

# РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ

Учебник

Под редакцией  
д. филол. н., проф. В.И. Максимова,  
канд. филол. н. А.В. Голубевой

*Рекомендовано Министерством образования и науки  
Российской Федерации в качестве учебника  
для студентов высших учебных заведений*

Санкт-Петербург  
«Златоуст»



2010

УДК 821.161.1  
ББК 81.2Рус-5  
Р 89

Рецензенты:

д. пед. н., проф. *Г.М. Левина*;  
канд. пед. н., проф. *Л.С. Прохорова*

Авторы:

канд. филол. н. *А.В. Голубева*, **редактор нового издания**;  
канд. пед. н., доц. *Н.Р. Барабанова* (гл. 5);  
д. филос. н., проф. *А.Ф. Иванов* (гл. 4);  
канд. филос. н., доц. *Н.В. Казаринова* (гл. 1, § 2, 3; гл. 7, § 1–3);  
д. филол. н., проф. *В.И. Коньков* (гл. 3; гл. 8, § 5);  
д. филол. н., проф. *В.И. Максимов*, **руководитель авторского коллектива**  
(гл. 1, § 1; гл. 6, § 3; гл. 8, § 1–4; приложения, кроме ключей);  
канд. филол. н., доц. *А.Л. Максимова* (гл. 6, § 1, 2, 4–7; гл. 9);  
канд. филол. н., доц. *З.Н. Пономарева* (гл. 2);  
д. филол. н., проф. *Т.Н. Попова* (гл. 7, § 4)

**Русский** язык и культура речи : учебник / под ред. В.И. Максимова,  
А.В. Голубевой. — СПб. : Златоуст, 2010. — 384 с.

ISBN 978-5-86547-564-4

Учебник соответствует требованиям государственного образовательного стандарта к курсу «Русский язык и культура речи» для нефилологических специальностей (бакалавры, специалисты) вузов. Он включает основные теоретические сведения по курсу и практикум для семинарских занятий. Переработанная и обновленная версия популярного двухтомника под ред. д. филол. н., проф. В.И. Максимова.

© «Златоуст» (редакционно-издательское оформление, издание, лицензионные права), 2010

ISBN 978-5-86547-564-4

© Коллектив авторов (текст), 2010

# Предисловие

Российская высшая школа стоит на пороге внедрения федеральных государственных образовательных стандартов (ФГОС) третьего поколения. Как отмечено в Протоколе заседания коллегии Минобрнауки России от 1 февраля 2007 г. № ПК-1, в стране сложилась система высшего профессионального образования, которая состоит из двух образовательных подсистем: с непрерывной подготовкой дипломированных специалистов и ступенчатой, обеспечивающей реализацию образовательных программ по ступеням высшего профессионального образования с присвоением выпускнику степени бакалавра и магистра. При этом развитие уровневого высшего профессионального образования зафиксировано Министерством как важнейший показатель инновационного потенциала вуза при оценке инновационных образовательных программ, реализуемых в рамках приоритетного национального проекта «Образование». На заседании Совета Минобрнауки России по государственным образовательным стандартам профессионального образования, состоявшемся 2 октября 2006 г., одобрен проект макета новых ФГОС ВПО, основанных на эффективной оценке освоения компетенций обучающимися. При создании проекта макета учитывался опыт разработки и реализации ГОСов первого и второго поколений, принимались во внимание документы Болонского процесса. Макет предусматривает, что стандарты будут формироваться по направлениям подготовки в виде совокупности образовательных программ бакалавра, специалиста и магистра на базе общности их фундаментальной части. Будут определены требования к результатам освоения таких программ. Оценивать станут не знания, как сейчас, а компетенции в деятельности — и профессиональной, и социально-личностной. ФГОС ВПО четко опреде-

ляют это понятие: «Компетенция — способность применять знания, умения и личностные качества для успешной деятельности в определенной области». Трудоемкость программы будет измеряться не в часах, а в зачетных единицах.

В условиях отсутствия профессиональных стандартов Департамента государственной политики и нормативно-правового регулирования в сфере образования совместно с координационными советами по областям знаний высшего профессионального образования, учебно-методическими объединениями вузов Российской Федерации, научно-методическими советами Минобрнауки России и объединениями работодателей рекомендовано приступить к определению указанных компетенций выпускников по программам подготовки бакалавров, специалистов и магистров, с учетом основных функций и видов профессиональной деятельности.

С нашей точки зрения, представляется целесообразным включить ставший уже традиционным курс «Русский язык и культура речи» в основные образовательные программы подготовки бакалавров в качестве одной из базовых дисциплин гуманитарного цикла. Это обусловлено формируемыми курсом компетенциями социально-личностными и общекультурными (навыки межличностного и публичного общения, оценки ситуации общения и социального статуса собеседника на основании его речи), инструментальными (готовность работать с информацией на различных материальных носителях; способность к письменной и устной коммуникации на государственном языке; владение деловым профессионально ориентированным языком), а также в ряде случаев профессиональными (способность анализировать, структурировать и систематизировать оперативную документированную информацию; составлять и оформлять документы в соответствии с существующими нормами).

Согласно проекту макета основная образовательная программа подготовки бакалавров оценивается в 240 зачетных единиц при четырехлетнем курсе обучения (одна зачетная единица условно эквивалентна 30 часам учебной работы студента и включает его аудиторную, самостоятельную работу и все виды аттестаций), соответственно трудоемкость основной образовательной программы за учебный год равна 60 зачетным единицам. Таким образом, трудоемкость курса «Русский язык и культура речи» может быть оценена примерно в 1 зачетную единицу при объеме курса в 32 часа и в 2 зачетные единицы при объеме курса в 60—70 часов.

Первые две главы предлагаемого учебника вводят читателя в сложный мир русского языка: знакомят с основными понятиями и терминами

ми, показывают различие понятий языка и речи, объясняют функции и особенности последних, а главное — специфику речи в межличностных и общественных отношениях, рассказывают о разновидностях речи: устной и письменной, о диалоге и монологе, о функционально-смысловых типах речи и ее функциональных стилях.

Третья и четвертая главы посвящены речевому мастерству: особенностям ораторской речи, ее композиции и форме; логике, этике и эстетике речи; логическим и психологическим приемам полемики.

Пятая и шестая главы раскрывают особенности учебно-научной коммуникации и профессионального общения в деловой сфере. Разговор идет о методике собеседования и проведения деловых совещаний, коммерческих переговоров, их этапах и т.д.

Тема седьмой главы — особенности построения речи перед микрофоном и телевизионной камерой.

Значительное место в учебнике занимает материал, связанный с культурой речевого общения и с оформлением служебной документации (восьмая и девятая главы).

Учебник ориентирован на современные взгляды относительно русского языка и культуры речи в начале XXI в. В теоретической части это, например, подтверждают: соединение представлений о языке и речи с лингвистической и психологической точками зрения; выделение среди письменных разновидностей речи ее функционально-смысловых типов; детальное освещение коммуникаций, связанных с переговорными процессами в деловой среде, привлечение в качестве иллюстративного материала современных источников (официальных документов, научных и публицистических текстов), актуальной лексики и фразеологии; описание новых технических средств общения, его ускоряющих и делающих более эффективным; рекомендации по практическому применению правил правописания и выбору нормативных источников.

Учебник интересен не только широким освещением теоретического материала, заявленной программой, но и своей практической направленностью — тем, что он формирует компетенции, необходимые для эффективной профессиональной и социальной деятельности и личностного развития выпускников высшей школы. К каждой его главе прилагаются контрольные вопросы и задания, список рекомендуемой литературы и практикум для семинарских занятий.

Предлагаем следующее распределение учебных часов на изучение той или иной темы.

№	Наименование темы	Количество часов	
		Лекции	Практ. занятия
<i>А. При 60–70 учебных часах</i>			
1	Язык и речь. Стили и виды речи	4	4
2	Нормы устной речи	4	4
3	Правила письменной речи	4	4
4	Ораторская речь	2	2
5	Логика, этика и эстетика речи	2	2
6	Логические и психологические приемы полемики	2	2
7	Деловые беседы. Деловые совещания. Телефонный разговор	2	2
8	Служебная документация	4	4
9	Использование технических средств в коммуникации	2	2
10	Особенности речи перед микрофоном и телевизионной камерой	2	2
11	Учебно-научная коммуникация	4	4
12	Контрольная работа	2	2
	<b>Всего</b>	<b>34</b>	<b>34</b>
<i>Б. При 32–34 учебных часах</i>			
1	Стили и виды речи	2	2
2	Нормы устной речи	2	2
3	Правила письменной речи	2	2
4	Ораторская речь, приемы полемики	2	4
5	Служебная документация	2	2
6	Деловые переговоры	2	2
7	Учебно-научная коммуникация	2	4
8	Контрольная работа	2	2
	<b>Всего</b>	<b>16</b>	<b>20</b>

Соотношение учебных часов, отводимых на изучение указанных тем, может быть по усмотрению преподавателя скорректировано.

Материалы учебника могут быть использованы при изучении не только обязательного курса «Русский язык и культура речи», но и элективных курсов студентами гуманитарных и технических вузов.

Данный учебник будет полезен и тем, кто самостоятельно изучает предмет «Русский язык и культура речи» или отдельные его разделы. Он может быть также справочником по тем или иным вопросам для практических работников.

# Глава 1

## Речь в межличностных и общественных отношениях

Когда люди встречаются, они разговаривают. Не всегда, не везде, но в большинстве случаев. Они могут вступать в контакт и общаться, даже если находятся далеко друг от друга, используя письменную речь. Речь — это то, что составляет саму суть взаимодействия людей в обществе, а самые разнообразные виды разговоров — от повседневной болтовни до эмоциональных признаний, от деловых совещаний и переговоров до выступлений в средствах массовой информации — являются предметом изучения различных специалистов.

В данной главе представлены некоторые важные особенности языка, его соотношение с речью, характеристики речевого поведения людей при их взаимодействии между собой, а также с обществом в целом.

### § 1. Язык и речь

Относительно природы и сущности языка имеется несколько точек зрения. Одни считают его наподобие растения *биологическим явлением*, наследуемым человеком от своих родителей. Другие рассматривают язык как *психическое явление*, как проявление «духа Божьего и человеческого» (вспомним Евангелие от Иоанна: «В начале было Слово...»). Третьи признают язык *социальным явлением*, возникшим и развивающимся в силу потребности людей в общении.

Сам термин *язык* обычно употребляется в двух значениях: 1) язык вообще как определенным образом устроенная знаковая система; 2) язык конкретный как знаковая система, используемая для общения в определенном обществе в определенном пространстве и в определенное время. Для целей нашего изложения наиболее приемлемым

представляется определением, данное в «Кратком словаре лингвистических терминов» Н.В. Васильевой и др. (М., 1995): «**Язык** — это социально обработанная, исторически изменчивая знаковая система, служащая основным средством общения и представленная разными формами существования, каждая из которых имеет по крайней мере одну из двух форм реализации — устную или письменную».

Язык, как бы мы его ни понимали, представляет собой многофункциональную систему, имеющую дело с информацией — с ее созданием, хранением и передачей. Функции языка определяются его сущностью, природой, назначением в обществе, в то же время они в большей или меньшей степени взаимосвязаны. Главнейшей функцией языка является *коммуникативная*, так как язык служит прежде всего средством человеческого общения. К базовым (или первичным) функциям языка относят также *познавательную* (когнитивную), поскольку с его помощью происходит в значительной степени познание, изучение окружающего мира, фиксация полученных знаний, и *эмоциональную*, проявляющуюся в способности выражать чувства и эмоции говорящих, их оценки.

Чем сложнее устроена общественная жизнь народа, говорящего на данном языке, тем разнообразнее формы его существования, не столь важно — устные или письменные.

Национальные языки могут иметь территориальные и социальные диалекты. Под *территориальным диалектом* понимают разновидность данного языка, которая употребляется лицами, проживающими на определенной территории, и которая обладает определенными чертами, противопоставленными другим диалектам. Это могут быть фонетические особенности, ср.: севернорусское оканье и южнорусское аканье ([молоко] — [малако]), разное произношение на севере и юге России звука [г] ([г]ород — [γ]ород). Различия в диалектах могут быть и грамматическими, хотя сегодня они нечасты в речи молодого поколения; так, в одних местах в конструкции с предлогом *у* употребляют форму родительного падежа единственного числа — *у жене, у сестре*, в других — *у жены, у сестры*. Наиболее часты лексические различия; например, сочетание *батон хлеба*, абсолютно нейтральное в Москве, кажется странным в Петербурге, а петербургское слово *кольцо* (конец маршрута общественного транспорта) не всегда понимают жители других мест.

Под *социальным диалектом* (социолектом, жаргоном) понимают разновидность данного языка, употребляемую лицами, принадлежащими к одной социальной или профессиональной группе. Социальные диалекты обычно различаются только лексикой. Если раньше в России были известны дворянский, купеческий жаргоны, жаргоны



различных групп ремесленников, нашедшие отражение в русской классической литературе, то сегодня мы встречаемся с жаргоном риелторов, программистов, менеджеров по персоналу и т.д. Всегда привлекает внимание быстроменяющийся молодежный жаргон (в том числе студенческий и школьный), особо изучается воровской жаргон (феня).

Слова и словосочетания из диалектов и социолектов в разное время более или менее интенсивно проникают в общепотребительную речь, пополняют ее словарный состав, а иногда даже вытесняют общепотребительные слова.

На определенном этапе развития общества общенародный язык, имеющий разные формы, выполняющие разные функции в обществе, начинает нуждаться в упорядочении. Создаются грамматики и словари, на материале образцовых текстов фиксируются языковые нормы. В этом случае принято говорить о появлении литературного языка.

Язык состоит из единиц, которые по сути являются знаками для передачи внеязыковой информации — об окружающем мире, эмоциях говорящего и т.д. Языковой знак — основной из всех существующих в природе и обществе знаков. Как и любой знак, он имеет определенную, узнаваемую всеми в обществе форму и определенное, принятое всеми в обществе значение. При нарушении формы знака (неправильное произношение, ошибочное ударение или неразборчивый почерк, неверная грамматическая форма), а также при искажении значения (употреблении слова в необычном для него сочетании) возникает сбой при передаче информации, непонимание, и коммуникации не происходит.

Различают *первичные* и *вторичные* языковые знаки. Первичными являются, например, слова, предложения. Вторичные знаки замещают первичные, например формулы; они могут обособляться, образуя особые знаковые системы, — таковы язык жестов, которым пользуются глухонемые от рождения люди, азбука Морзе, научная символика (алгебраическая, физическая, химическая, лингвистическая и т.д.).

Языковая знаковая система является всеобъемлющим средством передачи и хранения информации, а также оформления самой мысли, выражения эмоций, оценки и волеизъявления. Сфера употребления языка универсальна — он используется в общении во всех областях человеческой деятельности, специализированные же знаковые системы имеют ограниченную сферу употребления.

Основным знаком языка считается *слово*. Оно способно образовывать предложения. Слово принципиально отличается от иных знаков, поскольку обладает собственным значением, в то время как значение предложения складывается из значений входящих в него слов. Ни один человек не может только по своему желанию изменить значение

слова, иначе его перестанут понимать. Значение слова всегда является результатом определенного общественного договора. С лингвистической точки зрения, коммуникативную функцию слова выполняют именно в *предложении*. Поэтому последнее является полноценным коммуникативным знаком. В предложении как высшей знаковой единице приводятся в движение все знаки и сигналы языка, а сами предложения вступают в связь друг с другом, с контекстом и ситуацией речи. Предложение обеспечивает языку возможность передавать любую мысль, информацию.

Иную роль в знаковой системе языка играют единицы низших уровней: *фонемы* и *морфемы*. Фонемы как типовые звуки не являются в собственном смысле слова знаками, поскольку непосредственно не участвуют в формировании и передаче языковой информации. Однако им свойственна функция различения, ср.: *дом — лом — сом — том; дома — тома*.

В отличие от фонемы морфема (корень, приставка, суффикс, окончание) признается языковым знаком, хотя и минимальным. Морфему, например корень *москв-* в слове *москвичка*, далее нельзя разделить на части, которые имели бы какое-либо значение. В ней можно выделить только отдельные буквы (на письме) или звуки (при произношении), которые в изолированном виде никакого значения не имеют. Однако значения, которыми потенциально обладают морфемы, не служат и не могут служить для передачи информации. Они только способствуют оформлению лексического значения слова, в данном случае слова *москвичка*, которое несет в себе уже известную информацию. Морфемы не могут употребляться в речи отдельно. Исключения редки. Приведем несколько примеров: «Термином «супер» ученые обозначают лишь вычислительную машину с большими, по сравнению с предыдущими, скоростью операций и памятью»; «В настоящее время изучены останки восьми древнейших особей человекоподобных, живших от 1 до 4 миллионов лет назад. Но кто из них является нашим *пра-пра-пра...* пока неясно» (*Из газет*).

Если язык — это система знаков и символов, то речь — это процесс использования языка. Речь является реализацией языка, который обнаруживает себя только через речь.

В лингвистике под *речью* понимают конкретное говорение, протекающее во времени и облеченное в звуковую (включая внутреннее проговаривание — внутреннюю речь) или письменную форму. К речи относят также продукты говорения в виде речевого произведения (текста), фиксируемого памятью или письмом. Отличия речи от языка состоят в следующем.

Во-первых, речь конкретна, неповторима, актуальна, развертывается во времени, реализуется в пространстве. Вспомним способности некоторых ораторов, например кубинского лидера Ф. Кастро или советского президента М.С. Горбачева, говорить часами. Собрания сочинений многих писателей насчитывают десятки томов.

Во-вторых, речь активна, линейна, стремится к объединению слов в речевом потоке. По сравнению с языком она менее консервативна, более динамична, подвижна. Так, с объявлением гласности и свободы слова в нашей стране заметно изменился стиль изложения информации, особенно о политических лидерах, общественных процессах. Если раньше такие сообщения выдерживались в строго официальном стиле, то в 1990-е гг. без легкой иронии об этих процессах и лидерах редко кто писал. Сегодня мы снова имеем дело с возрождением официального стиля.

#### ПРЯМАЯ ЛИНИЯ ПУТИНА ИДЕТ НА ОЧЕРЕДНОЙ РЕКОРД

По состоянию на 11.30 мск президенту России поступило 1 741 939 вопросов. В том числе 1 669 177 — по телефону и 72 762 — по Интернету.

А вопросы тем временем продолжают поступать, причем — по нарастающей. Пик их, как ожидается, придется на время прямого эфира.

Таким образом, вполне можно предположить, что сегодняшняя прямая линия, шестая по счету за время президентства Владимира Путина, поставит — по части количества заданных президенту вопросов — очередной рекорд. В ходе прошлогодней прямой линии, напомним, Владимиру Путину было задано 2 334 043 вопроса.

Как сообщает агентство РИА «Новости», лидирующими по-прежнему остаются вопросы социального характера, которые составляют 50% от всего количества. Людей также интересуют вопросы жилья, доступности ипотеки, государственной политики, реализации нацпроектов, экологии Черного моря в связи с проведением Олимпиады в Сочи в 2014 г.

Наряду с гражданами России в call-центр пытаются дозвониться иностранцы и граждане СНГ, которых интересует вопрос получения российского гражданства.

Скорее всего, россияне попытаются поинтересоваться у Владимира Путина и его оценкой вчерашней победы сборной России по футболу над англичанами.

Читатели KM.RU смогут в режиме реального времени ознакомиться со всеми ключевыми фрагментами прямой линии президента России на нашем сайте.

В-третьих, речь как последовательность вовлеченных в нее слов отражает опыт говорящего человека, обусловлена контекстом и ситуацией, вариативна, может быть спонтанна и неупорядочена. С примерами такой речи мы сталкиваемся часто в быту и на производстве.

С одной стороны, речь, использующая уже известные языковые средства, принципиально зависит от языка. С другой — ряд характеристик речи, например темп, продолжительность, тембр, степень громкости, артикуляционная четкость, акцент, не имеют к языку прямого отношения. Особый интерес представляет использование в речи слов, отсутствующих в языке. Приведем примеры таких авторских неологизмов: «У нас же ежемесячно раскупается в *«менялках»* 1,8—2,1 млрд долларов»; «Алла Борисовна Пугачева записала себя в паспорт так: по мужу — *«филиппинка»*»; «Мэр Москвы Юрий Михайлович Лужков избрал уникальную национальность — *«кепчак»*» (*Из газет*).

С индивидуальными отклонениями в речи связаны истоки языковых изменений. Поэтому говорят, что язык творит речь и сам творится в речи.

Индивидуальный характер речи делает ее неповторимой. Поэтому специалисты, изучающие особенности речи, могут подтвердить или опровергнуть авторство создателя анализируемого текста, что важно не только для филологов, но и криминалистов.

Говорящие используют в речи различные средства художественной изобразительности: сравнения, метафоры. Например: «Увы, но в последнем публицистическом опусе Д. Быкова... признаки чисто стилистической активизации читательского внимания вроде бы налицо, но обстоятельно продуманной концепции явно не хватает, и очень трудно избавиться от ощущения, что перед нами всего лишь искусно приготовленный публицистический салат — оливье. Назовем его так, чтобы не отбрасывать слишком уж зловещую тень на горячо любимую всеми праздничную закуску» (*Из статьи В. Сурикова*); «Потом запутался, сломался, стал киллером. Потерянное поколение, свинцовые мальчики» (*М. Шишкин. Венерин волос*).

Люди могут соотносить в речи слова, в языке не соотносимые, системно не связанные. Получаются текстуальные синонимы: «Магическое слово *«инвестиции»* стало синонимом *«манны небесной»*. Ожидание денег откуда-то извне грозит превратить политиков и хозяйственников в старух у разбитого корыта»; антонимы: «Этот человек никак не понимал и до сих пор не понимает... *«что свобода»* — это не вседозволенность, а сознательное и радостное *«самоограничение»* одного для того, чтобы другому, рядом с ним, было удобно жить» (*Из газет*); паронимы: «На ваш выбор и суд предстают самые *«элитные»* курорты, эксклюзив-

ные автомобили, роскошные наряды, люксовые аксессуары и *элитарные* дома» (*Из Интернета*) и даже омонимы. Последние часто обыгрываются в прессе: «На реке *Хор* дела «оч. пл....»; «О чем шипит аспирин» (заголовок); «Покупайте аспирин у ...*нса*. Мой сосед-первоклассник просто давится от смеха, вновь и вновь пародируя известную телерекламу. Производители «Упсы» явно не учли своеобразии русской транскрипции и возможности «особачивания» их товара» (*Из газет*).

Приведенные примеры словоупотребления не объясняются характером имеющихся в русском языке изобразительных средств, что подтверждает их отсутствие в специализированных словарях синонимов, антонимов и т.д. Авторы цитат обнаружили их в запасниках языка и впервые употребили в своих произведениях как средства художественной изобразительности.

Мы уже говорили, что человеческая речь возникает в ответ на необходимость вступить в общение с кем-либо или сообщить что-либо, и определяли речь как использование языка в коммуникативных целях. Может показаться, что выделение коммуникативной функции речи избыточно или тавтологично. Однако это не так. Собственно коммуникативный аспект анализа речи позволяет сконцентрировать внимание как на закономерностях употребления языка в речи (внутриязыковая сторона), так и на социально-психологических условиях осуществления языковой деятельности (внеязыковое окружение).

Введем ряд понятий, каждое из которых под разным углом зрения представляет деятельность языка.

*Речевая деятельность* — это употребление речи в процессе взаимодействия между людьми, частный случай коммуникации.

*Речевое общение* — целенаправленный процесс установления и поддержания прямого или опосредованного контакта между людьми при помощи языка.

*Речевой акт* — элементарная единица речевого общения, произнесение говорящим высказывания в непосредственной ситуации общения со слушающим.

*Речевое поведение* — использование языка людьми в предлагаемых обстоятельствах, в многообразии реальных жизненных ситуаций, совокупность речевых поступков.

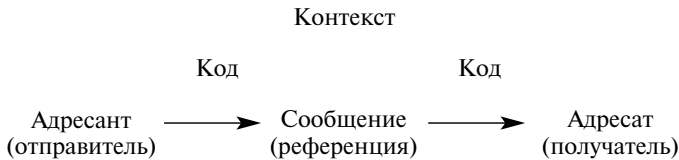
Интерес к коммуникативному аспекту речи — это интерес к речи как форме поведения человека, в которой обнаруживаются проявления его характера, его отношения к другим людям, его жизненные позиции. При этом можно говорить о речевых поступках как действиях в речевой сфере, например, поддержка или обида словом, введение в заблуждение, игра словами или словесная перепалка. Можно обнару-

жить типы людей, для которых характерны те или иные особенности речевого общения, например тип болтуна, брюзги или молчуна.

Именно в коммуникативном аспекте речи проявляется психологическое взаимодействие партнеров. Оно предполагает определенные позиции общающихся сторон, их отношение друг к другу, обмен средствами воздействия, реакцию на эти воздействия. В зависимости от того, что переживает по поводу своего собственного сообщения говорящий, по-разному воспринимается и то, что он сообщает. Более того, само содержание сообщения часто не доходит до сознания слушателя, если оно не окрашено психологическим отношением говорящего к содержанию своего сообщения — сочувственным, отрицательным или каким-либо другим.

Таким образом, коммуникативная природа речевого поведения дает возможность увидеть принципиальные различия между языком и тем, как и зачем им пользуется человек.

Познакомимся с известной схемой коммуникативного акта, предложенной одним из создателей кибернетики К. Шенноном, а затем несколько измененной известным лингвистом Р. Якобсоном.



Согласно этой модели основными компонентами речевого акта являются: отправитель (адресант), получатель (адресат), канал связи, сообщение, код, контекст (ситуация).

*Сообщение* понимается как процесс и результат порождения речи, т.е. текст. В качестве текста в широком смысле могут выступать изображение, собственно текст, жест и т.п. В идеале сообщение должно состоять из двух не обязательно равных частей: известного адресату речи и неизвестного. Если сообщение содержит только известное, то процесс общения может потерять интерес для адресата; если же в сообщении есть только неизвестное (крайний случай — речь на неизвестном иностранном языке), то его содержание окажется недоступным адресату и он также потеряет интерес к общению, коммуникация не состоится.

Каждое сообщение имеет свое содержание, или референцию. В осуществлении референции, т.е. в сообщении определенной информации, состоит коммуникативная функция языка/речи.

*Код* в речевой коммуникации — это тот язык или его разновидность (диалект, сленг, стиль), который используют участники данного коммуникативного акта.

**Переключение кодов.** Коды (языки) и субкоды (диалекты, стили), составляющие социально-коммуникативную систему, функционально распределены. Это значит, что одна и та же группа говорящих, которые составляют данное языковое сообщество, владея одинаковым набором средств общения, использует их в зависимости от условий общения. Например, если говорить о субкодах русского литературного языка, то в научной деятельности его носители используют средства научного стиля речи, в сфере делопроизводства, юриспруденции, административной переписки и т.п. им придется прибегать к средствам официально-делового стиля, в сфере религиозного культа — к словам и конструкциям стиля религиозно-проповеднического и т.д. Иначе говоря, в зависимости от сферы общения (того, где, с кем и о чем говорится) говорящий переключается с одних языковых средств на другие.

Похожая картина наблюдается в тех обществах, где используется не один, а два языка (или несколько). Билингвы, т.е. люди, владеющие двумя (или несколькими) языками, обычно «распределяют» их использование в зависимости от условий общения: в официальной обстановке, при общении с властью у них в ходу преимущественно один язык, а в обиходе, в семье, при контактах с соседями — другой (другие). В этом случае тоже можно говорить о переключении с одного кода на другой, только в качестве кодов фигурируют не стили одного языка, как в первом примере, а разные языки.

Переключение кодов, или кодовое переключение, — это переход говорящего в процессе речевого общения с одного языка (диалекта, стиля) на другой в зависимости от условий коммуникации. Переключение кода может быть вызвано, например, сменой адресата, т.е. того, к кому обращается говорящий. Если адресат владеет только одним из двух языков, которые знает говорящий, то последнему, естественно, приходится использовать именно этот, знакомый адресату язык, хотя до этого момента в общении с собеседниками-билингвами использовался другой язык (или оба языка). Переключение на известный собеседнику языковой код может происходить даже в случае, если меняется состав общающихся: если к разговору двоих билингвов присоединяется третий человек, владеющий только одним из известных всем трем языков, то общение должно происходить на этом языке. Отказ же собеседников переключиться на код, знакомый третьему участнику коммуникации, может расцениваться как нежелание посвящать его в тему разговора или пренебрежение к его коммуникативным запросам.

Фактором, обуславливающим переключение кодов, может быть изменение роли самого говорящего. Скажем, в роли отца (при общении в семье) или в роли соседа по дому он может использовать родной для него диалект, а при обращении в органы центральной власти вынужден переключаться на более или менее общепринятые формы речи. Если такого переключения не произойдет, представители власти его не поймут и он не достигнет своей цели (удовлетворить просьбу, рассмотреть жалобу и т.п.), т.е. потерпит коммуникативную неудачу.

Тема общения также влияет на выбор кода. По данным исследователей, занимавшихся проблемами общения в условиях языковой неоднородности, «производственные» темы члены языковых сообществ предпочитают обсуждать на том языке, который имеет соответствующую специальную терминологию для обозначения различных технических процессов, устройств, приборов и т.д. Но как только происходит смена темы — с производственной на бытовую, — включается другой языковой код или субкод: родной язык или диалект собеседников. В одноязычном обществе при подобной смене кода происходит переключение с профессионального языка на общеупотребительные языковые средства.

В каких местах речевой цепи говорящие переключают коды? Это зависит от тех факторов, о которых только что шла речь. Если влияние того или иного фактора говорящий может предвидеть и даже в каком-то смысле планировать, то переключение происходит на естественных границах речевого потока: в конце фразы, синтаксического периода, при наиболее спокойном режиме общения — по завершении обсуждения какой-либо темы. Однако если вмешательство фактора, обуславливающего кодовое переключение, неожиданно для говорящего, он может переключаться с кода на код посередине фразы, иногда даже не договорив слова. При высокой степени владения разными кодами или субкодами, когда использование их в значительной мере автоматизировано, сам процесс кодового переключения может не осознаваться говорящим, особенно в тех случаях, когда другой код (субкод) используется не целиком, а во фрагментах. Например, говоря на одном языке, человек может вставлять в свою речь элементы другого языка — фразеологизмы, модальные слова, междометия, частицы.

Сама способность к переключению кодов свидетельствует о достаточно высокой степени владения языком (или подсистемами языка) и об определенной коммуникативной и общей культуре человека. Механизмы кодовых переключений обеспечивают взаимопонимание между людьми и относительную комфортность самого процесса речевой коммуникации. Напротив, неспособность человека варьировать



свою речь в зависимости от условий общения, приверженность лишь одному коду (или субкоду) воспринимается как отклонение от нормы, свидетельствует о недостаточном образовании или намеренном вызове собеседнику и поэтому может приводить к коммуникативным конфликтам. Приведем пример из известного кинофильма, в котором пассажир поезда обращается к случайному попутчику: «Слышь, мужик! Дай закурить». И получает в ответ холодное: «Мужики в поле падут». Собеседник оказался профессиональным вором, в привычном жаргоне которого мужик — не вор, не «настоящий» человек.

**Языковая вариативность.** Если мы можем в процессе общения переключаться с одних языковых средств на другие, например, при смене адресата, продолжая при этом обсуждать ту же тему, это означает, что в нашем распоряжении имеется набор средств, позволяющий об одном и том же говорить по-разному. Это чрезвычайно важное свойство языка, обеспечивающее говорящему возможность не только свободно выражать свои мысли на данном языке, но и делать это разными способами. Умение носителя языка по-разному выражать один и тот же смысл называется его способностью к перефразированию. Эта способность, наряду со способностью извлекать смысл из сказанного и умением отличать правильные фразы от неправильных, лежит в основе сложного психического навыка, называемого владением языком.

Вариативность проявляется на всех уровнях речевой коммуникации — от владения средствами разных языков (следовательно, и варьирования, попеременного использования единиц каждого из языков в зависимости от условий общения) до осознания говорящим допустимости разных фонетических или акцентных вариантов, принадлежащих одному языку (в современном русском литературном языке это варианты типа *було[шн]ая / було[чн]ая, поднялся или поднялся* и т.п.).

**Контекст** (или ситуация) — это обстоятельства, в которых происходит конкретное событие. Речь приобретает определенный смысл и может быть понята только в структуре неречевого контекста. Рассмотрим в качестве примера высказывание «Он держал в руке сумку». Если эта фраза произносится в контексте детективной истории, то она может означать, например, необходимость приготовиться к некоему действию — в случае, если этот человек подозреваемый, а в сумке могут лежать важные вещественные доказательства. В контексте праздничного застолья эта фраза может означать, что человек, которого давно ждали к столу, наконец-то пришел. В ситуации бытовой мелодрамы сумка в руках может указывать на сцену размолвки или расставания, когда кто-то из близких собирается уйти или уехать. Таким об-

разом, конкретное значение высказывания всегда будет меняться в зависимости от контекста.

Важнейшим структурным компонентом любой коммуникативной ситуации является *обратная связь*. Реакция слушающих на высказывание говорящего по сути образует цементирующий момент общения, ее отсутствие приводит к разрушению коммуникации: не получая ответ на заданный вопрос, человек чувствует себя задетым и обычно либо добивается ответа, либо прекращает разговор. Более того, реакция со стороны слушателя в виде явно выраженного интереса к говорящему составляет общий фон, на котором только и может разворачиваться разговор. При отсутствии такого интереса общение становится тяжелым и прерывается.

При всех методических достоинствах рассмотренной модели в ней отсутствует указание на психологические и социально-ролевые характеристики, существенным образом влияющие на процесс продуцирования речи.

К психологическим структурным компонентам акта речевой коммуникации следует в первую очередь отнести намерение и цель, т.е. мотивационную составляющую, которая определяет, что, зачем и почему хочет сказать автор высказывания.

Коммуникативное намерение (коммуникативная интенция) — это желание вступить в общение с другим лицом. Так, намерение выпить кофе самому и намерение предложить выпить кофе другому различаются отсутствием или наличием коммуникативной интенции.

В речевом общении обычно достаточно легко различают два вида *целей*, которые может преследовать говорящий, — ближайшую, непосредственно выражаемую говорящим, и более отдаленную, долговременную, нередко воспринимаемую как целевой подтекст, подчас трудноразгадываемый. Тот и другой вид целей имеет много разновидностей. Основными разновидностями ближайшей цели общения являются:

- получение информации, в том числе оценочной; выяснение позиций; поддержка мнения; развитие темы; разъяснение; критика (так называемая интеллектуальная цель);
- поддержка или отталкивание партнера, развитие или прекращение коммуникации (цель, связанная с установлением характера отношений);
- побуждение к действию;
- изменение эмоционального состояния партнера.

За ближайшими целями часто стоит целевой подтекст, углубляющий и усложняющий общение. Так, в ситуации группового обсуждения какого-либо вопроса ближайшей целью высказывания типа

«Уточни, что ты имел в виду, когда сказал...» является получение информации с последующей поддержкой или критикой высказанного мнения, при этом целевым подтекстом (отдаленной целью) может быть как выяснение истины, так и намерение заявить о себе, утвердить свой статус. Точно так же поддержание разговора часто служит долговременной цели установления добрых отношений; побуждение к действию (например, обращение к ребенку: «Помоги маме приготовить обед») бывает формой реализации воспитательных воздействий (в данном примере — формирование готовности и умения взаимодействовать с другими людьми, способности уступать, сопоставлять свои интересы с интересами других и т.д.).

