



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»

Л.Н. Мишина
О.В. Франчук

ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ

*Утверждено Редакционно-издательским советом университета
в качестве практикума*

Магнитогорск
2021

УДК 811:161.1'272(075.8)
ББК 100.3:Ч6я73

Рецензенты:

кандидат педагогических наук,
учитель высшей квалификационной категории,
заведующая кафедрой филологии,
МАОУ «Многопрофильный лицей №1» г. Магнитогорска
Г.А. Синютина

кандидат филологических наук,
старший научный сотрудник
Научно-исследовательской словарной лаборатории НИИ ИАФ,
ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный технический
университет им. Г.И. Носова»
А.А. Осипова

Мишина Л.Н., Франчук О.В.

Деловая коммуникация на русском языке [Электронный ресурс] : практикум / Людмила Николаевна Мишина; Оксана Валерьевна Франчук ; ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова». – Электрон. текстовые дан. (0,61 Мб). – Магнитогорск : ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова», 2021. – 1 электрон. опт. диск (CD-R). – Систем. требования : IBM PC, любой, более 1 GHz ; 512 Мб RAM ; 10 Мб HDD ; MS Windows XP и выше ; Adobe Reader 8.0 и выше ; CD/DVD-ROM дисковод ; мышь. – Загл. с титул. экрана.

Пособие составлено в соответствии с типовой программой дисциплины «Деловая коммуникация на русском языке». Содержит теоретические материалы и систему упражнений по основным разделам курса.

Пособие предназначено для студентов всех направлений подготовки, осуществляемых в вузе.

УДК 811:161.1'272(075.8)
ББК 100.3:Ч6я73

- © Мишина Л.Н., Франчук О.В., 2021
- © ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова», 2021

Содержание

1. ОСНОВЫ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ.....	4
1.1. Вербальная коммуникация в деловом общении: нормативный аспект.....	4
1.1.1. Основные понятия деловых коммуникаций, делового общения.....	4
1.1.2. Функции и виды деловой коммуникации	5
1.1.3. Коммуникационный процесс	7
1.1.4. Нормы современного русского языка	9
1.2. Функциональные стили современного русского языка	17
1.2.1. Понятие функционального стиля речи.....	17
1.2.2. Научный стиль речи: стилевые и жанровые особенности	18
1.2.3. Официально-деловой стиль: стилевые и жанровые особенности	20
1.2.4. Публицистический стиль: стилевые и жанровые особенности	21
2. КУЛЬТУРА ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВОЙ РЕЧИ	29
2.1. Деловой этикет	29
2.2. Документационное обеспечение деловых коммуникаций.....	32
2.2.1. Основные виды деловых и коммерческих документов.....	32
2.2.2. Приемы унификации языка служебных документов.....	35
3. ДЕЛОВАЯ РИТОРИКА	43
3.1. Предмет деловой риторики.....	43
3.2. Композиция публичного выступления	44
3.3. Содержание публичного выступления.....	46
3.4. Логика публичного выступления	47
3.5. Приемы стимулирования внимания и интереса аудитории.....	49
3.6. Стилистические приемы ораторской речи.....	51
3.7. Культура речи.....	53
3.8. Эмоциональность и жестикуляция	54
ГЛОССАРИЙ	62
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	65

1. ОСНОВЫ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

1.1. Вербальная коммуникация в деловом общении: нормативный аспект

1.1.1. Основные понятия деловых коммуникаций, делового общения

Слово «коммуникация» произошло от латинского «communicatio», что означает «сообщение».

Термин «коммуникация» появился в научной литературе в начале XX в. и имеет три значения:

- 1) средства связи любых объектов материального и духовного мира;
- 2) общение, передача информации от человека к человеку (межличностная коммуникация);
- 3) общение и обмен информацией в обществе (социальная коммуникация).

Коммуникация – это специфический обмен информацией, процесс передачи эмоционального и интеллектуального содержания; это способ общения и передачи информации от человека к человеку в виде устных и письменных сообщений, языка телодвижений и параметров речи.

Практически все, что окружает человека, является **коммуникативной средой**. При этом одну часть этой среды составляют предметы и явления, которые предоставляют нам информацию о происходящем (то, о чем сообщается), а другую – средства коммуникации, с помощью которых эта информация передается (то, как сообщается).

Коммуникационная деятельность осуществляется в обществе в **трех формах**:

- 1) общение – диалог равноправных партнеров;
- 2) управление – целенаправленное воздействие коммуникатора на получателя информации;
- 3) подражание – заимствование образцов поведения, стилей общения, образа жизни одних членов общества другими. Благодаря подражанию из поколения в поколение передаются язык, традиции, знания, умения.

Основной задачей деловой коммуникации можно назвать продуктивное сотрудничество, стремление к сближению целей, установление и улучшение партнерских отношений.

Цели коммуникаций:

1. Обеспечение эффективного обмена информацией между субъектами и объектами управления.
2. Совершенствование межличностных отношений в процессе обмена информацией.
3. Создание информационных каналов для обмена информацией между отдельными сотрудниками и группами и координации их задач и действий.
4. Регулирование и рационализация информационных потоков.

1.1.2. Функции и виды деловой коммуникации

Коммуникации выполняют целый ряд важных функций. Обычно выделяют пять основных.

1. Связующая заключается в том, что благодаря ей люди объединяются в процессе любой деятельности.

2. Формирующая, в соответствии с которой коммуникации помогают человеку сформировать определенные качества личности.

3. Подтверждающая функция. В процессе коммуникации с другими людьми человек получает возможность как бы подтвердить себя, утвердиться в том, что он есть. Еще У.Джеймс отмечал, что для человека «не существует более чудовищного наказания, чем быть предоставленным в обществе самому себе и оставаться абсолютно незамеченным». Это состояние человека фиксируется в понятии «неподтверждения». Каждый день мы в процессе общения «подтверждаем существование друг друга» с помощью привычных действий, закрепленных нормами этикета: ритуалы знакомства, приветствия, именованья, оказание различных знаков внимания. Они, говоря научным языком, направлены на поддержание у человека «минимума подтвержденности».

4. Межличностная функция заключается в организации и поддержании межличностных эмоциональных отношений.

5. Внутриличностная функция коммуникации предполагает общение человека с самим собой. Это универсальный способ мышления человека.

Наиболее распространенной является классификация видов деловой коммуникации, предложенная Ф.И. Шарковым. Он выделяет следующие виды коммуникации.

1. По масштабности процесса коммуникации и массовости вовлекаемых в него лиц:

а) массовая коммуникация (происходит в том случае, если сообщение получает или использует большое количество людей, зачастую состоящее из различных по интересам и коммуникативному опыту групп);

б) среднего уровня (между и в больших социальных группах – групповая, в социальных организациях – внутриорганизационные коммуникации);

в) локальная (внутрисемейная, в малых группах – внутrigрупповая, межгрупповая).

По отношению к каждому из внешних субъектов межгрупповых взаимосвязей коммуникации носят внешний характер – внешние коммуникации. Внутренние коммуникации могут принимать характер межличностных отношений – межличностные коммуникации (как правило, связаны с идеальной моделью коммуникации, в которой участвуют двое коммуникантов). Межличностные коммуникации отличаются от внутриличностных (интраперсональных), которые представляют собой «общение с самим собой» (человек диалогизирует свой внутренний «монолог», разговаривая со своим внутренним голосом, совестью, alter ego).

2. По способу установления и поддержания контакта коммуникации подразделяются:

- а) на непосредственные (прямые);
- б) опосредованные (дистанционные).

3. По инициативности коммуникаторов коммуникации делятся:

- а) на активные;
- б) пассивные.

Если коммуникатор воздействует на реципиента, который не реагирует на послания, то последний играет пассивную роль, а данная коммуникация в целом также является пассивной. Коммуникация становится активной, если все коммуникаторы, участвующие в коммуникативном процессе, инициируют послания и сразу же реагируют на полученную информацию своими действиями.

4. По степени организованности коммуникации подразделяются:

- а) на случайные;
- б) неслучайные (организованные).

Случайные коммуникации возникают стихийно (обмен информацией происходит случайно во время незапланированных заранее встреч, при этом могут обсуждаться и приниматься достаточно важные и ответственные решения).

5. В зависимости от направления потока информации коммуникации подразделяются:

а) на горизонтальные. Происходят между членами группы, имеющими равный ранг в системе управления организацией, между друзьями, равнозначными группами в обществе;

б) вертикальные. Вертикальные коммуникации, в свою очередь, подразделяются на нисходящие и восходящие. Коммуникативный поток, который перемещается от одного уровня в группе или организации к другому, более низкому уровню, называется нисходящим (общение начальника со своими подчиненными). Восходящая информация от более низкого к более высокому уровню используется для обратной связи подчиненных с руководителем с целью информирования о результатах работы и текущих проблемах.

6. В зависимости от используемых знаковых систем коммуникации подразделяются:

- а) на вербальные;
- б) невербальные.

Вербальные коммуникации реализуются посредством устных и письменных сообщений. Невербальные коммуникации осуществляются посредством языка телодвижений и параметров речи. Язык телодвижений – главный компонент невербальных коммуникаций, оказывающих воздействие на другого человека (до 55% всех коммуникаций).

7. По характеру кодирования с учетом специфики получателя (адресата):

а) публичные – коммуникации, обладающие экспрессией, рассчитанные на массовые аудитории;

б) личностные (индивидуальные)– рассчитанные на получение сообщения только конкретным индивидом;

в) конфиденциальные– разновидность личностных коммуникаций, не рассчитанных на восприятие третьим индивидом.

8. По характеру процесса, с учетом его результативности коммуникации подразделяются на следующие виды:

а) эффективные (успешные);

б) неэффективные.

Проблема эффективности коммуникаций достаточно сложна. В каждой сфере

деятельности эффективность коммуникации зависит от специфики самой деятельности. Общим является: наличие эффекта обратной связи и достижение поставленной цели.

1.1.3. Коммуникационный процесс

Коммуникационный процесс – это совокупность последовательных действий, направленных на обмен информацией между двумя или более людьми. ***Его цель*** – обеспечить передачу и понимание информации, являющейся предметом обмена. Если взаимное понимание не достигается, то коммуникация не состоялась, из чего следует, что обе стороны играют в ней активную роль.

Коммуникационный процесс– это взаимодействие совокупности элементов. Существует четыре базовых элемента коммуникационного процесса:

1. Отправитель – лицо, генерирующее идею или собирающее информацию и передающее ее.

2. Сообщение – непосредственно информация.

3. Канал – средство передачи информации (устная передача, совещания, телефонные переговоры, письменная передача, служебные записки, отчеты, электронная почта, компьютерные сети).

4. Получатель (адресат) – лицо, которому предназначена информация и которое интерпретирует её.

Коммуникационный процесс обмена информацией включает взаимосвязанные **этапы**:

- Зарождение идеи или отбор информации.
- Выбор канала передачи информации.
- Передача сообщения.
- Интерпретация сообщения.

Коммуникативное событие включает в себя серию контактов между партнерами, объединенных общей целью.

Каждый контакт реализуется через ряд **фаз**:

1. Фаза подготовки.
2. Фаза установления контакта.
3. Фаза концентрации.

4. Фаза анализа.

5. Фаза аргументации и убеждения.

6. Фаза закрепления результата и завершения контакта.

Из всех фаз наиболее ответственная *фаза подготовки*, если она оказывается возможной. Контакт нужно планировать, правильно выбрать место и время, определить для себя установки на результаты коммуникации.

Но даже если коммуникативный контакт происходит неожиданно для партнеров, нельзя утверждать, что подготовка невозможна. К подготовительным действиям можно отнести, в этом случае, повышение собственной психологической компетентности, расширение эрудиции в разнообразных областях знаний, накопление и анализ коммуникативного опыта.

Вторая фаза – установление контакта. Здесь важна самонастройка, а также умение почувствовать состояние партнера, «подстроиться» под него и включить его в процесс коммуникации. Смысл подстройки заключается в том, чтобы снять у партнера психическое напряжение и снизить возможность внутреннего сопротивления. Этот период завершается установлением психологического контакта.

Далее идет *фаза концентрации*. В узком смысле – это сосредоточение внимания на содержании проблемы, целях и задачах сторон, а также сбор информации, касающейся данного общения. Однако необходимо подчеркнуть, что в общем смысле фаза концентрации предполагает и сосредоточение на особенностях поведения партнера. Поэтому можно предположить, что концентрация внимания осуществляется уже на этапе вхождения в контакт, когда у партнеров происходит экспресс-анализ первых впечатлений друг о друге и формируются варианты возможного поведения. Цель анализа – понять потребности, интересы, причины поведения собеседника и спрогнозировать его дальнейшее поведение.

Фаза аргументации и убеждения предполагает обоснование партнерами собственной точки зрения, а также осмысление и обсуждение аргументов партнера. Наиважнейшим условием продуктивного общения на данном этапе является корректное отношение к партнеру и признание его права на собственную точку зрения, даже если она кажется ошибочной.

И наконец, *фаза фиксации результата и завершения контакта*. Это очень ответственный момент в отношениях. На этой стадии подводится итог достигнутым договоренностям, происходит принятие партнерами на себя ответственности за принятые решения или сообщается о прекращении контакта, если коммуникация оказалась неприятна партнерам. Ошибка в этой фазе иногда может полностью изменить результат многочасовой беседы. Необходимо всегда завершать общение так, чтобы была перспектива продолжения.

1.1.4. Нормы современного русского языка

Норма языка (литературная норма) – это правила использования языковых средств, единообразное, образцовое, общепризнанное употребление элементов литературного языка в определенный период его развития.

Языковая норма – явление сложное и достаточно противоречивое: она диалектически соединяет в себе ряд противоположных **особенностей**. Перечислим наиболее важные из них и дадим необходимый комментарий.

1. Относительная **устойчивость** и **стабильность** и одновременно ее **динамичность, изменчивость**.

2. С одной стороны, для нормы характерны **общераспространенность** и **общеобязательность** соблюдения тех или иных правил, без чего невозможно было бы «управление» стихией речи, с другой стороны, можно говорить и о **«языковом плюрализме»** – существовании одновременно нескольких вариантов (дублетов), признающихся нормативными.

3. Основные **источники языковых норм** – это прежде всего произведения классической литературы, образцовая речь высокообразованных носителей языка, общепринятое, широко распространенное современное употребление, а также научные исследования. Однако, признавая важность **литературной традиции** и **авторитета источников**, следует помнить и об **авторской индивидуальности**, способной нарушить нормы, что, безусловно, является оправданным в определенных ситуациях общения.

Варианты норм

Изменению языковых норм предшествует появление их **вариантов (дублетов)**, которые реально уже существуют в речи и используются носителями языка. Варианты норм отражаются в специальных словарях, таких как «Орфоэпический словарь», «Словарь трудностей русского языка», «Словарь сочетаемости слов» и др.

Существуют **3 степени нормативности**:

– **норма 1-й степени** – строгая, жесткая, не допускающая вариантов (например, *класть*, а не *ложить*; *т, звони* а не *звóнит*; *носков*, а не *носок*);

– **норма 2-й степени** – менее строгая, допускающая равноправные варианты, объединяемые в словарной статье союзом «и» (например, *пράвы* и *правы*, *жалюзи* (*ср.* и *мн.*), *безнравствен* и *безнравственен*);

– **норма 3-й степени** – наиболее подвижная, где один вариант является основным (предпочтительным), а второй, хотя и допустим, но менее желателен. В таких случаях перед вторым вариантом ставится помета «*доп.*» (допустимо), иногда в сочетании со стилистическими пометами либо только стилистическая помета: «*разг.*» (разговорный), «*поэтич.*» (поэтический), «*проф.*» (профессиональный) и т.п. Например: банка *шпрот* (*доп. шпротов*), чашка чая (*доп. разг. чаю*), *кóмпас* (*проф. компáс*).

Норму 1-й степени называют **императивной нормой**, нормы 2-й и 3-й степени – **диспозитивными нормами**.

Типы норм

В соответствии с основными уровнями языка и сферами использования языковых средств выделяются следующие **типы норм**.

1. **Орфоэпические нормы** (греч. *правильная речь*) – нормы постановки ударения и произношения. Орфоэпические ошибки мешают воспринимать речь говорящего. Социальная роль правильного произношения очень велика, так как знание орфоэпических норм значительно облегчает процесс коммуникации.

Чтобы не делать ошибок в речи, нужно пользоваться специальными словарями, такими как «Словарь ударений русского языка», «Орфоэпический словарь», «Словарь трудностей устной речи» и др.

Варианты, находящиеся вне литературной нормы, сопровождаются запретительными пометами: «*не рек.*» (не рекомендуется), «*неправ.*» (неправильно), «*груб.*» (грубо), «*бран.*» (бранная лексика) и т.п.

