЕ РЕЧИ И ДЕЛОВОМУ ОБЩЕНИЮ**

**учебное пособие
направление подготовки
09.03.03 «Прикладная информатика»**

Редактор Осипова Е.Н.

Подписано к печати 08.06.2022 г. Формат 60x84 ¹/₁₆.
Бумага офсетная. Усл. п. л. 6,16. Тираж 25 экз. Изд. № 7296

Издательство Брянского государственного аграрного университета
243365 Брянская обл., Выгоничский район, с. Кокино, Брянский ГАУ