Долговременные цели говорящего выясняются и понимаются по общему характеру разговора благодаря более глубокому знанию данного человека, по произвольным проявлениям (вербальным или невербальным). Часто они более или менее тщательно скрываются людьми, порой принимаются меры к их маскировке.

К социально-ролевым структурным компонентам речевой коммуникации следует отнести статусные и ситуативные роли участников общения, а также используемые ими стилевые приемы.

Как известно, понятие «социальная роль» указывает на поведение, предписанное человеку его социальным (возрастным, половым, должностным и т.д.) положением, или статусом. В начале конкретного коммуникативного акта от коммуникантов требуется понимание собственной социальной роли и роли партнера. Это необходимо для ориентировки в ситуации и выбора соответствующей манеры речевого поведения. Не случайно, когда представляют друг другу незнакомых людей, называют одну из основных социальных ролей (например, «профессор Колесов»), остальные опознаются по внешнему виду человека или предполагаются сопутствующими называемой при представлении роли.

По ходу общения могут быть выделены и ситуативные роли говорящих, существенно влияющие на характер общения. Среди них можно назвать, например такие:

- «лидер», стремящийся повести за собой, убедить в своей правоте;
- «хозяин», следящий за общим ходом беседы, уравнивающий интересы различных людей, неформально заботящийся об окружающих;
- «капризный ребенок», способный нарушить любые запреты, высказать любые независимые суждения;
- «гибкий человек», готовый приспособиться к различным ситуациям.

Стилевые характеристики участников общения проявляются в особенностях речевого стиля коммуникантов, в используемой ими коммуникативной стратегии и тактике. Стили могут быть ранжированы по степени внимания говорящих к своей речи: одностильно говорящий — это тот, кто вступает в речевое общение, уделяя выбору языковых средств минимальное внимание, в разных ситуациях и с разными партнерами он не способен проявить языковую гибкость, поэтому на партнеров он производит впечатление человека с неразвитой речью. Человек, обладающий высоким уровнем языковой компетенции — тот, кто стремится сохранить свой стилиевой облик в разных коммуникативных сферах, но при этом умеет выполнять различные речевые роли, использовать разностильный речевой репертуар в зависимости от обстоятельств общения. Стили слушания также можно расположить между двумя крайними позициями: от умеющих (желающих) до не умеющих (не желающих) слушать/слышать.

Помимо индивидуальных особенностей говорящих и слушающих выбор стиля речевого поведения зависит от социального контекста. Обращение к речи официальной или поэтической, научной или бытовой, деловой или публицистической задается ролевой ситуацией. (В последующих главах будут подробно рассмотрены особенности различных речевых стилей.)

Организация и развитие коммуникативного речевого акта также имеет свои особенности и закономерности.

Для того чтобы человек мог передать сообщение другому, он должен предварительно позаботиться о наличии или формировании общего социального опыта. Общность коммуникантов может быть самого разного свойства: общность языка, на котором они могут говорить; общность социального жаргона или профессионального языка, при помощи которого лучше достигается взаимопонимание; общность пола, семейного положения и т.д. Чем больше общий опыт, чем больше общих социальных связей, тем более точно будет понято адресатом посланное сообщение.

Затем требуется ввести предмет сообщения (тему) и удерживать его в сознании слушающего путем периодического напоминания, уточнения.

При достаточно продолжительном разговоре говорящий более или менее обоснованно переходит от одной темы к другой. Нарастивание объема информации (продуктивность сообщения) должно дозироваться в зависимости от подготовленности собеседника или аудитории. При этом говорящий организует и собственно коммуникативный аспект разговора: использует приемы привлечения и удержания внимания слушателей, оформляет свое представление о характере и

социальном статусе партнера или аудитории, выражает самооценку по отношению к собеседнику, принимая дружеский, официальный или снисходительный тон общения.

*Структура разговора* во многом формируется за счет попеременного включения в него участников. При этом возникают новые показатели меры взаимодействия и связанности партнеров:

- обсуждение и интерес к общей теме или каждый говорит о своем;
- частота использования другими партнерами предложений и суждений, высказанных кем-либо из участников.

Эти показатели могут характеризовать как авторитетность человека, чьи суждения привлекают наибольшее внимание, так и готовность (или неготовность) партнеров принять и признать чужое мнение.

*Активность участия* человека в разговоре, которая проявляется в частоте включения в него и продолжительности участия в нем, может свидетельствовать:

- о степени заинтересованности человека как в теме разговора, так и в самом общении, в его участниках;
- о самооценке человека (например, скромная молчаливость или самоуверенная неспешная разговорчивость);
- об общей склонности человека к развернутости или лаконичности высказываний.

*Отношение говорящего* к реакции партнеров также является достаточно примечательной характеристикой и может иметь интеллектуальную и эмоциональную составляющую. Интеллектуальная оценка выражается в согласии с мнением партнера, его учете, оспаривании или неприятии. Эмоциональное отношение к вызванной реакции выявляет либо удовлетворение, радость, либо неудовлетворенность, раздражение, нетерпение, либо эмоциональную глухоту. Встречаются люди с выраженной склонностью к определенного вида реагированию на реакцию слушателей. Для положительного типа характерны уважительность к партнеру, готовность понять его и удовлетворить выраженную просьбу, терпеливость; для его антипода — преувеличенная «нет-реакция», нетерпеливость, раздражительность, нетерпимость к возражениям.

Отношение к вызванной у партнеров реакции составляет существенную характеристику человека и важный момент хода общения, влияющий на его конечный результат и общий тон.

Определенное значение среди коммуникативных приемов имеет установление величины дистанции между говорящими. По своей индивидуальной манере люди значительно различаются. Некоторые стремятся как можно более подробно проникнуть в обстоятельства и

переживания партнера. Другие, напротив, отстраняются от собеседника. Устанавливая ту или иную дистанцию с партнером, человек по-разному открывает и себя: он может проявлять глубокий интерес к личности партнера, сам при этом не допуская его в свой личный мир, либо глубоко раскрывать себя, оставаясь невнимательным к состоянию другого.

Таким образом, выявление структуры и описание хода речевой коммуникации позволяет осознать слабые и сильные стороны своего речевого поведения.

## § 2. Речь в межличностном общении

### *Особенности речи в межличностном общении*

Межличностное общение определяют как взаимодействие между небольшим числом коммуникаторов, которые находятся в пространственной близости, хорошо знакомы друг с другом и в большой мере друг другу доступны, т.е. имеют возможность видеть, слышать, касаться друг друга, легко осуществлять обратную связь.

Речь как средство организации общения небольшого числа находящихся рядом и хорошо знакомых друг другу людей, или разговорная речь, обладает рядом отличительных особенностей:

1) *персональностью адресации*, которая предполагает индивидуальное обращение собеседников друг к другу, учет взаимных интересов и возможностей понимания темы сообщения; большее внимание к организации обратной связи с партнерами — адресат разговорной речи всегда присутствует, обладает той же степенью реальности, что и говорящий, активно влияет на характер речевого общения, позиция партнера непрерывно рефлексировается, переосмысливается, на нее реагируют, ее предвосхищают и оценивают;

2) *спонтанностью и непринужденностью*: условия непосредственного общения не позволяют заранее спланировать разговор, собеседники вмешиваются в речь друг друга, уточняя или меняя тему разговора; говорящий может перебивать сам себя, что-то вспоминая, возвращаясь к уже сказанному;

3) *ситуативностью речевого поведения*: непосредственный контакт говорящих, тот факт, что предметы, о которых идет речь, чаще всего видны или известны собеседникам, позволяют им использовать мимику и жесты как способ восполнения неточности выражений, неизбежной в неформальной речи;

4) *эмоциональность*: ситуативность, спонтанность и непринужденность речи в непосредственном общении усиливают ее эмоциональную окраску, выдвигают на первый план эмоционально-индивидуальное восприятие говорящими как темы разговора, так и собеседника, что достигается с помощью слов, структурной организации предложений, интонаций; стремление быть понятыми побуждает собеседников к частому выражению личных оценок, эмоциональных предпочтений, мнений.

Перечисленные особенности задают важнейшие функции речи в межличностном общении — эмотивную и конативную. *Эмотивная функция* связана с субъективным миром адресанта (говорящего), с выражением его переживаний, его отношения к тому, что говорится, в ней находит отражение самооценка говорящего, его потребность быть услышанным, понятым. *Конативная функция* связана с установкой на адресата (слушающего), со стремлением на него воздействовать, формировать определенный характер взаимоотношений, в ней находят отражение потребности человека достигать поставленных целей, оказывать влияние на других людей; проявляется эта функция в структурной организации разговора, целевой направленности речи.

Разговорную речь отличают ряд особенностей и приемов: постоянная смена позиций говорящий—слушающий; личная заинтересованность и активность разговаривающих; использование неполных предложений, коротких фраз, большого числа местоимений, бытовой лексики и др. Межличностный разговор в процессе развертывания приобретает большую эмоциональную нагруженность, что заставляет собеседников уточнять собственное отношение к предмету разговора, проверять устойчивость собственной позиции и позиций, занимаемых другими, тем самым речь оказывается фактором личностного самоопределения участников разговорной коммуникации.

### *Речь для общения или сообщения*

Коммуникативная роль говорящих и слушающих, манера их речевого поведения зависят от того, что выходит на первый план в сообщении — информация или контакт. Функционально можно выделить два основных вида речевого поведения говорящих и слушающих: общение и передача информации, сообщение. С точки зрения коммуникативных ролей участников речевого акта каждый из этих видов организуется по-разному.

Общая ситуативно-целевая задача *общения* — говорить, чтобы высказаться и встретить понимание. Обычно это обмен репликами, со-

держание которых ассоциативно связано. Поддержание разговора может быть самоцелью. Пример реплик из повседневных разговоров:

- Опять погода портится.
- У нас всегда так, после жары — грозы, а потом холодно.
- А что творилось в Москве — слышали? Какой страшный ураганище!
- Да, но это еще что. Вот когда я несколько лет назад был на Дальнем Востоке, и т.д.

Оба собеседника имеют равные права, они не стремятся прийти к единой точке зрения, решить какую-то проблему. Правила, которые они используют, определяются ими скорее интуитивно. Это обмен мнениями и чувствами, не логичный, но достаточно искренний. Они не особенно контролируют сказанное, не стараются подбирать уместные слова и фразы, сравнительно мало перебивают друг друга. Говорящий зачастую предпочитает сконструировать новое слово, чем отыскивать нужное в памяти. Можно сказать, что речь ради общения максимально приближает слушающего к личности говорящего и при этом несет на себе отпечаток сиюминутности, ситуативной связанности.

Цели речи, сводящейся просто к поддержанию общения, варьируются в зависимости от оппозиции близкие—неблизкие отношения. Можно представить следующую их шкалу исходя из отношений:

- между незнакомыми людьми — завязать знакомство, скоротать время в условиях вынужденного совместного пребывания (в транспорте, в очереди);
- между малознакомыми людьми — укрепить знакомство;
- при случайном знакомстве — соблюсти правила вежливого поведения, когда молчать неловко;
- между хорошо знакомыми людьми — сохранить сложившийся тип отношений, в то время как отказ от общения является знаком желания их изменить;
- между близкими друзьями или в семье — отдать дань привычке к обмену мнениями, эмоциями.

**Передача информации** в межличностном взаимодействии может реализовываться несколькими различными способами. Обратим внимание на следующие три:

1) *совместное решение задачи*: речевые высказывания направлены на выработку общей точки зрения. Этот способ общения предполагает наличие общей цели, что заметно ограничивает тематику. Набор адекватных для данного способа правил ведения разговора также ограничен: каждое высказывание тщательно взвешивается, каждое сло-



во строго подбирается и оценивается, нарушение правил, например непонимание со стороны собеседника или отказ от решения задачи, может привести к смене способа общения. Допускаются повторения и уточнения. Решение вырабатывается совместно при обоюдном согласии собеседников. С выработкой решения взаимодействие заканчивается или осуществляется переход к новому способу общения;

2) *задавание вопросов*, при котором один из собеседников — задающий вопросы — заинтересован в получении определенной информации. Его право задавать вопросы может определяться социальной ролью (отец, экзаменатор) либо соглашением о цели что-то узнать. Право спрашиваемого — уклониться от ответа, задать встречный вопрос, обсудить заданный. Обычно спрашивающий получает частичные ответы. Исчерпывающие, подробные ответы считаются нарушением правил, как и неадекватные ответы, неприемлемые уклонения от ответа, повторяющиеся ответы по ассоциации. Тема общения не всегда четко определена. Допустимы повторения и уточнения, т.е. избыточность. Слова и реплики обычно более тщательно взвешиваются, чем при ассоциативном способе общения;

3) *уточнение понимания*. Данный способ общения несколько напоминает решение задач (наличием цели, ограничением ассоциативных реплик), при этом как бы решается задача о причинах непонимания. В то же время выяснение путем переспросов, в чем состоит неправильное понимание, какие правила нарушены, сближает данный способ с задаванием вопросов. Оба партнера имеют право в любой момент заявить о достигнутом понимании и перейти к другому способу.

В речи с целью передачи информации используются следующие *формы коммуникативной тактики*:

- включение партнера в свою логику путем приглашения подумать вместе;
- позитивное и уважительное рассмотрение его мыслей;
- отстраненность содержания речи от слушателя, движение по внутренней логике предмета (позиция независимости).

Плодотворное взаимодействие возможно при согласованном принятии обоими собеседниками одного и того же способа общения. Если это не удастся сразу, то выбирается приемлемый способ общения или разговор прерывается по инициативе любого из партнеров.

### *Речь и самораскрытие*

Без эмоционального и личностного самораскрытия невозможны близкие человеческие отношения, педагогическое воздействие, пси-

хотерапевтический контакт. Однако и при адекватных самораскрытию коммуникативных условиях далеко не все способны на истинно диалогическое общение в межличностной сфере.

Проблема диалогического общения, установления дружеских, доверительных взаимоотношений возникает подчас не из-за отсутствия адекватной коммуникативной ситуации, нежелания партнера выслушать и понять, а из-за неспособности субъекта общения выразить свое внутреннее Я на вербальном уровне. В сфере человеческих отношений, варьируя коммуникативно-речевое поведение, можно выходить на различные уровни общения:

- легкая беседа (болтовня) как один из вариантов фатической речи;
- эгоцентрическая речь (egospeak) — не подлежащее обсуждению описание своих качеств, взглядов, привязанностей, когда в разговоре человек поддерживает только тему «о себе»: будь это его служебные, семейные или иные касающиеся его личности дела;
- собственно диалог, основными принципами которого являются интерес к партнеру, учет особенностей его личности, эмоциональная и личностная ему открытость.

В теории межличностной коммуникации известна модель, получившая название «окно Джогари» (произведено от имен двух американских психологов, предложивших эту модель, — Джо Люфта и Гарри Ингхэма). Она позволяет выявить индивидуальные стили поведения людей в зависимости от их самораскрытия. Суть этой модели — в демонстрации взаимозависимости информации о нас самих, доступной только нам, и того, как нас воспринимают другие (рис. 1).

	Я знаю о себе	Я не знаю о себе
Другие знают обо мне	1. Открытая зона	2. Слепая зона
Другие не знают обо мне	3. Скрытая зона	4. Неизвестная зона

Рис. 1. «окно Джогари»

Перед нами четыре «стекла» в одном окне. Размер каждого «стекла» зависит от осознания своего поведения, чувств и мотиваций. В отличие от настоящих оконных стекол «окно Джогари» иногда меняется в размерах.

1 — открытая зона: отражает вашу общую открытость миру, вашу потребность быть признанным, она включает все аспекты о вас, известные вам и другим;

2 — слепая зона: включает то, что другие в вас воспринимают, но что недоступно вам самим. Например, вы считаете себя остроумным, а друзья находят ваш юмор тяжеловатым, или вы думаете, что ведете себя уверенно, но другим заметна в вашем поведении напряженность. Слепая зона может содержать любые ненамеренные коммуникативные стимулы;

3 — скрытая зона: включает то, что вы предпочли бы не раскрывать никому, идет ли речь о вас или о других людях;

4 — неизвестная зона: включает все не познанное ни вами, ни другими людьми, ваши скрытые ресурсы, потенциал личностного роста, о котором вы можете лишь догадываться или к которому стремиться.

Все зоны взаимосвязаны: изменения в одной вызывают изменения в другой. Если вы что-то раскрыли из скрытой зоны, она соответственно уменьшается, при этом увеличивается ваша открытая зона. Если друзья сказали вам о вашей нервозности, эта информация также станет частью открытой зоны, соответственно уменьшится зона слепая. Правда, изменения не всегда бывают желательны. Иногда указание человеку на его нервозность лишь усиливает последнюю.

Авторы «окна Джогари» считают, что увеличение открытой зоны, т.е. не только самопознание, но в определенной степени и раскрытие себя перед другими, — наиболее желательная стратегия в межличностном общении. Лучшее знание себя в отношениях с другими приводит к росту самоуважения и самопринятия.

В зависимости от того, какая зона доминирует в поведении людей, можно выделить различные коммуникативные стили.

**С т и л ь (1)** характеризует людей, которые демонстрируют скорее безличный подход в отношениях. У них доминирует неизвестная зона, они обычно уходят от контактов, избегают личностного самораскрытия, участия в делах других и тем самым создают образ сторонящегося других, некоммуникабельного человека.

**С т и л ь (2)** характерен для людей, которые стремятся к общению, но одновременно боятся раскрывать себя и в целом не доверяют другим. Если кто-то говорит им об этом, они перестают доверять и этим людям. Здесь доминирует скрытая зона.

**С т и л ь (3)** характерен для крайне самоуверенных людей, которые при этом не осознают, как они воздействуют на других и как воспринимаются другими. Те, кто общается с такими людьми, часто ощущают, что к их идеям и высказываниям не прислушиваются, считают малоценными. Подобное поведение может вызвать обиду и враждебность. Здесь доминирует слепая зона.

С т и л ь (4) характерен для людей, демонстрирующих откровенность, открытость, понимание потребностей и настроения других. Здесь доминирует открытая зона.

### *Речь и самооценка*

Одна из важнейших особенностей речевого поведения в межличностном взаимодействии — влияние на самооценку говорящих и слушающих. Принципиально наши сообщения могут содержать три типа реакций:

1) мы можем поддержать Я-концепции других людей и обращаться с ними так, как, по их мнению, с ними следует обращаться. Например, если девушка считает себя умной и опытной, то ее Я-концепция получает поддержку, когда ее приятели обращаются к ней за советом или за помощью;

2) мы можем не принять самоопределения других людей, просто отказавшись разделить их взгляды относительно их самих. Так, если кто-то считает себя лидером, но никто из его окружения не обращается с ним как с человеком, наделенным лидерскими качествами, это может заставить его пересмотреть свой образ;

3) мы можем не замечать самоопределений других (отказываем им в поддержке).

Если в первом случае мы как бы сообщаем человеку: «Я принимаю тебя таким, каким ты видишь себя сам, твоя оценка верна», во втором случае: «Я не принимаю тебя таким, каким ты сам себя видишь, твоя самооценка неверна», то в третьем случае: «Ты не существуешь, ты — никто». Отказывая в поддержке, мы не открываем людям, что чувствуем при общении с ними, т.е. игнорируем их. Отказы в поддержке иногда могут быть ненамеренными, являться результатом непонимания важности поддержки для личностной самооценки. Продолжительный отказ в поддержке психологи считают одним из наиболее жестоких психологических наказаний для людей. Человек, который постоянно отвергается другими, может пережить кризис собственной идентичности.

Стиль речевого поведения, в результате которого другой человек начинает больше себя ценить, называют *поддерживающим*. Соответственно *неподдерживающий* стиль можно определить как стиль такого речевого поведения, в результате которого другой человек оценивает себя ниже, ценит себя меньше.

Приведем классификацию сообщений с ориентацией на поддерживающий или неподдерживающий стиль.

Среди речевых посланий, выражающих поддержку, выделяют:

1) *прямое признание* — человек признает, соглашается со сказанным вами и прямо сообщает об этом, что проявляется в поддержании разговора, заинтересованности и т.п.;

2) *выражение положительных чувств* — человек сообщает вам о положительных чувствах, вызванных тем, что вы сказали;

3) *уточняющие реплики* — человек просит вас прояснить, уточнить содержание вашего сообщения;

4) *поддерживающие реплики* — демонстрация сопереживания, понимания, участия.

Среди сообщений, выражающих чувство отказа в поддержке, выделяют:

1) *уход от обсуждения* — собеседник реагирует на ваше сообщение, но быстро переводит разговор на другую тему («Сегодня был сложный материал на лекции?» — «Не очень. Скажи, эта юбка не слишком длинная?»). Другой вариант — собеседник даже не предпринимает попытку связать свой ответ с вашим сообщением («У меня был трудный день, я страшно устала». — «Удивляюсь, почему Аня не позвонила, думаешь, она забыла?»);

2) *безличные предложения* — подчеркнуто правильная, научнообразная речь, отказ от личного обращения;

3) *прерывающие фразы* — вас прервали на полуслове, не дали договорить;

4) *сообщения, содержащие противоречие между вербальным и невербальным содержанием* («Разумеется, решение должен принимать только ты», — говорится раздраженным тоном).

Нереалистично надеяться, что все наши сообщения всегда будут носить только поддерживающий характер. Нередки ситуации, когда мы хотим или должны отказаться от общения с другими, по крайней мере на содержательном уровне. Но даже в этом случае полезно помнить о важности для межличностного общения поддерживающего стиля речевого поведения.

### *Роль слушающего*

Слушающий способен влиять на речевое поведение говорящего именно потому, что он рядом и его реакция очевидна. Готовность приспособиться к чужому речевому опыту, соизмеримая с желанием реализовать свой собственный, позволяет говорить об еще одном варианте речевого поведения в межличностном общении — *поиске общего языка*. Найти общий язык — значит для говорящего быть способным

актуализировать навыки, равные (или сходные) с навыками слушающего, соответствующие его ожиданиям. Для этого можно использовать жаргон, просторечные и диалектные слова, разнообразные средства «коммуникативной адресации», позволяющие получить обратную связь: «Я не очень путано говорю?»; «Другими словами...», «Проще говоря...» и т.п.

В современной социально-психологической литературе большое внимание уделяется анализу стилей слушания как активного процесса, требующего определенных навыков, важнейшими среди которых являются навыки нерефлексивного, рефлексивного (активного, направленного на логическое понимание) и эмоционального (направленного на сопереживание) слушания.

**Нерефлексивное слушание** состоит в умении внимательно молчать, не вмешиваясь в речь собеседника своими замечаниями. Внешне пассивное поведение в действительности требует большого напряжения, физического и психологического внимания. Нерефлексивное слушание полезно тогда, когда собеседник хочет обсудить наиболее важные вопросы, проявляет такие глубокие чувства, как гнев или горе, или просто говорит о том, что требует минимального ответа. По форме нерефлексивное слушание предполагает использование кратких реплик типа «Да?», «Продолжайте, продолжайте. Это интересно», «Понимаю», «Расскажите подробнее» и т.п. или невербальных жестов поддержки, например утвердительный наклон головы.

**Рефлексивное (активное) слушание** — это обратная связь с говорящим с целью контроля точности восприятия услышанного. Слушающий более активно использует словесную форму для уточнения информации и подтверждения понимания сообщения. Основными видами рефлексивных ответов являются выяснение, перефразирование, резюмирование.

*Айу́тнение* представляет собой обращение к говорящему за уточнениями: «Не повторите еще раз?», «Что вы имеете в виду?», «Это все?», «Например?» и т.п.

*Перефразирование* состоит в передаче говорящему его же сообщения, но словами слушающего. Целью перефразирования является проверка точности услышанного. Перефразирование может начинаться словами: «Как я понял...», «По вашему мнению...», «Другими словами, вы считаете...». При этом передаются существенные, главные моменты сообщения, смысл и идеи, а не чувства собеседника. Перефразирование информирует говорящего о том, как его понимает слушающий, и если понимает неправильно, то появляется возможность внести в сообщение соответствующие коррективы.

*Резюмированием* завершается одна тема разговора и осуществляется переход к другой, подытоживаются основные идеи и чувства говорящего. Резюмирующие высказывания помогают соединить фрагменты разговора в смысловое единство. Типичными фразами могут быть следующие: «Вашими основными идеями, как я понял, являются...», «Если подытожить сказанное вами, то...» и т.п.

Эмоциональное слушание предполагает понимание чувств, переживаемых другим человеком, и ответное выражение своего понимания этих чувств, для чего используются приемы рефлексивного слушания: уточнение, перефразирование, резюмирование. Таким образом, эмоциональное слушание отличается от рефлексивного не используемыми приемами, а целями или намерениями. Если цель рефлексивного слушания — осознать как можно точнее понять тематическое содержание сообщения говорящего, то цель эмоционального слушания — уловить его эмоциональную окраску, значение для собеседника высказанного сообщения, чувства, которые он при этом испытывает. Эмоциональное слушание противоположно критическому восприятию, это более интимный, чем активное слушание, вид общения.

\* \* \*

Таким образом, в межличностном взаимодействии речь представляет собой разговор, для которого характерны неподготовленность и непринужденность речевого акта. Собеседники мыслят и говорят одновременно, у них нет времени на продумывание фраз. С этим связаны такие особенности устной речи, как меньшая лексическая точность, свобода словоупотребления, использование коротких и простых словосочетаний и предложений, отсутствие причастных и деепричастных оборотов, возможность речевых ошибок, заполнителей пауз. Непосредственное участие говорящих в речевом акте усиливает эмоциональную окраску речи, в ней проявляются личностные особенности собеседников, их отношение друг к другу и к предмету разговора.

### § 3. Речь как показатель социального статуса

#### *Особенности речевого общения в социальном взаимодействии. Принцип кооперации*

Анализ особенностей речевого общения в социальном взаимодействии связан с различением следующих уровней социальной коммуникации:

- общение людей как представителей тех или иных социальных групп (национальных, возрастных, профессиональных, статусных и т.д.). При этом определяющим фактором речевого поведения двух или нескольких человек будет их групповая принадлежность или ролевая позиция (например, руководитель — подчиненный, консультант — клиент, преподаватель — студент и т.д.);

- передача информации множеству лиц: прямая в публичной речи или опосредованная в средствах массовой информации.

Речевое поведение людей в социально ориентированном общении имеет ряд особенностей в сравнении с речью в межличностном общении.

Прежде всего в социальном взаимодействии отчетливо выражен обслуживающий характер речевой деятельности: речь всегда подчинена внеречевой цели, направлена на организацию совместной деятельности людей. Эта особенность предопределяет значительно более строгую (в сравнении с межличностным взаимодействием) регламентацию речевого поведения. Хотя нормы речевого поведения относятся к сфере молчаливых соглашений между членами общества, именно в сфере социально ориентированного общения их соблюдение сопровождается значительно более строгим контролем.

Исходными условиями совместной деятельности являются:

- наличие у участников взаимодействия хотя бы кратковременной ближайшей общей цели. Даже если их конечные цели различны или противоречат друг другу, всегда на период взаимодействия должна быть общая цель;

- ожидание, что взаимодействие будет продолжаться до тех пор, пока оба участника не решат его прекратить.

Описанные условия получили название *принципа кооперации*. Его автор Г.П. Грайс сформулировал основные правила, или постулаты, его реализации:

- 1) высказывание должно содержать ровно столько информации, сколько требуется для выполнения текущих целей общения; излишняя информация иногда вводит в заблуждение, вызывая не относящиеся к делу вопросы и соображения, слушающий может быть сбит с толку из-за того, что предположил наличие какой-то особой цели, особого смысла в передаче этой лишней информации;

- 2) высказывание должно по возможности быть правдивым: старайтесь не говорить того, что считаете ложным; не говорите того, для чего у вас нет достаточных оснований;

- 3) высказывание должно быть релевантным, т.е. соответствовать предмету разговора: старайтесь не отклоняться от темы;



4) высказывание должно быть ясным: избегайте непонятных выражений, неоднозначности, ненужного многословия.

Реальная речь грешит нарушениями тех или иных правил коммуникации: люди бывают многословны, не всегда говорят то, что думают, их речь бывает отрывочной, неясной. Однако если при этом нарушение не касается базовых принципов кооперации, взаимодействие продолжается и приводит к тому или иному уровню взаимопонимания. В противном случае отступление от правил может обернуться разрушением коммуникации и деградацией речи.

Наряду с принципом кооперации важное значение для регулирования социальных взаимодействий имеет *принцип вежливости*. Последний всецело принадлежит речевому этикету (о котором речь пойдет дальше). Отметим, что такие ключевые максимы принципа вежливости, как тактичность, великодушие, одобрение, скромность, согласие, благожелательность, выраженные (или не выраженные) в речи, самым непосредственным образом определяют характер социальных взаимоотношений.

Отчетливо осознаваемая отправителем сообщения цель требует продуманной формы сообщения и прогнозируемой реакции аудитории.

Отличительная особенность речевой коммуникации в социальном взаимодействии связана с достаточно определенными ожиданиями со стороны получателей сообщения. Эти ожидания обусловлены более или менее устойчивыми *ролевыми стереотипами*, существующими в представлении адресатов, а именно: как должен говорить представитель той или иной социальной группы, какая речь вызывает или не вызывает доверие, владеет или не владеет выступающий темой и т.п. Чем более официальной является речевая ситуация, тем более формализованы ожидания слушателей.

Естественным следствием описанных особенностей становится своеобразная обезличенность речи в социальном взаимодействии, когда его участники говорят как бы не от себя, не от своего имени, а от имени группы, т.е. так, как принято говорить в группе, представителями которой в данной ситуации они себя ощущают.

Чтобы управлять течением беседы, необходимо заранее продумать общую картину и возможные варианты развития разговора, распознавать ключевые точки, в которых возможна смена темы, стремиться вычлнить применяемые собеседником приемы речевого воздействия, оценивать его стратегию и тактику, вырабатывать пути гибкого реагирования-подыгрывания или оказания противодействия. Плохо, если говорящий имеет в запасе только один вариант разговора и его речь построена жестко.

### *Речь и социализация*

Рассматривая речь в социальном взаимодействии, отметим ее решающее значение в процессе обучения и воспитания детей, т.е. их социализации. Основная масса обучающих воздействий поступает в словесной форме. В большой мере с помощью речи ребенок адаптируется к культуре своей среды. Слово учит необходимым для его жизни действиям, в форме похвалы, наказания, ласки оно регулирует и его субъективное состояние. Речевое развитие ребенка рассматривается как фактор его готовности к школе. Швейцарский психолог Ж. Пиаже, автор классической работы по функционированию языка в детском возрасте, пришел к выводу, что язык имеет два типа речевого существования — эгоцентрическую и социализированную речь.

*Эгоцентрическая речь*, по Пиаже, представляет собой образец бедного кодирования. Хотя ребенок говорит с окружающими его людьми, он редко ставит себя на их место. Его разговор — преимущественно размышления вслух. В его языке отсутствуют оттенки значений, игнорируется точка зрения, с которой рассматриваются те или иные вещи, даже в споре всегда имеют место утверждения, а не объяснения. Ребенок едва ли задается вопросом, понимают ли его: для него это неважно, поскольку он не думает о других, когда говорит. Согласно Пиаже, эгоцентрический язык составляет почти половину объема речи ребенка в возрасте до 7—8 лет.

*Социализированная речь* предполагает приспособление информации к слушателю и в определенном смысле — к его позиции. Взрослые думают социально, даже находясь в одиночестве, дети думают эгоцентрично, даже общаясь с другими.

Следуя этим выводам, можно ожидать, что все взрослые обладают совершенными способностями к социальному кодированию. Увы, это не так. Одна из тому причин связана с социальной средой, которая формирует различные способы коммуникации или различные стили лингвистического кодирования.

В одних кодах господствуют значения, связанные с конкретным местом, конкретным контекстом, а не абстрактные понятия, подчеркивается скорее «мы», чем «я». Говорящий полагает, что слушатель всегда знает, о чем идет речь, у него такой же опыт, как у всех членов привычной для говорящего группы (членов одного племени, жителей одной деревни, одного двора, одноклассников и т.д.). В результате сообщение по своей структуре является простым и сравнительно кратким, в нем используется ограниченный словарный запас, минимизировано словесное отражение индивидуального опыта. Коды данного

типа обычно являются следствием примитивной общинной культуры или профессиональной, групповой принадлежности человека (например, невысокого уровня образования).

Коды другого типа более разработаны, они, напротив, подчеркивают индивидуальный, а не групповой опыт. Говорящий не отождествляет себя со слушающим, поэтому старается сам разработать и сделать понятными для слушающего значения кодов, он понимает, что опыт слушающего, его лексикон могут отличаться от его собственных. Для этого требуется более развитый словарь, аналитический и абстрактный стили речи. Развитый лингвистический код доступен, как правило, хорошо образованным людям, преимущество которых в речевом общении проявляется и в том, что они, в отличие от членов замкнутой группы, могут с разными собеседниками использовать разные коды.

Таким образом, кодирование сообщений является формой социального обучения, частью процесса социализации. Каждый человек может улучшить свое социальное кодирование (вспомним Элизу Дулитл — героиню пьесы Б. Шоу «Пигмалион», социальное положение которой меняется с изменением в первую очередь ее речевого поведения).

### *Речь как средство утверждения социального статуса*

В социально ориентированном общении социальные роли говорящих и слушающих выступают важнейшим фактором речевого поведения. Язык, безусловно, является одним из инструментов утверждения социального статуса участников общения. При этом существует следующая функциональная зависимость: не только социальная ситуация задает характер речевого поведения ее участников, но и выбранные языковые средства конструируют, подтверждают социальную ситуацию.

Для адекватного понимания речевого сообщения участники коммуникации различными способами обозначают социальные отношения, в структуре которых предполагается развернуть общение. Кроме прямых представлений, когда называются наиболее значимые для общения социальные роли собеседников, существуют косвенные *в е р б а л ь н ы е с о ц и а л ь н о - с и м в о л и ч е с к и е с р е д с т в а* демонстрации социального статуса и ролевых репертуаров общающихся.

К числу таких вербальных социально-символических средств относится выбор *формы обращения*, которая может выявлять социальную иерархию, а при равенстве социальных статусов выражать личное отношение к партнеру. При этом используются специальные слова, указывающие на титул лица, к которому обращаются, например: «ваше высочество», «ваше благородие», «сэр».

Меняя формы обращения, можно подчеркнуть формальность или неформальность отношений, задать социальную дистанцию. Сравним обращения: «дамы и господа», «товарищи», «друзья», «голубчик», «милочка». Сходную функцию могут выполнять и выбранные формы приветствий или прощаний, например: «Здравствуйте», «Здорово, ребята», «Приветствую вас», «Салют», «Пока», «Всего хорошего».

Для повышения своего социального статуса могут быть использованы различные *обозначения для описания социальной роли или профессиональных функций*. Самоуважение людей возрастает в зависимости от выбора названия их роли: «помощник директора» вместо «билетер» или «работник санитарной службы» вместо «мусорщик» и т.п.

К вербальным социально-символическим средствам относится намеренная *имитация произношения* определенной группы, принадлежности к которой демонстрируется. Замечено, что мы стараемся приспособить наш язык, произношение к языку партнера в том случае, если он нам нравится. Когда же мы хотим отделиться от другого человека или группы, мы можем подчеркнуть различия в нашей речи.

*Выбор стиля* произношения также относится к числу вербальных социально-символических средств. Выделяют следующие стили: высокий с подчеркнуто правильным употреблением слов и построением предложений, который воспринимается как официальный, более формальный, дистанцированный, и низкий (разговорная речь, насыщенная жаргонными словами, сленгом), воспринимаемый как неформальный, дружеский; влиятельный и невлиятельный. Говорящие, применяя определенные вербальные приемы, могут формировать свой желательный образ в восприятии других, например казаться более уверенными, влиятельными, знающими.