2. **Лексические нормы**, или нормы словоупотребления, – это: а) употребление слова в тех значениях, которые оно имеет в современном языке; б) знание его лексической и грамматической сочетаемости; в) правильность выбора слова из синонимического ряда; г) уместность его использования в той или иной речевой ситуации.

3. **Морфологические нормы** регулируют образование и употребление грамматических форм слова. Отметим, что к морфологическим нормам относятся прежде всего: нормы определения грамматического рода некоторых существительных, нормы образования множественного числа существительных, нормы образования и употребления падежных форм существительных, прилагательных, числительных и местоимений; нормы образования сравнительной и превосходной степени прилагательных и наречий; нормы образования и употребления глагольных форм и др.

4. **Синтаксические нормы** связаны с правилами построения и употребления словосочетаний и различных моделей предложения. Строя словосочетание, необходимо прежде всего помнить об управлении; строя предложение, следует учитывать роль порядка слов, соблюдать правила использования деепричастных оборотов, законы построения сложного предложения и т.д.

Морфологические и синтаксические нормы часто объединяются под общим названием – **грамматические нормы**.

5. **Орфографические нормы (нормы правописания)** и **нормы пунктуационные** не допускают искажения зрительного образа слова, предложения или текста. Чтобы грамотно писать, необходимо знать общепринятые правила орфографии (написания слова или его грамматической формы) и пунктуации (расстановки знаков препинания).

В рамках дисциплины «Деловая коммуникация на русском языке» наиболее важными для теоретического изучения являются морфологические нормы (правила склонения фамилий, определения рода аббревиатур и несклоняемых имён существительных, правила склонения числительных) и синтаксические нормы русского языка.

Морфологические нормы современного русского языка

Морфологические нормы – это нормы, которые регулируют образование форм слова в современном русском языке.

Морфологические нормы имени существительного

I. Определение рода несклоняемых имен существительных

1. Неодушевленные несклоняемые существительные в подавляющем большинстве относятся к среднему роду, например: *ателье, бра, желе, жюри, интервью, кашне, кашпо, меню, пенсне, покурри, рагу, ралли, рандеву, табу, шасси, шоу* и др. (в орфоэпическом словаре зафиксировано около 300 таких слов).

От ведущей закономерности есть некоторые отступления. Колебания в роде у этой группы слов возникает под влиянием близких по значению склоняемых слов или общих названий смысловых групп:

а) к мужскому роду относятся названия ветров (*сирокко, торнадо, солоно*),

б) колебания между мужским и средним родом наблюдается в названиях танцев (*липси, сиртаки, шимми*), спиртных напитков (*бренди, мартини*); под влиянием синонимичного склоняемого слова (допустимо *пенальти* – мужского рода (*удар*));

в) колебания между средним и женским родом под влиянием склоняемых слов наблюдаются в словах: *кольраби* (капуста), *авеню* (улица), *салями* (колбаса).

2. Одушевленные несклоняемые существительные, называющие лиц, обычно мужского рода (*атташе, буржуа, конферансье, маэстро, янки* – в словаре таких слов около 40), но могут быть и женского рода (*леди, пани, фрау, мадам, мисс*). Несколько одушевленных несклоняемых существительных, называющих лиц, относятся к общему роду (*ультра, хиппи, визави*).

Несклоняемые одушевленные существительные – названия животных – тоже чаще относятся к мужскому роду (*какаду, пони, фламинго*). Некоторые допускают согласование по мужскому и женскому роду (*прискакал кенгуру, прискакала кенгуру*). Иногда это различие используется для обозначения самки и самца. Некоторые существительные относятся к женскому роду: *иваси* (рыба), *колибри* (птица), *цеце* (муха). Здесь также влияет род слов-аналогов русского языка: *рыба, птица, муха*.

3. Несклоняемые собственные имена, обозначающие географические названия, относятся к тому же роду, к которому принадлежат нарицательные существительные, обозначающие соответствующее родовое понятие, например: *жаркий Батуми* (город), *широкая Колорадо* (река), *американский Колорадо* (штат).

II. Определение рода аббревиатур

Чтобы определить род аббревиатур, необходимо вначале определить тип сложносокращенного слова. Выделяют *звуковые* (образованные из сочетаний звуков слов) и *буквенные* (образованные из сочетаний начальных букв слов) аббревиатуры. Звуковые аббревиатуры бывают изменяемыми (вуз, ЗАГС,

ТЮЗ) и неизменяемыми (УПИ, МаГУ). Буквенные аббревиатуры являются неизменяемыми (СНГ, ГКЧП).

У звуковых изменяемых аббревиатур с твердым согласным в конце слова род определяется по форме слова, например: *вуз* склоняется как существительное мужского рода с нулевым окончанием типа *стол*, поэтому *вуз* мужского рода – *родной вуз*. У остальных аббревиатур род определяется по стержневому слову, например: *ММК* – Магнитогорский металлургический комбинат (главное слово – м.р.).

Иностранные аббревиатуры всегда среднего рода: *ЮНЕСКО* – ср.р.

III. Определение рода у имен существительных, обозначающих названия лиц по профессии, должности, званию

1. Большинство существительных, обозначающих названия лиц по профессии, должности, званию, употребляются только в мужском роде (*юрист, судья, педагог, доцент, мастер спорта*). Парных образований, признанных нормой, очень мало (*ткачиха – ткач*). Формы типа: *докторша, кондукторша, врачиха запретны*, так как а) фамильярны; б) обозначают и название женской профессии, и название жены человека с такой профессией.

Можно запомнить и редкое исключение из общей направленности. Слова *балерина, машинистка, сиделка, маникюрша* не имеют формы мужского рода. Вместо такой формы используют, описательный оборот (*мастер по маникюру, премьер Большого театра* и др.).

2. При существительных мужского рода, называющих профессию, должность, звание, но обозначающих женщину, сказуемое ставится в форме женского рода: *Ректор университета регулярно выступала перед сотрудниками*.

3. Согласование определений в женском роде с такими существительными (*наша референт...*) носит разговорный характер (Правильно: *наш референт..., молодой прокурор Иванова..., опытный экономист Петрова...*)

4. При подлежащем, выраженным сочетанием нарицательного и собственного имени, сказуемое согласуется с последним: *Референт Иванова помогла составить директору отчет*.

IV. Склонение фамилий

Склоняются:

1. Мужские фамилии, оканчивающиеся на согласную букву (*Соболь, Бутрий, Шмидт* и др.). В двойных иноязычных фамилиях склоняется последняя часть (*Конан Дойл, Тер-Гевондян* и др.).

2. Все фамилии (как женские, так и мужские) на безударный гласный -а/-я после согласного (*творчество Пабло Неруды, песни Булата Окуджавы*).

3. Все фамилии (как женские, так и мужские) на безударный гласный -я после гласного (*фильмы Георгия Данелии*).

Не склоняются:

1. Женские фамилии, оканчивающиеся на согласную букву (*Соболь, Бутрий, Шмидт* и др.).

2. Все (и мужские, и женские) французские фамилии, оканчивающиеся на ударный гласный -а/-я (*романы Дюма*).

3. Все (и мужские, и женские) фамилии, оканчивающиеся на безударный -а после гласного (*годы президентства Гамсахурдиа*).

4. Фамилии, оканчивающиеся на любые гласные, кроме а-я (*Массне, Руставели, Бюль-Бюль оглы, Дубяго* и др.).

4. Все (и мужские, и женские) фамилии, оканчивающиеся на -ых, -их (*Седых, Долгих*).

Кроме того, необходимо знать, как правильно использовать форму числа фамилии (единственное или множественное) при обозначении нескольких лиц.

Фамилия употребляется **во множественном числе**:

- 1) с двумя мужскими именами (*Петр и Андрей Макаревичи*),
- 2) со словами *муж* и *жена* (*муж и жена Бирихи*),
- 3) со словами *отец* и *сын* (*отец и сын Вайнерманы*).

Фамилия употребляется **в единственном числе**:

- 1) с двумя женскими именами (*Светлана и Нина Ким*),
- 2) с женским и мужским именем (*Ольга и Олег Бауэр*),
- 3) со словом *супруги* (*супруги Шмидт*),
- 4) со словами *брат* и *сестра* (*брат и сестра Вульф*).

Морфологические нормы имени числительного

• **Количественные числительные** – обозначают собственно количество или число: *один, два, пять, пятнадцать, тридцать, семьдесят, двести, пятьдесят два* и т. д.

• **Собирательные числительные** – обозначают количество как совокупность: *двое, трое, шестеро, оба, обе* и др.

• **Порядковые числительные (счетные прилагательные)** – числительные со счетно-порядковым значением: *пятый, шестой, двадцатый, семьдесят пятое, тридцать вторая*.

Количественные числительные могут быть **определенными** и **неопределенными** (ср.: *пять* и *несколько*); по своему строению – **простыми** (с одним корнем: *пять, девять*), **сложными** (с основой, состоящей из двух частей: *пятьдесят, пятьсот, девяносто, девятьсот*) и **составными** (состоящими из нескольких слов: *двадцать пять, девяносто шесть*).

I. Употребление собирательных числительных

Собирательные числительные используются:

1) в сочетании с существительными мужского и общего рода, **называющими лиц**: *пятеро друзей, встретил пятерых друзей; на улице стояло семеро зевак;*

2) в сочетании с существительными *дети, ребята, люди, лица* в значении 'люди': *у Марии Николаевны пятеро детей, встретил троих ребят, в спектакле шестеро действующих лиц;*

3) в сочетании с личными местоимениями: *нас пятеро;*

4) в сочетании с неодушевленными существительными, употребляющимися только во множественном числе, и с названиями парных

предметов: *пятеро ножниц, пятеро щипцов, двое носков*. В косвенных падежах используется количественное числительное: *пяти ножниц, пятью щипцами, двумя носками*.

II. Склонение числительных

Количественные и собирательные числительные склоняются по образцу существительных или прилагательных.

1. Числительные *5-9, 11-19, 20, 30, 50-80* склоняются по образцу существительных третьего склонения (*ночь, тень*):

и. п. <i>пять</i>	в. п. <i>пять</i>
р. п. <i>пяти</i>	т. п. <i>пятью</i>
д. п. <i>пяти</i>	п. п. <i>о пяти</i>

2. Вторая часть числительных *двести, триста, четыреста* и всех числительные на *-сот* (*пятьсот, шестьсот*) склоняется, как слово *книг*:

и. п. <i>триста, пятьсот</i>	в. п. <i>триста, пятьсот</i>
р. п. <i>трехсот,</i>	т. п. <i>тремястами,</i>
<i>пятисот</i>	<i>пятьюстами</i>
д. п. <i>трестам,</i>	п. п. <i>о трехстах, о пятистах</i>
<i>пятистам</i>	

3. Числительные *сорок, девяносто* и *сто* имеют только две формы:

И. –В. п.: *сорок, девяносто, сто*
Р.-Д.-Т.-П.: *сорока, девяноста, ста*

4. Числительное *полтора* имеет две формы именительного падежа – *полтора* (м. р. и с. р.) и *полторы* (ж. р.): *полтора литра, полтора бревна, полторы жизни*.

Форма всех косвенных падежей (кроме винительного) – *полтора*.
Правильно: *о полтора днях*, а НЕ *о полторах днях, полторах днях*.

5. Числительные *два, три, четыре*, а также собирательные числительные, слова *оба, обе, сколько, столько, сколько-нибудь, столько-то* склоняются по образцу прилагательных:

и. п. <i>два, три, четыре, оба, обе, столько,</i>	в. п. <i>два, три, четыре, оба, обе, столько</i>
<i>четверо</i>	<i>(двух, трех, четырех, обоих, обеих, стольких, четверых)</i>
р. п. <i>двух, трех, четырех, обоих, обеих,</i>	т. п. <i>двумя, тремя, четырьмя, обоими,</i>
<i>стольких, четверых</i>	<i>обеими, столькими, четверыми</i>
д. п. <i>двум, трем, четверем, обоим, обеим,</i>	п. п. <i>о двух, трех,</i>

стольким, четверым

*четырех, обоих, обеих,
стольких, четверых*

6. Нужно помнить, что у составных количественных числительных склоняется каждое входящее в них слово: *тысячи двухсот пятидесяти двух*.

7. У составных порядковых числительных склоняется только последнее слово: *к две тысячи четырнадцатому году, двадцать третьего мая*.

Синтаксические нормы современного русского языка

I. Управление в современном русском языке

Ошибки могут возникнуть при неправильном *управлении*, когда в словосочетании зависимое слово ставится не в том падеже, которого требует главное слово. Назовем несколько трудных случаев.

1. Предлоги *благодаря, согласно, вопреки* употребляются только с Д.п. (вопросы: кому? чему?): *благодаря (чему?) реформам, согласно (чему?) приказу*.

2. Предлоги *ввиду, вследствие* требуют Р.п. (вопросы: кого? чего?): *ввиду (чего?) недостатка денег*.

3. Предлог *по* (в значении «после») употребляется с существительными и местоимениями (*мы, вы*) в П.п. (вопросы: о ком? о чем?) (*по прибытии поезда, соскучились по нас/вас*).

4. Одна из распространенных ошибок – употребление словосочетания с предлогом вместо словосочетания без предлога. Например: *мы увидели об этом по телевизору* (нужно: *мы увидели это по телевизору*); *он разъяснил о допущенных ошибках* (нужно: *он разъяснил ошибки*). Для того чтобы избежать нарушений нормы, необходимо найти в словосочетании главное по смыслу слово и задать от него вопрос к зависимому слову.

II. Употребление предложений с однородными членами

Однородные члены предложения – это главные или второстепенные члены предложения, выполняющие одинаковую синтаксическую функцию (т. е. являющиеся одними и теми же членами предложения: подлежащими, сказуемыми, определениями, дополнениями, обстоятельствами), отвечающие на один и тот же вопрос и произносящиеся с интонацией перечисления.

1. Не следует соединять в качестве однородных членов далекие по смыслу понятия (например: *изучать музыку и болезни*).

2. При двух или нескольких однородных членах ставится общее зависимое слово только при условии, если эти однородные члены требуют одинакового падежа и предлога (например: *читать (что?) и конспектировать (что?) книгу*). Неправильными являются предложения, в которых общее зависимое слово имеется при однородных членах, требующих разного падежа (например, *любить и увлекаться спортом – любить (что?), увлекаться (чем?)*). Обычно ошибки можно исправить, добавляя ко второму однородному

члену местоимение, заменяющее зависимое слово при первом однородном члене (например, *любить спорт и увлекаться им*).

III. Употребление предложений с деепричастными и причастными оборотами

1. В предложениях с причастным оборотом необходимо соблюдать следующий порядок слов: главное слово → причастный оборот или причастный оборот → главное слово. Нельзя вставлять главное слово внутрь причастного оборота! Например: *лежащая книга на столе*; правильно: *книга, лежащая на столе / лежащая на столе книга*.

2. Деепричастный оборот не может быть употреблен, если действие, выраженное глаголом, и действие, выраженное деепричастием, относятся к разным лицам. Например: *Возвращаясь домой, меня застиг дождь*. В этом предложении *дождь (что сделал?) застиг, возвращаясь домой* → дождь застиг, но он домой не возвращался. Правильно: *Когда я возвращался домой, меня застиг дождь*.

3. Деепричастный оборот не может быть употреблен в безличном предложении. Например: *Подходя к лесу, мне стало холодно*. В этом предложении сказуемое *стало холодно*, подлежащего нет, и его нельзя вставить в предложение (*я, мы, ты, вы, он, она, оно, они – стало холодно*). Правильно: *Когда я подходил к лесу, мне стало холодно*.

4. Исключения составляют предложения, в которых есть глагол, отвечающий на вопросы: *что делать? что сделать?* (например: *Отвечая на этот вопрос, необходимо (что сделать?) заметить...*)

IV. Трудные случаи согласования определений

Если вы создаете фразу,

1) в которой между словами *ДВА, ТРИ, ЧЕТЫРЕ* и существительным есть определение, то может возникнуть вопрос, как оно будет оканчиваться: *ДВА НОВЫХ ДОМА* или *ДВА НОВЫЕ ДОМА*?

* при словах мужского и среднего рода определение, стоящее между словами *ДВА, ТРИ, ЧЕТЫРЕ* и существительным, ставится в Р.п. (*кого?чего?*) множественного числа: *ДВА НОВЫХ ДОМА* (*дом – муж. рода*).

* при словах женского рода определение ставится в И.п. (*кто?что?*) множественного числа: *ДВЕ БОЛЬШИЕ КОМНАТЫ* (*комната – ж.р.*).

2) в которой определение стоит **перед** словами *ДВА, ТРИ, ЧЕТЫРЕ* то может возникнуть вопрос, как оно будет оканчиваться: *НОВЫХ ДВА ДОМА* или *НОВЫЕ ДВА ДОМА*?