К числу так называемых невлиятельных форм сообщений относятся:

- 1) уклончивые фразы, отражающие субъективность: «Я думаю», «Мне кажется», «Наверное» и т.п.;
- 2) лингвистическое «заикание» (использование разъединяющих междометий и конструкций типа «э», «гм», «вы знаете», «ну»): «Гм, могли бы вы уделить минутку вашего времени?»; «Ну-у, мы могли бы попытаться»; «Я хочу — э-э, если, конечно, вы не против, предложить...»;
- 3) вежливые формы: «Простите...»; «Извините...»; «Будьте любезны»;
- 4) вопросы-концовки: «Мы уже можем начать, как вы считаете?»; «Здесь жарко, правда?»;
- 5) интенсивные слова: «великолепно», «замечательно», «удивительно», «очень» и т.п.

Смена стиля обращения, в частности формы «ты» или «вы» при обращении, сама по себе может быть приемом, направленным на «повышение» или «понижение» социального статуса. Форма «ты», как правило, ассоциируется с неформальными, дружескими отношениями, а «вы» — формальными и эмоционально дистанцированными. Переход от «ты» к «вы» является стратегией дистанцирования, способом демонстрации неодобрения, отчуждения, неприятия, враждебности. Обратный переход, напротив, является стратегией принятия, демонстрацией расположения, меньшей формальности и большего дружелюбия.

\* \* \*

Таким образом, в социальном взаимодействии основное значение имеют речевое оформление социально-ролевого статуса участников коммуникации, достаточно жесткое контролирование содержания и формы посылаемых речевых сообщений, сведение к минимуму личностного начала в речевом поведении. В социально ориентированном общении в силу тех или иных обстоятельств дистанция между партнерами увеличивается. Является ли это следствием пространственной или временной разобщенности, различного социального положения или неравноправия собеседников, обусловленного ситуационно, — так или иначе, но взаимодействие между участниками коммуникации осложняется. Это отражается в речи, которая демонстрирует несравненно большую отстраненность от ее субъекта и адресата, чем в межличностном взаимодействии.

### Контрольные вопросы и задания

1. Что такое язык?
2. Назовите основные функции языка.
3. Каковы структура языка и его уровни?
4. Почему язык называют знаковой системой? Какие единицы языка являются основными знаками?
5. Что такое речь? Как соотносятся язык и речь?
6. Можно ли говорить о речи как форме поведения? В чем состоит коммуникативный аспект речи?
7. Перечислите основные структурные компоненты речевой коммуникации.
8. Приведите примеры переключения кодов при общении.
9. Приведите примеры коммуникативных конфликтов из-за использования неправильного субкода при общении.

10. Какие ближайшие и отдаленные цели могут ставить перед собой участники речевого общения?
11. Назовите известные вам речевые роли говорящих. Дайте общую характеристику стилей говорящих и слушающих.
12. Укажите особенности языка, которые могут создать трудности в восприятии речи.
13. Охарактеризуйте речь в межличностном общении.
14. Опишите поддерживающий и неподдерживающий стили речевого поведения.
15. Что можно увидеть в «окне Джогари»?
16. Что такое «эгоречь»? Как она проявляется?
17. Охарактеризуйте нерелективный, релективный и эмоциональный виды слушания.
18. Почему в начале любого коммуникативного акта от его участников требуется понимание собственной социальной роли и роли партнера?
19. Приведите основные правила речевой коммуникации, обеспечивающие возможность совместной деятельности.
20. Сравните эгоцентрическую речь детей и социализированную речь взрослых. Каковы особенности той и другой?
21. Как с помощью речевых средств можно демонстрировать социальный статус и регулировать социальные отношения между общающимися?
22. Какие речевые приемы усиливают или ослабляют влияние сообщения?

### Литература

- Атватер, И.* Я вас слушаю... М., 1988.
- Вахтин, Н. Б., Головкин, Е. В.* Социолитингвистика и социология языка. М., 2004.
- Винокур, Т. Г.* Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. М., 1993.
- Грайс, Г. П.* Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16. Лингвистическая прагматика. М., 1985.
- Карасик, В. И.* Язык социального статуса. М., 2002.
- Крижанская, Ю. С., Третьяков, В. П.* Грамматика общения. М., 2005.
- Куницына, В. Н., Казаринова, Н. В., Погольша, В. М.* Межличностное общение : учебник для вузов. СПб., 2003.
- Леонтьев, А. А.* Психология общения. М., 1997.
- Литингвистический энциклопедический словарь / под ред. В. Н. Ярцева. М., 1990.
- Межличностное общение. Серия «Хрестоматия по психологии» / сост. и общ. ред. Н. В. Казариновой, В. М. Погольша. СПб., 2001.

*Сиротинина, О. Б.* Что и зачем нужно знать учителю о русской разговорной речи. М., 1996.

*Ушакова, Т. Н., Павлова, Н. Д., Зачесова, И. А.* Речь человека в общении. М., 1989.

*Ушакова, Т. Н., Павлова, Н. Д., Латынов, В. В. и др.* Слово в действии: интент-анализ политического дискурса. СПб., 2000.

Язык и моделирование социального взаимодействия: переводы. М., 1987.

## Практикум

Целью практических занятий к § 1 («Язык и речь») является разграничение основополагающих в курсе понятий — культуры речи в целом, языка и речи, свободных и несвободных словосочетаний, первичных и вторичных языковых знаков, индивидуализации и имитации речи, различных сфер употребления слов, структурных элементов коммуникации и др.

В заданиях по теме используются следующие термины (указываются в алфавитной последовательности):

*Диалектизмы* — особенности, характерные для местного наречия — диалекта. Они могут быть лексическими и фразеологическими (*кочет* — петух), фонетическими [*м'я*]шу, к[*о*]рова, грамматическими — морфологическими (*у мене*) и синтаксическими (*косить трава*).

*Жаргон* — то же, что социальный диалект, речь какой-либо социальной или профессиональной группы.

*Жаргонизм* — жаргонное слово или выражение: *йилдовая курва* — кривая прибыли на графике, *обмылки* — новинки автосалонов, *пяточковать* — ходить за начальником и поддакивать.

*Код* — система условных знаков, символов, сокращенных обозначений и названий, применяемых для передачи, обработки и хранения информации.

*Коммуникативное намерение* — желание вступить в общение с другим лицом с определенной целью.

*Контекст* (или ситуация) — обстоятельства, в которых происходит конкретное событие.

*Личностно-ориентированное общение* — общения без учета социального статуса человека.

*Полисемия* — многозначность, т.е. наличие у одного слова нескольких связанных по смыслу значений.

*Предписывающие правила* — правила, которые требуют однозначного выполнения определенных требований, например написания после шипящих на конце слов женского рода.

*Разрешающие правила* — правила, предоставляющие возможность выбора вариантов. Например, можно сказать *твóрог* и *творóг*, *творога* и *творору*.

*Речевая деятельность* — специализированное употребление речи в процессе взаимодействия между людьми, частный случай деятельности общения.

*Речевое общение* — процесс установления и поддержания целенаправленного, прямого или опосредованного контакта между людьми при помощи языка.

*Речевое поведение* — использование языка людьми в определенном контексте, в многообразии реальных жизненных ситуаций, совокупность речевых поступков.

*Речевой акт* — элементарная единица речевого общения, произнесение говорящим высказывания в ситуации непосредственного общения со слушающим.

*Свободные словосочетания* — сочетания слов при сохранении ими своего лексического (вещественного) значения: *весенний ветер, улыбка счастья*.

*Синонимия* — сходство или тождество слов и фраз по значению при различии их звучания.

*Сообщение* — высказывание, текст, изображение, физический предмет или поступок, предназначенные для передачи информации. Сообщения состоят из словесных или невербальных знаков.

*Социальный диалект* — разновидность языка, употребляемая лицами, принадлежащими к какой-либо социальной или профессиональной группе.

*Территориальный диалект* — разновидность языка, употребительная на определенной территории и обладающая какими-либо особенностями в сравнении с литературным языком или другими диалектами, например оканьем в противоположность аканью, твердым [ч] в противоположность мягкому [ч'], произнесением звука [γ] на месте [г].

*Язык* — социально обработанная, исторически изменчивая знаковая система, служащая основным средством общения и представленная разными формами существования, каждая из которых имеет по крайней мере одну форму реализации — устную или письменную. Различают три основные функции языка: 1) коммуникативную как средства общения; 2) познавательную как средства познания окружающего мира; 3) эмоциональную как средства выражения чувств и оценки.

**За д а н и е 1.** *В приведенных записях диалектной речи укажите языковые особенности (диалектизмы), не свойственные литературному языку.*

(1) — Скажите о том, как у вас раньше свадьбы играли.

— Свадьбу? Скажу про себя. Была я семнадцати лет... Был сенокос... Ну подкашиваем, вдруг соседка идет, идет прямо к отцу... А я ей, такая была, так и говорю: «А что ты, Олена, к нам-то не привернула?» — «Ну, если приглашаешь, так приверну». Подходит к моему старшему брату, поклонилась и grit: «Ну, Александр, поезжай, пропивай сестру, женихи на сестру сватаются». А брат косы лопатил у нас, он жены своей лопатил косу. Косы были, горбуши назывались. Ну вот. Потом он этой жены косу отлопатил, взяла я, стала подавать свою



косу. Он меня и поддразнил: «Хе, как девица-то, женихи сватаются». Я чуть не заплакала. Он говорит: «Глупая, какая-то ты невеста? Еще не отдам».

(2) А потом ишо вот... сын женился, сноха родила, ишо я бабой работала... Ну тут на пенсию пошла, и так больше стала вот нянчиться. У тех две девки вырастила, чэтыре жимы водилася: с той два года, да с другой... Колька-то, мой парень, там тоже чэтыре жимы жила, тоже с ребятами.

(3) Вот на Пасху-то дак всю ночь пекем, тут ночь и не спим. С вечера, еще в шесть часов тесто месили, да вот замесишь с бычью голову тесто-то, вот и скешь сидишь, две-три кучи наскешь этих сочиней-то, да еще... калиточки зовутся, опеки же большие же наскешь, эти опеки с квашни наливать, да на сковородки наливать, кислы шаньги звались... А кислы — это льют на сковородки, на сковородочки и сверху помазут сметанкой — вот это называт кисла шаньга.

(4) Лагун — ушат сделан, и в исподи дно, и наверху дно. И втулкой деревянной накрыват-то, дак вот дыра и сделана кругла, и тут же тулка, называется тулка, закрывать. И вот закроют и эту дыру, кругом-то того закрепят, замажут, шобы дух не выходил. И вот крепко пиво, а пониже одеть ко дну-ту этот гвоздь, коды то набирають, сделан деревянный гвоздь. Кода пить, то выдержают.

*Задание 2. Укажите (в приведенных отрывках из газет) жаргонизмы и определите, в какой социальной группе они возникли.*

(1) Парень один из Крылатского. У него квартира — отпад. А родители живут на даче. Мы там часто тусуемся.

(2) Есть карманники — «верхушечники», работающие по верхам с минимальным риском, тянущие то, что плохо лежит. Таким очень помогают модные «чужие» сумки и еще распахивающиеся сумки — «самосвалы» с магнитными застежками, оттопыривающиеся карманы и... наша традиционная русская беспечность. Другие «спецы» работают с «мойкой» — лезвием отечественного производства.

(3) Главной особенностью стало то, что с отечественными разведчиками экстра-класса, т.е. «рэксами», мерялись силами представители элитных спецподразделений армии Словакии и США.

(4) Белыми люблю «сицилианку», а черными предпочитаю защиту Грюнфильда, хотя она не пользуется репутацией надежной защиты.

(5) Два года в армии делятся на четыре части. И в каждой для солдата своя кличка. Те, кто служит первые полгода, — «духи», кто вторые — «черпаки». Они могут командовать «духами». Тот, у кого служба перевалила на второй год, — «фазаны». Ну а тем, у кого до ухода в запас 5–6 месяцев — «дедам» или «дембелям», — дозволено все — от мордобоя до сексуального насилия.

(6) К выборам «яблочники» собираются подойти с «отработанной экономической и серьезной политической идеологией».

(7) Навскидку: только за последний месяц телевидение «цитировало» без ссылки на «Российскую газету» премьера России, министра финансов, министра труда, не говоря уже о том, что авторы эксклюзивной информации газеты сталкиваются с телевизионной озвучкой своих материалов без ссылки на источники.

(8) Отвоевав три месяца, «дикие гуси» с калужской земли убедились, что контракт и обещания — ложь.

(9) Если богатым и предприимчивым людям захочется вдруг «раскрутить» звезду, сообщаем необходимые сведения.

*З а д а н и е 3. Проанализируйте индивидуальные особенности речи персонажа в приведенном отрывке из газеты и определите, чья речь имитируется.*

Я гордо прошествовал к автомобилю, стяхнул невидимую пылинку с безукоризненно черного... костюма.

— Фабрика «Большевичка», понимаешь, — вывернул наизнанку лацкан пиджака, показал этикетку. — Всегда помню, что надо поддерживать отечественного производителя.

— Ну а в Москве чего нового? — непринужденно спросил я, доводя публику до шока.

— В Москве? Да вот, понимаешь, Ленина побили.

— Это как?

— Ну, пошли мы с ним, с Лениным т.е.... на коммунистический митинг, посмотреть, чем живут россияне... а у Ленина, в миру Толика Какленкова, последнее время «крыша поехала» от звездной болезни, он уже из образа не выходит... И на этом митинге наменял он заранее миллион рублей купюрами и стал разбрасывать в толпе целыми пригоршнями. Мол, Ленин и теперь жалеет всех живых. Когда деньги кончились, его коммунисты побили — те, кому не досталось.

*З а д а н и е 4. Какие слова или их значения являются новыми в приведенных юморесках о всепоглощающей любви к компьютерам из подростковой петербургской газеты «Пять углов» (рубрика «Кириллица»)?*

(1) Однажды Кирилл увидел, что ему на голову падает кирпич. «Похоже на тетрис!» — успел подумать он.

(2) Однажды Кириллу на день рождения подарили ружье. «Зачем оно мне?!» — удивился Кирилл. Ему ответили вопросом: «Но ты же сам просил винчестер?!»

(3) Знаете ли вы, почему Кирилл может стрелять только из револьвера? Он спускает боек большим пальцем, как на джойстике.

(4) Однажды Кирилла как хакера попросили «взломать» Ascanoid. Он сделал это — все стенки в Ascanoid'a стали «взломанными» — он нарисовал на них трещины.

(5) Однажды Кирилл решил сделать антивирус против всех вирусов и сделал! Вернее, нашел — это был автоклав с температурой до 300 градусов.

**З а д а н и е 5.** *В приведенных фразах найдите средства художественной образности и определите их вид (синонимы, антонимы и т.д.).*

(1) Я знаю нашу Конституцию. Это Конституция с сильным уклоном в президентскую власть. Я считаю российскую Конституцию авторитаристской, и я считаю белорусскую также авторитарной.

(2) Что ни чин — то свой почин, или где граница между самоуправством и самоуправлением.

(3) Вице-премьер в Думе заявил, что он и его люди никогда не ставили перед собой задачу сделать каждого гражданина собственником. Хотели только дать каждому *возможность* стать собственником. Он, конечно, хотел сказать, что они предпринимателями не собирались делать всех. Но это не оговорка, а проговорка. Они и не думали возвращать людям собственность.

(4) На телеэкране промелькнул портрет егеря из сибирской глубинки. Как смотрит «старый» русский на современную жизнь, на «новых» русских, делающих ее?

(5) Кооператор — это рыцарь свободного экономического поиска, воплощение здоровой инициативы. Кооператор — это темный делец, спекулянт, паразитирующий на наших трудностях.

(6) Решающую роль сыграли настроения избирателей. Они устали от двоявствия, многовластия, а точнее — безвластия.

(7) «Псы войны» разрушают не только чужие, но и свои домашние очаги.

(8) В Объединенных Арабских Эмиратах даже «суки» переходят на русский язык. «Суки» — это рынки по-арабски. А вот женщин легкого поведения, одноименных арабским рынкам, в Дубае тоже хватает (*Из газет*).

(9) ...И при слове «грядущее» из русского языка выбегают мыши и всей оравой Отгрызают от лакомого куска памяти, что твой сыр дырявый. После стольких зим уже безразлично, что или кто стоит в углу у окна за шторой, И в мозгу раздаётся не неземное «до», но ее шуршание. Жизнь, которой, Как дареной вещи, не смотрят в пасть, обнажает зубы при каждой встрече. От всего человека нам остается часть Речи. Часть речи вообще. Часть речи (*И. Бродский*).

**З а д а н и е 6.** *В приведенных репликах отметьте те, в которых наблюдения и оценки смешаны, и те, в которых наблюдения отделены от оценок.*

(1) Ты переключила программу, не спросив, смотрю ли я телевизор.

(2) Он сказал, что женщины предназначены для того, чтобы сидеть дома и растить детей.

(3) Ты наивен.

(4) Нельзя быть таким женоненавистником.

(5) Ты подписал контракт, не спросив мнения других.

(6) Ты никогда не думаешь о других.

*Задание 7. Прочитайте высказывания из интернет-форумов (везде сохранена орфография источника). С какими из них вы согласны, с какими нет и почему?*

(1) Главное, что должно быть при общении на форумах, это экономия времени пишущего и читающего. Зачем усложнять коммуникацию всякими красивостями и непонятностями. Говорите кратко и по делу. Старо, но действует.

(2) Мне очень жаль, но **ВСЯКАЯ** экономия времени пишущего возможна только **ЗА СЧЕТ** читающего. В теории передачи информации это можно строго вывести хоть из той же теоремы Котельникова, хоть из принципа неопределенности, но на практике известно с незапамятных времен и подтверждено таким массивом наблюдательных данных... — не хуже закона сохранения энергии.

(3) Случай произошедший с моей подругой: при устройстве на работу горничной в высококлассный отель писала резюме, так сказать, автобиографию, и так как она никогда не отличалась грамотной письменной речью (пишет и с ошибками и без знаков препинания), естественно написала в своем стиле: «я такаято работала тамто и тамто занЕмалась темто и темто была АтмечИна благодарственной бумагой» и т.д. и т.п. в том же духе... работу она не получила! а ведь всего-то — горничная! притом что устная речь нормальна! а что вы думаете по этому поводу?

(4) Полагаю, что грамотность — штука настолько хорошая и важная, что ради нее стоило постараться с 1-го по 11-й. Визитная карточка общей культуры, так сказать. Но есть ведь еще и владение языком, как литературным, так и разговорным. Согласитесь, это не менее важно. Мне думается, что правильно говорящие и пишущие всегда пользуются большим успехом на любой работе. Малограмотным меньше доверяют серьезные позиции. Лично у меня ошибки вызывают недоверие к человеку, по типу «ну уж, если даже писать грамотно не научился...». Иди, короче, в горничные...

(5) Я считаю, что, как ни прискорбно, грамотность мало влияет на результаты профессиональных достижений... Постоянно нахожу ошибки в текстах руководства, а про продажников или рекламщиков вообще говорить не приходится... Но ведь заняли же они свои места каким-то образом и безграмотные? Пример из жизни... Подруга, делавшая просто по пять ошибок в простейшем слове, устроилась на работу секретарем приемной руководителя подразделения в «Газпром»... по знакомству, конечно... и ничего, работает. А вы «жи, ши — пиши с буквой И»...

(6) Низкая грамотность (неграмотность — это полное неумение читать и писать) ограничивает выбор профессий. Кроме того, это негативная характеристика полученного человеком образования и его эрудиции в целом (кто

много читал, тот обычно хорошо владеет письменной речью), а это может заставить нормального работодателя ограничить карьерный рост такого сотрудника, дабы не позорил лицо фирмы.

(7) ...Всяческое коверкание языка позволительно ТОЛЬКО человеку грамотному! если ты знаешь как написать слово «автор», то имеешь полное право приколоться и написать «афтар», т.е., письменная речь обязана быть грамотной, а в устной речи возможны любые варианты.

(8) Наша цивилизация гротеска и иронии. В этом проблема. А язык отражает это. Суть приколов, сокращений (словесных) в самозащите человека от быстротечности жизни и потока информации. Это говорит о нецелостной натуре человека, ущербности, потери именно человеческой сущности. Сейчас правильно говорить и писать уже становится плохим тоном.

(9) Я нервничаю, когда правильно не знаю как сказать-написать. Частенько приходится писать какие-нибудь документы (акты, пояснительные, технические и пр.) под диктовку с коррекцией (моей). Иногда случается, что подсказываю правильный оборот, а в ответ получаю «нет, напиши так вот...», а там еще больше «бурелома» — закипаю... Но пишу в итоге — приходится «плевать» — не мне подписывать.

(10) Язык — это культура, способ познания мира через творчество. А если мир познавать нет желания или творчество только для денег и славы, то и грамотности не будет никогда. Будет отсутствие логики и смысла и будет сленг. Наша массовая культура — это гротеск и ирония. Потому что люди через это защищаются от потока информации, пытаются быть понятными и безопасными для других. Сейчас чем примитивнее — тем лучше. Деграция разума. Пропась между теми, кто действительно творит, и теми, кто потребляет, увеличивается. Сейчас главное привлечь внимание, а дальше можешь делать, что хочешь: врать, прыгать с голым задом, неправильно говорить и писать (тоже к этому относится).

Цель практических занятий к § 2 — научить выделять особенности речи в межличностном общении, различать поддерживающий и неподдерживающий стили в речевом поведении, отработать навыки нерефлексивного, рефлексивного и эмоционального слушания.

Термины, подлежащие усвоению:

*Конативная функция речи* — выражение в речи говорящего его установки на адресата (слушающего), стремления на него воздействовать, формировать определенный характер взаимоотношений.

*Межличностная коммуникация* — взаимодействие небольшого числа общающихся, которые находятся в пространственной близости и в большой мере доступны друг другу, т.е. имеют возможность видеть, слышать, касаться друг друга, легко осуществлять обратную связь.

*Неподдерживающий стиль поведения* — поведение, в результате которого другой человек оценивает себя ниже, ценит себя меньше.

*Нерефлексивное слушание* — умение внимательно молчать, не вмешиваясь в речь собеседника своими замечаниями.

*Поддерживающий стиль поведения* — поведение, в результате которого другой человек начинает больше себя ценить.

*Рефлексивное (или активное) слушание* — обратная связь с говорящим, во время которой слушающий более активно использует словесную форму для подтверждения понимания сообщения. Основными видами рефлексивных ответов являются выяснение, перефразирование, отражение чувств и резюмирование.

*Самораскрытие* — добровольное открытие другому собственного Я, своих субъективных состояний, тайн, намерений.

*Речь ради общения* — речевое поведение, нацеленное на поддержание разговора, на то, чтобы высказаться и встретить понимание; осуществляется обычно в виде обмена репликами, содержание которых ассоциативно связано (речь с целью передачи информации, сообщение).

*Эгоцентрическая речь* — не подлежащее обсуждению описание своих качеств, взглядов, привязанностей, когда в разговоре человек думает только о том, чтобы сказать «свое».

*Эмотивная функция речи* — выражение в речи субъективного мира адресанта (говорящего), его самооценки, переживаний, отношения к тому, о чем говорится.

*Эмоциональное слушание* — понимание чувств, переживаемых другим человеком, и ответное выражение своего понимания этих чувств.

**З а д а н и е 1.** *Прочитайте диалог. Укажите характеристики, придающие ему характер межличностного общения.*

А. Понимаешь, мы не представляем, что это такое. Действительно, кажется, даль, Сибирь, глушь какая-то.

Б. Ну, глупости. Это очень интересный край. Очень интересный край. Там совершенно изумительная природа. У нас есть великолепное место — Снежная долина. Буквально двадцать три километра от города. Так там загар зимой вот такой, какой...

А. Зимой?

Б. Да, зимой, на лыжах загораем. Загар такой, как на юге, даже лучше, потому что горное солнце — это гораздо лучше. <...>

Какими речевыми средствами достигается персональность, эмоциональность, непринужденность в этом разговоре?

**З а д а н и е 2.** *Какой стиль общения (поддерживающий или неподдерживающий) демонстрирует героиня фильма «Доживем до понедельника» учительница литерату-*

*ры Светлана Михайловна в разговоре с молодой преподавательницей английского языка Наташей? Укажите речевые приемы, позволяющие определить ее стиль.*

Светлана Михайловна говорила с Наташей грубовато-ласково:

— Ну что такое стряслось? Нет, ты плечами не пожимай, ты мне глаза покажи... Вот так. И рассказывай. Ты не обижаешься, что я говорю «ты»?

— Нет.

— Еще бы! Здесь теперь твой дом — отсюда вышла, сюда и пришла, так что обособляться некрасиво...

— Я не обособляюсь.

— Вот и правильно! Раиса Пална, а вы что ищете? Транспортир? Большой, деревянный? На шкафу.

И опять к Наташе:

— А чего бледненькая? С женихом поссорилась? А кстати: неужели у вас ничем не кончилось? Ну, с Борей, я имею в виду...

— Ничем. Ой, Светлана Михайловна, я еще журнал не нашла...

*Задание 3. Какой коммуникативный стиль демонстрирует человек, если в его поведении доминирует «слепая зона» (по модели «окно Джогари»)? Какой характер, скорее всего, будет иметь его речь? Попробуйте составить словарь людей этого типа.*

*Задание 4. Отработайте навыки эмоционального слушания в следующей ситуации.*

Один из участников рассказывает о том, что произошло с ним сегодня утром или вчера вечером, или о том, в каком состоянии он находится в данный момент. Затем кто-то из группы пытается точно воспроизвести его рассказ, кто-то передает словами только основные и наиболее значимые его элементы, кто-то его интерпретирует, обращая внимание на эмоции, которые он заметил у рассказчика. После каждого выступления у рассказчика спрашивают, правильно ли передана его мысль, это ли содержание он хотел донести до группы. В группе обсуждаются причины расхождения смыслов: почему рассказчик нам сообщает одно, а мы слышим другое.

*Задание 5. Основными видами рефлексивного (активного) слушания являются выяснение, перефразирование, отражение чувств и резюмирование. Определите, к какому виду слушания относятся приведенные ниже фразы.*

*Образец:* «Как я понял вас...», «По вашему мнению...», «Другими словами, вы считаете...» — примеры перефразирования.

1) «Не повторите ли еще раз», «Я не понимаю, что вы имеете в виду», «Это все, что вы хотели сказать?» — примеры ...

2) «Вашими основными идеями, как я понял, являются...» — примеры ...

3) «Мне кажется, что вы чувствуете...», «Вероятно, вы испытываете...», «Вы несколько расстроены...» — примеры ...

Практические занятия к § 3 имеют целью рассмотреть воздействие социальной среды на речевое поведение людей, научить выделять символические средства утверждения статуса в социальном взаимодействии через речь.

Термины, подлежащие усвоению:

*Социализированная речь* — термин, введенный швейцарским психологом Ж. Пиаже для характеристики речи взрослых, которая предполагает приспособление информации к слушателю и в определенном смысле приспособление к его позиции. Взрослые думают социально, даже находясь в одиночестве.

*Социальная роль* — поведение, предписанное человеку его социальным (возрастным, половым, должностным и т.д.) положением или статусом.

*Социально ориентированная речь* — речь, ориентированная на социальные роли (профессиональные, должностные, групповые) собеседников или на аудиторию в целом.

*Социальный статус* — место человека или группы в иерархически организованной социальной структуре и связанная с ним система прав и обязанностей.

*Эгоцентрическая речь* — термин для характеристики детской речи, представляющей собой образец бедного кодирования. Ребенок редко ставит себя на место собеседника: для него это неважно, поскольку он не думает о других, когда говорит. Его разговор — преимущественно размышления вслух, в нем отсутствуют оттенки значений слов, всегда, даже в споре, имеют место утверждения, а не объяснения.

**За д а н и е 1.** *Запишите разговоры детей, людей разных профессий. Сравните их речевое поведение. Используя знания о речевых кодах, социализированной и эгоцентрической речи, проанализируйте их язык.*

**За д а н и е 2.** *В приведенном отрывке из романа И. Ильфа и Е. Петрова «Золотой теленок»:*

- а) выделите основные этапы развития разговора между героями;*
- б) укажите, как меняются речевые роли героев по ходу развития разговора;*
- в) выделите речевые приемы, используемые каждым из участников встречи для демонстрации своего социального статуса и отношения к собеседнику;*
- г) укажите, какие особенности речевого поведения Остапа позволяют ему добиться своей цели?*

— Вам кого? — спросил его секретарь, сидевший за столом рядом с дверью. — Зачем вам к председателю? По какому делу? <...>

— По личному, — сухо сказал он, не оглядываясь на секретаря и засовывая голову в дверную щель. — К вам можно?



И, не дожидаясь ответа, приблизился к письменному столу:

— Здравствуйте, вы меня не узнаете?

Председатель... посмотрел на посетителя довольно рассеянно и заявил, что не узнает.

— Неужели не узнаете? А между тем многие находят, что я поразительно похож на своего отца.

— Я тоже похож на своего отца, — нетерпеливо сказал председатель. — Вам чего, товарищ?

— Тут все дело в том, какой отец, — грустно заметил посетитель. — Я сын лейтенанта Шмидта. <...>

— Очень хорошо, что вы зашли, — сказал, наконец, председатель. — Вы, вероятно, из Москвы?

— Да, проездом, — ответил посетитель...

Председатель хотел было спросить о цели приезда лейтенантского сына в Арбатов, но неожиданно для самого себя жалобно улыбнулся и сказал:

— Церкви у нас замечательные. Тут уже из Главнауки приезжали, собираются реставрировать. Скажите, а вы-то сами помните восстание на броненосце «Очаков»?

— Смутно, смутно, — ответил посетитель. — В то героическое время я был еще крайне мал. Я был дитя.

— Простите, а как ваше имя?

— Николай... Николай Шмидт.

— А по батюшке? <...>

— Да-а, — протянул он, уклоняясь от прямого ответа, — теперь многие не знают имен героев. Угар нэпа. Нет того энтузиазма. Я, собственно, попал к вам в город совершенно случайно. Дорожная неприятность. Остался без копейки.

Председатель очень обрадовался перемене разговора. Ему показалось позорным, что он забыл имя очаковского героя. <...>

— Как вы говорите? Без копейки? Это интересно.

— Конечно, я мог бы обратиться к частному лицу, — сказал посетитель, — мне всякий даст, но, вы понимаете, это не совсем удобно с политической точки зрения. Сын революционера — и вдруг просит денег у частника, у нэпмана... <...>

— И очень хорошо сделали, что не обратились к частнику, — сказал вконец запутавшийся председатель.

## Глава 2

# Формы речи, ее функциональные и смысловые разновидности

### § 1. Основания классификации и общая характеристика форм речи

Из предыдущей главы вы узнали о том, что язык (речь) служит для общения, обмена информацией между людьми, их взаимовлияния, т.е. выполняет функции *общения, сообщения и воздействия*, которые называют коммуникативными функциями. Речевое общение осуществляется с разными внеязыковыми целями, с разными людьми, в разных коллективах, в разной форме, с помощью различных средств — и, как вы знаете из собственного опыта, с разным успехом. В зависимости от различных факторов речь различается по форме (устная и письменная), по количеству участников (монолог, диалог, полилог), по композиции (описание, повествование, рассуждение), имеет различные функциональные разновидности (деловая, научная, разговорная, художественная, публицистическая).

Изначально словесное (вербальное) общение между людьми происходило в устной форме, и только с появлением письменности возникла другая, письменная форма речи. Конечно, звуковая форма является основной, но не единственной: глухонемые тоже говорят — но на языке жестов. К слову, в нашей стране была впервые создана научная школа, разработавшая методы обучения глухих звуковой речи и пониманию говорящих по артикуляции, однако это, разумеется, особый тип общения. Письменность также представлена самыми разными видами знаков: у нас это буквы, прописные и строчные, и знаки препинания, а также разный по размеру, форме и «жирности» печатный шрифт, что помогает преодолеть трудности опосредованной — через письменный текст — коммуникации. В настоящее время благодаря Интернету появились дополнительные графические сигналы, передающие, как правило, чувства и настроение автора, так называе-

мые *смайлики* (от *англ.* smile — улыбка). Первичная функция письменности состояла в фиксации правовых актов (запретов, разрешений, обращений правителей к народу), затем — в летописной хронике значительных событий в истории страны. Однако и в египетских папирусах, и на каменных санскритских стелах, и в берестяных новгородских грамотах можно было прочесть бытовые записи о простых человеческих делах: купил там-то, погибло от засухи то-то, сосед взял у меня столько-то. Таким образом, письменная речь расширяла свои функции, становясь средством не только регламентации жизни, сохранения и передачи информации, но и общения, а функция общения — важнейшая функция любого языка.

Таким образом, по тому, в какой форме происходит коммуникация, звуковой или письменной, выделяют устную и письменную форму речи.

В зависимости от количества людей, которые участвуют в общении, различают коммуникацию массовую и личную. Для *массовой коммуникации* необходимы особые средства общения — газеты, радио, телевидение. Некогда указы, постановления и важные новости оглашали народу на площади. Сейчас средства массовой информации (СМИ, массмедиа), в том числе и электронные, подчиняют пространство и время, и о том, что в городе произошло нечто экстраординарное, его жители, добравшиеся до дома на метро, узнают только в вечерних телевизионных новостях.

В *личной коммуникации* каждый из нас может выступать как партнер равноправный или неравноправный (доминирующий или подчиненный). В случае равноправных отношений в диалоге звучат как минимум две партии (если больше, то такое общение называют полилогом): реплики сменяют друг друга, позиции говорящий — слушающий меняются, каждая из сторон поочередно высказывает свое мнение. В случае отношений доминирующий — подчиненный активная роль принадлежит только одному партнеру, другой остается в основном в роли пассивного, не проявляющего собственной инициативы участника. Такой диалог можно назвать *вертикальным*: он может происходить между родителями и детьми в ситуации поучения, преподавателем и студентом во время обсуждения курсовой, директором фирмы и подчиненными при обсуждении проблемы. Вертикальные отношения зависят от национальной культуры и традиций, от общественной ситуации. Так, в диалоге старший—младший доминанта старшего намного сильнее в мусульманской культуре, чем в православной; в России дореволюционной была сильнее, чем в советское и постсоветское время.

В случае неравноправных отношений говорящих, вплоть до закреплённости ролей говорящий—слушающий, имеет место уже не диалог, а монолог. *Монологом* называется развернутое высказывание одного лица, выражающего свои мысли, чувства, намерения. Для монолога обязательны такие качества, как ясность, точность высказывания, логичность. Монологической по форме является речь политических деятелей, ораторов, поэтов, лекторов, дикторов на радио и телеведущих. Если природа диалогической речи — устная, то монологической — письменная. Сначала письменный указ — потом его чтение и интерпретация, раньше текст в учебнике — затем его устный пересказ, вслед за монографией — цикл устных лекций, за выработкой предвыборной программы — агитационные выступления, за выходом книги стихов — поэтические чтения, за публикацией романа — его инсценировка на радио и т.д.

Монологические тексты реализуют те или иные способы отображения действительности. Информирова о происшествии, программа новостей расскажет, когда оно случилось, что произошло сначала, что потом, чем все закончилось. Подобный тип текста называется *повествованием*. Желая описать место действия и участников происшествия, журналисты развернут перед нами как бы словесный видеоряд, то приближая, то удаляя «камеру», вырисовывая то крупный, то средний план. Результатом их деятельности будет *описание* — особый функциональный тип текста. Желая обобщить детали, представить частное событие типичным, вызвать у читателя сопереживание или подтолкнуть его к определенным выводам, автор создаст тип текста, который называется *рассуждением*. Таким образом, по наличию тех или иных содержательно-смысловых и композиционно-структурных признаков текста выделяют основные функционально-смысловые (коммуникативные) типы речи: повествование, описание и рассуждение.