* определение ставится в форме И.п. (*кто?что?*) независимо от рода существительного: *НОВЫЕ ДВА ДОМА, БОЛЬШИЕ ДВЕ КОМНАТЫ*.

3) в которой два или несколько определений стоит **перед** существительным, то может возникнуть вопрос, в каком числе писать существительное: *АГИТАЦИОННАЯ И ОРГАНИЗАЦИОННАЯ РАБОТА* или *АГИТАЦИОННАЯ И ОРГАНИЗАЦИОННАЯ РАБОТЫ*?

* существительное пишется в **единственном числе**, если видна связь между характеризуемыми предметами, видна их терминологическая близость: АГИТАЦИОННАЯ И ОРГАНИЗАЦИОННАЯ РАБОТА (ед.ч.);

* существительное пишется во **множественном числе**, если обнаруживается наличие нескольких предметов: КУРСКАЯ И ОРЛОВСКАЯ ОБЛАСТИ (мн.ч.);

* существительное пишется в **единственном числе**, если функцию определения в предложении выполняют числительные: МЕЖДУ ПЯТЫМ И ШЕСТЫМ ЭТАЖОМ (ед.ч.);

* существительное пишется в **единственном числе**, если между определениями есть союзы: *либо, или, то – то, не то – не то, то ли – то ли, а, но, зато, же, все же, однако*. КУРСКАЯ ИЛИ ОРЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ (ед.ч.).

4) в которой **после** существительного стоит несколько определений, то может возникнуть вопрос, в каком числе писать существительное?

* существительное ставится во **множественном числе**: ЯЗЫКИ (мн.ч.) АНГЛИЙСКИЙ И ФРАНЦУЗСКИЙ;

* существительное пишется в **единственном числе**, если между определениями есть союзы: *либо, или, то – то, не то – не то, то ли – то ли, а, но, зато, же, все же, однако*. ЯЗЫК (ед.ч.) АНГЛИЙСКИЙ ИЛИ ФРАНЦУЗСКИЙ.

5) в которой при одном определении стоит несколько связанных по смыслу существительных, то может возникнуть вопрос, в каком числе писать определение: НАПИСАТЬ СВОЙ АДРЕС, ИМЯ И ФАМИЛИЮ или НАПИСАТЬ СВОИ АДРЕС, ИМЯ И ФАМИЛИЮ?

* определение пишется в **единственном числе**, когда по смыслу сочетания ясно, что оно относится не только к ближайшему существительному, но и к последующим: НАПИСАТЬ СВОЙ (ед.ч.) АДРЕС, ИМЯ И ФАМИЛИЮ.

* определение пишется во **множественном числе**, когда может возникнуть неясность относительно того, связано ли оно только с ближайшими существительными или со всем рядом: СПОСОБНЫЕ (мн.ч.) УЧЕНИК И УЧЕНИЦА (если вы напишете СПОСОБНЫЙ УЧЕНИК И УЧЕНИЦА, то получится, что ученик способный, а ученица нет).

* определение пишется в **единственном числе**, если есть союзы: *либо, или, то – то, не то – не то, то ли – то ли*. СПОСОБНЫЙ (ед.ч.) УЧЕНИК ИЛИ УЧЕНИЦА

1.2. Функциональные стили современного русского языка

1.2.1. Понятие функционального стиля речи

Стиль – это общественно осознанная, функционально обусловленная, внутренне объединенная совокупность приемов употребления, отбора и сочетания средств речевого общения в сфере того или иного общенародного, общенационального языка, соотносительная с другими такими же способами

выражения, которые служат для иных целей, выполняют иные функции в речевой общественной практике данного народа.

Наиболее раннее, традиционное и самое широкое понимание стиля связано с различиями книжно-письменной и устно-разговорной речи. Понятия «письменный» и «устный» относятся к явлениям формы языкового общения, «книжный» и «разговорный» – к явлениям стиля. Вместе с тем единицы языка, преимущественно используемые в книжно-письменной сфере, обычно несут для говорящих на этом языке стилевую окраску, которая именуется книжной; тот же параллелизм наблюдается между средствами устной речи и разговорной. В связи с этим нередко говорят о *книжном стиле и разговорном*.

В современных представлениях о функционально-стилевой дифференциации **функциональный стиль** – это исторически сложившийся тип функционирования языка, реализующийся в той или иной социально значимой сфере общения.

Схема функционально-стилевого анализа текста

1. Объективные stileобразующие факторы применительно к данному тексту.
2. Языковая функция, доминирующая в данном тексте.
3. Доминантные stileобразующие признаки речи:
 - а. лексические,
 - б. морфологические,
 - в. синтаксические.
4. Вывод о принадлежности текста к определенному функциональному стилю.

1.2.2. Научный стиль речи: стилевые и жанровые особенности

Сфера функционирования – наука.

Основная форма реализации – письменная.

Типичный вид речи – монолог.

Специфичные стилевые черты:

- 1) научная тематика;
- 2) точность (точное определение понятий);
- 3) стремление к абстрактности, обобщению;
- 4) логичность изложения;
- 5) объективность.

Ведущая функция – информативная.

К доминантным стилевым признакам можно отнести следующие:

на лексическом уровне

• использование специальной научной и терминологической лексики (*Термин* – это слово или словосочетание, обозначающее понятие специальной области знания или деятельности. В научной речи употребляются термины трех видов: *общенаучные, межнаучные и узкоспециальные*).

Общенаучные термины предназначены выражать категории и понятия, продуктивно применимые ко всем областям научного знания (*система, программа, конструкция, функция* и т.д.). *Межнаучные термины* представляют собой наименования базовых понятий, общих для определенного комплекса наук (*адаптация (биолог., пед.) робототехника (тех., мед.), охлаждение (хим., физ.)*). *Узкоспециальные термины* именуют специфические для каждой отрасли знания, реалии, понятия, категории (*иммуногенетика, микропроцессор, эргономика*.);

- специальных лексических единиц, подчеркивающих отвлеченно-обобщенный характер речи (*обычно, обыкновенно, регулярно, всегда, каждый*);
- отсутствие разговорных, просторечных и эмоционально-экспрессивных слов.

на морфологическом уровне

- преобладание существительных и прилагательных над глаголами;
- преобладание глаголов несовершенного вида 3-го лица настоящего времени (*ученые исследуют, рассматривают*);
- частое употребление причастий и деепричастий (*происходящие события, анализируя факты*);
- местоимений 3 лица (1 лицо редко встречается, 2 лицо не используется);
- производных предлогов (*в течение, в результате, в связи, за счет*);
- множественного числа от абстрактных и вещественных существительных (*теплоты, климаты, глины, стали*);
- существительных в родительном падеже (*установление длины линии волны*);
- использование существительных в единственном числе, обозначающих считаемые предметы, для выражения обобщенного понятия (*Лось встречается ... Дуб преобладает ...*);

на синтаксическом уровне

- характерно использование вводных слов, выражающих отношение между частями высказывания (*так, таким образом, следовательно*);
- употребление наречий в связывающей функции (*поэтому, тогда, отсюда*);
- оборотов связи (*Приведу еще пример ..., Далее отметим Теперь перейдем к вопросу ...*);
- преобладание сложных предложений над простыми;
- широкое употребление причастных и деепричастных оборотов;
- использование исключительно повествовательных предложений;
- соединение предложений при помощи повторяющихся существительных в сочетании с указательными местоимениями (*В каждом ощущении мы различаем силу, высоту, тембр ... Мерю силы является ... квадрат амплитуды ... Эта амплитуда может быть крайне мала*).

1.2.3. *Официально-деловой стиль: стилевые и жанровые особенности*

Сфера функционирования – административно-правовая.

Основная форма реализации – письменная.

Типичный вид речи – монолог.

Специфические стилевые черты:

1) точность изложения, не допускающая возможности инотолкований; детальность изложения;

2) долженствующе-предписывающий характер изложения;

3) объективность;

4) логичность;

5) стереотипность, стандартизованность изложения;

Ведущая функция – информативная (предписывающая, констатирующая).

К доминантным стилевым признакам можно отнести следующие:

на лексическом уровне

- использование профессиональной (дипломатической, военной, бухгалтерской и др.) терминологии (*закон, паспорт, прокурор, протокол, контракт* и т. п.);

- узкоспециальной юридической терминологии (*санкция, расследование, ответчик, истец*);

- канцеляризмов (*нижеподписавшийся, вышеозначенный, запротоколировать*);

на морфологическом уровне

- широкое употребление отглагольных существительных (*усыновление, освидетельствование* и др.); существительных, обозначающих профессии, должности, звания (*бухгалтер, почтальон, майор* и др.); названий людей по признаку, обусловленному каким-либо действием или отношением (*работодатель, свидетель, заказчик* и др.). (Примечание: во избежание неточностей, существительное не заменяется местоимением и повторяется даже в ряду стоящих предложениях);

- использование имен существительных в родительном падеже;

- местоимений 3 лица;

- активное употребление инфинитивов;

- кратких прилагательных со значением долженствования (*должен, обязан, подотчетен, необходим*);

- отыменных предлогов (*в целях, в ходе, во избежание, по линии, на предмет* и др.);

на синтаксическом уровне

- употребление инфинитивных и безличных конструкций со значением долженствования (*Принятые общим собранием решения должны быть выполнены к концу второго квартала*);

- пассивных конструкций (*Оплата гарантируется; Запрос получен*);

- осложнение простых предложений многочисленными обособленными оборотами, однородными членами, часто выстраивающимися в длинную цепь

пунктов, что влечет за собой увеличение размеров предложения до нескольких сотен словоупотреблений (до 2000 слов и более);

- союзных связей над бессоюзными;
- сложных предложений над простыми (среди сложных предложений лидируют СПП с придаточными условиями);
- преимущественное использование косвенной речи.

1.2.4. Публицистический стиль: стилевые и жанровые особенности

Сфера функционирования – общественно-политические, общественно-экономические, социально-культурные и др. общественные отношения.

Основная форма реализации – письменная и устная.

Типичный вид речи – монолог.

Специфические стилевые черты:

- 1) социальная оценочность;
- 2) сочетание экспрессии и стандарта при передаче информации о текущих событиях;

Ведущая функция – информативная и воздействующая.

К доминантным стилевым признакам можно отнести следующие:

на лексическом уровне

- преимущественное использование общественно-политической терминологии (*общество, свобода, демократия* и т.д.);
- экономической терминологии (*бренд, мониторинг, маркетинг* и т.д.);
- специальной газетной профессиональной лексики (*интервью, корреспонденция, информация, репортаж*);
- большого круга иноязычных заимствований (*авеню, чайхана, фазенда* и т.д.);
- использование фразеологизмов, которые нередко переходят в штампы (*шагать в ногу с веком, пустить утку, согреть руки*);
- газетные клише книжного происхождения (*внести огромный вклад, снято читать, с чувством гордости*);
- использование разговорной, а изредка просторечной лексики, как правило, со специальными стилистическими целями (*забегаловка, небось, круто* и др.);

на морфологическом уровне

- активное использование существительных с суффиксами **-ость, -ств, -ние, -ие** (*прагматичность, сотрудничество, доверие, свершение*), с интернациональными суффиксами и префиксами **-изм, -ист, -ация, -анти-, -контр-, де-** (*историзм, оптимист, социализация, контрмеры*), прилагательных с префиксами **меж-, сверх-, все-, обще-** (*межведомственный, всеобщий, общепризнанный, сверхточный*);
- частое употребление страдательных причастий прошедшего времени (*ознаменовав, продемонстрировав, осуществлен*); прилагательных в форме превосходной степени (*ярчайший, самый выразительный, наиредчайший*);

- форм множественного числа существительных со значением обобщенной совокупности (*наши отцы, деды, ветераны*);
 - глаголов в настоящем времени (*приезжают, на месте знакомятся с документами и обнаруживают*);
 - глаголов 1-го лица;
 - повелительного наклонения глаголов (*голосуйте, продолжайте читать* и др.);
 - отрицательных частиц **НЕ** и **НИ**, усилительной частицы **ЖЕ**, разговорных частиц **ВЕДЬ**, **ВОТ**, **ДАЖЕ**, **ЛИШЬ** и др.;
 - производных предлогов (*на основе, в области, в свете, в духе, с учетом* и др.);
- на синтаксическом уровне**
- простота синтаксических конструкций;
 - употребление вводных конструкций (*по сообщению информационного агентства*);
 - номинативных (назывных) предложений (особенно в заголовках) (*Большая нефтегазовая стирка; Баланс нарастающую*);
 - вопросительных и восклицательных предложений;
 - использование элементов поэтического синтаксиса (риторического вопроса, анафоры, эпифоры, градации и др.) и разговорного синтаксиса (эллипсиса, присоединения, вопросно-ответной формы и др.).

Упражнения по разделу 1

I. Склонение фамилий

1. Склоняются или нет данные фамилии?

Морис Лиепа, Александр Булыга, Андрей Макаёнок, Сильва Капутикян, Жорж Садуль, Владимир Куц, Уриэль Акоста, Григорий Сковорода, Сольвейг, Мане, Андре Моруа, Сулико, Коста Хетагуров, Ефим Дорош, Дин Рид, Янка Купала, Якуб Колас, Суламифь Мессерер, Вадим Собко, Вера Засулич, Камиль Сен-Санс, Мэри Резерфорд, Эрнест Резерфорд, Петрусь Бровка, Габриэль Гарсиа Лорка, пани Моника, Эдгар Дега.

2. Напишите «шапку» заявления, поставив следующие имена в указанные формы:

Д.П. (кому): Морис Лиепа, Уриэль Акоста, Сольвейг, Вера Засулич.

Р.П. (кого): Андрей Макаёнок, Вадим Собко, Габриэль Гарсиа Лорка, Эдгар Дега.

3. Приведенные в скобках имена и фамилии поставьте в нужной форме.

1. Второе место жюри присудило учащемуся (Виктор Кравчук). 2. 20 мая исполняется 60 лет начальнику планово-экономического отдела (Борис Иванович Сорока). 3. «Фараон» – исторический фильм с участием (Барбара

Брыльска). 4. В центре пьесы В. Чичкова «Интервью в Буэнос-Айресе» образы (Сальвадор Альенде и Че Гевара). 5. Похождения итальянского авантюриста XVIII века (Казанова) послужили сюжетом для одного из кинофильмов. 6. Предисловие к сборнику карикатур написано главным редактором журнала (Елена Дик). 7. Открыта выставка графических работ (Сергей Павлович Майстренко). 8. В сентябре 1952 года толпы нью-йоркцев осаждали газетные киоски ради журнала «Лайф», где публиковалась нашумевшая повесть (Эрнест Хемингуэй) «Старик и море». 9. Вершиной мировой любовной лирики являются сонеты (Франческо Петрарка), посвященные его возлюбленной Лауре. 10. Фильм создан (Григорий Чухрай).

II. Определение рода аббревиатур

1. «Разверните» сокращения, определите род приведенных ниже аббревиатур:

АЭС, БТИ, ВАК, ВАСХНИЛ, ВОЗ, вуз, ВХУТЕМАС, ВЦИК, ГИБДД, ГУМ, ГЭК, ДОСААФ, ЕС, ЖЭК, ЗАГС, КНР, ЛДПР, ЛЭП, МАПРЯЛ, МГИМО, МФФ, МИД, НАСА.

2. Определите род приведенных ниже аббревиатур:

1) Гуляя вечером среди малопривлекательных новостроек, долго не могли понять, почему этот город называют красивейшим в Латинской Америке и почему **ЮНЕСКО** взял__ его под свое «крыло» («Вокруг света», 2004.07.15); 2) Спасательным кругом в такой ситуации был__ **ГОСТ**, котор__ сегодня безнадежно устарел__ («Информационные технологии», 2004.01.26); 3) **ВАК** утвердил__ новый перечень отечественных периодических изданий, в которых рекомендуются публикации по материалам защищаемых докторских диссертаций («Логистика», 2003.09.22); 4) **ВОЗ** опубликовал__ проект единой номенклатуры для систематизации диких штаммов вируса кори <...> («Вопросы вирусологии», 2004.07.05]; 5) Первым органом, осуществляющим проверку судебных постановлений в порядке надзора в России <...>, стал__ **ВЦИК** («Арбитражный и гражданский процессы», 2004.06.28); 6) Тирь, поименованные в телефонной книге (в основном, остатки был^{ой/ого} **ДОСААФ**), обслуживают стрелковый спорт («Известия», 2002.03.25); 7) Пока **ЖЭК** наконец то не *разорил__ с__* на дверь с кодовым замком, в подъезде и на лестнице все время кто-то спал. [Предложение купить пакет «Казино» (2004)]; 8) *Идуц__* сейчас впереди с 35-процентной долей рынка **МТС** стан__ т__ однозначно втор__ («Эксперт», 2004.12.13); 9) *Российск__* **МИД** пока не отреагировал__ на ситуацию вокруг полигона в Неваде («Известия», 2001.07.09); 10) Только вот что именно получает от этого сам__ **НАТО** <...>, остаётся неясно («Вечерняя Москва», 2002.05.16; 11) <...> **ЕГЭ** показал__ высокую мобильность абитуриентов и их большое желание поступить в вузы («Воронежские вести», 2003); 12) В декабре 2003 года **США** *ввел__* санкции против Сирии, обвинив режим Асада в попытках разработать химическое и биологическое оружие (РБК, 2004.09.13).