Мы вступаем в речевое общение ежедневно в различных сферах нашей жизни: читаем книги, переписываемся с друзьями по Интернету, общаемся с ними по телефону, пишем дневник, слушаем радио или смотрим телевизор, выступаем на семинаре, просим отпустить с занятий, назначаем свидание, жалуемся, негодуем, радуемся. Целый мир вокруг нас в словах, в звуках. Одним из критериев культуры речи является ее уместность: где-то так сказать и написать можно, а где-то нельзя, а в какой-то ситуации допустимо в определенных случаях, т.е. для каждой ситуации общения существуют правила *речевого поведения*, речевые нормы, определенные речевые средства. Эти правила и средства неодинаковы в различных социально значимых сферах, и знать их необходимо. Сфера общения, ее обстановка и содержание

определяют специфические функциональные черты и особый строй речи. Функциональные разновидности речи, согласно принятой сейчас самой общей классификации, включают пять функциональных стилей: *разговорно-бытовой, научный, официально-деловой, газетно-публицистический и художественный*. Однако в настоящее время динамика возникновения и развития новых отношений в обществе и расширяющиеся потребности коммуникации породили такое разнообразие текстов, что нужно признать факты смешения стилей, их постоянного взаимопроникновения и трансформации, обусловленные внеязыковыми потребностями и задачами. Далее обо всем этом мы будем говорить подробнее.

## § 2. Устная и письменная речь

Устная и письменная формы общения существенно различаются, и рассматривать их следует, исходя из сферы их функционирования. В самом деле, домашнее, бытовое общение, как и общение на улице, в магазине, в транспорте, в коридорах университета, происходит в основном устно. Правда, в настоящее время СМС-диалоги почти заменили для некоторых устное общение. Нередко можно видеть, как в компании молодых людей каждый веселится сам по себе, читая сообщения на мобильнике и время от времени делясь своими переживаниями с живым, а не виртуальным собеседником.

Устная речь характеризует человека очень ярко и точно. Особое произношение, узнаваемость звучания — важнейшая составляющая успеха певцов, артистов, радио- и тележурналистов. Невыразительная, бедного тембра речь не привлечет к вам людей, так же как мелодичная, приятная, но безликая, «как у всех», может оказаться препятствием в карьере дипломата или политика. Не зря так популярны стали у нас в стране различные школы и курсы постановки голоса и речи. «Заговори — и я скажу, кто ты», «Заговори, чтобы тебя увидели» — призывают рекламные плакаты школ риторики.

Мы уже упоминали о речи глухонемых и их умении «слушать», следя за артикуляцией говорящего. Артикуляция в русском языке, как и многие другие характеристики речи, не аффецирована, однако общаться с людьми, говорящими с «зажатыми челюстями», трудно, их можно заподозрить в стремлении казаться более интересными и загадочными, чем они есть, либо в комплексах и нереализованности желаний.

Русская речь имеет средний темп (по сравнению, например, с речью итальянцев и якутов), среднюю высоту тона (у китайцев, напри-

мер, четыре основных тона, обязательных для распознавания слов). Дистанцию с собеседником мы тоже соблюдаем среднюю (где-то между англичанами и грузинами); наш взгляд открытый, но ненавязчивый, его следует время от времени отводить (китайцы, например, предпочитают не смотреть в глаза вообще, а американцы предпочитают обратное). Жестикуляция у нас тоже на среднем уровне (по сравнению с латиноамериканцами и финнами), редко обеими руками (в отличие, скажем, от американцев). Жесты вообще имеют ярко выраженную национально-культурную специфику, и жестикуляция требует ее знания. Кроме того, надо помнить, что чрезмерная жестикуляция говорит о возбудимом характере, о недостатке воспитания, о низкой самооценке либо просто о незнании предмета, о котором вы говорите.

Все языковые и внеязыковые (невербальные) средства способствуют повышению смысловой значимости и эмоциональной насыщенности устной речи. Необратимость устной речи («слово — не воробей, вылетит — не поймаешь»), поступательный и линейный характер развертывания ее во времени требуют от говорящего постоянного контроля за своей речью. Именно поэтому оговорки и поправки, поиск лучшей формы мысли («Как бы это поточнее выразиться...»), незаконченные предложения, вопросы вроде «Это понятно?» — типичные черты устной речи.

Устная форма речи закреплена за всеми функциональными разновидностями русского языка, однако она имеет несомненное преимущество в разговорно-обиходном стиле. Разговорная речь является ядром устной коммуникации, более того, «разговорность», т.е. осуществление функции общения, свойственна любой разновидности устной речи: научной, публицистической, деловой, художественной. При этом в устном общении связь адресант (говорящий) — адресат (слушающий) всегда намного сильнее, чем в письменной коммуникации. В сфере межличностной коммуникации нормой является *неподготовленная устная речь*. При этом ситуативность речи обеспечивает ее понятность даже в случае неполноты или неправильности синтаксических конструкций, замены языковых средств неязыковыми (поза, взгляд, жест, прикосновение).

В официальной обстановке научного или делового общения (совещание, инструктирование, собрание, доклад, лекция и т.д.) основной является *подготовленная устная речь*. Устная публичная речь ориентирована на письменный текст, на «домашние заготовки»: план, тезисы, конспект, подборку подходящих к теме цитат и иллюстративного материала, полный текст выступления. В то же время, развертываясь в

линейном высказывании, подготовленная речь приобретает в звучащем варианте черты бытовой. Если вы читаете «по бумажке», не удивляйтесь тому, что внимание слушателей быстро ослабеет. Важно, чтобы слушатель чувствовал себя сопричастным вашим размышлениям вслух, вместе с вами приобщался к поискам истины. В этом вам помогут богатые возможности интонации, риторические приемы, автокомментирование, повторы, уточнения, объединение себя со слушателями. Пример:

*Я имею в виду то, что проблема сознания очень похожа на проблему жизненных форм, на проблемы жизни. Странная ведь очень вещь — вы, наверно, сами сталкивались с таким феноменом, когда люди, пытающиеся в рамках биологического цикла наук определить, что такое жизнь, редко могли уйти от интуитивной связки проблемы жизни с проблемой духа, одушевленности.*

*С самого начала (раз уж это называется лекцией) мы должны договориться, что сознание есть нечто такое, о чем мы как люди знаем все, а как ученые не знаем ничего. А поскольку мы здесь собрались как ученые и разговариваем на языке незнания, то можем лишь, будучи людьми вежливыми и снисходительными, постараться договориться хотя бы о каких-то терминах, не надеясь услышать друг от друга никаких окончательных объяснений (М. Мамардашвили).*

Неподготовленное высказывание формируется постепенно, по мере осознания того, что сказано, что следует сказать далее, что надо повторить, уточнить, иначе сформулировать (*иными словами, я хочу сказать, короче, иначе говоря* и т.п.). Поэтому паузы, заполнители пауз (слова *э-э, мм, гм* и т.п.) являются естественными для неподготовленной речи, но их чрезмерность и частота вызывают у слушателя раздражение, как и употребление слов-паразитов (*вот, это, это самое, короче, ну* и т.п.). Для публичной речи (например, речи телеведущих) подобные речевые огрехи недопустимы. В то же время такие паузы могут быть значимы в качестве воздействующих нулевых вербальных единиц. Например, И.В. Сталин говорил медленно, со значительными паузами, которые придавали весомость сказанному им, заставляли напряженно ждать продолжения речи.

Посмотрите, как в следующем примере устной научной речи выражается личностное начало: употребление местоимения *я* и формы 1-го лица глаголов, апелляция к аудитории через прямые обращения и риторические вопросы, уподобление себя слушателям, разговорные и образные слова, яркие примеры и аналогии:

Я не стану называть теорию отражением действительности. Слово «действительность» пугает меня, поскольку я подозреваю, что философы знают точно, что оно значит, а я не знаю и могу сказать что-нибудь такое, что их обидит. Но сказать, что теория — вещь красивая, я не постесняюсь, поскольку красота — дело вкуса, и тут я философов не боюсь. <...> Мы восхищаемся нашим величественным собором. Как заразить молодежь этим восхищением?.. Обычный в этих случаях метод — удивить, потрясти. Беда в том, что человека нельзя удивить, если он незнаком с той ситуацией, в которую ваш сюрприз вносит решающие изменения (*К. Дарроу*).

Установлено, что образование грамматических форм происходит в речи говорящего автоматически. Поэтому если у вас нет навыков правильной речи, а есть только знания (например, вы знаете правильное произношение слов *облегчить*, *иконопись*, формы существительных родительного падежа множественного числа — *яслей*, *помидоров*, *туфель*), в вашей речи можно ожидать естественных оговорок и ошибок. В неподготовленной устной речи возможны также нарушения лексической сочетаемости (*деловой бизнес*), глагольного управления (*указать об ошибках*), однако грамотный человек, контролирующий свою речь, как правило, «самоисправляется», извиняясь за ошибку.

К письменной речи требования жестче, поскольку у пишущего есть время вернуться к написанному, более точно и последовательно выразить свои мысли. Письменная речь более статична, чем устная, больше зависит от контекста, чем от ситуации, развертывается не во временном, а в статическом пространстве.

Письмо — вспомогательная знаковая система коммуникации, т.е. письменная речь по отношению к устной речи — вторична. Кроме того, что письмо закрепляет устную речь, оно фиксирует само время, преодолевает пространство, сохраняет память о событиях и людях прошлого, сведения о далеком и близком, знания, накопленные человечеством, непреходящие чувства.

Интересно, что дневники, которые всегда писали «для себя», в наше время приобретают другую форму (блогов) и другое значение, становясь формой общения в стремлении человека выйти за пределы своего «я» и найти единомышленников. И это не противоречит мысли одного из известнейших в мире русских философов: «Абсолютная смерть (небытие) есть неуслышанность, непризнанность, невспомянность. Быть — значит быть для другого и через него для себя. У человека нет суверенной территории, он весь и всегда на границе: смотря внутрь себя, смотрит в глаза другому или глазами другого» (*М. Бахтин*).



Материальная форма письменной речи менялась с развитием человечества: от узелкового письма, зарубок охотников на деревьях, клинописи — до букв и иероглифов. Каменные стелы в Китае и Индии, свитки папируса в Египте, деревянные дощечки в Японии, берестяные грамоты в Новгороде, наскальные рисунки в Карелии — история письма уходит в глубокую древность. И сейчас в мире, несмотря на развитие компьютерных технологий, пользуются разными способами письменной коммуникации: иероглифы передают смыслы, буквы — звуки и звукосочетания, знаки препинания являются вспомогательной, но необходимой знаковой системой коммуникации. Вспомните известное предписание царя «Казнить нельзя помиловать», поставившее в тупик исполнителей приказа (в одной из политических карикатур наш президент выступает на трибуне перед транспарантом «Уйти нельзя остаться»).

Владение перечисленными знаками — абсолютно необходимое и непреложное правило успешности коммуникации в современном мире. Компьютерные программы проверки орфографии, пунктуации и стилистических погрешностей сейчас во многом сделали эту задачу проще, но полностью доверять им пока не стоит.

В основе письменной речи лежит литературный, книжный язык, зафиксированный в словарях и грамматиках. За исключением строго регламентированных жанров деловой речи (анкета, заявление, медицинское заключение, ордер на квартиру), все остальные письменные тексты в большей (художественный, публицистический) или меньшей (научный) степени имеют черты авторской индивидуальности.

В зависимости от потребностей пишущего/говорящего он строит свое высказывание из тех языковых средств, которые считает самыми подходящими для достижения определенных целей. Например, следующий рекламный текст о местах отдыха. Сфера общения — публичная, функция — воздействующая. Адресат — массовый. Информация сопровождается легкой ироничностью, свидетельствующей о том, что автор предполагает адресата, способного оценить его юмор (характерная черта современной речи):

Солнечные турецкие берега европейцы полюбили как-то сразу. И ведь было за что. Сыграли роль и ласковое море, позволяющее открывать купальный сезон уже в начале мая, и сами пляжи — такие ухоженные и доступные, и неповторимая турецкая баня с ее почти ритуальными массажами и пилингами. Оценили отдыхающие и инжир с медовым вкусом, и рахат-лукум с необычными ингредиентами. Проницательные турки любовь эту заметили и, конечно, откликнулись: мгновенно включили фанта-

зию, нашли необходимые финансы и начали свои курорты отстраивать и совершенствовать — так, чтобы и уровню европейскому соответствовали, и национальный колорит передавали.

В данном образце книжной речи присутствуют разговорные интонация и конструкции: инверсия — обратный порядок слов (*оценили отдыхающие, пляжи ухоженные и доступные, уровню европейскому, курорты отстраивать и совершенствовать*); неполные словосочетания (*откликнулись* вместо *откликнулись на что*); разбиение предложения на части (ср.: *совершенствовать так, чтобы* и *совершенствовать — так, чтобы*). Ирония, как известно, смягчает пафос и категоричность речи. Ироничность тексту придают различные средства: местоимения (*такие*), модальные слова (*конечно*), частицы (*ведь*), иноязычные заимствования в непривычном контексте (*турецкая баня с пилингом, рыхат-лукум с ингредиентами*), неожиданные определения (*проницательные турки*), образные выражения (*ритуальные массажи*). Ср.: *полюбили сразу — полюбили как-то сразу; было за что — ведь было за что; нашли необходимые деньги — нашли необходимые финансы*. В то же время в тексте присутствуют книжные штампы (*сыграли роль, открывать купальный сезон, соответствовать уровню, включить фантазию*).

В устной бытовой речи о том же будет сказано коротко и емко: *Турция — блеск! Такое море! А баня!.. Ну и с едой у них полный порядок!*

Сложность письменного текста связана с заботой о его доступности пониманию адресата. Для этого текст разбивают на разделы, главы и параграфы, оформляют его с помощью системы ссылок, нумерации страниц, шрифтовых выделений и т.д. В современных компьютерах можно создать любую таблицу, график, схему, более того, для лучшего контакта с читателем применяется анимация письменного фрагмента: постепенное «выплывание» текста, изменение величины, жирности, конфигурации шрифта и т.д. Современному человеку необходимо овладеть технологиями, которые в значительной степени меняют сами подходы к понятию «письменный текст».

\* \* \*

Таким образом, говоря о том, что речевое общение происходит в двух формах — устной и письменной, надо иметь в виду сходство и различия между ними. Сходство заключается в том, что эти формы речи имеют общую основу — литературный язык и в практике употребительны примерно одинаково. Различия сводятся чаще всего к средствам выражения. Устной речи свойственны интонация и мелодика, невербальные средства, в основном разговорный стиль. Письмо ис-

пользует буквенные, графические обозначения, книжные стилистические средства.

### § 3. Диалог и монолог

Для каждого из нас привычно и бесспорно существование двух основных форм речевого общения — монолога и диалога.

(1) — Как вы думаете, будет ли образование в нашей стране только платным?

— Образование, на мой взгляд, в любой развитой стране должно иметь разные формы. Но, безусловно, оно может и должно быть прежде всего бесплатным. Платное обучение — это дополнительная форма образования.

— То есть в условиях конкуренции, востребованности...

— Именно так: деньги есть — по конкурсу не прошел — плати и учись, если хочешь.

(2) В условиях рынка, когда одни специальности более востребованы и конкурс в вузах на обучение этим специальностям превышает заложенные в бюджет вуза возможности, происходит коммерциализация образования. Оно становится альтернативным, т.е. частично переходит на платные формы, чтобы удовлетворить потребности общества в данный отрезок времени.

Очевидно, что текст 1 легко определить как диалог, а текст 2 — как монолог. А между тем такое деление далеко не однозначно.

Изучать пару диалог — монолог в нашей стране стали только в 1920—1930-е гг. (Л.В. Щерба, М.М. Бахтин, В.В. Виноградов и др.). Оказалось, эти две формы речи почти никогда не существуют в чистом виде, каждая содержит в себе элементы другой формы. Приведенные выше тексты — хороший тому пример. Диалогическая реплика специалиста может быть развернута в пространное высказывание (*в любой развитой стране... Посмотрите на Финляндию, Швецию...*), а в авторском монологе каждое утверждение может быть оспорено, представлено полемичным, развиваться в диалог (*в условиях рынка — а правомерно ли говорить о рынке применительно к высшему образованию?*).

В разговорной речи, в сфере межличностного общения, а также в учебной сфере, в СМИ (в ток-шоу, например, или теледебатах) равноправные, симметричные отношения между субъектом и адресатом речи характеризуются, в частности, и тем, что даже монолог в них диалогичен по содержанию, а в случае асимметричных, неравноправных

отношений между говорящими, когда один из них доминирует (*слова не дает вставить!*), их диалог по содержанию будет монологичен.

Обычно диалогичность монолога ассоциируется с использованием приемов и средств активизации внимания слушателей:

*Друзья мои! Мы* ведь с *вами* не первый раз встречаемся и не первый раз говорим на эту тему. Речевая агрессия захлестывает *наше* общество. Дома и в транспорте, молодые и старые, журналисты и сантехники, соседи и прохожие — как *мы все* недобры друг к другу! *Давайте попробуем* измениться. Говорят же: сделай себя лучше и мир изменится к лучшему.

Мы видим в этом тексте обращение к слушателям (*Друзья мои!*), императив (*давайте попробуем*), уподобление себя им (*наше, мы все*), обобщенность (*говорят, сделай*), повторы и перечисление с элементами преувеличения.

Диалогичность речи — это отражение диалогичности мышления. Когда мы размышляем о чем-то, процесс мышления протекает в форме внутреннего диалога, в нем взаимодействуют различные точки зрения, выражаемые нами самими. Переводя внутреннюю речь во внешнюю, обращаясь к адресату, мы прогнозируем его реакции, возможные возражения, непонимание. В устной коммуникации диалогичность выражается в постоянном контроле реакции слушающих: хороший лектор, заметив усталость аудитории, сделает паузу, пошутит, расскажет анекдот; в межличностном общении говорящий применит контактоустанавливающие средства, например жест успокоения, постарается тем или иным способом привлечь внимание и т.д.

Диалогичность — характерная черта современных текстов — как устных, так и письменных. Психологи рекомендуют не применять в общении прямой нажим, действовать исподволь. В лингвopsихологических тренингах учат речевой манипуляции (такому речевому воздействию на слушателя, при котором он не осознает истинных целей манипулятора). Манипулятивные методики активно применяются в нейро-лингвистическом программировании (НЛП), в самых разных областях коммуникации — в рекламе, PR-текстах. Например, у метро раздают карточки — приглашения на работу:

**Работа!**

Не торговля, не сетевой маркетинг.

Надежно! Выгодно!

Гибкий график работы.

Телефон ..., Наташа.

Главная информация — *есть работа*. В подтексте: *тебе* нужна работа, нам нужен *ты*. Отрицательное предложение диалогично: отвечает на прогнозируемый частотный вопрос о нежелательном виде деятельности. Позитивные утверждения выполняют ту же функцию: рассеять сомнения, убедить в привлекательности.

Этот распространенный прием привлечения сотрудников имеет много недостатков: отрицательная конструкция не формирует положительного отношения к зазыву; настораживает отсутствие информации о предлагаемой сфере работы, ее условиях, оплате; употребление неполного имени для контакта не принято в деловых отношениях (впрочем, не будешь же каждому сообщать свои данные!). Рекламный зазыв определенно содержит элементы манипулирования, информативная недостаточность восполняется экспрессией словесной и графической формы, доставкой листовки «прямо в руки».

Для сравнения возьмем официальное предложение работы в газете «Горящие вакансии»:

ЗАО Ленспортсервис  
приглашает на работу  
ВОДИТЕЛЕЙ

Требования: права категории D, опыт работы не менее 5 лет, без вредных привычек, возраст до 50 лет. График работы по договоренности. Зарплата ... Адрес... Телефон...

Конкретность информации здесь рассчитана на адресата, принимающего взвешенные решения.

В диалоге важно взаимодействие говорящих — *я* обращаюсь именно к *тебе* и рассчитываю именно на *твою* реакцию. Иначе получится, как в песне Б. Окуджавы: «А я опять гляжу на вас, а вы глядите на него, а он глядит в пространство». При этом важно, чтобы у говорящих была какая-то общая база — знание предыдущей ситуации, культурного фона, владение одним языком или языковым кодом (например, профессиональной речью или жаргоном):

— Придется ждать, пока ты похудеешь, — тоном кролика сказала она Винни-Пуху.

Он подумал.

— А сколько ждать?

— Неделю. — И они улыбнулись друг другу. У них было разное детство, разные родители, только книжки одни и те же (Т. Устинова).

Исходный разрыв в знаниях участников диалога не должен быть большим, иначе коммуникация будет сорвана: «Она умная девка, продвинутая, почти *феминистка*. А ты не *феминистка*?» — «Не знаю такого слова», — огрызнулась Олеся... — «Брось, все его знают» (*А. Малышева*).

Столкновение участников общения может происходить и как результат применения словесного оскорбления одним в ответ на выпад другого: «Вы, Иван Никифорович, разносились так со своим ружьем, как *дурень с писанюю торбою*», — сказал Иван Иванович с досадою, потому, что действительно начинал уже сердиться. — «А вы, Иван Иванович, настоящий *гусак!*» (*Н. Гоголь*).

Коммуникативная неудача ждет участников диалога при несовпадении их ожиданий. Писательница Д. Рубина описывает забавную сценку в автобусе: ее сосед произносит реплику о погоде, на которую она автоматически отвечает; тот говорит, что забыл зонтик, — она вспоминает, что и она не взяла, а через несколько реплик, когда ее вопрос остается без ответа, она вдруг понимает, что сосед говорил по мобильному телефону и вовсе не обращал на нее внимания, т.е. при общности ситуации, предмета речи, возможностей непосредственной коммуникации — диалога как формы речи, состоящей из обмена репликами, не состоялось.

Основной единицей диалога является диалогическое единство — смысловое (тематическое) объединение нескольких реплик, представляющее собой обмен мнениями, высказываниями, каждое последующее из которых зависит от предыдущего.

Обратите внимание на последовательную связь реплик, образующих диалогическое единство в примере интервью с портала «Грамота.ру», где вопросно-ответная форма предполагает логическое следование от одной темы, затрагиваемой в диалоге, к другой.

Грамота.ру: В.В.! Прежде всего вы журналист и наставник молодых журналистов. Можно ли назвать их речь *грамотной*?

В.В. Шахиджанян: Увы, их речь нельзя назвать *грамотной*. Но я хотел бы уточнить вопрос: вы имеете в виду письменную речь или устную?

Грамота.ру: И ту и другую.

В.В. Шахиджанян: Понятно. Работающие в электронных и печатных средствах массовой информации письменной речью более или менее владеют, но когда они начинают говорить, то порой хочется заткнуть уши.

Грамота.ру: Посетителям нашего портала, несомненно, интересны вопросы *взаимосвязи языка и Интернета*. Как, по вашему мнению, изменился русский язык благодаря Интернету? И можно ли «испортить» язык Интернетом?

В.В. Шахиджаниян: Знаете анекдот? Приходит крошка сын к отцу и спрашивает:

— Папа, правда, что Интернет делает людей тупыми?

— Гыгы, сынок!

Улыбнулись? Это хорошо. Что же касается Интернета, вернусь к ответу на ваш вопрос, — тотальная *безграмотность*.

Грамота.ру: В то же время благодаря Интернету сегодня возрождается *эпистолярный жанр*: наверное, никогда ранее люди не писали друг другу так много писем. Как нам возродить культуру письменной речи?

В.В. Шахиджаниян: Эпистолярный жанр, может быть, и возрождается. Только теперь в письмах пишут «спок», «ок», «док», «чмок», а вместо привычных «здравствуйте» или «добрый день» — «превед медвед». Я уж не говорю о другом — в Интернете все на «ты».

Как там говорила Фаина Георгиевна Раневская: «Орфографические *ошибки* в письме — как клоп на белой блузке!»

Как возродить?... «Запустить» в Интернете переписку выдающихся писателей, философов, ученых, врачей, создать учебные пособия для сайтов знакомств — там несколько миллионов участников — пусть читают, размышляют, учатся, и на Грамоте.ру постоянно обсуждать эту тему.

В приведенном интервью мы можем выделить несколько диалогических единиц, представляющих развитие тематики диалога и объединенных следующими темами: грамотность современных журналистов, культура устной речи, влияние общения в Интернете на русский язык, возрождение эпистолярного жанра. Непринужденный характер ответов ученого свидетельствует о его высокой речевой культуре, умении вовремя вставить разговорное слово, шутку, подхватить и развить мысль собеседника, не согласиться с ним, предложить новое развитие темы. Можно говорить о коммуникативной стратегии как организации речевого поведения в соответствии с целями и намерениями говорящего. Существуют осознанная и подсознательная стратегии.

Например, на рынке покупатель, стремясь сбить цену, говорит, что товар не очень свежий, яблоки слишком мелкие, рядом такие же продают дешевле, да и вообще не очень-то хотелось. Такая осознанная стратегия осуществляется через различные тактики (уговора, похвалы, хулы, сравнения и т.д.). Когда же девушка говорит молодому человеку, что ждала его звонка целый день, а он не звонил, она неосознанно желает получить только один ответ: как сильно он ее любит.

Стратегия непринужденного диалога в целях достижения положительного результата общения, удовольствия от общения отличается от стратегии, направленной на конфликт. Эти стратегии описываются в психологии, но

речевая сторона в них является ведущей. Как говорил Штирлиц в известном фильме, лучше всего человек запоминает первую и последнюю фразу в беседе. От стратегии диалога в значительной степени зависит успех как коммуникативного акта, так и общения в целом.

Бытовой диалог характеризуется незапланированностью, возможностью отклонения от темы, разнообразием обсуждаемых тем, отсутствием целеустановок и необходимости принятия каких-либо решений, широким использованием невербальных средств общения, личностным самовыражением, разговорным стилем. В нем наиболее ярко проявляется так называемый *универсальный принцип экономии средств словесного выражения*. Не выражаемая словесно информация восполняется за счет невербальных средств общения — интонации, тона, мимики, телодвижений, жестикуляции, позы. При передаче невербальных средств на письме обычно используются многоточие, вопросительный и восклицательный знаки, особые лексические маркеры: глаголы речи (*бормотнул, рявкнул*), движения (*вскинулся*). Молчание в ответ бывает красноречивее слов — и это не следование принципу экономии языковых средств, молчание — это языковой знак, а именно нулевой вербальный знак.

Монологическая речь как речь одного лица, выражающего в более или менее развернутой форме свои мысли, намерения, оценку событий и т.д., по сравнению с диалогической является более сложной, свидетельствует о развитой речевой культуре человека. Монологи бывают внутренние (разговор с самим собой) и внешние (обращенные к адресату), письменные и устные. Монологическая речь представляет собой непрерывный процесс, развертывающийся во времени, логичное и связанное развитие мысли, облеченное в соответствующую замыслу автора форму. Монолог, характерный для устной формы книжной речи, — это устная научная речь (например, лекция или доклад), судебная речь, публичная речь. Как правило, это речь, опирающаяся на письменный текст. Высшая форма монолога — художественная речь, как устная, так и письменная. Неподготовленный, спонтанный монолог характерен прежде всего для сферы разговорной речи; подготовленный, заранее продуманный функционирует в других сферах человеческой деятельности.

По цели высказывания монологическую речь делят на информационную, убеждающую и побуждающую. В реальной коммуникации эти три типа не существуют в чистом виде.

*Информационная речь* служит для передачи знаний, выполняет познавательную функцию. Диалогический ее характер состоит в том, что говорящий/пишущий учитывает степень подготовленности адре-



сата, его интеллектуальные возможности, психофизиологические границы восприятия речи, делает паузы, повторы, разъяснения и т.д. К разновидностям информационной речи относят различного рода выступления, лекции, отчеты, сообщения, доклады. *Убеждающая речь* обращена, прежде всего, к эмоциям адресата. Как правило, предполагается адресат, имеющий общие с автором оценки и мнения, эмоционально восприимчивый. К убеждающей разновидности относят поздравительные, торжественные, обвинительные речи. *Побуждающая речь* направлена на то, чтобы побудить слушателей к различного рода действиям. Здесь выделяют политическую речь, речь-призыв к действиям, речь-протест. В современной коммуникации большое значение имеет установка говорящего на кооперацию или на конфликт, от этого зависит композиционная форма текста, его жанр (например, памфлет, сатира или юмореска).

Таким образом, монолог и диалог — две основные разновидности речи, различающимися по количеству участников акта общения. Диалог как способ обмена мыслями между говорящими в виде реплик является первичной, естественной формой речи в отличие от монолога, представляющего собой развернутое высказывание одного лица. Диалогическая и монологическая речь могут существовать как в письменной, так и в устной форме, однако в основе письменной речи всегда лежит монологическая, а в основе устной — диалогическая форма.

#### § 4. Функционально-смысловые типы речи

В зависимости от целей монологического высказывания, способа изложения содержания традиционно выделяют, как уже говорилось, три коммуникативно обусловленные, типизированные разновидности монологической речи: описание, повествование, рассуждение. Первые два функционально-смысловых типа речи соотносятся с миром вещей, третий — с миром понятий, суждений.

Развитие функциональной стилистики привело к вычленению подтипов внутри этих композиционно-речевых форм: *определение, сообщение, умозаключение, предписание, констатация* и др. Разные коммуникативные задачи в разных сферах общения требуют использования разных типов текстов. Так, в научной речи преобладают определение, рассуждение, описание, в официально-деловой — предписание, констатация, в публицистической — сообщение, повествование, рассуждение, в художественной — *повествование, описание*, в разговорной — *повествование*.

О п и с а н и е — это функционально-смысловой тип речи, представляющий факт сосуществования предметов, их признаков в одно и то же время. Описание служит для передачи состояния действительности, изображения природы, местности, интерьера, внешности. Именно поэтому в описательных текстах преобладают существительные и прилагательные, глаголы обычно употребляются в форме несовершенного вида, чаще в настоящем времени:

Над седой равниной моря ветер тучи собирает. Между тучами и морем гордо реет буревестник, черной молнии подобный. То крылом волны касаясь, то стрелой взмывая к тучам, он кричит — и тучи слышат радость в смелом крике птицы (*М. Горький, Песня о Буревестнике*).

Изобразительности текста служит употребление существительных с предметным значением (*ветер, тучи, волны, птица*), отвлеченных существительных и прилагательных (*радость, смелый*), слов в переносных, образных значениях (*седой, равнина*), олицетворения (*ветер собирает, тучи слышат*), сравнения (*черной молнии подобный, стрелой взмывая*). Ритмика текста удачно передает впечатление от движения — ветра, птицы, волн. Глаголы настоящего времени дают читателю возможность ощутить себя причастным к происходящему.

Связь предложений в описании принято называть параллельной. В художественном тексте описание буквально расходится, как круги по воде, реальный предметный мир обретает связи с миром ушедшим, незримым, ассоциативным. В стихотворении Н. Рубцова «Старая дорога» предметный ряд — *дорога, пыль, облака, ромашки, леса, синева, зной* — повод для размышлений автора:

Всё облака над ней, всё облака...  
В пыли веков мгновенны и незримы,  
Идут по ней, как прежде, пилигримы,  
И машет им прощальная рука.  
Навстречу им июльские деньки  
Идут в нетленной синенькой рубашке,  
По сторонам — качаются ромашки,  
И зной звонит во все свои звонки,  
И в тень зовут росистые леса...

Описательный текст научного характера также строится на предметно-понятийной основе. Возьмем пример словарного толкования:

РОК-МУЗЫКА, — и, жс. Разновидность поп-музыки (1 зн.), возникшая в 1950-е гг., использующая электромузыкальные, ударные и другие инструменты, достаточно сложная в мелодическом отношении и затрагивающая философские и социальные темы.

Поскольку глагол в описании выполняет вторичную функцию, он может вообще опускаться, зато там частотны эллиптические, неполные конструкции, назывные предложения. Особенно ярко представлен номинативный характер текста-описания в ремарках драматургических произведений:

По небу, описывая медленную дугу, скатывается яркая и тяжелая звезда. Через миг по мосту идет прекрасная женщина в черном, с удивленным взором расширенных глаз. Тот же вечер. Конец улицы на краю города. Последние дома, обрываясь внезапно, открывают широкую перспективу: темный пустынный мост через большую реку. По обеим сторонам моста дремлют тихие корабли с сигнальными огнями. За мостом тянется бесконечная, прямая, как стрела, аллея, обрамленная цепочками фонарей и белыми от инея деревьями. В воздухе порхает и звездится снег.

(А. Блок. *Незнакомка*).

Различают статическое (см. приведенные примеры) и динамическое описание.

Динамическое описание — переходный тип, граничащий с повествованием, например описание чувств и поведения героя в песне А. Макаревича:

Он был старше ее, она была хороша,  
В ее маленьком теле гостила душа.  
Они ходили вдвоем, они не ссорились по мелочам.  
И все вокруг говорили: чем не муж и жена?  
И лишь одна ерунда его сводила с ума.  
Он любил ее — она любила летать по ночам.

Динамический тип описания нередко используется в научной речи, в устной речи педагогов, медиков, например: «Предлагаем ребенку выбрать предмет из лежащих в коробке, внимательно рассмотреть его, положить обратно в коробку и описать его как можно подробнее». Замысел автора текста состоит в том, чтобы описать процесс, а не рассказать о разворачивающихся во времени событиях. Ср. два текста:

(1) Берут призму исландского шпата... распиливают перпендикулярно к плоскости... Затем обе половины склеивают канадским бальзамом... (А. Столетов. *Введение в оптику*)

(2) Он взял приличный кусок агата и стал пилить его. А камень оказался с дефектом! И раскололся... Он так расстроился! Он же его нашел на Урале, хотел жене подарок к дню рождения... Но быстро успокоился: что-то там другое придумал. (Лунтов)

**П о в е с т в о в а н и е** — это функционально-смысловой тип текста, назначение которого состоит в изображении последовательных действий (см. последний пример), событий или перехода предмета из одного состояния в другое.

Повествование является органичным функционально-смысловым типом разговорной речи. Детской речи свойственно строиться именно по типу повествования. В устной форме повествование может быть более динамичным за счет интонации, мимики, жестов и таких сказуемых, как *бац! трах! хват!*

Повествование противопоставлено описанию по ряду признаков:

1) употребление форм глагола: описание строится на использовании форм в основном несовершенного вида (*тропинка бежала вдоль озера*), повествование — совершенного (*кто-то пробежал мимо дома, и опять все стихло*);

2) связь предложений: преобладание цепной связи, в то время как для описания типична параллельная;

3) синтаксическая структура предложений: для описания характерны односоставные, для повествования — двусоставные предложения.

Необоснованное нарушение видовременной соотносительности глаголов в повествовательном тексте делает его дефектным. Такая ошибка часто происходит в речи детей, иностранцев либо малообразованных людей.

Реальные тексты, особенно художественные и публицистические, редко строятся на основе только одного функционально-смыслового типа. Так, в репортажах, очерках, рассказах, рекламных текстах сочетаются элементы описательности (1, 3) и повествовательности (2):

1. Ришикеш — излюбленное место паломников с Запада. В этом городке на берегу Ганги с его многочисленными ашрамами, храмами и школами йоги и медитации можно повстречать искателей истины со всех уголков мира. 2. Однажды сюда приехала даже группа «Битлз», и здесь они нашли своего гуру. 3. Идеальное место для небольшой передышки и акклиматизации перед паломничеством в Гималаи.