III. Склонение числительных

1. Запишите числительные в родительном и творительном падежах.

386, 599 781, 958 227, 704 205, 890, 640, 655 987.

2. Просклоняйте имена числительные.

693, 540, 762, 888, 555, 290.

3. Следя за правильным образованием падежных форм, правильно запишите словами все имена числительные.

1. В регионе один врач приходится на 400 жителей. 2. Урожай собран на 2660 гектарах. 3. За 336 заводскими станками работают выпускники нашего училища. 4. Что касается остальных 185 655 претендентов, то им придётся попытаться счастья в другой раз. 5. В 432 номере газеты публиковался материал об экологии.

IV. Синтаксические нормы

1. Проанализируйте употребление форм управления; исправьте предложения.

1. Поскольку нигде и никак не разъясняется о сроках сбора орехов, их чаще всего собирают преждевременно. 2. В выпуске дан обзор о применяемых до сих пор классических и современных методах исследования рынка ценных бумаг. 3. Что получается сейчас? Мы не имеем средств для оплаты за материалы! 4. Я имею в виду о положении в Кашмире. 5. Я хочу очень коротко остановиться об агротехнике сахарной свеклы. 6. Мне неприятно указывать об этом. 7. Многие группы позаимствовали это от «Deep Purple». 8. Интересен каталог о фирменных значках заводов-изготовителей. 9. Мы должны получить ответ о вопросе населения России. 10. А без соперника, которого согласно предвыборного этикета противник привык «мочить» и обвинять во всех тяжких, какой он кандидат?

2. Исправьте ошибки в предложениях с деепричастным оборотом.

1. Учитывая переплетение стилей, архитектура собора трудно определяется. 2. Ознакомившись с фельетонами М.Кольцова, меня поразило умение автора пользоваться сокровищами русского языка, его богатством. 3. Недостаточно подготовившись, докладчику не удалось полно раскрыть тему. 4. Взобравшись на возвышенность, перед глазами открывается панорама города. 5. Понимая необходимость этого мероприятия, оргкомитету удалось развернуть выставку в срок.

Тест по разделу I

I. Отметьте предложение, в котором нет ошибки в согласовании с существительным.

1. Аналитик Вартынова дал комментарий сложившейся ситуации.
2. Наша директор Анна Ивановна воплотила в жизнь свой бизнес-проект.
3. Арендатор Иванова не заплатила по счетам.
4. Молодая менеджер Марьянова взяла декретный отпуск.

II. Укажите неверный вариант записи (в скобках даны фамилии в Им.п.). Диск для...

1. Светланы Горбан (Горбан).
2. Михаила Лушниченко (Лушниченко).
3. Александра Корсак (Корсак).
4. Инны Греф (Греф).

III. Нарушение морфологической нормы допущено в словосочетании:

1. Старая мозоль.
2. Золотая салями.
3. Солнечное Сухуми.
4. Целебное алое.

IV. Укажите грамматический род выделенного существительного в предложении: Самыми крупными считаются попугаи ара.

1. Мужской.
2. Общий.
3. Средний.
4. Женский.

V. Укажите предложение, в котором нет грамматической ошибки.

1. Двухсот пятый сезон открывает Большой театр.
2. В играх двадцать второй Олимпиады приняли участие спортсмены восемьдесят одной страны.
3. Небольшой старинный город с четырьмя тысячами шестьюстами семьюдесятью пятью жителями, расположенный на живописной реке, привлекает много туристов.
4. В одном из городов Китая состоялось шествие по случаю семьсот пятидесяти третьей годовщины смерти Чингизхана.

VI. Укажите пример с ошибкой в образовании формы слова.

1. Обеих женщин на заводе уважают.
2. По обеим сторонам реки росли кустарники.
3. Нашему корреспонденту удалось встретиться с обоими братьями-близнецами.
4. Мы, как всегда, обоими руками за ваше предложение.

VII. Условия согласования собирательного числительного с существительным нарушены в словосочетании ...

1. двое машинистов.
2. четверо продавщиц.
3. двое волчат.

4. трое прохожих.

VIII. Ошибка в употреблении числительного допущена в предложении...

1. Обоим нашим спортсменкам достались упорные соперницы.
2. Окружённый неприятелем город продержался шесть суток.
3. Расстояние до цели измеряется примерно семьюстами метрами.
4. В наш класс пришли сразу три новые ученицы.

IX. Укажите правильную падежную форму имени числительного в предложении: *Первую в России массовую школу плавания открыли в 1834 году.*

1. тысячу восемьсот тридцать четвёртом
2. тысяча восемьсот тридцать четыре
3. тысяча восьмисот тридцать четвёртом
4. тысяча восемьсот тридцать четвёртом

X. Ошибка в употреблении числительного допущена в предложении...

1. Город находится в полтораста километрах отсюда.
2. Расстояние от Москвы до Санкт-Петербурга равняется примерно шестистам пятидесяти километрам.
3. В пользу проекта высказались два профессора.
4. По обеим сторонам дороги растут высокие липы.

XI. Укажите предложение с грамматической ошибкой.

1. Знаменитый немецкий вычислитель Рюкле выучил наизусть число, состоявшее из пятисот четырех цифр, в течение тридцати пяти минут.
2. Свыше ста семидесяти народностей и двухсот шестидесяти миллионов человек, говорящих на семидесяти языках, населяют этот край.
3. Главная бухгалтерия обслуживает тринадцать детских садов и двадцать две ясли.
4. Такая оплата труда разрешается при условии, что общая сумма не превышает трехсот тысяч рублей.

XII. Нет ошибки в употреблении числительного в предложении:

1. Человеческий глаз, по свидетельству учёных, способен различать более полмиллиона цветных тонов.
2. К 1 апрелю Мальцев выполнил эскиз.
3. Желаящим получить путевки для детей следует внести по ста сорока пяти тысяч рублей.
4. Он чувствовал себя уверенно с четырьмястами рублями, полученными от отца на мелкие расходы.

XIII. Какой из вариантов управления при глаголах является неправильным?

1. Ознакомиться (с чем?).
2. Удивляться (кому? чему?).
3. Уловить (что?).
4. Выдумывать (кому? чему?).

XIV. Укажите предложение с ошибкой в употреблении деепричастного оборота.

1. Мы сдружились, готовясь к походу.
2. Книги Донцовой я могу читать, открыв на любой странице.
3. Студенты, выполняя задание, обращались к справочной литературе.
4. Спускаясь из окна в светлую ночь, его могут увидеть часовые.

XV. Укажите предложение с грамматической ошибкой.

1. Железнодорожный состав отправился в рейс согласно расписанию.
2. Вопреки утвержденным правилам пунктуации журналисты часто употребляют тире вместо двоеточия.
3. По приезде из Петербурга Гоголь поселился в доме Аксаковых.
4. По завершению эксперимента ученые опубликуют аналитический отчет.

XVI. Укажите предложение без грамматической ошибки.

1. Продаю шкуру медведя, певчих птиц.
2. Необходимо обратить внимание не только на знания стажеров, но и их практические навыки.
3. В новом помещении цирка можно будет проводить не только цирковые представления, но и устраивать большие концерты.
4. За короткий срок в городе построены не только школа, больница, но и драматический театр и библиотека.

XVII. Выберите предложение без грамматической ошибки.

1. Четыре только что выстроенные восьмизэтажные дома уже заселены.
2. Две недавно отремонтированных комнаты сдаются внаем.
3. Ни та, ни другая команда не забила гола.
4. Сначала слышался веселый говор и хохот, а потом все стихло.

XVIII. Определите, в каком предложении нет ошибки в употреблении деепричастного оборота.

1. Учитывая важность укрепления связей между нашими предприятиями, просим изучить возможность совместного участия в выставке «Деловая Москва».
2. Учитывая важность укрепления связей между нашими предприятиями, рекомендации приняты к сведению.
3. Учитывая важность укрепления связей между нашими предприятиями, заключен договор о совместном выпуске продукции.
4. Учитывая важность укрепления связей между нашими предприятиями, создана совместная финансовая компания, осуществляющая расчетно-кассовое обслуживание клиента.

XIX. Ошибка в употреблении деепричастного оборота допущена в предложении:

1. Стоя на набережной Невы, мы не раз вглядывались в эту действительно прекрасную панораму.
2. Читая Гоголя, мне запомнился отрывок про птицу-тройку.
3. Кое-где на берегу уже лежал снег, резко оттеняя темную, тяжелую речную струю.
4. Я шел не торопясь, отлично зная, что пароход, по обыкновению, подойдет с опозданием.

XX. Грамматическая ошибка допущена в предложении:

1. Лаборанту был предоставлен отпуск для сдачи экзаменов.
2. Юбиляр был награждён почётной грамотой.
3. Участники игры составили и обменялись шутивными посланиями.
4. Туристы поражаются высоте небоскреба.

2. КУЛЬТУРА ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВОЙ РЕЧИ

2.1. Деловой этикет

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. Четко действующие коммуникативные схемы помогают решению всех проблем, с которыми сталкивается организация. Именно поэтому овладеть секретами деловой коммуникации – значит стать человеком, успешным в своей профессии.

Слово «этикет» (от фр. *etiquette*) означает установленный порядок поведения: на дворцовых приемах у короля Людовика XIV гостям вручались карточки – этикетки – с написанными на них правилами поведения. Этикет возник в период зарождения абсолютных монархий. Придерживаться определенных правил поведения было необходимо для возвеличивания царственных особ и для закрепления иерархий.

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.

Этикет делового общения – это система нравственных норм и принципов, правил и стандартов, ритуалов и традиций, обычаев и представлений, регулирующих деятельность и поведение людей, их речевую культуру в сфере деловых отношений.

Спецификой делового общения является его регламентированность, то есть подчиненность установленным правилам. Правила, в свою очередь, определяются типом делового общения, конкретными целями и задачами, национально-культурными традициями и общественными нормами поведения.

Успешное ведение деловых бесед и переговоров во многом зависит от соблюдения партнерами таких *этических норм и принципов*, как точность, честность, корректность и такт, умение выслушать (внимание к чужому мнению), конкретность.

Точность. Одна из важнейших этических норм. Срок договоренности необходимо соблюдать с точностью до минуты. Любое опоздание свидетельствует о вашей ненадежности в делах.

Честность. Включает не только верность принятым обязательствам, но и открытость в общении с партнером, прямые деловые ответы на его вопросы.

Корректность и такт. Не исключает настойчивости и энергичности в ведении переговоров при соблюдении корректности. Следует избегать факторов, мешающих ходу беседы: раздражения, взаимных выпадов, некорректных высказываний.

Умение выслушать. Внимательно и сосредоточенно слушайте. Не перебивайте говорящего.

Конкретность. Беседа должна быть конкретной, а не отвлеченной, и включать факты, количественные данные и необходимые подробности. Понятия и категории должны быть согласованы и понятны партнерам. Речь должна подкрепляться схемами и документами.

Сохранение контакта. Негативный исход деловой беседы или переговоров не является основанием для резкости или холодности при завершении переговорного процесса. Прощание должно быть таким, чтобы в расчете на будущее позволило сохранить контакт.

Большую часть общения делового человека составляет общение письменное. Несмотря на некоторую ограниченность (невозможность передать интонацию и жестикуляцию), она письменная коммуникация обладает следующими **преимуществами** перед устной:

1. Дает возможность длительного хранения информации. На факт общения можно сослаться позднее и подтвердить его документально.

2. При работе с письменным текстом у составителя есть возможность откорректировать сообщение, поэтому оно часто более тщательно сформулировано, чем устное сообщение. Кроме того, полученное письменное сообщение, как правило, не требует мгновенного восприятия и реакции, что обеспечивает более рациональное распределение рабочего времени.

3. Письменная коммуникация вызывает меньше эмоциональных реакций и позволяет больше внимания уделить сознательному восприятию информации. В письменных сообщениях наглядно проявляются общая культура, грамотность, компетентность пишущего, что позволяет адресату составить благоприятное представление об авторе.

Однако нужно отметить и **недостатки** письменной коммуникации.

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

2. Отсутствует поддержка коммуникации невербальными средствами.

3. Осуществление операций с письменным сообщением (составление, получение, ознакомление, хранение и др.) предполагает ряд затрат – временных, финансовых, материальных.

Этика письменной деловой коммуникации. Деловая письменная коммуникация – средство формирования профессионального имиджа и эффективный инструмент организации и поддержания деловых контактов. При её осуществлении необходимо придерживаться следующих правил.

1. Тактичность. При составлении текста необходимо:

- обращаться к личности, а не к категории;
- избегать указаний на пол;
- концентрировать внимание на восприятии получателя.

2. Персональность. При написании текста необходимо сосредоточиться на нуждах и интересах адресата, а не на собственных.

3. Позитивность. Эффективная письменная коммуникация должна иметь позитивный тон.

4. Энергичность, активность.

5. Цельность. В деловой корреспонденции каждое предложение должно содержать только одну мысль. При составлении предложения необходимо убедиться, что в нем нет нескольких не связанных друг с другом мыслей.

6. Связность. Сведения, изложенные в тексте, должны быть логически связаны.

7. Ясность. Эта особенность включает в себя выбор слов, структуры предложения и абзаца, а также общую организацию сообщения.

8. Краткость. В сообщении не должно быть многословных выражений, избитых фраз, ненужных повторений и абстрактных слов.

9. Удобочитаемость. Текст должен легко пониматься читающим.

10. Элементы унификации. Унифицированное сообщение свободно от двух недостатков – грамматических ошибок и проблем с форматом.

Главными признаками официально-деловой письменной речи являются регламентированность отношений между автором и адресатом и стандартизация и унификация, т.е. сведение документационного потока к единым формам и стандартам (единообразное размещение реквизитов на бланках, сокращение их форматов, применение трафаретных текстов и др.).

Главным текстовым продуктом деловой речи является документ – письменный деловой текст, имеющий юридическую (правовую) значимость. Документ – это средство закрепления различными способами на специальных материалах информации о фактах, событиях, явлениях объективной действительности и мыслительной деятельности человека.

Документ обладает следующими **функциями**:

1) информационная: любой документ создается для сохранения информации;

2) социальная: документ порожден той или иной социальной потребностью;

3) коммуникативная: документ выступает в качестве средства связи между отдельными элементами общественной структуры;

4) культурная: документ – это средство закрепления и передачи культурных традиций, отражения этапов развития цивилизации.

Помимо названных, важных для общества в целом, документ обладает **специальными функциями**, проявляющимися непосредственно в официально-деловой коммуникации:

1) управленческая: документ является инструментом управления;

2) правовая: документ – средство закрепления и изменения правовых норм и правоотношений в обществе;

3) функция исторического источника: документ выступает в качестве источника исторических сведений о развитии общества.

Целью письменного делового общения, основными целями составления документа являются:

- привлечение внимания к проблеме;

- инициирование делового общения;
- информирование адресата;
- побуждение к действию;
- придание юридического статуса какому-либо событию;
- решение конфликтных ситуаций и т.п.

2.2. Документационное обеспечение деловых коммуникаций

2.2.1. Основные виды деловых и коммерческих документов

Деловое письмо

Деловое письмо – это пересылаемый по почте или по факсу текст, содержащий информацию, относящуюся к профессиональной, служебной деятельности, оформленный в соответствии с нормами делопроизводства.

Деловые письма – одна из форм общения, обслуживающая определенную сферу человеческой деятельности, следовательно, весь их набор можно представить как систему речевых жанров.

Речевой жанр – это форма целого высказывания, типологически устойчивая с точки зрения содержания, языкового стиля (то есть отбора словарных, фразеологических и грамматических форм) и композиции.

В рамках одного письма адресант пытается разрешить несколько вопросов, то есть он преследует несколько коммуникативных целей, каждая из которых принимает в письме вид относительно независимого пункта, аспекта содержания. Каждый аспект содержания часто представляет собой отдельный жанр. В связи с этим можно говорить о том, что основной текст письма может состоять как из одного, так и из нескольких речевых жанров, причем объединение этих жанров не произвольно, а подчинено определенным законам сочетаемости (см. Таблицу 2). Каждый жанр характеризуется определенным набором речевых клишированных конструкций (см. Таблицу 1). Следует отметить, что в большинстве деловых писем присутствуют этикетные формулы приветствия и прощания, которые представляют собой своеобразное обрамление, рамку основного текста письма.