Рассуждение — это функционально-смысловой тип текста, соответствующий форме абстрактного мышления. Его предназначение состоит в том, чтобы передать процесс мышления в поисках установления логических связей между событиями, фактами, явлениями. Для этого рассуждение строится по схеме тезис — аргумент — иллюстрация.

Основной сферой реализации рассуждения является наука, в которой актуален логический, рациональный тип мышления. К подтипам рассуждения относятся доказательства (установление истинности тезиса), опровержения (установление ложности тезиса), обоснование, установление целесообразности.

Структура рассуждения состоит из посылки (точно сформулированной основной мысли), основной части (второстепенных тезисов, аргументов, иллюстраций) и вывода (который должен соотноситься с посылкой и логически вытекать из всего хода рассуждения). Приведенные ниже отрывки демонстрируют: посылку/тезис (1), второстепенный аргумент (2) и иллюстрацию (3), вывод (4):

1. Дисциплина открывает двери к счастью, которое дают человеку предпринятое усилие и успешный результат. 2. Это чувство знакомо каждому, кому случалось победить в футбольном матче, безошибочно исполнить сонату или взобраться на вершину горы. 3. К сожалению, в Германии никто не одобрил бы существования школы с такими жесткими правилами, которые приняты в английских частных школах-пансионах. Тень Гитлера до сих пор мешает нам рассматривать дисциплину как нечто само собой разумеющееся. 4. Однако будущее страны зависит от возвращения к дисциплине (*Б. Бюб, журнал «Шпигель»*).

К стереотипным способам оформления доказательства относится употребление глаголов первого лица множественного числа для обозначения последовательности операций. Для выражения причинно-следственных связей используются союзы: *так как, так что, таким образом, итак*. Подтип рассуждения в художественных текстах предстает в виде свободного размышления. В публицистических текстах рассуждения выполняют функцию подготовки читателя к определенному заключению, выводу. Этим обеспечивается осуществление основной коммуникативной функции публицистики — воздействия. Объяснение и обоснование, как подтипы речи, распространены не только в научных, но и в публицистических текстах.

В настоящее время в массовой коммуникации активно используется еще один смысловой тип речи, имеющий своеобразные черты и

функционирующий прежде всего в официально-деловых и научно-технических текстах. Коммуникативной задачей таких текстов является передача обязательных для исполнения указаний или информирование о способах действия при соблюдении определенных условий: «Каждый обязан заботиться о сохранении исторического и культурного наследия, беречь памятники истории и культуры».

Предписание реализуется в трех определенных подтипах: долженствование, запрещение и разрешение.

Предписание выступает в следующих грамматических формах:

1) побудительные предложения с формами императива или инфинитива глагола («При прохождении лавиноопасного участка выставьте наблюдателей, распустите лавинный шнур, проходите лавиноопасный участок строго по одному человеку»);

2) модальные слова (*должен сообщить, обязаны предупредить, следует выключить*);

3) наречия (*немедленно, безотлагательно*).

Следует избегать смешения разных средств в одном тексте. Например, типичной ошибкой при рубрикации, при перечислении является употребление различных форм глагола и отглагольных существительных.

В области молодежной политики наш депутат предлагает:

- увеличить финансирование целевой программы «Молодежи — доступное жилье»;
- создавать рабочие места для временной занятости школьников и студентов;
- строительство новых пришкольных стадионов и ремонт спортивных клубов;
- развитие государственной системы профилактики нарушений несовершеннолетних.

Неудачным в оформлении данного текста является употребление в одном ряду глаголов совершенного (*увеличить*) и несовершенного (*создавать*) видов и отглагольных существительных (*строительство, развитие*).

Предписания часто встречаются в фармацевтических и кулинарных рецептах, например: «Чтобы борщ был вкуснее, свеклу *натирают* на терке и *тушат* в небольшом количестве масла до полуготовности, затем *добавляют* в суп».

В современной коммуникации выделяются такие подтипы речи, как констатация, претензия, рекламация и т.д.

Сравните, например, устный бытовой диалог и письменную жалобу:

(1) — Что это за рыба?! Запах какой-то не такой... И, смотри-ка, мягкая почему-то...

— Да нет, вчера купила, сказали свежая...

(2) 19 января сего года в магазине № 48 мной приобретена мороженая курица. При размораживании было обнаружено, что мясо имеет неприятный запах и цвет.

Таким образом, к функционально-смысловым типам речи, обусловливаемым целью монологического высказывания и способом его изложения, относят описание, повествование и рассуждение. Описание — это словесное изображение какого-либо явления действительности посредством перечисления его характерных признаков. Повествование представляет собой рассказ о событиях и служит для передачи последовательности различных событий, явлений, действий. Рассуждение есть словесное изложение, разъяснение и подтверждение какой-либо мысли. В современной коммуникации активно развиваются промежуточные типы текста.

## § 5. Функциональные разновидности языка

В предыдущей главе вы познакомились с разграничением понятий «язык» и «речь», имеющим как практическое, так и теоретическое значение. Чтобы решить свои коммуникативные задачи — убедить кого-либо в чем-либо, очаровать, оттолкнуть и т.д., — все мы создаем речевые произведения, короткие или пространные.

(1) — Ну, миленькая, ну, мамочка, я завтра всю квартиру уберу! Только не сегодня... у нас же все едут к Сашке!

Какая мама устоит: столько ласковых слов, такое твердое обещание, да еще и «все едут»!

2.

Декану ф-та культуры,  
проф. Е.Г. Мартьяновой  
студента 2-й группы 1-го курса  
Лукова А.Н.

Прошу разрешить мне отсутствовать на занятиях 24.04.07 по семейным обстоятельствам.

20.04.07

Подпись

Второй текст потребует от вас больших усилий по его созданию. Попробуйте начать иначе: «Прошу Вашего разрешения, прошу Вас разрешить мне отсутствие...» Видите: текст усложняется, вы испытываете затруднения в его оформлении. Очевидно, что первый пример представляет устную речь, в обстановке непринужденного общения между близкими людьми, второй — речь письменную, предъявляемую в официальной обстановке, по нормам и правилам деловой коммуникации, с неравноправным статусом коммуникантов.

Кроме того, первая речь имеет непосредственный канал связи, осуществляется в режиме реального времени, вторая же — опосредованный канал связи (письменный документ) и происходит в режиме ожидания: ответ, даже если будет дан сразу, все-таки отсрочен от времени создания письма.

Наконец, чтобы говорить с мамой, не надо специально учиться — достаточно просто быть нормальным человеком, а чтобы написать заявление декану, нужно как минимум знать, что оно пишется по образцу, с использованием специальных языковых средств. Каких? Прежде всего литературного русского языка, функционирующего, как вы уже знаете, в двух основных сферах: официальной и межличностной. Форма функционирования языка в официальной сфере прежде всего письменная. Основная же форма языка в межличностной сфере употребления, в непринужденном общении — это разговорная устная речь.

Вступая в сферу официального общения, необходимо «сменить регистр» — перейти к другим средствам речи, уметь различать виды служебных документов; следовать правилам их построения, оформления; использовать не разговорную, а книжную лексику и специальные синтаксические конструкции — например, союз *потому что* желательно заменить союзами *так как*, *поскольку*, *в связи с тем* и т.д.

Каждый из нас бывал в ситуации, когда писал какое-нибудь объяснение и запутывался в повторяющихся местоимениях и союзах *что* и *который*. Недаром так много шуток на тему употребления неуместных книжных, канцелярских слов в обиходном общении, особенно при одновременном включении в речь просторечных и неуместных языковых единиц (*при наличии отсутствия присутствия*), как, например, в речи Бабы-Яги из сказки Л. Филатова «Про Федота-стрельца, удалого молодца»: «Я — фольклорный элемент, у меня есть документ, я, вобщем, могу отседа улететь в любой момент».

В то же время переход на нужный регистр речи, сделанный к месту и вовремя, способен магически изменить ситуацию в вашу пользу. Так, героиня повести А. Малышевой никак не могла убедить следова-



теля помочь ей, пока не произнесла сакраментальную фразу: «Так, значит, вы не желаете *реагировать на сигналы трудящихся?*»

В современной концепции культуры речи делается акцент на том, что способность владения разными функциональными разновидностями языка — одно из основных свойств развитой личности.

Не зная стилистических особенностей русского языка, иностранные студенты пишут примерно так:

#### Заявление

Дорогой Декан, здравствуйте. Я хочу уволиться домой, потому что мой сын очень маленький (два года), мой отец старший (70 лет), моя жена работает на чужбине, поэтому я хочу домой.

Ваш студент Чжао Ван

Что же понимается под функциональными разновидностями языка?

Известный ученый В.В. Виноградов, заложивший основы современной стилистики, описал пять функциональных стилей, каждый из которых является замкнутой системой внутри языка: научный, публицистический, деловой, язык художественной литературы и разговорная речь. Это деление является традиционным в современных учебных пособиях, хотя со временем многое изменилось, сформировались так называемые гибридные стили (митинговая, рекламная речь) и т.д. Выделение функциональных стилей всегда было несколько условным, многие жанры, в частности эпистолярный (личное письмо), содержали черты разных стилей, книжного и разговорного одновременно, например: *Моя маленькая Бу*, прежде всего — о вещах. Я дал Мане 100 р... спроси с нее и возьми себе, что останется (*А. Блок — жене*).

Стилеобразующими признаются такие внеязыковые факторы, как *сфера общения* (деловая, обиходная и т.д.), *средства общения* (газета, радио, телевидение), *функция речи* (коммуникативная, информативная, эстетическая и т.д.), *вид речи* (монолог, диалог), *форма речи* (устная или письменная), *способ общения* (массовый или личный; контактный или опосредованный), *род литературы* (драма, лирика, эпос) и др. Согласно им выделяются стили, подстили и жанры речи. Возьмем, например, стиль официально-деловой, его подстилями будут законодательный, канцелярский, дипломатический, а жанрами — указ, деловое письмо, верительная грамота.

В разных сферах общения речь выполняет разные функции: в деловой главной является *регулятивная* функция, т.е. сообщение о регламентированности действий, поведения и т.д.; в научной сфере преобладает *познавательная* функция речи; в публичной сфере

(публицистической) — *информативная* или *воздействующая*; в обиходно-разговорной — *функция общения, собственно коммуникативная*; в художественной — *эстетическая*.

Стилеобразующие факторы определяют языковые особенности текстов. Приведем примеры.

(1) Темой нашей лекции является адаптация организма человека к меняющимся условиям среды. Многочисленные болезни — мигрени, обострения заболеваний суставов, сердечно-сосудистых, желудочно-кишечных заболеваний — напрямую связаны с изменением солнечной активности, погодных условий и прочее.

(2) Более всего на свете прокуратор ненавидел запах розового масла, и все теперь предвещало нехороший день, так как запах этот начал преследовать прокуратора с рассвета. Прокуратору казалось, что розовый запах источают кипарисы и пальмы в саду, что к запаху кожаного снаряжения и пота от конвоя примешивается проклятая розовая струя... «О боги, боги, за что вы наказываете меня?... Да, нет сомнений, это она, опять она, непобедимая, ужасная болезнь... гемикрания, при которой болит полголовы... от нее нет средств, нет никакого спасения... попробую не двигать головой...» (М. Булгаков. *Мастер и Маргарита*)

(3) Давайте представим: каждый второй житель нашей страны страдает от болей в суставах. У каждой третьей женщины — мигрени с подросткового возраста. Почти каждый выпускник школы уже имеет небольшой гастритик. Причем обострения этих заболеваний оказываются напрямую связаны с нашим светилом и его бледной спутницей — Луной. Подул невидимый солнечный ветер — и вы непонятно почему захандрили, раскалывается голова...

(4) Рекомендуется в периоды повышенной солнечной активности не принимать солнечные ванны позже 10 часов утра лицам, страдающим сердечно-сосудистыми и кожными заболеваниями.

(5) Ох, что-то ноги ломит — сил нет! — К смене погоды, Марь Иванна! Передавали: надвигается циклон. А вы мазь-то новую пробовали?

Каждый из приведенных текстов можно отнести к традиционно определяемым функциональным разновидностям, исходя из типового набора экстралингвистических и лингвистических признаков.

Лингвистические признаки стиля зависят прежде всего от признаков экстралингвистических. Требования точности, ясности, логичности, последовательности и однозначности характерны для научной, деловой и профессиональной сферы общения; экспрессивности и оценочности — для публицистической; эстетического воздействия и

образности — для художественной; эмоциональности и оценочности — для разговорно-обиходной. Несмотря на современные тенденции к размыванию и расширению, функционально-стилистические разновидности оказываются довольно стабильными, особенно в условиях «чистого» их применения (чаще в письменной форме): в законодательных актах, в медицинском заключении, в информационном сообщении, в разговоре друзей, в лирическом стихотворении.

Функциональные стили языка/речи находятся в постоянном взаимодействии и взаимопроникновении. Это противоречие стиля — быть одновременно замкнутым и проницаемым — последующие стилистические теории пытались преодолеть, тем более что термин «стиль» оказался настолько перегружен, что почти утратил конкретный смысл: называют стиль официально-деловой и стиль канцелярский, стиль телеграфный, архитектурный стиль, стиль одежды и т.д. Эта терминологическая разногласица, как и смешение употребления терминов «язык» и «речь», вызывает к жизни новые стилистические гипотезы и понятия. В стремлении преодолеть явное расхождение между теорией функциональных стилей и практикой создания и восприятия текстов, не укладывающихся в прокрустово ложе стиля (подстиля, жанра), была создана *теория конструктивно-стилевого вектора текста*.

Известный лингвист В.Г. Костомаров предложил группировать тексты в зависимости от *замысла* как вектора отбора и композиции средств языка. Цель обращения к адресату, сфера речевого взаимодействия (обиходная, официальная, учебная), канал связи (контактный или, например, по телефону, через Интернет), статус адресата (равный, ниже, выше), отношение к адресату — все эти факторы влияют на выбор языковых средств и логику построения текста.

В наше время массово-коммуникативный замысел меняет сами текстовые признаки. Так, на дорогах рекламные тексты, зазывы нередко бывают разделены на фрагменты и повторяются через заданные промежутки пространства (квантование информации). В форумах Интернета фрагменты текста, привлечшие внимание собеседника, цитируются повторно, нужное количество раз. В результате текст становится интерактивным, превращается из собственно монологического — в диалогический, из книжного — в разговорный, из нейтрального — в оценочный, из статичного — в динамичный, из научного — в публицистический.

Меняются даже самые устойчивые формы и жанры текстов. Так, инструкция к применению какого-либо технического средства, лекарства и т.д. является официально-деловым документом: «Перед употреблением *взбалтывать*; Прежде чем *мыть* прибор, *выключите*

его из сети». Однако в настоящее время в стремлении привлечь покупателя, клиента создатели инструктивных текстов вступают с ними в подобие неформальной коммуникации, текст нередко пишется как бы на стыке научного, делового и разговорного стилей.

Например, читаем «Руководство по эксплуатации микроволновой печи»: «Пока *вы пьете чай, еще раз* прочтите правила техники безопасности при работе с *микроволнами*, приведенные в начале руководства по эксплуатации. *Это очень важно*».

Выделенные слова не характерны для делового письма, они выполняют нетипичную для него контактоустанавливающую функцию. Кроме того, использована разговорная форма императива *прочтите* (литературная норма: *прочитайте*).

Компании мобильных телефонов в условиях жесткой конкуренции пользуются стилистическими средствами языка в целях привлечения клиентов, например:

Подключив услугу «Свой», *ты* сможешь обмениваться мгновенными сообщениями с *твоими друзьями* — абонентами «Билайн». *Ты* всегда видишь, кто сейчас занят, а кто *только и ждет случая побеседовать*: рядом с именем собеседника отражается его статус.

*Видишь* значок «онлайн»? *Смело* пиши сообщение — оно не должно остаться без ответа!

1. *Подключи* услугу «Свой», набрав бесплатную команду... 2. *Дождись* SMS

- С уведомлением о подключении услуги.
- С паролем доступа к услуге.
- *Запомни* его.
- Со ссылкой на WAP-сайт, где ты можешь скачать приложение.
- *Нажми* «Принять».

В тексте очевидны черты делового письма: информативность, точность, подробность информации, отвлеченная и относящаяся к деловой сфере лексика (*сообщение, уведомление, предоставление услуги, статус собеседника*), профессионализмы (*пароль доступа, подключение услуги*), сложные предложения, причастные и деепричастные обороты, прямой порядок слов — все это создает нейтральный тон книжной речи. Кроме того, текст четко структурирован, применены графические приемы выделения, рубрикация. Одновременно здесь использованы слова компьютерного жаргона (*скачать приложение, онлайн*), неформальные контактоустанавливающие средства (обращение на *ты* и, соответственно, формы императива в единственном

числе), апелляция к интересам клиента (*твои друзья, не останется без ответа*), вопросно-ответное единство, имитирующее реальный диалог. Таким образом, конструктивно-стилевой вектор текста на восприятие его молодыми людьми диктует выбор речевых средств. Создатели текста выбирают в качестве речевой стратегии установку на самую перспективную категорию покупателей.

Мы видим, что текст имеет внеязыковые основания: он прогнозирует процесс общения, организуется на базе так называемого коммуникативного треугольника (адресант — содержание сообщения — адресат), который формируется экстралингвистическими составляющими (кто — что — кому — зачем), где сфера и среда образуют доминирующее начало коммуникативного акта. Именно поэтому высказывание удовлетворяет требованиям речевой коммуникации.

Векторный принцип позволяет по-иному решить вопрос о классификации стилистических объектов. Учет основных соотношений текстов в коммуникативной жизни общества сегодня позволяет говорить о трех глобальных их группировках: *книжной, разговорной и массово-коммуникативной*.

Разнообразные тексты, отражающие разнородные неязыковые потребности факторы и мотивы, обеспечивают всю сложнейшую коммуникацию в современном обществе. При этом стилевые границы стираются, отбор языковых средств диктуется замыслом. Приведенный ниже текст в Интернете не только представляет основные черты публицистического стиля (чередование экспрессии и стандарта), реализует его основные функции (информативную и воздействующую), но и отражает живые чувства автора, его стремление поделиться ими с читателем. Поэтому в тексте наблюдается сдвиг то в сторону разговорной речи (основными являются экспрессивные единицы языка), то в сторону научной речи (основной является информативная функция), что демонстрирует типичные изменения в стилевой палитре современной русской речи с ее возрастающим личностным началом:

Несколько дней назад сотрудники музеев Московского Кремля радостно объявили: у нас сенсация! Во время археологических раскопок на Подоле (так называется место, где кремлевский холм круто спускается к Москве-реке) найдены сначала одна, а затем другая берестяные грамоты, по всей видимости, XIV века. Самую первую берестяную грамоту нашли 56 лет назад, а к сегодняшнему дню их уже более тысячи. Так что же позволяет заявлять об уникальности кремлевских текстов на березовой коре?

Никогда прежде и никому не выпадало счастья найти такие грамоты на территории Кремля, да и вся Москва могла похвастаться одним-единствен-

ным экземпляром. А подавляющее большинство берестяных грамот — из Великого Новгорода, и вот чем это объясняет Алексей Гиппиус, старший научный сотрудник Института славяноведения РАН: «Конечно, ключевую роль играет в этом специфика новгородского культурного слоя, который весь пропитан влагой. Поэтому прекрасно сохраняется всякая органика и береста, в частности. Это чисто физическая специфика новгородской почвы». В кремлевском раскопе (кто бы мог подумать!) условия оказались схожими. Здесь на дне котлована даже в сухой жаркий день — лужи грунтовых вод. Залегающая глубоко под землей, почти лишенная кислорода, грязь оказалась прекрасным консервантом. Она-то и сберегла две грамоты. На одной буквы традиционно выдавлены специальной палочкой — писалом. Другая, и в этом главная часть сенсации, написана чернилами. Между тем, до сих пор считалось — на бересте тексты всегда процарапывались. Чернила же использовали для более дорогих материалов — пергамента и бумаги. Когда бересту отмыли и распрямили, оказалось — это на редкость красивый документ с безупречно ровными строчками, и каждую букровку отчетливо видно.

Если этот текст сделать чисто информативным, получим такой его вариант:

Несколько дней назад сотрудники музеев Московского Кремля сообщили о важной находке — двух берестяных грамотах, относящихся, как предполагается, к XIV веку. Несмотря на то, что первая берестяная грамота была обнаружена еще 56 лет назад в Великом Новгороде и к настоящему времени их насчитывается более тысячи, тем не менее, по мнению ученых, кремлевская находка является уникальной. Во-первых, это первая берестяная грамота, найденная в Кремле. Во-вторых, грамота написана чернилами, между тем, до сих пор считалось, что на бересте в отличие от текстов на пергаменте и бумаге тексты всегда процарапывались.

Что изменилось в информативном варианте текста? Отсутствие личностного начала. Логика: прозрачность структуры (факты — тезис — доказательство). Синтаксис: безличность, объективность (*были найдены, ведутся, предполагается*); вводные конструкции со значением упорядочения информации (*во-первых, во-вторых*), со ссылками на достоверный источник (*по мнению ученых*); преобладание сложноподчиненных предложений. Лексика: нейтральная книжная; даже слова *уникальный, сенсационный* служат информативности, а не экспрессии или оценке.

Таким образом, изменив стилевой вектор высказывания, мы получили текст с другими функционально-стилистическими признаками.

## Контрольные вопросы и задания

1. Каковы основные разновидности речи и принципы их классификации?
2. Каковы особенности письменной и устной форм речи? Как они связаны с функциональными стилями русского языка?
3. Каковы основные виды и принципы построения диалога?
4. Чем обусловлена неполнота структур в устной непринужденной речи?
5. Каковы виды монологической речи?
6. Охарактеризуйте три основных вида монологической речи.
7. Каковы основные признаки трех функционально-смысловых типов речи?
8. Как строится рассуждение?
9. Какие факторы влияют на выделение функциональных стилей речи?
10. Какие стили представлены в традиционной классификации?
11. Чем обусловлено выделение функциональных разновидностей речи согласно конструктивно-смысловому вектору? Какие это разновидности?
12. Какие функциональные признаки имеют тексты форумов в Интернете?
13. В какой сфере общественной деятельности функционирует научный стиль? Назовите его основные черты.
14. Назовите основные черты деловой речи.
15. Назовите основные черты газетно-публицистического стиля. Какими языковыми средствами они выражаются?
16. Какие черты обиходно-разговорной речи характеризуют ситуацию общения?

## Литература

- Амирова, Т. П.* Функциональная взаимосвязь письменного и звукового языка. М., 1985.
- Бойкова, Н. Г., Коньков, В. И., Попова, Т. П.* Устная речь. Л., 1988.
- Васильева, А. Н.* Художественная речь. М., 1987.
- Гойхман, О. Я., Надеина, Т. М.* Основы речевой коммуникации. М., 1997.
- Голанова, Е. И.* Устный публичный диалог: жанр интервью // Русский язык конца XX века (1985—1995). М., 1996.
- Диалогическая речь. Монологическая речь // Лингвистический энциклопедический словарь. М., 1990.
- Земская, Е. А.* Русская разговорная речь: лингвистический анализ и проблемы обучения. М., 1987.
- Зиндер, Л. Р.* Очерк общей теории письма. Л., 1987.
- Кожин, А. Н.* и др. Функциональные типы русской речи. М., 1982.
- Коньков, В. И.* Речевая структура газетного текста. СПб., 1995.

*Костомаров, В. Г.* Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики. М., 2005.

*Митрофанова, О. Д.* Научный стиль речи: проблемы обучения. М., 1985.

*Накорякова, К. М.* Литературное редактирование материалов массовой информации. М., 1996.

Речь в научно-лингвистическом и дидактическом аспекте. М., 1991.

Русский язык в его функционировании: Уровни языка. М., 1996.

Русский язык и культура речи : учебник / под ред. В. И. Максимова. М., 2007.

*Сиротинина, О. Б.* Что и зачем нужно знать учителю о русской разговорной речи. М, 1996.

*Федоровская, О. А.* О жанровой классификации научно-технических документов и их лингвистических особенностях // Разновидности и жанры научной прозы. Лингвистические особенности. М., 1989.

*Якубинский, Л. П.* О диалогической речи // Избранные работы: Язык и его функционирование. М., 1986.

### Практикум

Целью практических занятий к § 2 является анализ особенностей устной речи.

При выполнении заданий по теме необходимо вспомнить значения следующих терминов:

*Устная разговорная речь* — разновидность литературного языка, имеющая признаки спонтанности и непринужденности.

*Устная речь* — тип речи, оформляющийся с помощью звуков и характеризующийся такими признаками, как ситуативность и необратимость.

**Задание 1.** *Прочитайте фрагмент научного доклада. Определите признаки устной речи, выражение личностного начала.*

Я не стану называть теорию отражением действительности. Слово «действительность» пугает меня, поскольку я подозреваю, что философы знают точно, что оно значит, а я не знаю и могу сказать что-нибудь такое, что их обидит. Но сказать, что теория — вещь красивая, я не постесняюсь, поскольку красота — дело вкуса, и тут я философов не боюсь. <...> Мы восхищаемся нашим величественным собором. Как заразить молодежь этим восхищением?.. Обычный в этих случаях метод — удивить, потрясти. Беда в том, что человека нельзя удивить, если он не знаком с той ситуацией, в которую ваш сюрприз вносит решающие изменения (*К. Дарроу*).

**Задание 2.** *Прочитайте текст устной разговорной речи. «Выровняйте» его в письменном варианте.*



Если ты едешь в магазин / то тебе колясочку подкатывают / тут довели до машины твои продукты / тут пошел в боулинг поиграл / тут перекусил / тут / значит / все что хочешь себе позволить / значит / оно на самом деле есть в городе — катера там / свои турбазы / острова уже люди покупают //

*Задание 3. Прочитайте фрагмент текста, определите признаки письменной речи. Передайте содержание фрагмента устно. Что изменилось?*

В европейском языковом портфеле как актуальная для современности ставится задача обучения на уровне свободного владения не одним, а как минимум двумя иностранными языками. В этом смысле билингвальные семьи и дети в этих семьях оказываются (теоретически) не просто в исключительном, но в исключительно благоприятном положении, однако это не уменьшает сложностей и противоречий их существования в иной (для одного из родителей, а часто и для ребенка) лингвокультурной среде.

*Задание 4. Справочная юридическая служба получает много вопросов как в письменной, так и в устной форме. Прочитайте несколько таких текстов и определите, какие из них были заданы в устной форме. Сравните выводы свои и товарищей и обоснуйте свой выбор.*

1. Когда я осуществляю междугородный звонок, то даже при отсутствии ответа с меня снимают деньги за одну минуту. Прошу сообщить, есть ли такое положение.

2. Извините, не могли бы вы мне разъяснить, прав ли охранник в магазине. Он не впустил меня в магазин, а до закрытия еще оставалось 15 минут.

3. Если я хочу оформить доверенность на сестру, чтобы она получила на меня пенсию... Это платная или бесплатная услуга? Пенсия-то у меня маленькая...

4. Подскажите, положены ли мне, донору с 30-летним стажем, какие-то льготы?

5. Меня взяли на работу с испытательным сроком месяц... В летние каникулы. А потом сказали, что я не подошел, и не заплатили за две недели работы. Реально ли получить с них? То есть, куда конкретно я могу обратиться с жалобой?

6. Обращается к вам председатель жилищного кооператива Владимиров Н.П. По решению суда в нашем доме жильцы квартир на первых этажах не платили за лифт. Что изменилось в связи с новым Жилищным кодексом?

*Задание 5. Тексты предыдущего задания озаглавьте, как это сделала газета с целью их тематического выделения и привлечения внимания читателей, заинтересованных именно в данной информации.*

*Образец:* Как вернуть деньги за некачественный товар.

**Задание 6** Заполните таблицу, подобрав из предложенных слов разностилевые синонимы.

Письменная речь	Устная речь
Пункт обмена валюты	Обменник

*Слова для вставки:* потерпеть неудачу; опт; платежное поручение; пролететь; визитная карточка; нал; обмен; наличка; безнал; платежка; снимать квартиру; оптовая торговля; визитка; зарядить цену; нужные деньги; необходимое финансирование; назначить цену; наличные деньги; арендовать жилое помещение.

**Задание 7.** Комический эффект в стихах Л. Филатова нередко достигается за счет столкновения в тексте двух речевых стихий: книжной письменной и устной разговорной, даже просторечной. Прочитайте, выпишите просторечные и книжные слова и выражения, с помощью словаря дайте их толкование и стилистическую помету.

- (1) Али рот себе зашей,  
Али выгоню взашей.  
Ты и так мне распугала  
Всех заморских атташей.
- (2) Вся общественность согласна —  
Только ты идешь вразрез.
- (3) Коли так оно и есть —  
Я отказываюсь есть.  
Вот тебе моя, папаша,  
Политическая месть.
- (4) Вот не стану есть икру,  
Как обычно, по ведру,  
И на почве истощенья  
Захвораю и помру.

Цель занятий к § 3 — выявить основные характеристики диалогической и монологической речи.

При выполнении заданий важно уметь использовать следующие термины:

*Диалог* — обмен высказываниями между двумя или несколькими лицами, состоящий из реплик.

*Монолог* — развернутое высказывание одного лица.

*Диалогическое единство* — смысловая связность и целостность текста, состоящего из реплик.

*Принцип экономии речевых средств* — один из языковых законов, реализующийся в неполных предложениях и выражающийся в том, что участники разговора в процессе передачи друг другу информации используют минимум словесных средств, восполняя их недостаток за счет контекста и различных невербальных средств.

**Задание 1.** *Найдите нарушения диалогического единства. Являются ли они помехой в общении актрисы и журналиста?*

— В этом году вам уже удалось отдохнуть?

— Да, недавно я приехала из Болгарии со съемок.

— А что для вас главное на отдыхе?

— Море! Моя заветная мечта — дом на берегу моря.

— Какой вид отдыха вы предпочитаете?

— Не знаю. Дача, лес, речка, босиком по траве...

— А как насчет активного отдыха?

— Я вообще-то его поклонник. Люблю скутер, на парашюте вот хочу..

— А если хочется почувствовать адреналин в крови, куда отправляетесь?

— Очень нравится ездить на лошадях, примерно раз в месяц бываю на ипподроме.

— А где вы мечтаете побывать?

— В Италии. Да я много где не была, а хочется.

**Задание 2.** *Определите, чего не хватает говорящим для успешности диалога?*

— Негусто.

— А что ты ожидал найти? «Явки, пароли, чужие дачи»?

— Почему дачи?

— Потому, что это песня такая, — буркнула Олимпиада. — Ее поет «Високосный год».

**Задание 3.** *Определите, какое требование к диалогической речи нарушено в следующем диалоге преподавателя и иностранного студента.*

— Почему вы опоздали на урок?

— Не работала плита.

— При чем тут плита?

— Плита не работала, потому что отключили воду.

**Задание 4.** *В следующих диалогах определите причины непонимания говорящих («коммуникативных сбоев»).*

(1) — Я не могу оставить рукопись, — выпалил Жорж Данс. Это не просто детектив. Этот роман...

— ...должен перевернуть судьбу русской литературы, — перебил его главный редактор устало. — С него начнется новая эра и возрождение русской прозы, правильно я понимаю?

— Откуда вы знаете? — пробормотал писатель испуганно.

(2) А я говорю: «Луна, — говорю, — и звездочки, словно крошки». — Она говорит: «Лампа горит, и вьются над ней мошки» (*Из песни*).

(3) — Кто такие «гопники»?

— Ну, хулиганье мелкое. Это жаргон, вроде «ботвы».

— «Ботвы»?

— «Вот такая ботва, прикинь, бывает не до смеха!» Ну, это «Уматурман» поет, знаешь?

Добрынин понял, что если они сейчас примутся ему объяснять, что такое ботва — это жаргон, вроде «зажигать драйв», понимаете? — то он точно пойдет и утопится... и решил не выяснять.

**Задание 5.** Прочитайте текст фонограммы телепередачи «Пресс-клуб». Определите вид речи и назовите ее характерные признаки.

*Журналист:* Какие должны быть глаза у идеального политика?

*1-я женщина:* Ну, честные глаза... Нет, это мне не нравится. Наивные все-таки глаза. Ну, это лучше, чем бегающие глаза. Но все-таки мне кажется, он нереально смотрит на наш мир.

*2-я женщина:* Ну, очень волевой такой взгляд, на самом деле. Да, вот, может быть, его глаза очень бы подошли...

*1-й мужчина:* Это грустные глаза. Я бы считал, что у политического деятеля должны быть веселенькие и лукавые. Вот это уже лучше.

*2-й мужчина:* Нет, это, вы знаете, скорее взгляд не политика, а взгляд покорителя женских сердец. Но, как говорится, если человек может управлять женщиной, может управлять и государством. Глаза должны быть, во-первых, незамутненные как алкоголем, так и лишними мыслями. Человек должен четко видеть перед собой перспективу. О! Это уже лучше.

*3-я женщина:* Очень нежные и добрые глаза. Это для спутника жизни. Я думаю, что это должны быть глаза глубокие, большие глаза, в общем-то, с большими бровями. Что-то в них немного есть.

*Журналист:* То есть, вот его прямо и возьмем.

**Задание 6.** Выберите ведущего и в форме полилога обсудите с товарищами внешность успешного политика.

*Задание 7. По результатам беседы сделайте обобщение в форме монолога.*

Цель занятий по материалам § 4 — выявить особенности функционально-смысловых типов речи.

Напомним, что *функционально-смысловой тип речи* — это тип речи, зависящий от целей и смысла монологического высказывания. Выделяются три основных функционально-смысловых типа речи: *описание, повествование, рассуждение*.

*Задание 1. Прочитайте рекламный текст. Определите, к какому функционально-смысловому типу речи он относится. Напишите подобный текст об Алтае или Байкале, используя сведения из справки.*

### ИСПАНИЯ

На побережье Средиземного моря в бархатный сезон самый ровный бронзовый загар, самое лучшее купание. Здесь вы станете участником веселых карнавалов, зрителем захватывающей корриды. Здесь вкуснейшая кухня и самые доброжелательные жители, которые, судя по социологическим опросам, очень хорошо относятся к россиянам.

#### *Справка:*

- Алтай (гора Белуха высотой 4 506 м, девственная природа, альпийские луга, горные реки, сплавы, конные маршруты, мед).
- Байкал (самое большое в мире пресноводное озеро, тайга, священный остров Ольхон, шаманы, прекрасная экология).

*Задание 2. Напишите письмо однокласснику, которого вы не видели год (он в армии, а вы студент). Объем — одна тетрадная страничка. Пишите от руки, с полями, через интервал в одну строчку по форме: приветствие, извинение за молчание, объяснение причины, этикетные вопросы, новости о себе, прощание.*

*Обменяйтесь с соседом письмами, выскажите свое мнение о его письме.*

*Задание 3. Определите функционально-смысловой тип следующего текста.*

На Фонтанке есть один мост, который вошел в историю не благодаря своей красоте и совершенству конструкции. Он прославился тем, что рухнул. 20 января 1905 года цепной Египетский мост упал в воду вместе с проходившим по нему кавалерийским полком. Причиной назывался резонанс, возникший от ритмичного движения конного строя, но народная молва дала другое объяснение. Якобы на набережной жила некая Мария Ратнер. Чем ей не угодили кавалеристы — неизвестно, но однажды, вновь увидев их из своего окна, она в сердцах воскликнула: «Чтоб вы провалились!» — что тут же и случилось. К счастью, обошлось без жертв: и люди, и кони выбрались на берег. Но даму с тех пор стали звать Марией Египетской. Мост же восстановили через 50 лет.