Этикетные формулы

Формулы речевого этикета: Я (с удовольствием) приглашаю Вас принять участие в...; Благодарю Вас за участие...; Искренне благодарю Вас за...; Сердечно благодарю Вас за...; Прошу Вас направить в наш адрес...; Желаем Вам успехов и надеемся на будущее взаимовыгодное сотрудничество...; С благодарностью подтверждаю получение от Вас...

К этикетным ритуалам, используемым в деловых письмах, относятся также различные виды похвалы: *Вы проявили сердечное внимание к детям-сиротам и детям, оставшимся без попечения родителей...* (прямая похвала); *Учитывая Ваш большой вклад в развитие технического прогресса в промышленности...* (косвенная похвала).

К этикетным ритуалам относят и выражение *надежды, уверенности, благодарности* в конце письма: *Надеюсь на дальнейшие добрые и взаимовыгодные отношения...; Надеемся на скорейшее принятие решения...; Надеемся, что результатом переговоров станет долговременное и плодотворное сотрудничество наших предприятий...*

Вежливая форма именованя адресата в деловой переписке предполагает использование местоимений «Вы», «Ваш» с прописной буквы: *Согласно Вашей просьбе высылаем Вам последние каталоги нашей продукции...; В конце этого месяца мы с удовольствием воспользуемся Вашими услугами...*

Нельзя не учитывать эффективность этикетных формул, арсенал которых в русском речевом этикете очень велик. От тона письма во многом зависит успех дела.

Таблица 1

Языковые модели жанров деловых писем

Жанр	Языковая модель
«извещение»	<i>Доводим до Вашего сведения...; Извещаем Вас о том, что...</i>
«сообщение»	<i>Сообщаем, что...; Уведомляем Вас о том, что...; Ставим Вас в известность..., Нам приятно сообщить...; Доводим до Вашего сведения...; В ответ на Ваш факс сообщаем...; В дополнение к нашему письму сообщаем...; В дополнение к нашему телефонному разговору уточняем...</i>
«сопровождение»	<i>Направляем ...; Высылаем...; Препровождаем...; Отправляем Вам (проект, заявку, план, протоколы испытаний); Предоставляем на утверждение / рассмотрение / подпись...; Предоставляем для дальнейшей проработки...; Высылаем наложенным платежом / заказной бандеролью / отдельной почтовой посылкой...</i>
«просьба»	<i>Просим рассмотреть...; Просим сообщить...; Просим изучить возможность участия...; Будем признательны, если Вы найдете время и сообщите...; Просим выслать нам предложение на поставку...; Просим Вас сообщить нам, можете ли Вы...; Обращаемся к Вам с просьбой, выслать нам предложение...</i>
«согласие»	<i>В ответ на ваш факс №... / письмо № ... ООО «...» согласно на...; В ближайшее время мы сможем сообщить наше решение о возможности закупки предлагаемого Вами товара; Сообщаем вам, что с огромным удовольствием возьмемся выполнять заказ; В настоящее время мы рассматриваем вопрос о возможности предоставления Вам предложения на интересующий Вас товар.</i>
«подтверждение»	<i>Настоящим подтверждаем согласие...; Подтверждаем получение Ваших предложений,</i>
	<i>изложенных в письме...; С благодарностью подтверждаем получение...; Благодарим за письмо от ... № ... (за факс, за присланные экземпляры рекламы); Образцы товаров Вашего производства нами получены; В подтверждение ранее принятых нами обязательств по договору от ... №...</i>

Жанр	Языковая модель
«подтверждение»	<i>Настоящим подтверждаем согласие...; Подтверждаем получение Ваших предложений,</i>
«напоминание»	<i>Напоминаем Вам, что...; Напоминая об этом, просим...</i>
«гарантия»	<i>Гарантируем трудоустройство / проживание / проведение исследований...; Оплату гарантируем.</i>
«благодарность»	<i>Благодарим Вас...; Мы признательны Вам...; Выражаем благодарность за...</i>
«предложение»	<i>Предлагаем Вам...; На основании вышеизложенного предлагаем Вам...; Для обсуждения условий работы направляем Вам наши предложения по организации совместной коммерческой деятельности.</i>
«заказ»	<i>В соответствии с нашей договоренностью / Вашей рекламой / нашим телефонным разговором просим поставить...»</i>
«запрос»	<i>Будем весьма признательны, если Вы сообщите нам о возможности поставить...; Мы будем рады, если Вы сообщите нам, можете ли Вы поставить...; Мы будем благодарны, если Вы информируете нас о возможности поставить нам...; Мы хотели бы знать, когда (в какой срок, по какой цене) Вы можете...; Просим / обращаемся с просьбой выслать нам предложение на поставку ...; Мы заинтересованы в срочной поставке...</i>
«претензия»: а) «сообщение»	<i>Вынуждены выразить несогласие с качеством поставляемого товара ...; Предъявляем претензию к ...; Мы (официально) заявляем Вам рекламацию на / в отношении...; Мы (официально) заявляем Вам о претензии на / в отношении...; (При этом) направляем Вам рекламацию, рекламационный акт на отгруженный / поставленный Вами товар по железнодорожной</i>
	<i>накладной № ... в адрес ... / на судне... / в вагоне № ... в счет контракта № ... / по контракту ... в количестве ...; К (нашему большому) сожалению, сообщаем (Вам), что ...; Мы вынуждены / должны сообщить Вам ...; Мы должны поставить Вас в известность, что ...</i>
б) «требование»	<i>На основании вышеизложенного (убедительно, настоятельно) просим Вас дослат (допоставить, догрузить) недостающее количество товара / заменить некондиционный товар товаром, соответствующим сертификату качества / заменить дефектные моторы новыми / отгрузить нам товар, соответствующий условиям контракта / возместить стоимость поврежденного товара (расходы по ремонту поврежденного двигателя) в сумме... (прописью) / перевести стоимость ... на наш расчетный счет / перечислить нам руб. ... (прописью) в погашение рекламации / принять действенные меры по ликвидации Вашей задолженности. В противном случае мы будем вынуждены обратиться в соответствующие организации для решения нашего спора. Надеемся, что Вы с должным вниманием отнесетесь к нашей рекламации и в предусмотренный нашим контрактом срок уведомите нас о своем решении.</i>
«извинение»	<i>Приносим свои извинения за...</i>

Жанр	Языковая модель
«признательность»	<i>Будем признательны за продолжение нашего сотрудничества.</i>
«приглашение»	<i>Приглашаем...; Имеем честь пригласить Вас на ...; Приглашаем принять участие в ...; Приглашаем посетить...; Мы будем признательны / благодарны, если Вы сможете / принять участие в ...</i>
«сожаление»	<i>К сожалению, мы не можем принять Ваше предложение...; К сожалению, удовлетворить Вашу просьбу в ближайшее время мы не можем.</i>
«отказ»	<i>Мы не заинтересованы в закупке вышеуказанного товара; Мы не можем ответить на Ваш запрос положительно и выслать Вам конкретное предложение на поставку...; Просим Вас вернуться к этому вопросу.</i>

2.2.2. Приемы унификации языка служебных документов

Унификация – это приведение чего-либо к единообразию, системе, одинаковой форме.

Унификация документов заключается в установлении единообразия состава форм документов, фиксирующих осуществление однотипных функций. Унификация документов проводится в целях сокращения количества применяемых документов, снижения трудоемкости их обработки.

Стандартизация документов – это форма юридического закрепления унификации и уровня ее обязательности. Существуют следующие отрасли стандартов: государственные (ГОСТ), отраслевые (ОСТ), республиканские (РСТ).

Выделяют следующие уровни стандартизации деловых писем:

1. **Формальный.** Официальные письма пишутся на специальных бланках, текст писем оформляется в соответствии с определенными стандартами (например, регламентируется место расположения адреса, заголовка, размер письма и т.д.).

2. **Языковой уровень.** Говоря о языковой стандартизации, необходимо ввести понятие «языковая формула».

Языковые формулы – это устойчивые (стандартизированные, шаблонные) языковые обороты, используемые в регулярно повторяющихся ситуациях делового общения. Соединение в определенной последовательности языковых формул, отражающих смысловые аспекты сообщения, позволяет моделировать текст документа, его структуру, упрощает процедуру создания официальной бумаги.

Обращения

Уважаемый господин...!

Уважаемые господа! (используется, когда неизвестны имена получателей письма)

Уважаемый Николай Иванович,

Уважаемая Ирина Петровна!

Языковые формулы, используемые для выражения

а) мотивов создания документа

В соответствии с ранее достигнутой договоренностью ...

В соответствии с письмом заказчика...

В ответ на ваш запрос сообщаем...

Согласно решению Департамента образования...

В подтверждение нашего телефонного разговора...

Ссылаясь на Ваше гарантийное письмо...

б) причин создания документа

Ввиду чрезвычайных обстоятельств...

Учитывая повышение спроса на продукцию Вашего предприятия...

В связи с проведением совместного семинара по проблеме...

В связи с нарушением сроков доставки товара...

В связи с тяжелым материальным положением...

в) цели создания документа

В целях усиления охраны государственного имущества...

В целях обмена опытом работы направляем в Ваш адрес...

В целях согласования сроков проведения конференции...

Во исполнение приказа ректора университета...

Для согласования ряда спорных вопросов...

Для согласования кандидатур...

г) сообщения, уведомления

Сообщаем, что...

Информируем Вас о том, что...

Уведомляем Вас о том, что...

Организация извещает о...

Считаем необходимым поставить Вас в известность...

Довожу до Вашего сведения, что...

д) распоряжения, приказа

Назначить на должность...

Утвердить решение Ученого совета Института...

Обязать руководителей структурных подразделений...

Создать комиссию в составе...

Возложить ответственность за обеспечение порядка проживания студентов в общежитии на...

Назначить расследование по факту...

е) предложения

В ответ на Ваш запрос наша фирма может предложить Вам...

Предлагаем рассмотреть возможность сотрудничества в области...

По Вашей просьбе посылаем прайс-лист нашей компании и предлагаем познакомиться с ...

Мы можем поставлять Вашей организации...

ж) отказа от предложения

К сожалению, мы не можем предоставить Вам имеющуюся у нас информацию по причине...

Ваш проект отклонен по следующим причинам...

Присланная Вами смета расходов на ... не может быть утверждена в силу...

Несмотря на предпринятые нами усилия, Ваше предложение не может быть реализовано в установленный Вами срок...

В настоящее время наша организация не имеет возможности заключить договор о...

з) обещания, гарантии

Гарантируем, что...

Оплата гарантируется...

Конфиденциальность информации гарантируется...

Факты нарушения правил торговли будут рассмотрены в установленном порядке...

Соответствующие меры будут приняты...

и) напоминания, предупреждения...

Напоминаем Вам, что в соответствии с достигнутыми договоренностями Вы должны...

Напоминаем, что Ваша задолженность по оплате составляет...

Уведомляем Вас о том, что срок сдачи объекта истекает...

Считаем необходимым еще раз напомнить Вам о том, что издательство оставляет за собой право в одностороннем порядке приостановить действие Договора в случае несвоевременного представления рукописи.

к) просьбы

Обращаемся к Вам с просьбой...

Просим изыскать возможность положительного решения вопроса о...

Просим направить в адрес нашей организации сведения о...

Просим выслать каталоги Ваших изделий...

Просим принять меры...

Прошу разрешить мне отсутствовать на рабочем месте ... числа в связи с ...

Прошу принять меня на работу на должность...

л) приглашения

Приглашаем Вас принять участие в ...

Приглашаем Вас стать участником...

Приглашаем представителя Вашей фирмы посетить наше предприятие...

Просим принять участие в проведении выставки-ярмарки...

Языковые формулы заключительной части текста

Надеемся получить ответ в ближайшее время...

Надеемся, что наша просьба будет выполнена...

Надеемся на продолжение сотрудничества...

Ожидаем Вашего согласия...

Убедительно просим Вас не задерживать ответ...

Заранее благодарны...
С уважением... (подпись).

Упражнения по разделу 2

Упражнение 1. Выделите языковые модели, выражающие коммуникативные цели приведенного ниже делового послания. Определите его тип. Охарактеризуйте текст письма с точки зрения аспектов содержания (одноаспектное / многоаспектное).

Уважаемые господа!

Благодарим за Ваше письмо от... 2010 г. и сообщаем, что мы принимаем Ваше предложение.

Нас устраивают предлагаемые Вами условия исполнения заказа, за исключением сроков исполнения. Мы хотели бы обсудить этот вопрос с Вашим представителем.

В случае Вашего согласия просим сообщить обратной почтой о возможности приезда к нам Вашего представителя.

С уважением

(подпись)

Упражнение 2. Определите тип приведенных ниже деловых писем (извещение, подтверждение, напоминание, просьба, ответ, сопроводительное письмо). Ответ обоснуйте.

1. На Ваш запрос сообщаем, что все компоненты автобусных воздушных кондиционеров и транспортных морозильных устройств имеют подтверждение стандарту 130 9001.

2. Просим Вас сообщить, когда и на каких условиях Вы можете поставить нам 200 комбайнов марки В-45.

3. С сожалением сообщаем, что кадровая ситуация в нашем университете не позволяет положительно откликнуться на Ваше предложение о работе у нас.

4. В ответ на Ваш запрос сообщаем, что ООО «Кольмекс» осуществляет поставки в Россию концентрата циркониевого порошкообразного (КЦП) производства Вольногорского ГТМК. Поставки осуществляются в г. Ростове н/Д. партиями по 10–15 т. автомобильным транспортом.

5. Подтверждаем получение Ваших предложений, изложенных в письме № 01-05.326 от 15.03.2004.

6. Напоминаем Вам, что в соответствии с договором 24-16 от 16.03.2011 Вы должны завершить разработку проекта до 16.11.2011. Просим Вас сообщить о состоянии работы.

7. Высылаем запрошенные Вами сертификаты качества поставленных ранее кондиционеров. Получение просим подтвердить.

Упражнение 3. Определите коммуникативные функции данных языковых моделей. Закончите фразы деловых писем.

1. На основании договора о намерениях...

2. В ответ на Вашу просьбу...

3. Считаю необходимым еще раз напомнить Вам...
4. Ставим Вас в известность о...
5. Ваше предложение отклонено...
6. Мы можем предложить Вам...
7. Мы будем весьма признательны Вам за участие в...
8. Убедительно просим Вас...

Упражнение 4. Составьте информационное письмо о том, что 00.00.2011 г. в 15.00 в кабинете 202 управления кадров (ул. Кирова, 84-а, 2-й этаж) состоится очередной Совет полномочных представителей молодежи ОАО «ММК». Попросите обеспечить явку полномочного представителя молодежи от Вашего подразделения. Напишите повестку дня.

Упражнение 5. Составьте письмо-извещение Новосибирского ЗАО «Экосан» Кемеровскому ЗАО «Партнер» о причинах задержки поставок машин и оборудования.

Упражнение 6. Напишите письма-подтверждения: 1) о получении факса; 2) о действительности итогов предварительных переговоров о поставке цемента.

Упражнение 7. Составьте письмо-напоминание о том, что в связи с увеличением производственной мощности арендного предприятия «Электрон» имеется возможность дополнительно изготовить и поставить кирпича на сумму до ... рублей сверх ранее утвержденной поставки продукции. Попросите в 10-дневный срок подтвердить согласие.

Упражнение 8. Проанализируйте образец заявления и его реквизиты. Напишите заявления: а) с просьбой перевести вас на другой факультет; б) с просьбой разрешить вам академический отпуск; в) с просьбой принять вас на работу. Обоснуйте вашу просьбу, используя нужные союзы или предлоги: для, в связи, из-за, в целях, с целью, по причине, вследствие того что, ввиду того что.

Декану ... факультета МаГУ
(Ф.И.О.)
студента 1 курса, группы...
Ф.И.О.

заявление.

Прошу освободить меня от занятий с 1 по 10 апреля 0000 г. для поездки домой по семейным обстоятельствам.

Прилагаю письмо с сообщением о болезни моего отца.

25.03.0000

Зотов И.Д.

Упражнение 9. Прочитайте. Найдите нарушения административного речевого этикета и другие ошибки.

Директору ЗАО «Икар»
г-ну Малышеву Т.М.
инженера Васильева О.Л.

Заявление

Не откажите мне в любезности и представьте, если это Вас не затруднит, отпуск с 15.06.0000 по 15.07.0000.

12.05.0000

Васильев О.Л.

Упражнение 10. Напишите автобиографию как служебный документ. Какие языковые средства вы будете использовать для ее написания?