*Задание 4. Расскажите о прочитанном в задании 3, включив в рассказ элементы рассуждения: выделив тезисы, опровергните их или согласитесь с ними.*

*Задание 5. Определите функционально-смысловые тип и подтип, к которым относятся данные тексты.*

(1) Один из красивейших дворцов на Фонтанке — Шереметевский, более известный как Фонтанный дом, возведен в 1740-е годы архитектором Саввой Чевакинским. Этот дворец имеет богатую историю. Здесь скончалась знаменитая крепостная актриса Прасковья Жемчугова, ставшая незадолго до смерти графиней Шереметевой. Орест Кипренский писал тут портрет Пушкина, Михаил Глинка слушал капеллу Шереметевых — лучший частный хор России. А Анна Ахматова жила во флигеле дворца, где в 1989 году был открыт музей ее имени. Как и в любом уважаемом старинном доме, в нем есть и фамильное привидение — призрак убитого фаворита Екатерины II камер-юнкера Жихарева.

(2) Глобализация в ее нынешнем варианте основана на доминировании США как мирового финансового центра и эмитента мировой резервной валюты при выводе промышленности в слаборазвитые страны с дешевой рабочей силой, неспособные предъявить собственные экономические и политические амбиции. Сейчас же ситуация существенно меняется — Китай быстро набирает силу и политическое влияние и, обладая триллионными золото-валютными резервами, способен оказывать мощное влияние и на финансовые рынки. Доверие же к доллару ослабляется сильными экономическими дисбалансами США. Кроме того, в отличие от технологического бума 90-х, центром которого стала Силиконовая долина, США сейчас труднее предъявлять явные конкурентные преимущества, оправдывающие их доминирование в мировой экономике и системе международного разделения труда. Поэтому конструкция сегодняшней глобализации становится менее устойчивой, и ее рано или поздно придется менять, в том числе и путем снижения зависимости американской экономики от внешнеторговых партнеров, восстановления собственной промышленности. Решатся ли на это демократы в ближайшие годы — сказать пока затруднительно (*Из выступления О. Бельской*).

*Задание 6. Напишите динамическое описание какой-либо достопримечательности вашего города.*

*Задание 7. В редакционной статье журнала «За рулем» поднимается важная проблема. Прочитайте статью и напишите в редакцию письмо со своими рассуждениями по этому поводу. Приведите примеры и факты для иллюстрации своих аргументов.*

Недавно Ватикан выпустил текст, в котором нуждается и мы, россияне. Агрессивность, неуважение друг к другу — именно здесь католическая цер-

ковь видит первопричину того зла, которое ежегодно уносит жизнь и здоровье сотен тысяч людей на дорогах. Законы и правила в этих случаях оказываются бессильны. «Десять заповедей автомобилиста» — призыв не столько к уму, сколько к совести каждого, кто сел за руль.

Все так просто: автомобиль не должен пробуждать в людях первобытные реакции — вызывать стремление продемонстрировать превосходство, власть, силу. Не убий, будь снисходителен, милосерден — все эти известные, в общем-то, истины приобретают новый смысл, когда исходят из источника с авторитетом тысячелетий. На многих они, возможно, подействуют.

Совсем недавно увидел, как ехавший мне навстречу дорогой джип вдруг резко притормозил — других автомобилей перед ним не было. В удивлении я тоже остановился. И тут вижу, что на дорогу с противоположной стороны собирается выйти бабушка с внуком. Водитель спокойно подождал, пока они завершат переход, и мы плавно тронулись, подав друг другу приветственный знак рукой.

*Задание 8. Найдите в художественной литературе и публицистике примеры трех функционально-смысловых типов речи.*

Цель занятий к § 5 — ознакомившись с основными характеристиками каждого функционального стиля, научиться различать функциональные стили речи.

Напомним, что *функциональный стиль* — это подсистема литературного языка, определяемая условиями и целями общения в определенной сфере общественной деятельности и обладающая некими стилистически значимыми языковыми средствами. Выделяют следующие функциональные стили: *научный, официально-деловой, публицистический, художественный, разговорно-обиходный.*

*Задание 1. Прочитайте текст, найдите в нем характерные признаки разговорного стиля, научного стиля, а также слова и словосочетания с экспрессивной, эмоциональной окраской.*

После моего доклада слово взял первый оппонент. Как он понес меня по кочкам! Честное слово, он вывернул наизнанку все слабые места моей работы, даже те, о которых знал только я сам. «Ну, — думаю, — и ты, Брут, продался большевикам!»

Через пять минут я понял, что работу надо снимать с защиты. В этот момент оппонент изрекает: «Но, товарищи, указанные мной незначительные недостатки не должны закрывать от нас достоинства работы, а именно...» — и на полчас выдает фонтан достоинств, о которых до этой минуты я даже не подозревал.

Вражеская партия, до сего момента потиравшая руки в предвкушении разгрома, тоже офигела — в совете не принято повторяться, и врагам уже просто не о чем говорить... (Из Интернета).

**Задание 2.** Составьте краткий отчет о выступлении оппонента диссертанта (по тексту задания 1), соблюдая строгость научного стиля в его письменной разновидности.

**Задание 3.** В Интернете на сайтах «Наука и техника» даже серьезные научные статьи предлагаются широкому читателю и потому содержат элементы разговорного стиля. Прочитайте фрагмент статьи «О понимании и знании» М. Ваннаха и найдите там разговорные и книжные стилистически окрашенные единицы.

Есть один распространенный предрассудок. Противопоставление жалкого зубрилки, набитого знаниями, и талантливого самородка, почти ничего не знающего, зато замечательно все понимающего.

Но дело в том, что понимание иногда бывает штукой довольно опасной. Суеверия всего света основываются на возможности, ничего не узнав, понять почти все. Блеск молнии — это Мьёлнир, самовозвращающийся молот бога Тора или стрела Перуна. Грохот грома — колеса колесницы Ильи-пророка.

Понятно? Весьма! Что тут не понять!

А электромагнетизм — ну, его не понять без теории Максвелла. А сие штука смутная. Как хотелось бы, чтобы ее творец взял на себя труд изложить оную «на обычном языке столь же полно, ясно и определенно, как и на языке формул? Если такое возможно, то не был бы их перевод с иероглифики поистине благодеянием для таких, как я, чтобы мы могли проверить их в эксперименте? Если такое возможно, то разве было бы плохо, чтобы математики, работающие над этими предметами, излагали свои результаты в популярном, полезном и рабочем виде, так же, как они излагают их в наиболее удобном и полезном для себя виде?»

Это не какой-нибудь обремененный хвостами заднескамеечник. Это — Майкл Фарадей. Так он писал Джеймсу Клерку Максвеллу в 1857 году. Видимо, искренне полагая, что уравнения Максвелла могут быть без потери смысла изложены словами. Такое, однако, пока не удалось никому.

В основе понимания должно лежать знание. Причем знание формальное, возникающее из довольно громоздкого (и поначалу весьма скучного!) набора операций над скалярами и векторами. «Царских дорог к знанию нет», как говорил древний мудрец.

**Задание 4.** Допишите рекламную статью о Таиланде, вставив 3–4 предложения об истории его взаимоотношений с Россией. Начало статьи такое:

Таиланд — далекий и загадочный. Он манит нас тропическим солнцем, морскими пляжами, уникальной культурой и неподражаемым колоритом... Он совсем не похож на Россию, и нам сложно представить, что когда-то эти страны связывали тесные отношения.



*Продолжите статью согласно поставленной задаче, используя следующий текст:*

В конце XIX века королевство Сиам (так именовался Таиланд до 1939 года) оказалось под угрозой завоевания Германией и Японией. Король Сиам обратился за помощью к императору России — самой мощной и влиятельной, по его мнению, европейской державы. Ответ последовал незамедлительно — в 1892 году крейсер «Память Азова» с будущим царем Николаем II на борту встал на рейд в Сиамском заливе. Цесаревича с почестями приняли в королевском дворце. Король Чулалонгкорн в знак дружбы и особой признательности между Сиамом и Россией одарил молодого Николая множеством подарков и даже ввел в сиамской армии русскую военную форму, которую до сих пор носят солдаты королевской гвардии, охраняющие Гранд-палас в Бангкоке: красные мундиры, золотые эполеты, галуны, лампасы, сапоги со шпорами...

*За д а н и е 5. Сравните две рекомендации туристам. Найдите их различия на уровне лексики, синтаксиса; определите функциональные разновидности текстов.*

(1) При наступлении страхового случая застрахованный обязан в течение 24 часов с момента обнаружения факта пропажи, полной гибели или частичного повреждения багажа сообщить должностным лицам авиалинии, морской линии или другого перевозчика, под ответственностью которых находился зарегистрированный багаж, о факте страхового случая, соответствующим образом оформить свои претензии к перевозчику и получить рапорт о факте пропажи, полной гибели или частичном повреждении багажа от должностных лиц перевозчика.

(2) Если багаж потерялся, нужно написать официальное заявление по форме, отдать местным властям, а дальше... ждать. Причем не просто ждать, а ждать активно.

Так, при пропаже багажа на рейсе в Москву из Янгона приходится:

- оформить заявку на розыск;
- подробно описать чемоданы;
- как можно точнее указать, что там у вас было внутри;
- звонить в московский офис по два-три раза в день;
- написать пяток писем по e-мейлу;
- через семь дней узнать, что багаж найден в Коломбо;
- через два дня получить его в Домодедово в Москве в целости и сохранности.

*За д а н и е 6. Прочитайте выдержки из резюме. Цифрой 1 обозначьте логические, смысловые ошибки, цифрой 2 — стилистические ошибки, а именно употребление иноязычных единиц в официально-деловом стиле.*

— Желаемая должность: секретарь-референт с привлекательной внешностью. Опыт работы: ведение переговоров, выписка счетов, завод приходно-

расходных накладных в базу данных, простановка печатей на документы. Увлечения: семья, компьютер, бильярд, фильмы с Аль-Пачино, видеосъемка.

— Место прежней работы — водитель генерального директора табачного холдинга. Причина увольнения — ликвидация директора.

— Мои личные качества: грамотность, интеллигентность, автомобильность.

— Владение языками:

Немецкий — пара слов.

Английский: свободно (пишу, читаю), хорошо (говорю).

Иврит: говорю и понимаю с трудом.

Украинский: владею свободно.

Латынью владею классно, разговорной практики, к сожалению, не было.

— Сильные стороны: ответственный, дисциплинированный. Слабые стороны: вспыльчив, необязателен.

— Коммуникабелен в высшей степени, что иногда приводит к нежелательным последствиям.

— Жду любезного приглашения на собеседование.

— Обладаю приличными внешними данными, которые в сочетании с умом и жизненным опытом не заставят вас пожалеть о вашем выборе сотрудника.

— Семейное положение: свободен как птица.

— Имею огромное желание найти работу в соответствии с моими возможностями и обликом.

*Задание 7. Прочитайте деловой документ, написанный иностранным студентом. Найдите ошибки и квалифицируйте их согласно пунктам в рамке.*

Объяснительная записка

Дорогая преподавательница! Цель студента — это учеба. Он учится себе, чтобы получить знания. Когда он отсутствовал на занятии, он оказал неуважение к преподавателю. Все понимаю. Короче, я не мог победить себя, чтобы ходить на занятия.

Извините.

Ваш студент Лан.

Типы ошибок:

- документ не имеет соответствующей формы;
- в деловой речи дан разговорный вариант названия профессии (для лиц женского пола);
- в объяснительной записке использовано обращение;
- абстрактные, отвлеченные рассуждения введены в деловой документ;
- использованы существительные и местоимения в обобщенном значении;
- введен неуместный разговорный штамп;
- употребление этикетных формул не соответствует требованиям стиля.

**З а д а н и е 8.** *Проанализируйте следующий документ по образцу задания 7. Объяснительная записка.*

Дорогой мой декан, здравствуйте! Я днем и ночью думаю о программе моей учебы. Чувствую внутри, что мне надо учиться в группе, где есть математика, потому что я хочу экономического факультета, но знания по математике в моей голове бледны, я учу только русский язык. Очень, очень жалею, что время математики пропало, а ведь время молодости невосвратно. Не век же мне учиться в школе, пора входить в общество. Разрешите мою просьбу, у меня будет благодарность!

От души! Дайте мне судьбу, и я вам покажу!

Ваш студент Ли.

**З а д а н и е 9.** *Составьте письменную инструкцию к мобильному телефону для пожилого технически неграмотного покупателя, избегая специальных терминов.*

## Глава 3

# Ораторская речь

Ораторской речью называют воздействующую, убеждающую речь, которая обращена к широкой аудитории, произносится профессионалом речи (оратором) и имеет своей целью изменить поведение аудитории, ее взгляды, убеждения, настроения и т.д. Стремление говорящего изменить поведение слушателя может касаться самых различных сторон его жизни: убедить голосовать за нужного депутата, склонить к принятию нужного решения в сфере коммерческой деятельности, побудить покупать определенные товары и т.д. Конкретных целей существует бесчисленное множество, но в любом случае воздействующая речь направлена на внеязыковую действительность, в сферу жизненных интересов, потребностей слушателя. Умение убеждать всегда ценилось обществом. Особенно велика роль профессионала речи в сфере политики, общественной деятельности. Возрастание роли воздействующей речи в жизни общества привело в древности к возникновению соответствующего учения — *риторики*, в русской традиции — *красноречия*, *ораторского искусства*.

Традиционная риторика состояла из пяти частей — отдельных учений. Учение о *нахождении* занималось содержательной разработкой текста. Учение о *расположении* — вопросами композиции воздействующего текста. Предметом учения о *выражении* — центральной части риторического учения — являлись такие качества речи, как правильность, ясность, четкость, точность, уместность, а также художественная обработка речевого материала, форма и приемы подачи содержания. Эта часть риторики включала в себя раздел о тропах и фигурах речи. Учение о *запоминании* имело целью развить профессиональные навыки оратора, связанные с работой памяти. Наконец, учение о *произнесении* разрабатывало теорию звучащей речи. Сам акт произнесения воспринимался как действие оратора, требующее определенного результата.

Для общества в целом основная цель обучения языку состоит в том, чтобы научить каждого человека облекать любую социально значимую информацию в соответствующую речевую форму. Это определяет сегодня рост интереса к проблемам старой риторической науки, к теории убеждающей речи вообще.

## § 1. Выступление как разновидность ораторской прозы

### *Содержание и композиция*

Выступление на собрании, совещании, митинге, в средствах массовой информации — разновидность ораторской прозы. Задача выступающего никогда не сводится к изложению некоторого объема информации. Он вынужден, как правило, отстаивать свою точку зрения, склонять других к ее принятию, убеждать в своей правоте и т.п. Выступления могут различаться по тематике, объему, целям. Неодинаковы бывают аудитории, перед которыми выступают ораторы. Однако существуют устойчивые, типовые приемы речевой разработки текста выступления. Совокупность этих приемов можно изложить в виде набора рекомендаций.

1. К выступлению обязательно нужно подготовиться. Не следует рассчитывать на удачную импровизацию, необходимо использовать даже малейшую возможность для подготовки.

2. Прежде всего следует четко сформулировать тему выступления, спросив себя: что я хочу сказать? Не следует самоуверенно полагать, что говорящему это всегда и так ясно. Многие выступающие только после того, как начали говорить, осознают, что недостаточно четко представляют мысль, которую собирались донести до слушателей, а те, как правило, понимают неподготовленность выступающего раньше его.

3. Определите цель выступления. Чего бы вы хотели добиться? Обозначить новую проблему? Опровергнуть чужую точку зрения? Пореубедить аудиторию? Изменить ход обсуждения? Внести существенные дополнения в обсуждаемую проблему?

4. В начале выступления сразу же сформулируйте основную его мысль, основной тезис. Не следует затягивать с введением тезиса. До тех пор пока слушатели не поймут, о чем вы собираетесь говорить, их внимание будет рассеянным, несосредоточенным. Помните, что если вы затягиваете изложение сути дела, то раздражение аудитории растет в геометрической прогрессии.

5. Определите главную мысль, расчлените ее на отдельные составляющие. Такое членение должно быть проведено последовательно на основе одного принципа. Компоненты главной мысли должны быть соразмерны по важности, связаны между собой в одно целое. Каждый из них будет представлять отдельную часть вашего выступления, которая может быть названа по его ключевому слову.

6. Начинайте изложение содержания с самых главных, основополагающих тезисов. На конец оставьте второстепенные, дополнительные компоненты. Если внимание аудитории ослабнет, притупится, то это произойдет на наименее важных частях вашего выступления.

7. В случае необходимости подберите к каждому тезису соответствующую информацию: статистические данные, сведения из истории вопроса, результаты социологических опросов и т.п.

8. Свое мнение можно подкрепить ссылкой на лицо, которое признано авторитетным. Для этого целесообразно привести цитату, пересказать другой текст, воспроизвести элементы личной беседы и т.п.

9. Высказываемая мысль будет более убедительной, если вы подкрепите ее примерами.

10. Приводя аргументы в обоснование своего мнения, расположите их таким образом, чтобы их доказательная сила возрастала. Поставьте самые сильные аргументы в конце. Конечный аргумент фиксируется в памяти лучше, чем первый.

11. Оцените непротиворечивость текста в целом. Проверьте, насколько соответствует последовательность изложения материала поставленной цели, характеру аудитории, конкретной речевой ситуации, сложившейся к моменту начала вашего выступления.

Наиболее типичные погрешности выступления: значительные отступления от основного содержания, непоследовательность, несоразмерность отдельных частей, неубедительные примеры, повторы.

### *Подготовка выступления*

Каждому выступлению свойственна своя специфика подготовки, но это не означает, что общие принципы работы над его текстом отсутствуют.

Продемонстрируем главные особенности разработки содержания ораторского выступления на конкретном примере речи А.И. Солженицына, которую он произнес при вручении ему премии «Фонда Свободы».

1. Многоуважаемые господа, руководители и представители «Фонда Свободы»!

2. Я живо тронут вашим решением присудить мне вашу премию. Принимаю ее с благодарностью и с сознанием долга перед тем высоким человеческим понятием, которое звучит, содержится, заключено в названии вашей организации, в символе, соединившем нас сегодня здесь. Этого символа естественно коснуться и в моем ответном слове.

3. В такой ситуации, как сегодня, легче всего поддаться декламации о мрачных пропастях тоталитаризма и восхвалению светлых твердынь западной свободы. Гораздо трудней, но и плодотворней посмотреть критически на самих себя. Если область свободных общественных систем на Земле все сужается и огромные континенты, недавно как будто получавшие свободу, утягиваются в область тираний, то в этом виноват не только тоталитаризм, для которого проглатывать свободу есть функция естественного роста, но, очевидно, и сами свободные системы, что-то утерявшие в своей внутренней силе и устойчивости.

4. Наши с вами представления о многих событиях и явлениях опираются на несходный жизненный опыт, поэтому могут заметно различаться, однако именно этот угол между лучами зрения и может помочь нам объемнее воспринять предмет. Я осмелюсь обратиться ваше внимание на некоторые аспекты свободы, о которых не модно говорить, но от этого они не перестают быть, значит, и влиять.

5. Понятие свободы нельзя верно охватить без оценки жизненных задач нашего земного существования. Я сторонник того взгляда, что жизненная цель каждого из нас — не бескрайнее наслаждение материальными благами, но: покинуть Землю лучшим, чем пришел на нее, чем это было определено нашими наследственными задатками, т.е. за время нашей жизни пройти некий путь духовного усовершенствования. (Сумма таких процессов только и может назваться духовным прогрессом человечества.) Если так, то внешняя свобода оказывается не самодовлеющей целью людей и обществ, а лишь подсобным средством нашего неискаженного развития; только возможностью для нас — прожить не животным, а человеческим существом; только условием, чтобы человек лучше выполнил свое земное назначение. И свобода — не единственное такое условие. Никак не меньше внешней свободы нуждается человек — в незагрязненном просторе для души, в возможностях душевного сосредоточения.

6. Увы, современная цивилизованная свобода именно этого простора не хочет оставить нам. Увы, именно за последние десятилетия само наше представление о свободе снизилось и измельчилось по сравнению с предыдущими веками, оно свелось почти исключительно к свободе от наружного давления, к свободе от государственного насилия. К свободе, понятой всего лишь на юридическом уровне — и не выше.

7. Свобода! — принудительно засорять коммерческим мусором почтовые ящики, глаза, уши, мозги людей, телевизионные передачи, так чтобы ни одну нельзя было посмотреть со связным смыслом. Свобода! — навязывать информацию, не считаясь с правом человека не получать ее, с правом человека на душевный покой. Свобода! — плевать в глаза и души прохожих и проезжих рекламой. Свобода! — издателей и кинопродюсеров отравлять молодое поколение растлительной мерзостью. Свобода! — подростков 14—18 лет упиваться досугом и наслаждениями вместо усиленных занятий и духовного роста. Свобода! — взрослых молодых людей искать безделья и жить за счет общества. Свобода! — забастовщиков, доведенная до свободы лишать всех остальных граждан нормальной жизни, работы, передвижения, воды и еды. Свобода! — оправдательных речей, когда сам адвокат знает о виновности подсудимого. Свобода! — так вознести юридическое право страхования, чтобы даже милосердие могло быть сведено к вымогательству. Свобода! — случайных пошлых перьев безответственно скользить по поверхности любого вопроса, спеша сформировать общественное мнение. Свобода! — сбора сплетен, когда журналист для своих интересов не пожалеет ни отца родного, ни родного Отечества. Свобода! — разглашать оборонные секреты своей страны для личных политических целей. Свобода! — бизнесмена на любую коммерческую сделку, сколько бы людей она ни обратила в несчастье или предала бы собственную страну. Свобода! — для террористов уходить от наказания, жалость к ним как смертный приговор всему остальному обществу. Свобода! — целых государств иждивенчески вымогать помощь со стороны, а не трудиться построить свою экономику. Свобода! — как безразличие к попираемой дальней чужой свободе. Свобода! — даже не защищать и собственную свободу, пусть рискует жизнью кто-нибудь другой.

8. Все эти свободы юридически часто безупречны, но нравственно — все порочны. На их примере мы видим, что совокупность всех прав свободы — далеко еще не есть Свобода человека и общества, это только возможность, она обращается по-разному. Все это — невысокий тип свободы. Не та свобода, которая возвышает человеческий род. Но — истерическая свобода, которая достоверно может его погубить.

9. Подлинно человеческая свобода — есть от Бога нам данная свобода внутренняя, свобода определения своих поступков, но и духовная ответственность за них. И истинно понимает свободу не тот, кто спешит корыстно использовать свои юридические права, а тот, кто имеет совесть ограничить самого себя и при юридической правоте. Не тот, кто спешит выиграть благоприятный судебный процесс, но кто имеет благородство отказаться от него, — напротив: публично открыть свои промахи или проступки. То, что называлось стародавним и теперь уже странным словом — честь.



10. Я думаю, не будет излишней скромностью признать, что в некоторых славных странах Западного мира в XX в. свобода под видом «развития» деградировала от своих первоначальных высоких форм. Что ни в одной стране на Земле сегодня нет той высшей формы свободы одухотворенных человеческих существ, которая состоит не в лабиринке между статьями законов, но в добровольном самоограничении и в полном сознании ответственности — как эти свободы задуманы были нашими предками.

11. Однако я глубоко верю в неповрежденность, здоровье корней великодушной мощной американской нации с требовательной честностью ее молодежи и недремлющим нравственным чувством. Я своими глазами видел американскую провинцию — и именно поэтому с твердой надеждой сегодня высказываю здесь это все.

Цель этого выступления ясна — дать анализ как самого понятия «свобода», так и его роли в жизни мирового сообщества, с тем чтобы люди смогли более глубоко осознать смысл и роль данного ключевого понятия. Все это позволяет квалифицировать выступление Солженицына как воздействующую речь, т.е. как ораторское выступление. Содержание его разрабатывается следующим образом: 1-й абзац — обращение; во 2-м абзаце автор выражает благодарность учредителям премии и определяет тему своего выступления — «свобода» как ключевое, символическое слово; в 3-м абзаце ставится проблема, которая затем (в 4—6-м абзацах) расчленяется на более частные аспекты: свобода как условие неискаженного духовного развития и свобода как понятие, трактуемое на юридическом уровне; в 7-м абзаце приводятся примеры, подтверждающие несостоятельность узкого, юридического толкования свободы, а в 8-м дается комментарий этой несостоятельности; в 9—10-м абзацах развертывается истинное, более глубокое понимание свободы. Выступление заканчивается выводом-призывом, в котором автор выражает уверенность в том, что его слушатели последуют этому второму, истинному пониманию свободы.

### *Информационное обеспечение выступления*

Выступающему необходимо уделять особое внимание иллюстративному материалу и материалу, составляющему информационное обеспечение выступления.

Следует заранее продумать, какие цифры вы приведете. В тексте не должно быть много цифрового материала, так как большое количество цифр утомляет слушателей, заслоняет главное. Цифры должны быть понятными, опираться на реальные фоновые знания аудитории. На-

пример, широкой аудитории малопонятны или непонятны совсем цифровые данные об урожайности, урожаях, количестве выработанных или затраченных энергоресурсов, спортивных рекордах и т.д. Поскольку редко кто может знать, например, какова урожайность, ржи или ячменя в средней полосе России, такие показатели следует приводить в сравнении. В аудитории, составленной из специалистов, цифрового материала может быть больше. Фоновые знания специалиста позволяют ему усваивать этот материал более быстро и легко. Следует по возможности ярко, оригинально интерпретировать цифровые данные. Например, один из российских корреспондентов в Японии так объяснил аудитории, насколько велика стоимость земли в центре Токио: «Я стою в центре Токио, в руках у меня самая крупная денежная купюра Японии. Один квадратный метр земли, на которой я стою, стоит так дорого, что купюры, заплаченные за него, покроют поверхность квадратного метра земли несколькими слоями».

В некоторых случаях цифры следует округлять, так они лучше воспринимаются и запоминаются («Население Н. составляет почти 500 тысяч человек»). Но округление нежелательно в сообщении о числе жертв, размере нанесенного ущерба; здесь оно может вызвать у слушателей чувство недоверия.

При подготовке текста выступления отдельное, самостоятельное ее направление составляет работа с цитатами. Назначение цитаты может быть различным. Одни цитаты рассчитаны на эмоции, другие апеллируют к сознанию, убеждают приведенным фактическим материалом, третьи опираются на авторитет источника, мнение всем известного человека, авторитет которого неоспорим. Такой механизм использования цитаты характерен для сакральных (священных) текстов (например при цитировании Библии), а также для идеологических текстов особой значимости (в недавнем прошлом, например, при цитировании произведений В.И. Ленина).

Если цитата действительно необходима в выступлении, то независимо от ее типа и назначения обязательно нужно, во-первых, проверить цитату. В этом случае совершенно неуместно полагаться на собственную память, а обратиться к источнику цитаты — оригиналу. Во-вторых, смысл цитаты в тексте должен совпадать со смыслом ее в тексте-источнике. В-третьих, по своему объему цитата должна быть достаточна для того, чтобы ее смысл был относительно самостоятелен и устойчив. Если цитируется очень малый объем речевого материала, то не следует жалеть времени на разъяснение аудитории смысла цитируемых слов. Усеченное цитирование — один из способов манипулирования общественным мнением.

Следует вести постоянную работу по подбору цитат, их систематизации и обновлению.

### *Контакт с аудиторией*

Постоянный контакт с аудиторией — ключевая проблема ораторского выступления. Если контакта с аудиторией нет, то либо теряет смысл само выступление в целом, либо резко снижается его эффективность. Работа по поддержанию такого контакта многопланова и одновременно ведется в нескольких направлениях.

**Коммуникативное состояние говорящего.** Под коммуникативным состоянием говорящего понимается совокупность характеристик говорящего, оказывающих влияние на его способность устанавливать контакт с аудиторией и поддерживать его. Сформировать нужное коммуникативное состояние, которое позволит успешно взаимодействовать с аудиторией, означает следующее:

- запретить себе думать о посторонних вещах;
- сосредоточить свое внимание на слушателях;
- внимательно следить за реакцией слушателей;
- убедить себя в том, что в данный момент нет ничего более важного и значимого, чем ваше выступление и внимание аудитории;
- вкладывать в речевое действие все физические и моральные силы;
- иметь наступательный волевой настрой: вести аудиторию за собой, а не идти у нее на поводу;
- понимать, что публичное выступление — это профессиональное действие, связанное с осуществлением вашего намерения достичь цели.

Все составляющие внутреннего состояния говорящего находят отражение в его мимике, взгляде, позе, осанке, движениях тела. Эта информация считывается аудиторией на подсознательном уровне, из чего следует, что провалить свое выступление можно даже до произнесения первого слова. Оратору нельзя выходить к аудитории расслабленным, безвольным, равнодушным, безынициативным. Все это не останется незамеченным аудиторией, и ее реакция будет неблагоприятной, пассивной.

**Контактоустанавливающие речевые действия.** О контакте с аудиторией следует помнить еще при подготовке текста выступления. Существуют специальные речевые действия, назначение которых — установление и поддержание контакта. К ним относятся: обращение, приветствие, комплимент, прощание. Варианты таких речевых действий хорошо разработаны и приводятся в пособиях по речевому этикету. Следует выбрать для себя несколько подходящих и хорошо освоить

их в интонационном отношении, в отношении стиля. Начинать выступление без приветствия и обращения можно лишь на сугубо деловом совещании в узком кругу специалистов, встречи с которыми происходят достаточно часто. Обращения уместны и в центральной части выступления, поскольку активизируют внимание слушателей.

Очень важную роль при поддержании контакта играют метатекстовые конструкции. Метатекст — это слова и предложения вашей речи, в которых вы передаете то, как она построена, о чем и в какой последовательности вы собираетесь говорить или писать, т.е. это текст о тексте. Метатекстовое оформление выступления можно уподобить разметке проезжей части дороги и расстановке вдоль дороги указателей, обозначающих повороты, уклоны, трудные места. Хороший оратор всегда обозначает метатекстовыми конструкциями части своего выступления: *в начале своего выступления я бы хотел обратить ваше внимание на...; повторим, еще раз...; теперь перейдем к вопросу о...; во-первых...; во-вторых...; в-третьих...; в заключение хотелось бы сказать о том, что...* и т.п.

**Диалогизация выступления.** Для успешного общения с аудиторией, постоянного контакта с ней очень важно внести в выступление элементы диалога. Диалог — основная коммуникативная форма речи. Именно диалог представляет собой изначальную, первичную форму существования языка, отвечающую диалогичности самой природы человеческого мышления. Любое сказанное слово представляет собой реакцию на чужое слово. Монолог — это искусственное речевое построение; по сравнению с диалогической речью он вторичен. Усвоение и построение монологической речи требуют специальных усилий, дополнительного обучения. Монологический текст воспринимается всегда более затруднительно, чем диалог. Поскольку ораторское выступление — это монологическая речь, то для успешного и постоянного контакта с аудиторией очень важно вносить в него элементы диалога. Рассмотрим простейшие приемы диалогизации текста.

Любую тему, ее отдельные частные аспекты можно обозначить в виде *вопросно-ответного единства*: «Задумаемся: если кому-то народ оказывает доверие, то для чего он это делает? Исключительно для того, чтобы избранник решал его, народа, проблемы» (*Из газеты*). Данное содержание можно было бы выразить в следующем виде: «Если народ кому-то оказывает доверие, то он делает это исключительно для того, чтобы избранник решал его, народа, проблемы». Однако такая конструкция труднее для восприятия и обладает меньшей контактоустанавливающей силой. Сила воздействия увеличивается, если расположить рядом два, три вопроса: «Во-первых, что такое народное доверие? По каким критериям можно определить, пользуется тот или

иной кабинет народным доверием или нет? По тиражируемым СМИ рейтингам популярности (или непопулярности) главы кабинета?»

Диалогизация текста может строиться и иначе. Говорящий в ходе выступления передает точку зрения предполагаемого оппонента, собеседника, слушателя, чтобы затем присоединиться к ней, уточнить, опровергнуть и т.д.:

«Я прекрасно понимаю, что сорок раз еще опозорюсь и с передачей, и с личной жизнью. Не смогу ответить на какой-нибудь вопрос. Найдутся остроловы, которые меня засмеют. Журналисты начнут писать: «*Куда ты лезешь со своей прошлой жизнью?*» Но это надо пережить»; «А ведь бывают случаи, когда не психиатр даже, а только священник может помочь. Но к нему стесняются идти. *Ему же руку надо целовать, мало ли что еще...* У нас ведь масса предубеждений, которые возникли благодаря советской власти»

*(Из газеты).*

Выделенные курсивом конструкции передают речь воображаемых, предполагаемых оппонентов или собеседников, которые в ходе выступления легко узнают себя, свою позицию и более внимательно отнесутся к словам оратора.

### ***Синтаксические особенности ораторской речи***

Поскольку устная речь необратима, говорящий должен постоянно заботиться о том, чтобы она легко, с первого раза воспринималась слушателями. Обязанность выступающего — свести к минимуму затруднения при восприятии его речи. Прежде всего следует иметь в виду некоторые синтаксические параметры текста.

1. Простые предложения и части сложных предложений не должны быть чрезмерно длинными. Предел оперативной памяти ограничен длиной словесной цепочки из 5—7 слов.

2. Легче воспринимаются типы конструкций, тяготеющие к сфере разговорной речи. По структуре эти конструкции представляют собой предложения нераспространенные и малораспространенные, одноставные (определенно-личные, неопределенно-личные, обобщенно-личные, безличные, назывные), неполные, неосложненные. Эти конструкции могут быть как самостоятельными предложениями, так и частями сложных предложений, например:

«Причина четвертая: сила семейной традиции. Человек родился и вырос в шахтерском краю, где кормилец на всех один — уголек. В шахте 30 лет откалывал уголь его отец, умерший от силикоза. В забое работает старший брат. А теперь опускается он. И это привычное дело дает молодому шахтеру ощущение безопасности» *(Из газеты).*

Для написания (или произношения) текста такого типа следует ориентироваться на разговорную интонацию. Интонационный рису-

нок текста задается его синтаксическим строем. Поэтому при ориентации на разговорную интонацию формируется соответствующий синтаксический строй текста. Длинные предложения, т.е. значительно распространенные и осложненные причастными, деепричастными оборотами, вставными конструкциями, сложные предложения с большим количеством придаточных частей затрудняют восприятие и неприемлемы для ораторского воздействующего выступления.

3. Нежелательно употреблять конструкции страдательного залога. Их естественная сфера функционирования — официально-деловой стиль, тексты, рассчитанные прежде всего на передачу и сохранение информации, а не на воздействие. Сравним две конструкции:

а) «Когда на одной из неблагополучных шахт Воркуты Гостехнадзор пригрозил отобрать лицензию из-за нарушений техники безопасности, горняками это было воспринято как покушение на права человека» (*Из газеты*);

б) «На одной из неблагополучных шахт Воркуты Гостехнадзор пригрозил отобрать лицензию из-за нарушений техники безопасности. Горняки восприняли это как покушение на права человека».

При работе с массовой аудиторией следует предпочесть вторую конструкцию.

### ***Лексические особенности ораторской речи***

Восприятие речи значительно осложняется использованием отглагольных существительных, заканчивающихся на *-ние*, *-тие*, а также подобных им. Любое отглагольное существительное — это свернутое предложение, оно является как бы ступком смысла, требующим развертывания и осознания. Поэтому текст с большим количеством отглагольных существительных, как правило, мало пригоден для ораторского выступления, например:

«Необходимо разрешение региональных конфликтов на основе компромисса, восстановление стабильности всюду в мире, где она нарушена; прекращение поддержки дестабилизирующих и экстремистских сил, всех террористических группировок, не должно быть попыток расширения зоны влияния одной стороны за счет другой; необходима совместная работа всех стран для решения экономических, социальных и экологических проблем».

К недостаткам данного предложения, затрудняющим его восприятие, следует отнести, во-первых, значительную распространенность и осложненность предложения; во-вторых, большое количество отглагольных существительных: *разрешение*, *восстановление*, *прекращение*, *расширение*, *влияние*, *решение*. Можно предложить следующий вариант текста, более пригодный для устного восприятия:

«Необходимо разрешить региональные конфликты на основе компромисса и восстановить стабильность всюду, где она нарушена. Нужно не допускать попыток расширить зоны влияния одной стороны за счет другой. Следует прекратить поддерживать дестабилизирующие и экстремистские силы, террористические группировки. Все страны должны совместно решать общие экономические, социальные и экологические проблемы».

При подготовке ораторского выступления нельзя также злоупотреблять использованием терминов: не перегружайте текст терминологией и узкоспециальными терминами.

### *Èè-íñðíóé òèì íáùáíëÿ*

Контакт с аудиторией будет более успешным при использовании выступающим личностного типа общения, при котором работа с аудиторией строится как беседа с конкретным лицом («живая» беседа). Личностный тип общения предполагает, что говорящий в ходе выступления четко обозначает свое авторское Я: свое отношение к предмету речи, к собеседнику.

В качестве средства выражения авторского Я опытные ораторы используют практически все средства языка — местоимения, частицы, вводные слова, сложноподчиненные предложения с придаточным изъяснительным, выражение авторского Я является основным функциональным назначением. Частицы (*лишь, даже, вот, же* и др.), несмотря на малую величину звукового материала, совершенно однозначно указывают на присутствие в тексте голоса автора, довольно часто выражая и авторское отношение. Некоторые частицы очень экспрессивны, выразительны (*знай себе, взял да и др.*). С той же целью используются вводные слова или конструкции, особенно четко и определенно выражающие отношение, например:

«Но, *так или иначе*, даже на неудачных его стихах, на всем, что слетало с его уст, был налет какого-то божественного, экстатического вдохновения, как это бывало у пророчествовавших юродивых на Руси» (*Из газеты*).

Данный текст буквально насыщен местоимениями: *его, всем, что, какого-то, это*. Все они, а также вводная конструкция *так или иначе* и частица *даже* создают в тексте ощущение звучания авторского голоса.

Наиболее ярко выражают авторское отношение (и, соответственно, авторское Я) сложноподчиненные предложения с придаточным изъяснительным (с конструкциями типа: *я считаю, что; ясно, что*): «Тут, *кстати, замечу, что* произведениями искусства пасхальные яйца стали в те времена, когда в обряде дарения яиц на Пасху стали участвовать царские и великокняжеские семьи». Выделенная курсивом конструкция может быть опущена без всякого ущерба для сообщаемой информации. Ее

назначение — помочь говорящему обозначить свое Я в тексте и тем самым сделать свое выступление более личностным, т.е. обращенным к аудитории.

\* \* \*

Таким образом, готовясь к выступлению, мы должны позаботиться об убедительной содержательной разработке темы, ее хорошей информационной поддержке. Речевое оформление выступления должно обеспечивать постоянный контакт с аудиторией и способствовать быстрому и надежному усвоению содержания.

## § 2. Логика, этика, эстетика речи. Правила построения ораторской речи

Логические аспекты выступления изучены и разработаны достаточно глубоко, и с ними можно познакомиться в специальной литературе. Приведем несколько практических советов, которыми необходимо руководствоваться во время выступления:

- Будьте последовательны в своей речи. Не переходите к следующему пункту выступления, пока не закончите предыдущий. Многократное возвращение к недосказанному производит крайне неблагоприятное впечатление.
- Начинайте выступление с наиболее существенных положений, оставляя на конец частное и второстепенное.
- Не тратьте время на то, что не является необходимым в выступлении, без чего можно обойтись.
- Не повторяйтесь. Если считаете необходимым повторить сказанное, оговорите это специально. Дайте понять, что это намеренное повторение.
- Не уходите в сторону от обсуждаемого вопроса; не отвлекайтесь на посторонние, малозначимые для сути дела проблемы, факты, сведения, примеры и т.п.
- В конце выступления обобщите сказанное и сделайте выводы.

### *Логические законы*

Готовя выступление, следует учитывать основные логические законы.

1. **Закон тождества.** Всякая мысль в процессе рассуждения должна быть тождественна самой себе. Этот закон требует, чтобы в выступлении мысль о каком-либо предмете, событии должна иметь определенное устойчивое содержание, сколько бы раз и в какой бы форме к ней ни возвращались.



2. Закон непротиворечия. Два несовместимых друг с другом суждения не могут быть одновременно истинными — по крайней мере одно из них ложно.

3. Закон исключенного третьего. Утверждение и его отрицание не могут быть одновременно ни истинными, ни ложными — если одно из них истинно, то другое — ложно. Если в выступлении сформулировано какое-то положение в виде высказывания, а затем — его отрицание, то одно из этих высказываний будет истинным, а другое — ложным.

4. Закон достаточного основания. Всякая мысль признается истинной, если она имеет достаточное основание. Поскольку наши суждения, высказывания могут быть истинными или ложными, то, утверждая истинность высказывания, следует дать обоснование этой истинности. Опираясь на логические законы, которые носят формальный характер, фиксируют формальную правильность различных интеллектуальных операций в чистом виде, вырабатывают конкретные правила, рекомендации, инструкции, предусматривающие достижение вполне определенного необходимого результата в практической деятельности. Так, исходя из закона непротиворечия может быть сформулировано правило: не использовать противоречивые высказывания. Поэтому говорят не просто о законах логики, а о законах и правилах логики (см.: *Свинцов, В. И.* Логика: элементарный курс для гуманитарных специальностей. М., 1998).

Следует иметь в виду, что логика выступления является лишь составной частью более общей системы приемов, называемой системой аргументации, которая используется в воздействующей, убеждающей речи. Система аргументации включает в себя «способы обоснования и опровержения убеждений, зависимость этих способов от аудитории и обсуждаемой проблемы, своеобразие обоснования в разных областях мышления и деятельности, начиная с естественных и гуманитарных наук и кончая идеологией, пропагандой и искусством...»<sup>1</sup>. Типовые ситуации в ораторском выступлении порождают типовые схемы аргументации. Не все они в логическом отношении являются верными. Укажем наиболее часто встречающиеся ошибки:

• *неполная аналогия.* Приводя умозаключение по аналогии, помните, что аналогия не всегда бывает полной. Утверждение, что «процесс работы над текстом устного выступления аналогичен процессу написания статьи», верно лишь отчасти: есть много общего между написа-

<sup>1</sup> *Ивин, А. А.* Основы теории аргументации. М., 1992. С. 3.

нием статьи и созданием текста устного выступления, но есть и существенные различия. Полной аналогии здесь нет;

- *отождествление временной последовательности событий с их причинной связью*: временная последовательность событий не всегда подразумевает наличие между ними причинно-следственных отношений. Если предприятие оказалось банкротом после внесения изменений в налоговое законодательство, это не означает, что они стали причиной банкротства: такой зависимости может и не быть;

- *квазилогические рассуждения*: «Я не против, когда кто-то решает служебные дела по личному телефону, значит, они тоже не должны быть против, когда я звоню им домой по служебному делу»;

- *ошибки объединения*: «Эта газета для бездомных, следовательно, ее выпускают лица без определенного места жительства»;

- *ошибки разъединения*: «Совет директоров компании исчерпал свои возможности, следовательно, люди, в него входящие, тоже исчерпали свои возможности».

Подробнее о логических ошибках см. в гл. 4.

### *Этика ораторского выступления*

Отношение оратора к аудитории должно быть абсолютно доброжелательным и профессиональным.

*Доброжелательность* предполагает невозможность таких форм речевого поведения, как агрессивность в ее различных проявлениях (упреки, угрозы, оскорбления) и демагогия (ложь).

*Профессиональное отношение* к аудитории предполагает умение работать с любой аудиторией: и с настроенной доброжелательно, и настроенной агрессивно, и с той, которая выказывает к оратору безразличие. Не следует обижаться на аудиторию и вступать с ней в конфликтные отношения. Но это совсем не означает, что оратору можно идти на поводу у аудитории, заигрывать с ней. Оратор должен относиться к аудитории, как врач к больному. Выступление оратора — его профессиональная деятельность, и он обязан руководствоваться интересами дела, подчиняя ему свои чувства, эмоции, оценки.

Отметим некоторые правила, которые должны соблюдать выступающие.

1. Не следует изображать, представлять глупыми, нечестными, непоследовательными, слабохарактерными тех людей, мнение которых вы оспариваете. Нельзя, например, судить о правоте человека по тому, что он непоследователен. Надо разбирать мнение, точку зрения, взгляды оппонента, а не его личные качества.

2. Обращение к чувствам аудитории не должно перерасти в манипулирование ею. Предположим, выступление направлено против кого-либо из администрации города и носит критический характер. Например, не следует говорить о разгуле преступности в городе, вызывая негативные чувства у слушающих, и связывать этот факт с именем оппонента, если он по своим должностным обязанностям не может влиять на соответствующие стороны городской жизни. Не следует говорить о социальных и этнических предрассудках, связывая их с социальным положением или национальностью оппонента и играя на низменных чувствах части аудитории.

3. Не следует отождествлять взгляды человека со взглядами той группы или партии, к которой он принадлежит. Если он, например, коммунист или член ЛДПР, совсем не обязательно, что его взгляды полностью совпадают со взглядами лидера партии или партии в целом.

4. Нельзя искажать мнения оппонентов, с которыми вы полемизируете или на мнения которых опираетесь. Особенно осторожно следует обращаться с цитатами.

5. Не следует бравировать личными качествами, преувеличивать свою роль в каких-либо событиях, совместной деятельности и т.д.

6. Необходимо защищать, обосновывать, доказывать высказанные исходные положения своей точки зрения, концепции. Нельзя представлять то, что требуется доказать, как нечто само собой разумеющееся. Всегда вызывают возражения фразы типа: *ясно, как божий день, что...; конечно, мне незачем вам говорить, что...; ни один человек в здравом уме не будет отрицать, что...; я вас могу заверить в том, что...*

7. В ходе выступления нельзя отказываться от исходных (высказанных или невысказанных) тезисов, сделав вид, что «так и не думали». Вы потеряете доверие.

8. Нельзя преувеличивать сверх здравого смысла отрицательных результатов реальных или возможных действий ваших оппонентов, событий и т.п. Усугубление нежелательных последствий должно быть обоснованным.

9. Не следует требовать, чтобы вашу концепцию признали правильной только на том основании, что вам ваше обоснование представляется убедительным.

### *Эстетические качества речи*

Хорошее выступление — это выступление цельное в ритмико-интонационном отношении. В то же время внутри этого единого ритмико-интонационного целого должно быть разнообразие. Монотонность

притупляет внимание, однообразие ритма и интонации отрицательно сказывается на восприятии. Поэтому хорошая, воздействующая речь должна быть выдержана в определенной стилиевой манере от начала до конца, что делает ее текст цельным и целым. Единая стилиевая манера предполагает также элементы разнообразия: ускорение или замедление темпа, разнообразные интонационные контуры. Написанные при подготовке отрезки текста следует обязательно прочитывать вслух, по крайней мере проговаривать про себя. Именно интонация, ритм речи подскажут, где сократить объем конструкции или, наоборот, увеличить его, где переставить слова и т.п. Подчеркнем: говоря о лексике и синтаксисе, мы подразумеваем в данном случае благозвучность текста, гармонию ритма, а не контактоустанавливающие речевые особенности, о которых говорилось выше.

Если в одном тексте приходится совмещать содержание, представленное в текстах-источниках, написанных в разных стилиевых манерах, то эти первоначальные тексты-источники (разумеется, если это не цитата) следует перерабатывать в соответствии с вашей стилиевой манерой. Приведем в качестве примера следующий фрагмент газетного текста:

Ассоциация сформулировала предложения по совершенствованию экономической политики на федеральном и местном уровне. Большая часть отражает интересы российских производителей в целом: проведение масштабного взаимозачета неплатежей, ликвидация государственной задолженности промышленности, изменение границ «валютного коридора», снижение ставки рефинансирования Центрального банка Российской Федерации до уровня объявленной государством инфляции, протекционистские меры по защите отечественных производителей, включая установление квот на импортные товары (10% от объема внутреннего рынка), а также упрощение налогообложения (установить единственный налог — с оборота).

Очевидно, что второе предложение — типичный образец официально-делового стиля — представляет собой почти дословное воспроизведение текста документа (постановления), который составлялся без учета факторов, обеспечивающих легкость его восприятия. Чтобы облечь содержание этого предложения в другую речевую форму, рассчитанную на непосредственное и быстрое восприятие содержания, а также придать всему тексту в целом стилиевую целостность, следует: разбить содержание второго предложения на отдельные части; заменить словосочетания с отглагольными существительными на предложения; по возможности избавиться от пассивных конструкций. Возможный вариант текста:

Большая часть предложений отражает интересы российских производителей в целом. Будет произведен массовый взаимозачет неплатежей, государственная задолженность промышленности ликвидируется. Будут изменены границы валютного коридора, снижены ставки рефинансирования Центрального банка Российской Федерации. Предусматривается также ряд мер для защиты отечественных производителей: вводятся квоты на импортные товары и упрощается налогообложение.

Очень много проблем связано с точностью словоупотребления. В русском языке многие слова имеют сходные или близкие значения, и не всегда бывает просто выбрать нужное слово из группы таких слов, приходится учитывать оттенки их значения, стилистическую окраску, общий смысл и т.д. Разберем несколько примеров из газет:

1) «Фирма решила простимулировать дизайнеров к использованию в оформлении офисов продукции германской фирмы». Неудачно употреблено слово «простимулировать». Возможный вариант: «Фирма решила убедить дизайнеров использовать в оформлении офисов продукцию германской фирмы».

2) «Реставраторы фирмы «Антиквар» в 1992 году оценили, что создание подлинных интерьеров в доме Кутузова обойдется в 13 млрд рублей». Предложение лучше начать так: «Реставраторы фирмы «Антиквар» в 1992 году подсчитали, что...»

3) «Участники конференции посетовали, что около 30% военных цехов петербургских предприятий ВПК ликвидированы или производство в них заморожено». В соответствии с общим содержанием предложения вместо глагола *«посетовали»* лучше употребить глагол или словосочетание типа *«с горечью говорили о том, что...»*, *«возмущались тем, что...»* и т.п.

При сомнении в правильности выбора слова следует воспользоваться толковым словарем русского языка, например, словарем С.И. Ожегова или словарями на портале [www.gramota.ru](http://www.gramota.ru). Словарь должен стать постоянным и важным подспорьем в работе профессионала речи.

Выразительность речи, ее воздействующая сила увеличивается, если оратор использует разнообразные изобразительно-выразительные средства. Убедительное, яркое выступление способствует установлению более тесного контакта с аудиторией. В конфликтной ситуации чаша весов нередко склоняется в пользу того, кто сумел овладеть эмоциями и чувствами аудитории, используя предназначенные для этого изобразительно-выразительные средства. Укажем наиболее распространенные из них.

1. **М е т а ф о р а** — перенос наименования на основе сходства. Для использования в качестве метафоры пригодны слова с предметным

значением, т.е. с таким, определить которое можно, указав на соответствующий предмет, звук, запах и любой другой чувственно воспринимаемый элемент окружающего нас мира, например: «Владимир Иванович (Мальшев) любил жить *в одноэтажном доме науки*, потому что он не был горожанином, он всегда оставался в городе выходцем из деревни» (Д.С. Лихачев).

2. М е т о н и м и я — перенос наименования с одного предмета на другой на основании смежности, ассоциирования по смежности («читать Пушкина» в значении «читать произведения Пушкина»).

3. С и н е к д о х а — разновидность метонимии, прием, посредством которого целое обозначается через часть («Эй, борода!» — обращение к человеку с бородой).

4. П е р и ф р а з а — замена прямого названия предмета, лица описательным выражением («родина — страна далекая»).

5. Э п и т е т — образное определение, чаще всего выраженное метафорическим прилагательным. Текст, насыщенный эпитетами, очень изобретателен и выразителен: «Скромный и сдержанный во всем, он смотрел на большой мир литературы глазами несколько удивленными и восхищенными, грустными и доверчивыми к раскрывающейся перед ними художественной правде» (Д.С. Лихачев).

6. О л и ц е т в о р е н и е — разновидность метафорического переноса, когда какое-либо явление, событие, качество или свойство уподобляется живому существу: «Что всякая *революция выпускает из людей наружу инстинкты* первобытного варварства, темную стихию зависти, жадности и ненависти — было слишком видно и современникам» (А.И. Солженицын).

7. Г и п е р б о л а (преувеличение) — количественное усиление интенсивности, свойств, особенностей поведения и т.п. («испугаться до смерти»).

8. С р а в н е н и е — уподобление одного предмета, лица, события другому предмету, лицу, событию на основе выявления общего признака, который благодаря сравнению актуализируется, выходит на первый план: «Мы, все мы, все цивилизованное человечество, — посаженные на одну и ту же жестко связанную карусель, совершали долгий орбитальный путь. *Как детишкам на карусельных конях*, он казался нам нескончаемым — и всё вперёд, всё вперёд, нисколько не вбок, не вкривь» (А.И. Солженицын).

9. А н т и т е з а (противопоставление) часто строится на основе антонимии. Противопоставленные понятия лучше выявляют свою специфику на фоне друг друга: «Рассказы о нем (В.И. Малышеве) надо всячески фиксировать, но *рассказывать* о нем как о мертвом может

быть еще рано: мы все его хорошо *помним живым* и очень чувствительны ко всякой фальши» (Д.С. Лихачев).

10. **Подхват** — повторение в начале следующей конструкции слов, стоящих в конце предшествующей. Этим достигается актуализация, усиление смысла повторяемого слова и всей конструкции в целом: «Я действительно очень *устал*. *Устал* от тяжелых, напряженнейших матчей, от длительных, утомительных перелетов, от смены часовых поясов, постоянного психологического напряжения и просто от всего, что вокруг» (Из журнала).

11. **Градация** — интонационно-синтаксический ряд, члены которого постепенно увеличивают нужные автору смыслы. Благодаря использованию градации происходит нагнетание нужных говорящему смыслов: «Сила же общественного познания в том, что оно примиряет всех людей, оно не оставляет места для *национальной исключительности*, для *европоцентризма*, для *азиоцентризма*, для обедняющего человеческую культуру *превознесения одних эпох перед другими* (например, Ренессанса над Средневековьем), *одного народа над другими* и проч.» (Д.С. Лихачев).

12. **Каламбур** — игра значениями слов. В каламбуре может использоваться полисемия (многозначность), омонимия, синонимия. В приводимом ниже примере каламбур построен на основе одновременного использования двух значений слов «естественный», «общественный» и переосмысления значений слов «противоестественный» и «антиобщественный»: «Когда-то в Академии наук, возражая академику В.А. Стеклову, обмолвившемуся словами «науки делятся на естественные и противоестественные», С.Ф. Платонов сказал: «Нет, науки делятся на общественные и антиобщественные». И это не было просто шуткой» (Д.С. Лихачев).

13. **Риторический вопрос** — предложение, по форме построенное как вопросительное, но по цели высказывания являющееся повествовательным: риторический вопрос несет позитивную информацию. Несоответствие содержания и формы порождает экспрессию: «Но, если вы свободны по рождению, зачем вы подставляете шею рабству? Зачем вы помогаете нашим рабовладельцам?» (А.И. Солженицын).

14. **Вопросно-ответное единство** — способ диалогизации текста. Информация, оформленная в виде вопросно-ответного единства, актуализируется: «В чем заключалась красота его научного мировоззрения? Его «научного мироощущения» (может быть и такое)? В его научном методе, научном подходе к проблемам всегда ощущалось нравственное начало» (Д.С. Лихачев).

15. **П о в т о р**, несмотря на внешнюю простоту, является очень мощным и агрессивным воздействующим средством. Обычно он используется в соединении с другими приемами. Если повторяется начальное слово, то это **а н а ф о р а** (единоначалие): «Владимир Иванович Малышев — крестьянский поэт. *Вот почему* он предпочитал деревенские дома в науке. Он любил землю и имел на это поэтическое и научное право. *Вот почему* и его рукописное собрание, собрание, которое мы привыкли называть «Малышевским», — «Древлехранилище» ИРЛИ АН СССР — это большая крестьянская библиотека» (Д.С. Лихачев).

16. **М н о г о с о ю з и е**. Многократно повторяющийся союз подчеркивает значение каждого компонента конструкции: «Так и Анна Михайловна: она никогда не была во главе Сектора фольклора — *ни* в Институте этнографии АН СССР, *ни* в Институте русской литературы АН СССР, но она *и* аспирантов воспитывала, *и* мешки для песка во время блокады шила, *и* об архиве заботилась, *и* гостеприимство оказывала, *и* свои капитальные труды писала...» (Д.С. Лихачев).

17. **С и н т а к с и ч е с к и й п а р а л л е л и з м**. При этом приеме два или более рядом стоящих отрезка текста имеют тождественное синтаксическое строение, благодаря чему они выделяются на общем фоне текста: «Он был красив своим отношением к людям, своей манерой поведения, но он был красив и своими научными взглядами, своим научным мировоззрением» (Д.С. Лихачев).

\* \* \*

Итак, ораторское выступление должно быть логично построено, автор не имеет права нарушать этические нормы речевого поведения, принятые в данном коллективе. Использование выразительных средств украшает речь, усиливает ее воздействие на слушателей, помогает более точно и ярко выразить авторское отношение к поставленной проблеме.

### Контрольные вопросы и задания

1. Какое выступление называется ораторским?
2. Из каких основных частей состоит риторическое учение?
3. Перечислите основные правила, которыми следует руководствоваться при разработке содержания выступления.
4. На что следует обращать внимание при подборе иллюстративного материала?
5. Какими способами говорящий может обеспечить себе контакт с аудиторией?
6. В чем суть такого явления, как диалогизация текста?



7. Какие лексические и синтаксические особенности выступления способствуют его более легкому восприятию?
8. Какими основными правилами следует руководствоваться при последовательном изложении материала?
9. Назовите основные логические законы. Приведите примеры.
10. Чем должно определяться отношение оратора к аудитории?
11. Назовите основные ошибки оратора при его работе с аудиторией.
12. Чем определяется гармоничное звучание текста?
13. Назовите основные выразительные приемы. Приведите свои примеры.

### Литература

- Головин, Б. Н.* Основы культуры речи. М., 1988.
- Еемерен, Франс, Х. Ван, Гроостендорст, Р.* Аргументация, коммуникация и ошибки. СПб., 1992.
- Ивин, А. А.* Основы теории аргументации. М., 1997.
- Карнеги, Д.* Как вырабатывать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично / Карнеги, Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. М., 1989.
- Кохтев, Н. Н.* Риторика. М., 1994.
- Культура парламентской речи. М., 1996.
- Ножин, Е. А.* Мастерство устного выступления. М., 1989.
- Русский язык и культура речи : учебник / под ред. В. И. Максимова. М., 2000 (гл. 3, § 1).
- Свинцов, В. И.* Логика. Элементарный курс для гуманитарных специальностей. М., 1998.
- Скрижановская, Ю. С., Третьяков, В. П.* Грамматика общения. Л., 1990.
- Сопер, П.* Основы искусства речи. М., 1992.
- Формановская, Н. Н.* Вы сказали: «Здравствуйте!» (речевой этикет в нашем общении). М., 1982.

### Практикум

Цель практических занятий к § 1 — дать целостное, развернутое представление о такой разновидности речевой деятельности, как ораторское выступление; научить пользоваться основными контактоустанавливающими средствами; выработать навыки подготовки письменного текста к устному выступлению.

Для выполнения заданий необходимо знать следующие термины:

*Воздействующая речь* — речь, ставящая своей целью изменить поведение слушателя (читателя).

*Композиция* — внешняя организация произведения, членение его на части, их расположение, взаимосвязь и соотношение.

*Контактоустанавливающие средства* — средства, которые использует говорящий для установления и поддержания контакта с аудиторией.

**За д а н и е 1.** *Определите контактоустанавливающие средства в приведенном отрывке из вступительного слова Д.С. Лихачева к «Чтениям памяти В.И. Малышева» (вопросительные конструкции, местоимения, частицы, вводные слова и конструкции, характерные для разговорного синтаксиса).*

Как вы все хорошо помните, он полушутя-полусерьезно не любил «проблемщиков». Он и подсмеивался над проблемщиками, да и не читал их работ.

Был ли он прав?

Прав он не был, но правда в его отношении к проблемщикам была — своя, «малышевская» правда. Может быть, такую же правду имеют и те, кто занимается «проблемами», не занимаясь рукописями? Нет, я не хочу сказать, что в равной мере правы и те, и другие.

Позвольте привести один образ. Наука — это многоэтажное здание. Как и всякое здание, она имеет фундамент — материал, который наука изучает, потом есть первый этаж — непосредственное изучение этого материала, а над ним возвышаются этажи «проблем» и «теорий», обобщений и гипотез. Иногда эти этажи поднимаются так высоко, что почву, землю с их высоты почти не видно и материал приходится разглядывать в бинокль или телескоп. В эру космонавтики мы знаем, что такое «телескопическое зрение» тоже дает важнейшие результаты. Но вот что важно. Никакое здание не может быть построено без первого этажа. Здание может быть одноэтажным, без второго этажа, но здание не может начинаться со второго этажа. Первый этаж всегда должен быть. Поэтому люди рукописей и люди голых теорий не равноценны.

**За д а н и е 2.** *Исправьте стилистические погрешности (избавьтесь от излишне большого количества отглагольных существительных, разбейте длинные предложения на несколько простых и т.д.). Внесите изменения в лексический и синтаксический облик текста с учетом его предназначенности для устного выступления (введите в текст односоставные, неполные предложения, обращения, вопросительные конструкции и т.д.).*

(1) Правильное понимание требований уже само по себе должно подвести слушателей к выбору наиболее правильной линии поведения, вызвать более осознанное отношение к исполнению служебного долга.

(2) Дымок почти одновременно заметили многие. И офицеры, в ожидании служебного совещания перекуривавшие возле штаба.

(3) Ответственная задача поддержания общественного порядка в городе была возложена на личный состав воинских частей оперативного подчинения.

ния, специальных моторизованных воинских частей Северо-Западного округа внутренних войск МВД России, курсантов Высшего военного командного училища внутренних войск, а также Санкт-Петербургскую и областную милицию.

(4) После того как упакованные в джинсу и кожу призывники вместе со своими родственниками и подругами разместились на трибунах спортивного клуба армии, что на Петровской набережной, ведущий возвестил о начале действия, которое, по замыслу организаторов, должно было стать ярким, запоминающимся Зрелищем.

(5) Каким образом можно решить проблему Кавказа, если не рассуждать глобально, а так, в общих чертах?

(6) Посмотрите, к примеру, заставу в Н. Обустроенная застава, позволяющая и вести бой, и дает возможность отдохнуть, подготовиться к службе.

(7) И когда солдаты видят генерала, с ним здороваешься, и он с улыбкой тоже протягивает руку, разве это не настрой людей.

(8) Раскрутили целый клубок неуставщины, порождавший, как грибы после дождя, разного рода «чепе» и дисциплинарные проступки.

(9) Наша задача сегодня, принимая во внимание явно неблагоприятное положение с дисциплиной среди воинов-контрактников, — тщательная и настойчивая воспитательная работа с ними.

*Задание 3. Подготовьте приводимый ниже фрагмент газетного текста для устного выступления: а) сделайте более доступным, легким для восприятия его синтаксический и лексический строй; б) введите контактоустанавливающие средства, в том числе элементы диалогизации; в) обозначьте элементы содержания метатекстовыми конструкциями; г) исправьте недочеты.*

### ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ ПОСТАВКИ МОГУТ БЫТЬ ВЫГОДНЫ И УЧАСТНИКАМ, И ОРГАНИЗАТОРАМ

Завершившаяся продовольственная выставка показала, что интерес коммерсантов к выставкам не ослабевает. Причем высокую заинтересованность проявили приезжие торговцы из Прибалтики, Москвы и других регионов. Количество различных продовольственных выставок, проводимых в Петербурге, достигло десятка. Большинство из них имеют небольшую двух-трех-летнюю историю. Российским коммерсантам приходится выбирать для участия выставку, руководствуясь «шестым чувством». Оно, к сожалению, иногда подводит.

Фирмы-участники преследуют цель поиска новых клиентов. Из-за насыщенности петербургского рынка большинство торговцев стремятся найти клиентов в регионах. Эти фирмы предпочитают крупные московские выставки, которые собирают коммерсантов со всей России.

Кроме того, количество участников столичных мероприятий, измеряемое тысячами фирм, оказывает магическое воздействие на коммерсантов Петербурга, когда они оказываются перед выбором: участвовать в выставке в родном городе или ехать в первопрестольную.

Однако петербургские выставки вызывают все больший интерес со стороны торговцев, присматривающихся ко второму по величине продовольственному рынку России. Например, московские коммерсанты и фирмы из Прибалтики стремятся в Петербург, но отсутствие необходимой информации их останавливает. Это же относится и к представителям западных компаний, которые еще больше боятся рисковать и, как правило, участвуют только в хорошо известных выставках с серьезной репутацией.

Приезжие коммерсанты ждут от выставок в Петербурге не столько контактов с представителями регионов, сколько надеются пообщаться с местными торговцами. Кроме того, все больше коммерсантов начинают интересоваться мнением обычного потребителя об их продукции. Если год назад большинство фирм-участников заявляли, что их интересует только, придут ли на выставку специалисты, то в последнее время фирмы проводят на выставках маркетинговые исследования новых товаров или устраивают рекламные акции.

Работа с потребителем для большинства торговцев остается малоинтересным занятием, судя по поведению фирм на выставках. А западные гиганты типа «лимонадных королей» Coca-Cola или PepsiCo используют любую возможность, чтобы угостить своими напитками каждого посетителя стенда. От бесплатной дегустации до откровенной торговли — дистанция огромна. Но на последних продовольственных выставках силен и ярмарочный дух — некоторые экспоненты активно торгуют в розницу. Продажи незнакомого на рынке товара могут расцениваться как маркетинговая акция по изучению спроса и определению оптимальной цены. Однако распродажи уже известного товара больше похожи на попытку коммерсантов хотя бы таким путем компенсировать затраты на участие в выставке.

Некоторые торговцы уверены, что поскольку за участие в выставке придется платить, то прибыль должна прийти в виде контрактов, заключенных с новыми клиентами. Их отсутствие выводит таких коммерсантов из равновесия, и они обвиняют в неудаче саму выставку и ее организаторов.

«Мы оформили стенд и наняли красавиц, чтобы привлечь посетителей, но все впустую», — сетуют они. Их досада понятна, как понятно и то, что за каждого клиента, пришедшего на выставку, им приходится бороться с большим числом более искушенных конкурентов. Поэтому и представлять фирму на выставке должны профессионалы, нацеленные на то, что они должны искать клиентов, а не клиент их.

Задание 4. *Познакомьтесь с интервью, которое взяла Е. Закомурная (сайт e-xecutive.ru) у известного бизнес-консультанта Дж. Желязны. Какие черты новой аудитории рекомендуется учитывать при подготовке выступления? Как новые технологии влияют на оформление наглядных материалов? Какие рекомендации вам показались наиболее полезными?*

*E-xecutive*: Считается, что в наше время существенно возросла роль визуальной информации, и человечество постепенно отказывается от культуры текста в пользу культуры изображения. Каким образом эта тенденция влияет на содержание современных презентаций?

*Дж.Ж.*: В целом я согласен, что в эпоху MTV и электронной почты у аудитории уже просто нет терпения читать длинные документы. Мы уже почти забыли, как писать сложные, развернутые предложения. Сегодня люди хотят видеть легко понимаемые визуальные образы, а, значит, и нынешние презентации должны быть краткими и предельно точными.

*E-xecutive*: Если рассматривать ваш 40-летний опыт разработки презентаций, что можно сказать об аудитории, к которой вы обращаетесь?

*Дж.Ж.*: Медленно, но верно аудитория с каждым десятилетием становилась все менее терпимой. Сегодня люди уже не готовы просто слушать презентацию более 22 минут подряд. Да и само слово «презентация» явно приобретает плохую репутацию. Аудитория предпочитает интерактивные мероприятия, в основе которых лежит общая дискуссия.

Однако самое грандиозное изменение связано с наступлением эпохи виртуальных презентаций. Речь идет о презентации, во время которой отдельные участники и сами выступающие находятся в разных местах и общаются посредством телефона и ноутбуков. Таким образом, отпадает необходимость в зрительном контакте, внимании к мимике и жестам. Вообще, эта тенденция привносит определенную дезориентацию, но поскольку она позволяет экономить очень много времени и средств, то нам ничего не остается, как только научиться с ней работать.

*E-xecutive*: Визуальные образы — это, как правило, некая метафора. Могли бы вы привести пример необычного метафоричного ряда, эффективно сработавшего в качестве идеи презентации?

*Дж.Ж.*: Попробую рассказать об этом на реальных примерах. Наша компания вместе с несколькими конкурентами получила приглашение сделать презентацию для собрания руководителей ряда крупных корпораций. Целью презентации было представить возможности нового бизнеса для их компаний. Темой нашего выступления должны были стать идеи, позволяющие сократить расходы и увеличить прибыль. Чтобы быть непохожими на наших конкурентов, мы предприняли смелую попытку изложить наши идеи посредством метафоричного ряда из дверей. Презентация получила название «Новые двери к новым прибылям». Множество дверей медленно сменяли друг

друга на экране (в основном стилизованные под двери храмов. — *Примеч. ред.*). Когда мы были готовы выступить, мы представили заглавный слайд с той темой, которую собирались озвучить. А образы различных дверей мы использовали, чтобы представить каждого из наших докладчиков вместе с той темой, которую он или она должны были рассказать аудитории.

Другой пример. Мы были приглашены к одному нашему японскому клиенту в Токио, чтобы представить топ-менеджменту компании наши рекомендации по созданию новой организационной структуры. Проанализировав особенности аудитории, мы выяснили, что она не склонна задавать вопросы в ходе презентации и вообще реагировать как посредством жестов, так и мимики. Мы решили, что должны сделать что-то необычное, чтобы «завести» слушателей, поэтому наши слайды необходимо было сделать чем-то большим, чем традиционные диаграммы и организационные схемы. И нам пришла в голову идея представить различные организационные структуры через метафоры. В первую очередь мы использовали Кремль, чтобы продемонстрировать образ жесткой, бюрократической, иерархичной организации. В качестве контраста этой структуре мы нарисовали картинку протекающего высоко в небе движения планет и звезд, чтобы сделать наглядным образ изменчивой, интерактивной организации. После того как мы показали эти две крайности, мы перешли к нашим реальным рекомендациям, которые лежали где-то посередине — организация с меньшим количеством ступеней и более широко распределенными функциями контроля. Приняв во внимание нашу аудиторию, идею этой рекомендованной организационной структуры мы представили в виде пагоды...

*Е-xecutive:* Большинство современных презентаций разрабатывается в Power Point. Что эта программа привнесла принципиально нового в технику создания бизнес-презентаций?

*Дж.Ж.:* Опираясь на свой многолетний опыт создания визуальных образов, я могу сказать, что РРТ является одним из величайших технологических достижений. С появлением Power Point закончились все неудобства и суета, неизбежные на презентациях прошлого. Однако я бы советовал не злоупотреблять анимационными техниками, возможности для которых предоставляет РРТ. Вообще, я всегда рекомендую делать презентации без использования анимации, за исключением тех случаев, когда она действительно помогает прояснить тот или иной вопрос.

*Е-xecutive:* Если обобщить ваш многолетний опыт, могли бы вы назвать самую распространенную ошибку, которую допускают создатели бизнес-презентаций?