Упражнение 11. Познакомьтесь с текстом доверенности, внесите необходимую правку. Напишите с соблюдением всех необходимых реквизитов доверенность на получение денежного перевода.

Доверенность

Я, Смирнов Игорь Александрович (паспорт V-АИ № 546034, выдан Кировским ОВД г. Свердловска 10 ноября 1977 г.), доверяю получить мою зарплату за декабрь месяц моей жене Смирновой Нине Сергеевне (паспорт X-АИ № 809764, выдан 3 о/м г. Москвы 30 июля 1980 г.).

20 декабря 0000 г.

Смирнов И.А.

Упражнение 12. Прочитайте документ. Какие из необходимых реквизитов пропущены автором? Проанализируйте текст с точки зрения его соответствия нормам литературного языка, при необходимости отредактируйте. Напишите с соблюдением всех необходимых реквизитов расписку в получении книг в кабинете информатики.

Расписка

Мною получено для проведения практических занятий у зав. лабораторией 5 (пять) микроскопов. Обязуюсь вернуть через неделю.

Лаборант

Ф. Иванов

Упражнение 13. Ознакомьтесь с правилами составления резюме и образцом типового резюме, составьте свой вариант резюме.

Тест по разделу 2

I. Определите тип делового письма:

«Руководителям структурных подразделений

Сообщаю, что на октябрь 2009 года установлены лимиты на потребление дизельного топлива (приложение).

Всем структурным подразделениям необходимо привести в соответствие заявки по дизельному топливу на октябрь 2009 года в соответствие с установленными лимитами.

Приложение на 1 л., в 1 экз.

Директор по экономике»

1. информационное письмо.
2. письмо-напоминание.
3. письмо-просьба.
4. сопроводительное письмо.

II. К группе «Деловая переписка» относится...

1. резюме.
2. расписка.
3. извещение.
4. докладная записка.

III. К группе «Административно-организационные документы» относится...

1. сожаление.
2. докладная записка.
3. контракт.
4. протокол.

IV. К группе «Распорядительные документы» относится...

1. справка.
2. благодарность.
3. резюме.
4. решение.

V. Жанром делового общения не является...

1. собеседование.
2. выступление с реферативным сообщением.
3. пресс-конференция.
4. телефонные переговоры.

VI. Чтобы студенческий профком выделил Вам льготную путевку в лагерь, Вы напишете...

1. резюме.
2. заявление.
3. автобиографию.
4. объяснительную записку.

VII. Отражение фактического состояния рассматриваемого вопроса на предприятии на день и час совещания отражает:

1. Повестка совещания.

2. Список участников совещания.
3. Протокол результатов совещания.
4. Регламент

VIII. Языковая формула, используемая для выражения мотивов создания документа.

1. В соответствии с ранее достигнутой договоренностью...
2. В связи с проведением совместного семинара по проблеме...
3. В связи с нарушением сроков доставки товара...
4. В целях обмена опытом работы направляем в Ваш адрес...

IX. Языковая формула, используемая для выражения причин создания документа.

1. Учитывая повышение спроса на продукцию Вашего предприятия...
2. В целях согласования сроков проведения конференции...
3. Во исполнение приказа ректоров университета...
4. Для согласования ряда спорных вопросов...

X. Языковая формула, используемая для сообщения, уведомления.

1. Информлируем Вас о том, что...
2. Ввиду чрезвычайных обстоятельств...
3. Согласно решению Департамента образования...
4. В подтверждение нашего телефонного разговора...

3. ДЕЛОВАЯ РИТОРИКА

3.1. Предмет деловой риторики

Слово «риторика» каждый воспринимает по-разному. У одних оно ассоциируется с желанием овладеть ораторским мастерством, у других «риторика», «оратор», «ораторское мастерство», «красноречие» – это слова одного синонимического ряда, у третьих слово «риторика» выступает как синоним красноречия, пустословия, что характеризует способности с помощью речевых средств увести от истины, заговорить, закамouflировать свои истинные намерения и цели.

В науке также нет единого подхода к определению риторики. Мы будем пользоваться определением, данным в работах В. И. Аннушкина, А. К. Авеличева и С. И. Гиндина. Так, В. И. Аннушкин пишет, что «**риторика** – это наука об убедительной и оптимальной речи». А. К. Авеличев во вступительной статье в книге «Общая риторика» дает такое определение: «**Риторика** – это наука о способах убеждения, разнообразных формах преимущественного языкового воздействия на аудиторию, оказываемого с учетом особенностей последней и в целях получения желаемого эффекта».

Как замечает С. И. Гиндин, целесообразно, по-видимому, закрепить за термином «риторика» два смысла – узкий и широкий. С одной стороны, у нас по-прежнему нет другого термина для названия комплексной науки, изучающей ораторское искусство. Оно – предмет «риторики» в узком понимании. С другой стороны, объектом риторики могут быть любые разновидности речевой коммуникации, но рассмотренные под углом зрения осуществления некоторого (для каждого жанра своего) заранее выбираемого воздействия на получателя сообщения. Иначе говоря, риторика есть наука об условиях в формах эффективной коммуникации.

На историческом пути к разработке курсов риторики прослеживаются и интегрируются два подхода. В рамках одного подхода риторика разрабатывалась как *наука*. В этой связи в теории риторики отрабатывались нормы, принципы, приемы, правила ораторской речи. В рамках другого направления риторика разрабатывалась как *искусство*, где ставки делалась на импровизацию, творчество, непрерывное саморазвитие ораторского мастерства, на искусство красноречия. В связи с реальными потребностями практики правомерным оказалось выделение в относительно самостоятельную область науки и практики – деловую риторику. **Деловая риторика** – это область человеческой культуры, включающая в себя науку, искусство и живую человеческую практику об убедительной и эффективной речи в различных видах (жанрах) делового общения.

Деловая риторика включает в себя различные виды (жанры) делового общения:

- деловые беседы,
- ведение заседаний,
- публичные выступления,

- ведение дискуссий, споров,
- ведение переговоров,
- телефонные переговоры,
- деловую переписку,
- разрешение конфликтов.

Таким образом, объектом исследования деловой риторики является речевая культура делового общения.

Предметом исследования деловой риторики как учебного предмета является система закономерностей, принципов, правил, условий эффективного обучения с ориентацией на творческое саморазвитие личности с целью овладения речевой культурой делового общения.

Одним из основных понятий раздела «Деловая риторика» является понятие **оратор** – это личность, произносящая публично речь, владеющая искусством красноречия.

3.2. Композиция публичного выступления

Композиция (= построение, структура) публичного выступления включает: вступление, основную часть, заключение.

Композиция ораторской речи – построение выступления, соотношение его отдельных частей и отношение каждой части ко всему выступлению как единому целому.

Вступление – одна из композиционных частей публичного выступления, в которой подчеркиваются актуальность и значение темы для данной аудитории, формулируется цель выступления, кратко излагается история вопроса.

Задачи вступления:

- 1) пробудить интерес к теме;
- 2) установить контакт;
- 3) подготовить слушателей к восприятию выступления;
- 4) обосновать постановку вопроса.

Основные функции вступления:

- 1) контактоустанавливающая (установление контакта со слушателями);
- 2) проспективная (создание представления о теме и направлении речи, перечисление и краткое описание проблем, которые будут рассмотрены в основной части).

Вступление вводит слушателей в сущность основного вопроса и психологически подготавливает их к восприятию речи, поэтому *рекомендуется начинать выступление:*

- с интересного примера;
- с пословицы или поговорки;
- с крылатого выражения;
- с юмористического замечания;
- с известной цитаты, которая заставит слушателей задуматься над словами оратора, глубже осмыслить высказанное положение;

- с символа, аллегии;
- с комплимента слушателям;
- с вопроса к аудитории;
- с увлекательной истории, случая из жизни;
- с рассказа о каком-то значительном событии, имеющем отношение к данной аудитории.

Недопустимо во вступлении: извиняться и говорить, что недостаточно подготовлен, шутить и рассказывать анекдоты, тем более, если аудитория оратору не знакома.

Основная часть – главная композиционная часть публичного выступления, в которой излагается основной материал, последовательно разъясняются выдвинутые положения, доказываются их правильность, приводятся необходимые промежуточные выводы.

Задачи основной части:

- 1) последовательно разъяснить выдвинутые положения;
- 2) доказать их правильность;
- 3) подвести слушателей к необходимым выводам.

Задача оратора – умело расположить все композиционные компоненты, чтобы своим выступлением оказать желаемое воздействие на аудиторию. Важно, чтобы материал работал на главную идею речи, соответствовал намерениям оратора, помогал ему добиться своей цели. Для большей убедительности необходимо использовать в доказательстве *не менее трех аргументов*.

Важно учитывать основные *принципы построения основной части* публичной речи:

- *принцип экономии* (простой, рациональный способ, с минимальной затратой усилий, времени, речевых средств);

- *принцип усиления* (значимость, вес, убедительность аргументов постепенно нарастают к концу рассуждения).

Заключение – важная композиционная часть публичного выступления, где подводятся итоги, формулируются выводы по основному вопросу, проблеме выступления, намечаются пути дальнейшей деятельности.

Задачи заключения:

- 1) суммировать сказанное;
- 2) повысить интерес к предмету речи;
- 3) подчеркнуть значение сказанного;
- 4) поставить задачи;
- 5) призвать к непосредственным действиям (в митинговой речи).

В конце речи могут кратко повторяться её основные тезисы, ещё раз подчеркиваться главная мысль и важность для слушателей разработанной темы, могут использоваться дополнительные сильные аргументы, чтобы повысить убедительность речи и оставить хорошее впечатление об ораторе.

Недопустимо в конце выступления:

- 1) извиняться перед слушателями за то, что не сообщил ничего нового и интересного;
- 2) обрывать речь без заключения и уходить;
- 3) заканчивать речь шуткой, не относящейся к теме выступления, так как такое заключение отвлекает внимание аудитории от главных положений речи.

Последние слова оратора должны мобилизовать слушателей, воодушевить и призвать их к активной деятельности.

Варианты допустимых концовок:

- цитата;
- призыв к действию;
- крылатое выражение;
- иллюстрация;
- комплимент аудитории;
- благодарность за внимание.

3.3. Содержание публичного выступления

В основе классической схемы ораторского искусства лежит **пять этапов**:

1. Подбор необходимого материала, содержания публичного выступления («изобретение речи»).
2. Составление плана, распределение собранного материала в необходимой логической последовательности («порядок»).
3. «Словесное выражение», литературная обработка речи, насыщение ее содержанием.
4. «Память», т.е. заучивание, запоминание текста речи.
5. «Разыгрывание», т.е. произнесение речи с соответствующей интонацией, мимикой, жестами.

Как видно, классическая риторика исключительно большое значение придает подготовке публичного выступления. По крайней мере четыре из пяти этапов в деятельности оратора отводятся на подготовку речи. Для создания успешного выступления на этапе подготовки необходимо соблюдать следующие **условия**.

Первым условием успешного подбора и отбора содержания публичного выступления является выбор темы. Важно, чтобы тема была вам близка, интересна и лично значима для оратора.

Вторым условием является регулярность и систематичность работы над подготовкой материала выступления. Эта работа кропотлива и незаметна. Вначале накапливаются так называемые «заготовки»: выписки из журнальных статей, книг, подбираются интересные цитаты, отбираются наиболее важные цифры, факты, систематизируются и собственные наброски, записи отдельных мыслей, наблюдений.

Третьим условием является составление списка литературы по теме предстоящего публичного выступления, работа с этой литературой, использование дополнительной справочной информации. Иногда возникает

необходимость уточнить понятие, термин, сопоставить общепринятую позицию, точку зрения и новую, ту, которой придерживается оратор.

Четвертым условием успешной подготовки публичного выступления является осведомленность по последней литературе, последним газетным публикациям, особенно полемическим статьям, которые так или иначе связаны с темой выступления. Эрудиция оратора, его профессиональная компетентность должны постоянно пополняться новыми сведениями.

Пятое условие – упорная работа над композиционно-стилистическим построением публичного выступления, логикой изложения материала и непосредственно речевой культурой. В этом направлении предела нет. Предел задается тем уровнем речевой культуры оратора, который он достиг и тем уровнем его творческого потенциала, который он имеет.

3.4. Логика публичного выступления

Важнейшим качеством эффективности публичного выступления является ее логичность и доказательность. Необходимо овладеть логическими законами доказательности, аргументированности. Эти законы прежде всего распространяются на словесное определение понятий, логические выводы, доказательства своей точки зрения в процессе ведения полемики.

Чем доказательнее речь оратора, тем эффективнее восприятие слушателей, тем более создается уверенность в надежности и достоверности услышанной информации. Поэтому первая задача оратора еще в процессе подготовки к публичному выступлению – продумать логику выступления, аргументацию выводов и обобщений.

Логическая схема доказательства чаще всего складывается из трех элементов: тезиса, аргументов (доводов) и способа доказательства.

Тезис – это исходное положение, истинность которого стремится доказать оратор. Нельзя не отметить, что особенно важно, чтобы в истинности тезиса был уверен сам оратор. Если истинность тезиса сомнительна для оратора, то вряд ли тезис будет убедителен для других. Формулируя тезис, следует помнить, что он должен быть ясным и четким, не содержать в себе противоречия. Расплывчатость тезиса или его подмена являются наиболее типичными ошибками в речи недостаточно опытного оратора.

Аргумент – это логический довод, истинность которого проверена и доказана практикой. Аргумент является необходимой частью всякого доказательства. Наиболее сильным аргументом в процессе доказательства являются факты, истинность которых не подвергается сомнению.

Доказательство по способу рассуждения может быть прямым или косвенным. При опоре на прямой способ доказательства аргументы (доводы) непосредственно обосновывают истинность тезиса. При косвенном способе доказательства истинность обосновывается путем доказательства ложности противоречащего положения.

Логическая аргументация по тому или иному вопросу в процессе публичного выступления может быть развернута в трех вариантах: индуктивно

(от частных фактов, примеров к общим заключениям), дедуктивно (от общих положений к частным заключениям) и в сочетании, т.е. индуктивно и дедуктивно одновременно.

При **индуктивном** характере доказательства оратор опирается на отдельные факты, отдельные, чаще всего заранее отобранные примеры, выдвинутые им гипотезы, идеи. При индуктивном доказательстве следует еще на этапе подготовки к выступлению продумать и отобрать:

- а) наиболее существенные факты, наиболее убедительные примеры;
- б) такое количество фактов и примеров, чтобы их анализ и обобщение давали убедительный вывод, заключение;
- в) факты и примеры должны быть близки и понятны аудитором, уровню образования и подготовки слушателей.

Индуктивных выводов в процессе публичного выступления может быть множество. Это может быть статистически выверенный или социологами установленный факт, интересная статья в газете, уместная шутка, фрагмент из книги, кино и т.п. Важно, чтобы серия частных фактов, примеров иллюстрировала мысль и подводила слушателей к нужным вам обобщениям и выводам. При дедуктивном характере доказательства развертывание аргументации идет от общего к частным выводам.

Дедуктивное доказательство требует, чтобы исходное теоретическое положение, закон, принцип были либо общепризнанны, либо настолько убедительны, чтобы не вызывали сомнений у слушателей. А для этого необходимо, чтобы:

- а) слушатели были предварительно знакомы с исходным теоретическим знанием, на основе которого строится дедуктивное доказательство, либо оно не должно у них вызывать каких-либо сомнений,
- б) переход рассуждений от общего положения к частному должен сопровождаться не любыми примерами, а наиболее убедительными и яркими, запоминающимися.

При смешанном индуктивно-дедуктивном доказательстве следует учитывать все выше сформулированные рекомендации одновременно.

Очень часто ораторы допускают **логические ошибки при определении понятий**.

Типичной ошибкой является перечисление двух-трех признаков понятия, на основе которых и дается его определение. Существует несколько способов определения понятия. Наиболее распространенным является определение, указывающее на принадлежность к общему (роду) или на выделение специфических (видовых) различий, которые отличают данную вещь от всех других вещей.

В процессе логически правильных, доказательных рассуждений, с неизбежностью достигается определенность, ясность, непротиворечивость и обоснованность заключений и выводов.

Для того чтобы речь оратора была правильна и доказательна, ему необходимо знать и систематически опираться на **основные логические законы**.

1. Закон достаточного основания. Суть этого закона заключается в том, что всякая правильная мысль должна быть обоснована другими мыслями (аргументами, утверждениями), истинность которых проверена практикой.

2. Закон тождества. Суть закона тождества заключается в том, что каждая мысль в процессе отдельно взятого рассуждения сохраняет одно и то же определенное содержание, сколько бы раз она ни повторялась. Закон тождества следует особенно учитывать в условиях спора, дискуссии, при использовании недостаточно четко определенных понятии. Например, ведутся обсуждение использования понятия «творческая личность». При этом в дискуссию всякий раз привносятся разные содержательные характеристики творческой личности. Один оратор акцентирует внимание на интуиции, другой – на креативном мышлении, третий – на творческих способностях и т.д. Ясно, что в процессе дискуссии при использовании понятия «творческая личность» следует оговорить, какое содержание привносится в данном случае. После этого необходимо, чтобы объем содержания понятия «творческая личность» не менялся.

3. Закон исключения третьего. Этот закон формулируется так: две противоречащие мысли об одном и том же предмете, взятом в одно и то же время и в одном и том же отношении, не могут быть одновременно ни истинными, ни ложными: одна из них истинна, а другая ложна, и третьего не дано. Суть этого закона будет понятна, если сказать, что нельзя быть одновременно согласным с двумя противоположными утверждениями.

В процессе логического обоснования, доказательного суждения большую роль играет **подбор фактов, примеров.** Важно, чтобы факты, примеры были достаточно типичны, убедительны, раскрывали явление системно и всесторонне. Например, в публичной речи оратор использовал результаты последнего социологического опроса общественного мнения о популярности экономической политики правительства и использовал только часть полученных данных, которые характеризуют мнение интеллигенции. Это будет не полный и тем более не убедительный подход к анализу общественного мнения населения об экономической политике правительства.

3.5. Приемы стимулирования внимания и интереса аудитории

Прием остраниения (от слова «странный»). Суть этого приема заключается в том, что привычное, обыденное подается, рассматривается в неожиданно новом ракурсе, в данном случае юмористическом стиле.

Прием психологической паузы. Для опытного, знающего себе цену оратора характерно, что он не спешит начать свою речь. Окинув спокойным, уверенным взглядом аудиторию, он выдерживает паузу в 5-7 секунд и только после этого начинает свою речь. Эта начальная пауза имеет большое психологическое значение для стимулирования внимания аудитории к лектору, к тому, что он скажет.

Прием создания проблемной ситуации. Этот прием широко используется преподавателями. Например, урок физики учитель начинает с

такого рассказа. В одном из номеров «Комсомольской правды» под рубрикой «Этюды об ученых» корреспондент Я. Голованов сообщил о том, что еще 300 лет назад Торичелли знал секрет изготовления высококачественных линз: «В музее истории науки во Франции хранится линза, изготовленная Торичелли, диаметром 83 мм. Наши современники, физики, взяли линзу из музея и сравнили ее с современной. Она не уступала ей по качеству японской». Заметка в «Комсомольской правде» вызывает, с одной стороны, интерес, а с другой – создает проблемную ситуацию: что за «секрет», который знал Торичелли? На основе знания какой физической закономерности Торичелли удавалось изготавливать столь высококачественные линзы? Проблемная ситуация как бы ставит перед слушателями вопросы: а как? А почему? И тем самым стимулирует познавательный интерес.

Прием импровизации. Импровизация чаще всего связана с озарением, с появлением новых оригинальных идей и мыслей в процессе публичного выступления. И оратор как бы вместе со слушателями рассуждает и размышляет, отчего речь становится эмоциональней, мысли более оригинальными, а ораторская речь более убедительной и интересной.

Прием перехода от монолога к диалогу позволяет оратору приобщить к процессу обсуждения проблемы отдельных слушателей, а тем самым и активизировать их интерес и внимание.

Прием использования юмора. Чувство юмора оратора позволяет быстро установить контакт с аудиторией, стимулировать внимание слушателей. Вместе с тем анекдот, шутка, ирония – очень тонкий инструмент, и использовать его нужно с большой осторожностью.

Новизна информации. Чтобы оратор был интересен слушателям, он должен быть в 2–3 раза более информирован по обсуждаемой проблеме, нежели они. Тогда он может почти постоянно удерживать внимание аудитории, используя новые факты, положения, делая неожиданные для них новые выводы.

Прием краткого отступления от темы. Этот прием используется для того, чтобы переключить внимание слушателей и затем вернуть их к обсуждаемому вопросу, но уже как бы на новом, более высоком уровне интереса и внимания.

Прием выдвижения неожиданно новых гипотез, предложений. Используя этот прием, оратор оперирует такими конструкциями, как «Представим себе...», «А что, если предположить...», «Давайте вместе подумаем, что произойдет, если...»

Прием композиционного построения выступления с опорой на «закон края». Психологи установили, что лучше всего запоминается начало и конец выступления. Поэтому особое внимание требуется обращать на то, чтобы начало и конец публичного выступления были особенно яркими, доказательными, интересными.

3.6. Стилистические приемы ораторской речи

Для современной ораторской речи является характерным сочетание логико-аналитических и эмоционально-образных языковых средств. Практика показывает, что сухое деловое выступление, сводимое к передаче «голой» информации в современной, хорошо осведомленной аудитории, как правило, остается без внимания, вызывает скуку и даже раздражение.

Поэтому оратору необходимо овладеть приемами стилистического синтаксиса, которые помогут достичь экспрессивности, эмоциональности публичного выступления.

Прием градации – нарастание смысловой и эмоциональной значимости слова. Градация позволяет усилить, придать эмоциональную выразительность фразе, сформулированной мысли: «Товарищи, *ситуация* в стране резко *изменилась*, она *полна противоречий*, *чревата нарастанием кризиса и социального взрыва!*»

Прием инверсии – речевой оборот, который как бы разворачивает привычный, общепринятый ход мыслей и выражений на диаметрально противоположный: «*Из развитого социализма* страна на наших глазах *переходит на начальную стадию капитализма...*»

Прием апелляции к собственным мыслям, размышлениям, сомнениям, которые позволяют создать ситуацию доверительного общения с аудиторией: «*Иногда я размышляю и сравниваю русского купца и современного русского предпринимателя. И для меня эталоном порядочности и обязательности является русский купец, у которого купеческое слово всегда завершалось делом, обязательство – выполнением*».

Специфика устной публичной речи проявляется в построении фраз и целых предложений. Считается, что в публичном выступлении предпочтение следует отдавать более коротким предложениям, они лучше воспринимаются на слух и запоминаются. Кроме того, короткое предложение позволяет более вариативно подходить к изменению интонации.

Лексические приемы ораторской речи

Среди приемов ораторской речи, существенно повышающих ее эффективность и убедительность, следует особо выделить лексические приемы. Практически во всех руководствах по ораторскому искусству среди лексических приемов рекомендуется использовать так называемые **тропы** – речевые обороты и отдельные слова, употребляемые в переносном значении, которые позволяют достичь необходимой эмоциональной выразительности и образности. К тропам относят сравнения, метафоры, эпитеты, гиперболы и т.д.

Сравнение – один из наиболее часто используемых приемов, который обладает большой убеждающей силой, стимулирует у слушателей ассоциативное и образное мышление и тем самым позволяет оратору достичь желаемого эффекта: «Бывает, что новатора «делают», создают ему особые условия, шум поднимают. А он, знаете, как минерал, выращенный в колбе, не может сравниться с истинным самоцветом ни блеском, ни игрой красок».

Метафора – это перенос названия одного предмета на другой, это речевое сближение двух явлений по сходству или контрасту: «Локомотив истории остановить невозможно...» *Эпитет* представляет собой образное определение предмета, явления, раскрывающее его сущность. Например: «Студент – это не сосуд, который следует заполнить знаниями, а факел, который надо зажечь!..»

Аллегория иносказательно изображает что-либо: «Однажды прохожий спросил у строителя: «Что ты делаешь?» Тот подумал и ответил: «Не видишь? Вожу камни». Второй строитель на тот же вопрос ответил: «Зарабатываю деньги!» Однако третий строитель ответил: «Строю храм». Как важно, чтобы каждый человек строил свой храм!»

Гипербола представляет собой вид тропа, состоящего в преднамеренном преувеличении свойств, качеств предметов и явления: «Редкая птица долетит до середины Днепра».

Говоря о культуре ораторского мастерства, ее разнообразии, нельзя не обратить внимание на применения **крылатых слов, пословиц, поговорок**. Важно, чтобы они были неожиданно, но к месту сказаны.

Высокий уровень культуры речи предполагает и непрерывное совершенствование **техники речи**. В этой связи следует обратить внимание на **дикцию, силу голоса, тембр, темп** и другие особенности собственной **речи**.

Дикция – это четкость и ясность произношения фраз, слов и отдельных звуков. Для высокого уровня ораторского мастерства характерно то, что его легко слушать, у него нет скороговорок, «проглатывания» отдельных слогов и звуков. Хорошая дикция свободна от шепелявости, гнусавости и заикания.

Сила голоса должна быть соразмерна величине аудитории, в которой произносится речь, при этом должны учитываться те задачи, которые своим ораторским мастерством стремится достичь выступающий. Сила голоса – это не только его громкость, но и сила воздействия на психику: волю, чувства, сознание слушателей.

Темп речи – это число слов, произносимых в минуту, оно может сильно варьироваться. Однако чаще всего публичное выступление начинается в медленном темпе. В целях драматизации темп усиливают либо, наоборот, снижают. Принято считать, что наиболее оптимальным темпом публичного выступления является 120 слов в минуту. Обычно одну страницу текста, напечатанного на машинке через полтора интервала, квалифицированный оратор, лектор радио и телевидения читает за две минуты. Следует иметь в виду, что медленный, вялый темп речи обычно притупляет внимание слушателей. Быстрый темп речи, наоборот, затрудняет восприятие, так слушателю необходимо в единицу времени осмыслить значительно больше информации, чем он на то бывает способен.

Полетность голоса – это длительность звучания отдельных фраз, слов и звуков. Когда звук насыщен интонациями, слова произносятся с определенной эмоциональной окраской, ясно, четко и достаточно сильно, то речь оратора как бы зависает в воздухе. Она достигает самых дальних уголков аудитории.

Тембр голоса – звуковая окраска голоса, которая создает те или иные эмоционально-экспрессивные оттенки речи (оптимистичный, грустный,

веселый), а также отражает устойчивые характерные особенности голоса (баса, тенора, баритона).

Важнейший показатель речевой культуры оратора – это богатый словарный запас, точность и образность фраз и выражений, это умение лаконично и просто сформулировать свою мысль.

Итак, оратор *с высокой культурой речи* отличается богатством словарного запаса, смысловой точностью выражений, соблюдением языковых норм произношения, образностью и точностью словоупотребления.

3.7. Культура речи

Успех публичного выступления оратора в немалой степени зависит от культуры речи, ее богатства, ясности, точности, информационной насыщенности.

В речи могут встречаться следующие типы ошибок.

Штампы – это лексически неполноценные слова и выражения, которые иногда называют «затасканные, избитые выражения». Они мало добавляют к тому, что хочет сказать оратор, но значительно перегружают речь: *развернули работу широким фронтом, новая методика взята на вооружение, мероприятием было охвачено, на данном этапе, заострить вопрос.*

Канцеляризмы – речевые обороты и отдельные слова, заимствованные из канцелярско-бюрократического стиля общения, которые лишают настоящее деловое общение его яркости и образности: *в отчетный период, зафиксировать число опоздавших, по линии удовлетворения социальных потребностей населения, налаживать работу.*

Вульгаризмы – нелитературные и неправильные по грамматической форме слова и выражения: *заткнуть глотку, дать в лапу (дать взятку), заткнись, рожжа.*

Жаргоны – слова и обороты, функционирующие в языке замкнутых социальных групп: *кореш, завязать, засыпать дело, пристегнуть.*

Многословие и демагогия – это типичное неумение оратора сформулировать свои мысли лаконично, кратко и ясно, что отступление от предмета речи, замена точных и ясных формулировок общими фразами и малозначащими выражениями.

Слова-паразиты – это слова и фразы, не несущие никакой информации, но часто и неуместно используемые говорящим: *так сказать, это самое, ну, вот, это, в этом деле, в области, в этом направлении.*

Вычурность и манерность языка оратора вызывает иронию, раздражает и, естественно, отрицательно влияет на контакт с аудиторией.

Как преодолеть вышеперечисленные недостатки в процессе публичного выступления, да и обычного делового общения? Наиболее действенные приемы – это систематический самоанализ и самоконтроль за тем, как вы говорите. Это постоянная работа над содержанием и композиционно-лексическим стилем своих публичных выступлений, ориентация на достойные подражания образцы ораторского искусства. Говоря о культуре речи, следует предостеречь оратора

оттого, чего в процессе публичного выступления необходимо избегать: а) избыток иностранных слов; б) устарелых выражений; в) напыщенных слов и выражений.

3.8. Эмоциональность и жестикуляция

Современного оратора трудно представить без хорошо поставленного голоса, без эмоциональности, без темперамента и жеста.

Хорошо поставленный голос характеризует четкая дикция, ясное произношение звуков, умелое выделение ударений на нужном слове, фразе. Торопливая, небрежная речь обесценивает то, о чем выговорите, лишает слова его выразительности и силы. Хорошая дикция всегда, где это уместно, усиливается мимикой, жестом.

Истинное мастерство оратора проявляется в единстве слова и жеста. Говорят, что лучший и самый совершенный жест тот, который не замечают слушатели, так как они увлечены содержанием речи оратора.

Идеально, если у оратора есть все и все в меру: и эмоциональность, и чувство голоса, и чувство жеста. Выразительный жест (слегка поднятая, как бы отрубаящая фразу, рука, сжатый кулак, быстрое, как бы овальное движение руки) должны дополнять и усиливать сказанную фразу, подчеркивать сформулированную оратором мысль.

Однако немало ораторов избегают жеста, упираясь обеими руками в трибуну, они как бы сливаются с ней, добиваясь эффекта лишь за счет интонации своего голоса.

Начинающему оратору следует также порекомендовать не расхаживать перед аудиторией, а следовать за содержанием сказанной фразы. Лучше всего в процессе выступления выбрать взглядом кого-либо из слушателей и наблюдать за тем, какую реакцию, какой отклик вызывают сказанное слово, фраза, жест.

Существуют жесты-символы, которые сами по себе несут определенную информацию. Примером может служить поднятая вверх ладонью рука, что означает «прошу тишины», «прошу внимания». Овальное движение двумя руками одновременно как бы характеризует обобщение, завершение сказанной мысли. Резкий, рубящий взмах правой руки как бы подчеркивает завершенность сказанной фразы и вместе с тем уверенность оратора в правоте своей точки зрения и позиции.

Правила для регулирования голоса, жестов и мимики.

1. Начало публичного выступления всегда должно произноситься голосом, тоном умеренным и средним.
2. Не злоупотребляйте жестом и мимикой: будьте на трибуне артистом, а не клоуном.
3. «Рука движется – только... в местах страстных, жарких и живых» (М. Сперанский).
4. Небрежная и торопливая речь обесценивает и обеззвучивает слова и фразы.
5. Излишняя мимическая виртуозность лишь раздражает слушателя.

6. Владеть голосом, жестом и мимикой – это значит владеть вниманием слушателей от начала до конца выступления.

7. Выступая публично, ищите свой тон, свой стиль, свою индивидуальность.

Тест по разделу 3

I. Текст «Пенсионный фонд – это дойная корова, на молоко которой рассчитывают сейчас и правительство, и регионы» построен на использовании...

1. олицетворения.
2. метафоры.
3. метонимии.
4. слов в прямом значении.

II. Во фрагменте текста «При мне Толька тоже приезжал. На мотоцикле» используется такое средство выразительности, как...

1. метонимия.
2. синтаксический параллелизм.
3. перифраз.
4. парцелляция.

III. Текст «Я царь, я раб, я червь, я Бог» построен на использовании...

1. градации.
2. антитезы.
3. инверсии.
4. умолчания.

IV. Текст «Я обратился к Егору Тимуровичу: мы закупили хлеб. Дай денег. Дай денег, отец родной! Дай хоть копеечку!» построен на использовании...

1. иронии.
2. литоты.
3. метафоры.
4. олицетворения.

V. Текст «Люблю я пышное природы увяданье» построен на использовании...

1. метафоры.
2. оксюморона.
3. гиперболы.
4. иронии.

VI. Назовите средство выразительности, используемое во фрагменте текста:

*О, милый мой! Не утаю,
Что я тебя люблю,
Люблю, как вольную струю,
Люблю, как жизнь мою.*

1. эпитет.
2. сравнение.
3. олицетворение.
4. метонимия.

VII. Определите средство выразительности во фрагменте текста:

Природой здесь нам суждено

В Европу прорубить окно.

1. Эпитет.
2. Олицетворение.
3. Метафора.
4. Сравнение.

VIII. Назовите средство выразительности, используемое во фрагменте текста:

*Но не хочу я верить в то,
Что смерть придёт ко мне.
Что не увижу никогда
Я снега в январе.*

1. Эпифора.
2. Градация.
3. Анафора.
4. Эллипсис.

IX. Назовите средство выразительности, используемое во фрагменте текста:

*Но мне ли, мне, любимцу государя...
Но смерть... но власть... но бедствия народа.*

1. Умолчание.
2. Параллелизм.
3. Анафора.
4. Эпифора.

X. Выберите правильное определение.

1. Фигуры речи – это противоположные по значению слова.
2. Фигуры речи – это близкие по значению слова.
3. Фигуры речи – это особые синтаксические построения, отступающие от естественной нормы и служащие для придания выразительности речи.
4. Фигуры речи – обороты речи, которые основываются на употреблении слов в переносном значении.

Итоговый тест по всем разделам курса

- 1. Деловое общение – это сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми в...**
 - а. служебной сфере
 - б. сфере общения
 - в. процессе взаимодействия
 - г. личном плане
- 2. Специфической особенностью делового общения является...**
 - а. неограниченность во времени
 - б. регламентированность
 - в. отсутствие норм и правил
 - г. разговор по душам
- 3. К устным видам делового общения относятся...**
 - а. монологические
 - б. групповые
 - в. письменные
 - г. печатные
- 4. Письменные виды делового общения – это...**
 - а. отчет, справка
 - б. докладная, акт
 - в. объяснительные записки
 - г. все виды служебных документов
- 5. Переговоры – обсуждение с целью...**
 - а. приятного времяпрепровождения
 - б. заключения соглашения по какому-либо вопросу
 - в. выяснения отношений
 - г. навязывания своих условий сделки
- 6. Залог успеха деловой беседы проявляется через ее участников в...**
 - а. компетентности
 - б. тактичности и доброжелательности
 - в. грубости и резкости
 - г. конфликтности, возбудимости
- 7. Важным элементом деловой беседы является умение...**
 - а. говорить
 - б. молчать
 - в. слушать
 - г. критиковать
- 8. Наиболее распространенной формой группового обсуждения деловых (служебных) вопросов являются...**
 - а. пикники
 - б. совещания и собрания
 - в. тренинги
 - г. деловые игры
- 9. Деловые беседы часто проходят...**

- а. на улице
- б. в формальной обстановке
- в. в общественном транспорте
- г. в неформальной обстановке

10. Общение есть диалог...

- а. одного человека с другим
- б. с собой (+)
- в. человека с окружающим миром
- г. технических устройств

11. Деловая беседа...

- а. характеризуется частым переходом от одной темы к другой
- б. направлена на достижение определенных производственных задач и проблем
- в. позволяет выбрать соответствующие решения и реализовать их
- г. отличается разнообразием обсуждаемых тем

12. При подготовке к собеседованию важно соблюдать правила делового этикета:

- а. собеседование должно начаться в назначенное время
- б. проводящий беседу должен встать, поприветствовать гостя
- в. приглашенный должен опоздать на встречу
- г. секретарь не должен быть в курсе дела

13. К монологическим видам делового общения не относится:

- а. приветственная речь;
- б. торговая речь (реклама);
- в. информационная речь;
- г. переговоры.

14. К письменным видам делового общения не относится:

- а. доклад (на совещании);
- б. заявление;
- в. договор;
- г. устав.

15. К деловой речи предъявляются следующие требования:

- а. правильность, точность, экспрессивность, метафоричность;
- б. краткость, правильность, точность, доступность;
- в. эмоциональность, доступность, лаконичность, логичность;
- г. правильность, точность, логичность, эллиптичность.

16. Какое словосочетание характерно для официально-делового стиля?

- а. освободить от занимаемой должности;
- б. заседать два часа;
- в. давать деньги на семью;
- г. отправиться в поход.

17. Укажите, какую предложно-падежную форму неуместно употреблять в официально-деловых текстах:

- а. из-за болезни;

- б. в связи с болезнью;
- в. по причине болезни;
- г. вследствие болезни.

18. Употребление предлога «благодаря» неуместно в словосочетании:

- а. внедрение новой технологии;
- б. помощь соседей;
- в. эффективная работа отдела;
- г. низкая производительность труда.

19. Часть публичной речи, в которой подводятся итоги, обобщаются высказанные мысли, называется:

- а. заключение;
- б. аргументы;
- в. вступление;
- г. тезисы.

20. Определить, что собеседник говорит неправде, позволяет:

- а. мимика и жесты;
- б. характер собеседника;
- в. расположение за столом переговоров;
- г. задаваемый собеседником вопрос.

21. Начало беседы, информирование партнеров, аргументирование выдвигаемых положений, принятие решения, завершение беседы являются основными...

- а. правилами проведения деловой беседы;
- б. пунктами деловой беседы;
- в. практическими советами;
- г. этапами деловой беседы.

22. Во время публичного выступления интерес слушателей должен...

- а. немного уменьшаться;
- б. расти;
- в. не пропадать;
- г. оставаться на одном уровне.

23. Следует знать, что активно слушать человек может в среднем...

- а. 40 минут;
- б. 15 минут;
- в. 30 минут;
- г. 60 минут.

24. Отражение фактического состояния рассматриваемого вопроса на предприятии на день и час совещания отражает:

- а. повестка совещания;
- б. список участников совещания;
- в. протокол результатов совещания;
- г. Регламент.

29. В начале деловой беседы необходимо...

- а. создать благоприятную атмосферу;
- б. привлечь внимания к теме;

- в. возбудить интерес собеседника;
- г. установить контакт.

30. Автобиография – это...

- а. составленный по определенным правилам набор сведений о претенденте на работу;
- б. документ, содержащий разрешение действий какого-либо лица;
- в. документ, содержащий изложенные автором в определенной последовательности сведения о своей жизни и трудовой деятельности;
- г. композиционно-организованное изложение содержания информации.

31. В композиции характеристики студента отсутствует пункт

- а. оценка учебной деятельности;
- б. оценка научной деятельности;
- в. оценка профессиональной деятельности;
- г. оценка черт характера.

32. К деловым бумагам личного характера относятся (отметьте все варианты ответа):

- а. заявление;
- б. докладная записка;
- в. характеристика;
- г. приказ.

33. Укажите сферу функционирования официально-делового стиля

- а. административно-правовая сфера;
- б. сфера научного общения;
- в. сфера общественных отношений: политическая, юридическая, экономическая;
- г. сфера личных взаимоотношений.

34. Выберите верное определение жанра заявления

- а. документ, содержащий просьбу какого-либо лица, адресованный организации или должностному лицу учреждения;
- б. композиционно-организованное изложение содержания источника информации;
- в. документ, закрепляющий правовые отношения юридических лиц (контрагентов) или физического лица с юридическим лицом;
- г. официальный документ, использующийся для передачи экстренной информации.

ГЛОССАРИЙ

Аргументация – это приведение доводов с целью изменения позиции или убеждений другой стороны.

Вербальная коммуникация – это письменная и устная речь

Деловая беседа – это целенаправленная с заранее планируемым эффектом устная коммуникация, которая служит решением производственных проблем и предполагает выработку собственных решений.

Деловая коммуникация в узком смысле – совокупность социальных взаимодействий, благодаря которым принимаются решения, нацеленные на получение практического результата, а также в идеале соответствующие этическим нормам.

Деловая коммуникация в широком смысле – разновидность социальной коммуникации, с помощью которой производится и поддерживается социальный порядок в той области социальной жизни, которая связана с обеспечением средств и условий существования людей.

Деловые переговоры – это вид деловых коммуникаций, характеризующий процесс общения, в рамках которого люди пытаются согласовать какие-либо действия, договариваются о чём-либо, решают спорные вопросы.

Диалогическая речь – речь, поддерживаемая собеседником.

Инструктивное совещание – это совещание, которое служит для передачи служебной информации. Его целесообразно использовать в случае отсутствия времени для письменных распоряжений или при желании руководителя эмоционально воздействовать на подчиненных.

Информативное публичное выступление – передача сведений и объяснений причинно-следственных связей между событиями.

Информативный диалог – это процесс передачи какой-либо информации.

Информационное сообщение – это информация, которую один коммуникатор передает другому коммуникатору.

Информационный диалог – прояснение позиции партнера и собственной позиции путем обмена вопросами и ответами, сообщениями и предложениями.

Источник информации – это коммуникатор, который передает сообщение приемнику информации, с целью ее донесения до него.

Канал передачи информации – это канал, через который источник информации передает сообщение приемнику информации.

Коммуникативные мотивы общения – это причины, движущие силы, которые побуждают людей к коммуникации.

Коммуникация – обмен информацией, процесс передачи эмоционального и интеллектуального содержания.

Компетентность в деловой коммуникации – совокупность коммуникативных способностей, знаний и умений человека, необходимых для нахождения эффективных и этичных решений деловых задач.

Конфликт – столкновение противоположно-направленных целей, интересов, мнений и субъектов взаимодействия.

Критика – это отрицательное суждение с целью указания недостатков.

Логический барьер – возникает у партнеров с неодинаковым видом мышления. В зависимости от того, какие виды и формы мышления преобладают в интеллекте каждого партнера, они общаются на уровне понимания или непонимания.

Локальная коммуникация – это коммуникация, происходящая внутри небольшого коллектива, часто связанного семейными узами или интересами.

Межличностное взаимодействие – последовательность развернутых во времени реакций людей на действия друг друга. Межличностный конфликт – это конфликт, который происходит между двумя индивидуумами.

Невербальная коммуникация – это поведение человека, которое сигнализирует об эмоциональных состояниях и характере взаимодействия общающихся личностей. Включает в себя: жесты, мимику, интонацию, громкость, тембр и темп голоса, позы тела, запахи

Обратная связь – это реакция у приемника информации на сообщение источника.

Общение – это коммуникативно-информационное взаимодействие людей.

Оперативное совещание – деловое совещание с целью получения руководством информации о текущем состоянии дел в организации, выработки решений оперативного характера и постановки соответствующих задач перед исполнителями.

Письменная речь – графическая или технически описанная информация, которая воспринимается зрительно.

Предмет коммуникации – это то, о чем, по поводу чего происходит процесс деловой коммуникации.

Приемник информации – это коммуникатор, которому хотят донести какую-то информацию.

Прямая (непосредственная) коммуникация – это общение, которое происходит напрямую между собеседниками, без привлечения третьих лиц.

Публичное выступление – это форма деловой коммуникации. Передача одним выступающим информации разного уровня в ходе общения с широкой публикой.

Речевой акт – индивидуальное и каждый раз новое употребление языка.

Слушание в межличностной коммуникации – базовое коммуникативное умение, подразумевающее получение информации от говорящего, демонстрацию меры собственной заинтересованности и мотивирование собеседника к продолжению общения.

Слушание нерефлексивное – вид слушания с минимальным использованием словесных средств, умение слушать, не вмешиваясь в речь собеседника своими замечаниями.

Слушание рефлексивное – вид слушания, предполагающий активное использование словесных средств для проверки точности восприятия сообщения, а также подтверждения понимания услышанного.

Социальная коммуникация – многомерный, сложноорганизованный процесс передачи и обмена социально значимой информацией между

различными социальными субъектами, который способствует созданию и поддержанию социальной целостности (социального порядка).

Средство коммуникации – это то, с помощью чего происходит процесс коммуникации. Средства бывают вербальные и невербальные.

Стереотип – упрощенное мнение относительно отдельных лиц, ситуации, либо предмета, возникающее в результате нежелания или невозможности более глубокого их изучения.

Стилистический барьер – несоответствие формы представления информации ее содержанию. Возникает при неправильной организации сообщения.

Тропы – слово или выражение, используемое в переносном значении с целью усилить образность языка, художественную выразительность речи.

Убеждающее публичное выступление – процесс, в ходе которого оратор передает сообщение, предназначенное для создания определённой установки.

Устная речь – информация, воспроизводимая вслух и воспринимаемая на слух.

Фигуры речи – обороты речи, которые используются для усиления выразительности.

Цель коммуникации – это результат, к которому хотят прийти собеседники в конце деловой коммуникации.

Чистота речи – отсутствие слов-паразитов, слов-сорняков.

Эмоциональная пауза – это пауза, служащая для привлечения внимания, заострения важных моментов в речи.

Язык – система знаков, включающая слова с их значениями и синтаксис.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Большунов, А. Я. Деловые коммуникации: учебник для бакалавров [Текст] / А. Я. Большунов, Н. И. Киселева, Г. И. Марченко, А. В. Новиков, А. Г. Тюриков, Л. И. Чернышова / под ред. доц. Л. И. Чернышовой. – М.: Финансовый университет, Департамент социологии, 2018. – 338 с.
2. Бужинская, Д. С. Композиция риторического текста : учебное пособие / Д. С. Бужинская, О. И. Соловьева ; МГТУ. – Магнитогорск : МГТУ, 2015. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – Загл. с титул. экрана. – URL: <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=1191.pdf&show=dcatalogues/1/1121289/1191.pdf&view=true> (дата обращения: 14.05.2020). – Макрообъект. – Текст : электронный. – Сведения доступны также на CD-ROM.
3. Волкова, В. Б. Деловые бумаги : учебно-методическое пособие / В. Б. Волкова. – Магнитогорск : МГТУ, 2013. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – Загл. с титул. экрана. – URL: <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=911.pdf&show=dcatalogues/1/1118892/911.pdf&view=true> (дата обращения: 14.05.2020). – Макрообъект. – Текст : электронный. – Сведения доступны также на CD-ROM.
4. Волкова, В. Б. Основы делопроизводства : учебное пособие / В. Б. Волкова, М. В. Кривошлыкова. – Магнитогорск : МГТУ, 2013. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – Загл. с титул. экрана. – URL: <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=1037.pdf&show=dcatalogues/1/1119335/1037.pdf&view=true> (дата обращения: 14.05.2020). – Макрообъект. – Текст : электронный. – Сведения доступны также на CD-ROM.
5. Гнедых, В. Н. Речевая коммуникация : учебно-методическое пособие / В. Н. Гнедых. – Магнитогорск : МГТУ, 2014. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – URL: <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=923.pdf&show=dcatalogues/1/1118921/923.pdf&view=true> (дата обращения: 14.05.2020). – Макрообъект. – Текст : электронный. – Сведения доступны также на CD-ROM.
6. Дорфман, Т.В. Учебно-методический комплекс по дисциплине «Русский язык и культура речи» [Текст] / Т. В. Дорфман, О. Е. Чернова. – Магнитогорск : МаГУ, 2011. – 240 с.
7. Зайцева, Е. М. Деловые коммуникации : учебно-методическое пособие / Е. М. Зайцева ; МГТУ. – Магнитогорск : МГТУ, 2015. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – Загл. с титул. экрана. – URL: <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=1312.pdf&show=dcatalogues/1/1123535/1312.pdf&view=true> (дата обращения: 04.10.2019). – Макрообъект. – Текст : электронный. – Сведения доступны также на CD-ROM.
8. Казакова, О. А. Деловая коммуникация: учебное пособие [Текст] / О.А. Казакова, А. Н. Серебренникова, Е. М. Филиппова; Томский политехнический университет. – Томск : Изд-во Томского политехнического университета, 2013. – 132 с.

9. Райская Л. М. Лекции по русскому языку и культуре речи [Текст] / Л.М. Райская. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2009. – 148 с.
10. Слепухина, Г. В. Деловая коммуникация : учебное пособие / Г. В. Слепухина ; МГТУ. – Магнитогорск : МГТУ, 2017. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM) – URL: https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=3183.pdf&show=dcatalogues/1/1136_625/3183.pdf&view=true (дата обращения: 14.05.2020). – Макрообъект. – Текст : электронный. – Сведения доступны также на CD-ROM.
11. Сосновская, А. М. Деловая коммуникация и переговоры : учеб. пособие [Текст] / А. М. Сосновская. – СПб.: Изд-во СЗАГС, 2011. – 8 с.; ил.
12. Чернова, О. Е. Риторика : учебно-методическое пособие / О. Е. Чернова ; МГТУ. – Магнитогорск : МГТУ, 2018. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – Загл. с титул. экрана. – URL: <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=3575.pdf&show=dcatalogues/1/1515105/3575.pdf&view=true> (дата обращения: 14.05.2020). – Макрообъект. – Текст : электронный. – Сведения доступны также на CD-ROM.

Учебное текстовое электронное издание

**Мишина Людмила Николаевна
Франчук Оксана Валерьевна**

ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Практикум

0,61 Мб

1 электрон. опт. диск

г. Магнитогорск, 2021 год
ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова»
Адрес: 455000, Россия, Челябинская область, г. Магнитогорск,
пр. Ленина 38

ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный
технический университет им. Г.И. Носова»
Кафедра русского языка, общего языкознания и массовой коммуникации
Центр электронных образовательных ресурсов и
дистанционных образовательных технологий
e-mail: ceor_dot@mail.ru