*Дж.Ж.:* Убеждение в том, что слайды — это и есть презентация. Нет!!! Презентация — это выступающий, а картинки должны рассматриваться не более чем наглядные пособия в прямом смысле этого слова — они нужны только для того, чтобы поддержать оратора.

*E-xecutive*: Назовите, пожалуйста, три основных элемента успешной презентации.

*Дж.Ж.*: Великолепное вступление. Отличное заключение. А между ними будьте максимально краткими.

*E-xecutive*: Вот вы говорите, что презентация — это не образы, а оратор. Но с другой стороны, презентация будущего — это виртуальная презентация, в которой больше нет зрительного, а подчас и голосового контакта аудитории с докладчиком. Тогда какова же его роль в виртуальной презентации и как эта роль будет меняться вместе с распространением виртуальных технологий?

*Дж.Ж.*: Самое значительное изменение, связанное с виртуальными презентациями, состоит в том, что ни оратор, ни отдельные слушатели не будут находиться в одной комнате. Действительно, человеческого контакта при этом не происходит, и никто уже не может пользоваться языком тела и мимики. И роль оратора здесь сводится лишь к функциям докладчика, рассказывающего аудитории о презентации и делающего ссылки на соответствующие слайды.

Мы должны проявить терпимость по отношению к некоторой ограниченности виртуальных презентаций, учитывая, что технологии не стоят на месте и в скором времени преодолеют эту ограниченность. Я могу предположить, что совсем скоро мы сможем при создании виртуальных презентаций использовать технологии видеоконференций, так что аудитория и оратор смогут друг друга видеть. Повторюсь, это только вопрос техники, а в целом, отдавая должное невероятной экономии средств и времени, которые порождает эта новая модель презентаций, мы должны признать, что за ней действительно будущее.

*E-xecutive*: Существуют ли какие-то национальные отличия бизнес-презентаций?

*Дж.Ж.*: Да, конечно, они есть, но мы живем в эпоху глобализации, и такие отличия постепенно стираются. Например, когда-то вы должны были непременно надевать пиджак и галстук, выступая с презентацией в Германии, в то время как в США можно было не соблюдать такие формальности. Или, выступая в Японии, мы привыкли к тому, что не стоит рассчитывать на зрительный контакт с аудиторией и ожидать, что слушатели будут задавать вопросы, как это всегда происходит в Америке. Но, повторю, сейчас такие черты постепенно отмирают...

*E-xecutive*: Не могли бы вы вспомнить интересные случаи из вашей профессиональной практики?

*Дж.Ж.*: Вы знаете, например, мой первый опыт виртуальной презентации был весьма сумбурным, поскольку о том, что эта презентация будет виртуальной, я узнал только тогда, когда зашел на сайт самого этого мероприятия. Помню еще такой случай. Во время моей презентации перед студентами MBA во французской школе INSEAD выключилось электричество. Но мне пришлось продолжить свое выступление и устно описывать то, что студенты должны

были увидеть на экране. А одному из моих коллег довелось проводить презентацию для менеджмента компании, где ключевой слушатель, председатель совета директоров, был слепым... Как-то мне сказали, что на презентации будет присутствовать 30—40 слушателей, а оказалось, что пришел только один человек. Но это не помешало мне провести отличную презентацию.

Цель предлагаемых заданий к § 2 — познакомить с этическими проблемами речевого поведения оратора; дать представление об основных выразительных средствах; выработать навыки целостного анализа ораторского выступления, его аргументации для обоснования или опровержения убеждений.

*Задание 1. Определите изобразительно-выразительные средства, использованные в приводимых ниже примерах.*

(1) Анна Михайловна всегда представлялась мне статной, красивой и рачительной хозяйкой большой русской северной избы, большого крестьянского хозяйства, на которой все в доме держится, которая и детей воспитывает, и хозяйство ведет, выполняет и тяжелую, и легкую работу, не считаясь со временем и усталостью, для которой интересы дома полностью слиты со своими собственными (*Д. Лихачев*).

(2) В большом доме русского северного эпоса она навела последний и полный порядок. Она как бы была послана самой судьбой, чтобы сохранить нам русскую былинку на ее заключительном этапе (*Д. Лихачев*).

(3) Такой же «хозяйственной», итоговой работой представляется мне книга «Русский былинный эпос на Севере» (*Д. Лихачев*).

(4) Не надо ждать, когда внешние события жестко стиснут нас и даже опрокинут, — надо уметь предусмотрительным самоограничением открывать неизбежному ходу событий примирительный путь (*А. Солженицын*).

(5) И, значит, многие нравственные требования, предъявляемые нами к отдельному человеку: что есть честность, а что — низость и обман, что есть великодушие и добро, а что — алчность и злодейство, — в значительной мере должны прилагаться и к политике государств, правительств, парламентов и партий (*А. Солженицын*).

(6) Но не будем развешивать беду между странами и нациями: она — всеобщая наша беда, в конце Второго Тысячелетия христианства. Да и вообще: можно ли так легко метать это слово — нравственность? (*А. Солженицын*)

(7) Знания человека и его умения не могут не совершенствоваться, не могут остановиться — и не должны останавливаться (*А. Солженицын*).

(8) Обширно открылся людям из западной цивилизации нынешний динамичный транспорт. Впрочем, и без него современный человек уже едва ли не выскакивает за пределы своего существа, он и без того сразу присутствует на всей планете телевизионными глазами. Но оказывается, что и от этого всего судорож-



ного темпа техноцентрического прогресса, и от океана поверхностной информации и низкопробных зрелищ — душа человеческая не растет, а только мельчает, духовная жизнь снижается; соответственно — бледнеет и блекнет наша культура, как ни старается перекричать свое падение опустошенными новинками. Все больше комфорта — и все ниже духовное развитие на среднем уровне. И наступает пресыщенность, и охватывает щемящая тоска, что в водовороте удовольствий нет успокоения, что надолго такого дыхания не хватит (*А. Солженицын*).

*З а д а н и е 2. Определите изобразительно-выразительные средства в приводимых ниже текстах.*

(1) Как сокращают аппарат? Любой. Ну, скажем, летательный. Способ один: убрать лишнее.

Скорость смела с аэроплана радиаторы, расчалки, фанерные коробки, поджала шасси, отбросила пропеллер. Уполовинила крылья, сделала их стреловидными. Стал ли самолет дешевле, проще?

Аппарат не бывает велик или мал. Он должен быть целесообразным. Соизмерен с работой, с грузом, со своим назначением. Что не работает, то балласт. Что плохо работает, то пользы не принесет. Что бесполезно, то вредно.

Таковы принципы, и постараюсь следовать им, говоря об аппарате управленческом. Потому что есть и у него своя высота, есть дальность (прогнозов), скорость (согласований), надежность (решений). Как сокращают аппарат? (*А. Аграновский*).

(2) Собираюсь ли я *отмечать* 80-летие Октябрьской революции? Собираюсь. Это не значит, что меня можно будет увидеть в пикетах или на маршах протеста. Тут на днях из Администрации Президента звонили, интересовались, не планирую ли я каких-нибудь мероприятий на свежем воздухе... К сегодняшнему руководству страны у меня накопилось немало вопросов, но потребности задать их именно 7 ноября не ощущаю.

Собираюсь ли я *праздновать* 80-летие Октябрьской революции? Не собираюсь. Если 7 ноября и праздник, то профессиональный для ветеранов партиноменклатуры. А я этой специальностью не владею.

Для меня 7 ноября — не красный день календаря, а дата нашей истории. Без преувеличения — определяющая в истории России дата. Я ее отмечу. Родителей вспомню. Детство вспомню. Свою «советскую» — и что уж там говорить, бóльшую часть биографии.

За исключением совсем уж молодых, мы все «советские». Не в смысле политической принадлежности. А в том, что родились в определенное время, в одной стране, при власти, которая предпочитала называть народ «новой исторической общностью».

Так уже случилось. Кто-то родился в Африке, кто-то в Америке, а мы — здесь. И кроме редких старожиллов родились после «исторического» залпа Авроры.

Можно, конечно, посетовать, что с историей нам не повезло. Но с этой «дамы» моральный ущерб не взыщешь. Поэтому 7 ноября я отмечать буду (А. Лебедь).

*Зада н и е 3. Проанализируйте выступление Д.С. Лихачева по телевидению в передаче о Ю.Н. Тынянове (1983), ориентируясь на следующий примерный план: 1) композиция; 2) контактоустанавливающие средства; 3) иллюстративный материал; 4) изобразительно-выразительные средства; 5) ошибки (грамматические, стилевые несоответствия, неблагозвучность, косноязычие); 6) нарушения этических норм; 7) логика изложения материала.*

(1) Я очень жалею, что никогда не видел и не слушал Юрия Николаевича Тынянова.

(2) Лицо писателя или ученого, его манера держаться или говорить — очень помогают понять его. Сейчас позади текста Тынянова передо мной всегда видится не его живое лицо, а только портрет, фотография. Правда, и фотография кое-что дает. Прежде всего мне видится большой, открытый лоб. А все то, что пишет Юрий Николаевич, поражает открытостью ума.

(3) Открытый ум в высшей степени сказывается в его историко-литературных работах и в работах писателя и сценариста.

(4) Что такое ум? Для каждого автора это свое. Для Тынянова его ум состоял в том, что он без хитростей, прямо видел существо жизни произведения или его автора.

(5) Он умел жизненно точно, конкретно, а главное независимо видеть историю — историю произведения, историю литературы, историю творца.

(6) Независимость — это одно из главных качеств ученого и писателя, обеспечивающее ему долголетие, в исключительных случаях даже бессмертие.

(7) Независимость от чего? Прежде всего — от моды. Мода в науке и в писательском ремесле — главная тормозящая сила, И тогда, когда ученый следует за ней, за модой, и тогда, когда он противостоит ей, во что бы то ни стало хочет с ней бороться, сопротивляться. И в том, и в другом случае зависит от моды.

(8) Сейчас трудно даже себе представить, в какой мере литературоведение в первой половине 20-х годов было во власти формальной школы. Одни яростно сопротивлялись формализму, другие ему яростно же следовали.

(9) А Тынянов был спокоен. Он лично дружил со всеми формалистами, посещал заседания, где господствовали формалисты, читал лекции в цитадели формализма — в Институте истории искусств, но был независим от теории формализма, хотя принимал иногда его конкретные наблюдения отдельных обобщений. И в конечном счете он создал не теорию, а практику научного исследования, которая сменила собой формализм и не утратила своего значения

до сих пор. Благодаря этой научной практике работы Тынянова читаются и сейчас — нашим современником.

(10) Что же это за практика? В полной мере Тынянов не изложил свои методологические приемы исследования в виде теоретических работ, но его образ мышления сейчас совершенно ясен — ясен потому, что у него был большой открытый лоб и большой открытый разум.

(11) Сущность его подхода к литературе состояла в последовательном и конкретном историзме. Историзм может быть декларированным и абстрактным, а у Тынянова он был конкретным, фактичным, отчетливо представимым.

(12) Он хотел, стремился ясно представить себе людей, социальную обстановку. Все для него было слитным — история, история литературы, жизнь писателя. Поэтому его подход был прямо противоположен и формализму, и абстрактному социологизму, вульгарному социологизму. Для него были важны промежуточные явления.

(13) Эта открытость восприятия, конкретность восприятия делала его как историка литературы писателем, а как писателя — историком культуры.

(14) Принято было видеть в писателях-архаистах революционеров, а Юрий Николаевич очень ясно увидел, что архаисты разные и что есть архаисты — декабристы-поэты, есть другая архаичность — у Пушкина, а есть еще действительная реакционность архаистов — у Шишкова.

(15) Принято было противопоставлять классицистов и романтиков, а Юрий Николаевич показал, что романтики частью были классицистами, например Карамзин.

(16) Во всех явлениях литературы, в том числе и в самых, казалось бы, формальных, он искал прежде всего смысл, значение, историческую обусловленность. Форма для него существовала только постольку, поскольку это была форма.

(17) Он не спорил с формалистами, но делал свое дело, будучи совершенно независимым в своих суждениях, и прежде всего был историком, ищущим связи явлений. В широком смысле он добился этого в своих историко-биографических романах.

(18) Благодаря независимости Юрия Николаевича, его открытому уму, способности не подчиняться, а самому искать ответа и находить, его историко-литературные работы воспринимаются как написанные сейчас. Он ни в чем не устарел, продолжает будить мысль и нашу наблюдательность.

(19) Открытый ум — так бы я определил важнейшую особенность Ю.Н. Тынянова — и как историка литературы, и как писателя.

## Глава 4

# Логические и психологические аспекты полемики

Мир, в котором живет современный человек, соткан из противоречий. По этой причине он более полемичен, чем когда-либо прежде. И будущее человека в значительной степени зависит от того, сумеет ли он — человек — организовать, сделать жизненной ценностью плодотворное и эффективное общение (именно оно составляет сущность процессов коммуникации, в том числе и речевых) между поколениями, представителями разных культур и т.д. в самых разных сферах человеческой жизнедеятельности: в политике, бизнесе, науке.

Сегодня, в начале XXI столетия, большая часть человечества осознала очень простой и очевидный факт, что лишь немногие суждения о мире истинны и не требуют доказательств. Львиная доля наших суждений предполагает активную мыслительную деятельность, протекающую в режиме спора (дискуссии, полемики).

Спор представляет собой одну из основных форм человеческой коммуникации, в которой уточняются позиции противоборствующих сторон, вырабатывается оптимальное решение проблемы, «рождается истина». «Роскошь человеческого общения» (А. Сент-Экзюпери) является наградой за изнурительный труд ума, высокий уровень логической культуры и культуры поведения, а также за филигранное владение искусством спора.

### § 1. Общая характеристика спора

#### *Понятие спора*

С п о р — это коммуникативный процесс, состоящий в сопоставлении точек зрения, позиций участвующих в нем сторон, при этом каж-

дая сторона стремится аргументированно утвердить свое понимание обсуждаемых вопросов и опровергнуть доводы другой стороны. Редкий спор заканчивается безусловной победой одной из сторон, но это не умаляет ценности данного коммуникативного акта. Во-первых, потому, что, поскольку в споре соревнуются идеи, его участники обогащаются идейно: обмен идеями в отличие от обмена вещами более продуктивен. Во-вторых, осуществив процесс спора, стороны приходят к углубленному уяснению как своей собственной позиции, так и позиции своего оппонента. В-третьих, в споре можно узнать нечто новое и тем самым пополнить свой багаж знаний, расширить кругозор.

Любой спор характеризуется двумя основными признаками: доказательностью и убедительностью. *Доказательность* — это логическое воздействие на оппонента принудительностью рассуждения. *Убедительность* — психологическое воздействие на оппонента в плане восприятия им той или иной идеи. Идеальный вариант, к которому надо стремиться в любом споре, — доказательность и убедительность рассуждения одновременно. Для того чтобы спор был плодотворным, необходимо соблюдать ряд условий:

- стараться по возможности достичь согласия без спора;
- спорить только по принципиальным вопросам;
- следовать определенным законам и правилам логики, этики и психологии;
- излагать свои мысли кратко, связно и грамотно;
- предмет спора должен быть достаточно ясным и неизменным на всем его протяжении;
- должна быть определенная общность исходных позиций спорящих при обладании ими известной суммой знаний о предмете спора.

Виды спора весьма многообразны. Спор может быть конструктивным (товарищеским) или деструктивным (враждебным), устным или письменным, организованным или стихийным, основательным или поверхностным, содержательным или формальным. Перечисленные виды спора выделены по внешним признакам. В жизни больше внимания уделяется содержательным его аспектам, поэтому одним из важных моментов является выбор вида спора (дискуссия или полемика), который определяется конкретными обстоятельствами.

## Дискуссия

Д и с к у с с и я — это вид спора, в котором обсуждается какая-либо проблема с целью достичь взаимоприемлемого, а по возможности и общезначимого ее решения. Как правило, участниками дискуссии яв-

ляются лица, которые обладают необходимыми знаниями по обсуждаемым вопросам и полномочным правом принимать или рекомендовать принять то или иное решение.

Дискуссия представляет собой последовательную серию высказываний ее участников относительно одного и того же предмета, что обеспечивает необходимую связность обсуждения. В большинстве случаев тема дискуссии формулируется до ее начала, что дает возможность участникам подготовиться к ней более основательно.

Цель любой дискуссии — достижение максимально возможной в данных условиях степени согласия ее участников по обсуждаемой проблеме. Очевидно, что дискуссия содержит в себе известную долю компромисса, так как в большей мере ориентирована на поиск и утверждение истины или оптимального решения, чем на торжество определенной позиции. Средства, используемые в дискуссии, должны признаваться всеми ее участниками. Применение иных средств не допускается.

Итог дискуссии должен представлять собой синтез объективных и необходимых черт, присущих дискутируемому предмету, т.е. выражаться в более или менее объективном суждении, поддерживаемом всеми участниками дискуссии или их большинством. Таким образом, в дискуссии выкристаллизовывается более четкая и ясная формулировка решения проблемы, максимально устраняется момент субъективности: убеждения одного человека или группы людей получают необходимую поддержку других и тем самым объективируются, обретают определенную обоснованность.

## Полемика

Полемика — вид спора, в котором основные усилия сторон направлены на утверждение (победу) своей позиции относительно обсуждаемого предмета. В отличие от дискуссии, в полемике присутствуют состязательность, борьба, определенная степень воинственности и враждебности, что детерминировано целью, преследуемой участниками полемики. Именно поэтому в сознании большинства людей полемика ассоциируется с коммуникативным актом, называемым «острым спором». Основная задача, решаемая полемизирующими сторонами, — утверждение своей позиции. Участвующие в полемике стороны более, чем в дискуссии, вольны в выборе средств спора, его стратегии и тактики. В полемике допускается использование большего числа таких приемов, как захват инициативы, внезапность в использовании имеющихся в распоряжении спорящих доводов, в том числе и психологических, навязывание своего сценария спора и т.п.

Вместе с тем существует ряд моментов, роднящих полемику и дискуссию: наличие определенного предмета спора, содержательная связность, детерминированная (обусловленная) открытостью к аргументам другой стороны и очередностью выступлений спорящих, недопустимость использования некорректных логических и психологических приемов, нарушения этических норм.

### *Стратегия и тактика спора*

Безусловно, победа в полемике, особенно если она получила общественный резонанс (например, среди коллег), может принести некоторое удовлетворение. Но следует помнить, что в общественном сознании спор ассоциируется со средством достижения истины, а значит, решение, основанное на победившей в полемике позиции, влечет за собой соответствующую меру ответственности. Нетрудно догадаться, каковы будут последствия и мера ответственности, если в полемике победит ошибочная точка зрения. Следовательно, не стоит торопиться принимать за основу действий победившую в полемике позицию. Надо еще раз взвесить все «за» и «против», посоветоваться с компетентными людьми.

В реальной жизни мы нечасто сталкиваемся с дискуссией или полемикой в чистом виде. Как правило, эти два вида спора сочетаются в одном и том же коммуникативном процессе, определяют своеобразие его этапов. Поэтому необходимо иметь представление о стратегии и тактике спора.

Стратегия спора — это общий план его ведения. На сегодняшний день нет какой-либо единой и неизменной стратегии спора, и вряд ли таковая вообще возможна, поскольку складывающаяся в споре ситуация не статична, постоянно меняется и нельзя предугадать заранее все аспекты и нюансы спора; к тому же в подавляющем большинстве случаев каждая из спорящих сторон придерживается своей собственной стратегии. Тем не менее весьма полезно наметить для себя основные ее контуры с учетом позиций участников спора.

*Пропонент* — тот, кто выдвигает и отстаивает некоторый тезис, — должен позаботиться о том, чтобы обеспечить максимально возможную степень его обоснованности: продумать все доводы в его защиту, последовательность их выдвижения, разделить аргументы на основные и резервные. Основными являются аргументы, которые представляются пропоненту достаточными для доказательства тезиса; резервные аргументы используются в случае осложнений. Например, некоторую часть резерва могут составлять уместные ответы на предполагаемые контраргументы противоположной стороны.

*Оппонент* — тот, кто оспаривает тезис. Если оппонент заранее ознакомлен с содержанием тезиса или с темой предстоящего обсуждения, ему следует заранее же продумать слабые места тезиса и подобрать опровергающие доводы.

Споры по принципиальным вопросам редко бывают стихийными. Поэтому должная организация их процедуры (как правило, в виде дискуссии) является необходимым элементом стратегии. К организационным вопросам относятся: предварительные наметки круга лиц, компетентных в обсуждаемых проблемах; последовательность выступлений; в случаях известного несовпадения точек зрения по данному вопросу — отбор круга людей, которые могли бы обеспечить наиболее плодотворное обсуждение, и др.

Грамотное использование тактических приемов в споре в значительной мере повышает его эффективность, способствуя достижению стратегических целей.

**Тактика спора** — это подбор и использование в споре определенной совокупности логических и психологических приемов. Если опровергнута одна точка зрения, то это еще не значит, что другая верна: она должна быть обоснованна. Очевидно, что на разных этапах спора используются и разные тактические приемы. Их характер зависит от многих факторов: содержания спора, состава его участников, интеллектуальных и психологических особенностей спорящих сторон и т.д.

Прежде всего, в любом споре тактически верным будет *корректное поведение* его участников. Спокойствие, уравновешенность, рассудительность, способность сдерживать естественным образом возникающие эмоции — все это минимизирует возможность трансформации спора в свару рыночных торгов.

Бесприкрытым тактическим приемом является также *внимательное и доброжелательное отношение* к высказываниям противной стороны.

Важный инвариант тактики спора составляет *открытость* (восприимчивость) одной стороны для убедительных доводов другой. Демонстрация этого качества воздействует на психологический настрой противоположной стороны, тем самым подталкивая ее к принятию ваших собственных доводов, а в конечном итоге — и вашей точки зрения.

Очень распространен тактический ход, называемый *условным принятием доводов противника*. Этот тактический прием позволяет избежать прямого опровержения в споре точки зрения соперника. Условно соглашаясь с доводами противника, можно вместе с ним посредством дедукции вывести из его посылок сомнительные следствия, тем самым обосновывая нужный окончательный вывод. Таким



образом, противник превращается в соучастника, опровергающего свои собственные рассуждения.

Возможна другая вариация условного принятия доводов противника. Довольно часто оказывается, что тот или иной контрдовод соперника совместим с нашей собственной позицией. В таком случае отпадает необходимость его опровержения.

Несмотря на то что тактика относится к определенным этапам спора, всегда полезно отслеживать общую его картину. При этом следует вести своеобразную «бухгалтерию»: какие аргументы приняты противником, а какие — отвергнуты, какие контраргументы выдвинуты, а какие еще могут последовать, и т.п. В зависимости от ситуации может возникнуть необходимость «ревизии» собственных аргументов, причем некоторые из резервных аргументов могут быть переведены в разряд основных, и наоборот.

Стратегия и тактика спора — две стороны одной медали. Не стоит пренебрегать ни одной из них. Как бы хорошо ни были продуманы стратегия или тактика по отдельности, только их увязка позволят достичь в споре успеха, пусть и не абсолютного.

\* \* \*

Таким образом, спор является одним из основных видов речевой коммуникации. С его помощью достигается более глубокое понимание предмета, по поводу которого происходит общение, более четко обозначаются позиции участвующих в данном коммуникативном процессе людей. Спор является также эффективным средством выработки оптимального решения тех или иных вопросов.

## § 2. Логические аспекты спора

### *Вопросно-ответный комплекс*

Редкий акт общения между людьми обходится без вопросов и ответов на них, тем более такой, как спор.

Вопросно-ответный комплекс выполняет две важнейшие функции в процессе мышления и общения — познавательную и коммуникативную. *Познавательная функция* связана с фиксацией в мысли и выражением в языке знаний человека о внешнем мире и себе самом. *Коммуникативная функция* реализуется прежде всего через вопросы и ответы, посредством которых происходит передача знаний и представлений от одного человека к другому.

Взятые вместе, вопрос и ответ образуют единство противоположностей. Вопрос заключает в себе просьбу или требование какой-либо информации. Ответ — высказывание, которое должно содержать в себе требуемую информацию.

В споре, равно как и в любом другом виде речевой коммуникации, ведущая роль принадлежит вопросу. Именно посредством вопросов задается общее направление спора.

В о п р о с — это высказывание, истинность которого не установлена или в котором не определены в каком-либо отношении его элементы — логический субъект и предикат.

Элемент простого высказывания, отражающий предмет мысли, называется *субъектом*, а отражающий признак предмет мысли — *предикатом*. Например, в высказывании «Россия является ядерной державой» субъектом выступает наша «Россия», а предикатом — свойство быть (являться) ядерной державой.

Любой вопрос основан на каком-либо знании. Формулируя вопрос, мы тем самым хотим уточнить это знание, дополнить и углубить его.

«Кто является основателем компании «Microsoft»?» В этом вопросе уже содержится знание (информация) о том, что компания «Microsoft» была кем-то основана. С помощью вопроса его автор выражает свою потребность узнать неизвестное ему имя человека, который создал указанную компанию. Логическая составляющая данного вопроса состоит в том, что в мышлении его автора логическое подлежащее не определено, на что и указывает вопросительное слово «кто». Таким образом, вопрос является формой мысли, которая служит переходным звеном от неполной информации (незнания) к более полной (новому знанию) на основе исходной информации (имеющегося знания).

Информация, на которой основан вопрос и которая так или иначе в нем содержится, называется *матрицей (предпосылкой) вопроса*. Информация, на отсутствие которой указывается в вопросе, называется *неизвестной переменной вопроса*. Только наличие предпосылки и неизвестной переменной делает возможным сам вопрос, а также предопределяет характер ответа и его общую схему.

Виды вопросов определяют по разным основаниям. По характеру информации, на отсутствие которой указывает вопрос, выделяют ли-вопросы и что-вопросы.

*Ли-вопросы* заключают в себе просьбу указать истинность или ложность того, что содержится в матрице вопроса: «Правда ли, что Билл Гейтс является основателем компании «Microsoft»?» На такие вопросы можно отвечать кратко, односложно — «да» или «нет» — или до-

полнить односложный ответ высказыванием из матрицы вопроса: «Да, снователем компании “Microsoft” является Билл Гейтс».

На ли-вопрос возможен и такой ответ: «Никто этого не знает», «Я этого не знаю». Надо быть готовым к тому, что подтверждение истинности имеющейся у вас информации не последует.

*Что-вопросы* содержат в себе требование восполнить недостаток какой-либо информации, дополнить уже имеющуюся информацию. Ответом на такие вопросы должно служить высказывание, содержащее предпосылку вопроса и ту информацию, на которую эта предпосылка указывает, но которой в ней самой нет: «Билли Гейтс является основателем компании “Microsoft”».

Для построения что-вопросов используются разные вопросительные слова, указывающие на характер запрашиваемой информации (знания): *что, где, когда, почему, как, сколько, какой, для чего, для кого* и др.

По строению вопросы могут быть простыми и сложными. *Простым (элементарным) вопросом* является такой, в структуре которого содержится только одна матрица и только одна неизвестная переменная: «Каковы финансовые активы вашей компании?»

*Сложный вопрос* представляет собой совокупность простых вопросов, связанных в единое целое посредством союзов *и, или, либо... либо, если... то* и др. Сложный вопрос может состоять из нескольких матриц и одной неизвестной переменной. Например, сложносоставной вопрос «Каковы финансовые и материальные активы вашей компании?» состоит из двух матриц (1) «Ваша компания имеет финансовые активы», (2) «Ваша компания имеет материальные активы» и одной неизвестной переменной, выраженной вопросительным словом *каковы*, указывающим на отсутствие информации об их характере, размере и структуре. Возможна обратная ситуация, когда сложный вопрос содержит в себе одну матрицу и несколько неизвестных переменных: «Кто и когда создал вашу компанию?» Этот вопрос образует матрица «Ваша компания была создана» и две неизвестные переменные, в языке обозначенные вопросительными словами *кто* и *когда*, которые указывают на отсутствие информации о лицах (физических и/или юридических), создавших данную компанию, и о времени (периоде, дате) ее основания. Наконец, сложный вопрос может состоять из нескольких матриц и нескольких неизвестных переменных. Так, вопрос «Кто и когда создал вашу компанию и каковы ее материальные и финансовые активы?» строится на основе трех матриц (1) «Ваша компания имеет финансовые активы», (2) «Ваша компания имеет материальные активы», (3) «Ваша компания была создана» и трех неизвестных переменных, выраженных вопросительными словами *кто, когда*

и *каковы*. Прежде чем отвечать на сложный вопрос, разбейте его на элементарные вопросы. Так вы сможете оценить качество простых вопросов, составляющих данный сложный, и тем самым снизить вероятность путаницы в ответе.

Среди простых вопросов целесообразно выделять открытые и закрытые. Смысл *открытых вопросов* неоднозначен, поэтому ответы на них не ограничены строгими рамками и даются в свободной форме. Например, на вопрос «Каковы перспективы развития банковского бизнеса в России?» можно дать ответ в форме доклада, причем аспекты рассматриваемой проблемы подбираются самим докладчиком, им же определяются характер и дозировка по ней информации. Поэтому открытые вопросы используются для прояснения сложной, запутанной ситуации либо для того, чтобы точнее понять отношение человека к предмету разговора.

*Закрытый вопрос* включает в себе однозначность и определенность, поэтому ответ на него должен быть мотивирован жесткими рамками: определенным характером и точной дозировкой запрашиваемой информации. Ответ на закрытый вопрос предполагает указание на тот род информации, к которому относится неизвестная переменная вопроса (неизвестной она является в относительном смысле). Примером закрытого вопроса может служить уже разобранный выше вопрос «Кто создал компанию «Microsoft»?». Необходимо учитывать, что формулировки с использованием частицы *ли* («Нравится ли вам...?», «Хотели бы вы, чтобы...?», «Согласны ли вы с тем, что...?», «Любители вы...?») представляют собой вариант закрытых *ли-вопросов* и могут вызвать смещение ответов в положительном направлении, равно как и вопросы типа «Разве вы не хотите, чтобы...?». Конструкция вопросов типа «Вы ведь не думаете, что...?», «...не правда ли?» склоняет опрашиваемого к отрицательному ответу. Если в процессе диалога желательно избежать такого рода наведения на ответ, то лучше использовать альтернативные сложные вопросы как вариант закрытых: «Как вы считаете, соответствует или не соответствует подготовка выпускников школ требованиям, предъявляемым вузами?»

Для того чтобы вопрос выполнил свои функции, он должен быть правильно поставлен. Рассмотрим критерии правильности (корректности) вопроса:

1) *разумность* — вопрос должен заключать в себе определенный смысл. Вряд ли кто-либо ответит на такой вопрос: «Кто был первым императором США?» Очевидно, что этот вопрос бессмыслен, так как содержит в своей матрице термин («император США»), который не

имеет значения, т.е. не может быть соотнесен ни с одним множеством предметов действительности;

2) *ясность*. В матрице вопроса могут присутствовать многозначные, «размытые» термины (имеющие две или более интерпретации): «Как вам нравится этот банк?» Такой вопрос не соответствует критерию ясности — он многозначен. Что именно хочет узнать вопрошающий: мое мнение по поводу здания, в котором расположен банк, его внутреннего убранства, системы обслуживания клиентов, подготовки и внешнего вида персонала или, может быть, по поводу привлекательности вкладов? Как видим, неясно поставленный вопрос может породить массу уточняющих вопросов;

3) *истинность предпосылок (матриц)*. Ясно, что вопрос «Сколько весит мысль об одном долларе?» некорректен как раз потому, что его матрица неверна: мысль вообще и мысль об одном долларе в частности не имеет никакого веса (в физическом смысле), нисколько не весит.

Естественно, что всякий вопрос предполагает ответ.

О т в е т — это высказывание, содержащее недостающую в вопросе информацию. Основная функция ответа заключается в том, чтобы минимизировать недостаточность информации, на которую указывает вопрос (и прежде всего входящая в него неизвестная переменная) или указать на некорректность постановки вопроса.

На один и тот же вопрос можно ответить по-разному. Вид ответа, который будет дан на поставленный вопрос, зависит от ситуации, от самого вопроса и его корректности.

*Истинные* (правильные) ответы соответствуют действительности, *ложные* (неверные) — не соответствуют действительности (ср.: «Компанию «Microsoft» основал Билл Гейтс» и «Компанию "Microsoft" основал В.В. Путин»).

*Прямые* являются ответы, воспроизводящие матрицу вопроса (см. пример истинного ответа). *Косвенные* — это высказывания, из которых может быть выведена матрица вопроса: «Рыба ли кит?» — «Кит — млекопитающее». С учетом того, что рыбы не являются млекопитающими, из последнего высказывания следует отрицательное высказывание: «Кит не рыба».

В *кратких* ответах не воспроизводится матрица вопроса: в них содержится только тот элемент мысли, который устраняет неизвестность переменной вопроса: «Кто открыл Америку?» — «Колумб»; «Правда ли, что Колумб открыл Америку?» — «Да». В *развернутых* ответах содержится и логический элемент, устраняющий неизвестность переменной вопроса, и матрица вопроса: «Америку открыл Колумб?» — «Да, Америку открыл Колумб».

*Полный* ответ должен содержать в себе логические элементы, устраняющие неизвестность всех переменных в данном вопросе: «Кто и когда открыл Америку?» — «Америку открыл Колумб 12 октября 1492 года». В *неполном* ответе устраняется неизвестность лишь некоторых переменных вопроса: «Кто и когда открыл Америку?» — «Америку открыл Колумб». В последнем ответе устраняется неизвестность относительно того, кто открыл Америку, но не устраняется неизвестность относительно времени (даты) ее открытия.

*Действительными* ответами являются те, истинность которых доказана надлежащим образом в некоторой системе знаний («Америку открыл Колумб»). *Возможные* ответы — те, которые содержат запрашиваемую в вопросе информацию, но она не имеет должного обоснования («Америку открыли викинги»).

В поисках ответа на поставленный вопрос следует помнить, что качество ответа напрямую зависит от качества вопроса. Тем не менее ответ должен удовлетворять определенным критериям:

1) ответ должен быть информативнее вопроса. Даже если ответ является неполным, при вычитании из него объема информации вопроса разница должна быть положительной;

2) ответ следует давать на языке вопроса. Если последний корректен, то и ответ должен быть корректен, т.е. соответствовать параметрам вопроса: быть точным, ясным, однозначным, содержать в себе ту же терминологию, что использовалась при формулировке вопроса. Вряд ли непрофессионал что-либо поймет из ответа специалиста, если тот, к примеру, на вопрос об основных причинах кризиса российской экономики будет отвечать на языке современной экономической науки, оперируя такими терминами, как «секвестр», «реструктуризация долгов», «авизо», «ликвидность ценных бумаг», «клиринг» и «оффшор» и т.п.;

3) ответ на некорректный вопрос должен содержать в себе информацию о неправильности последнего, особенно если вопрос содержит ложную предпосылку. Например, на вопрос «Кто был первым императором США?» в ответе следует указать на ложность самой его постановки: всем известно, что нельзя занять место, которое не существует;

4) ответом на вопрос может быть другой вопрос, если только последний является уточняющим по отношению к первому или представляет собой риторический вопрос, т.е. является риторическим приемом. Во всех других случаях ответ вопросом на вопрос следует квалифицировать как логическую уловку, преследующую цель избежать ответа на поставленный вопрос и перевести разговор, спор в иную область или переложить бремя решения вопроса на кого-либо другого.

## Аргументация

А р г у м е н т а ц и я — это логико-коммуникативный процесс, направленный на обоснование позиции одного человека с целью последующего ее понимания и принятия другим человеком. Тот, кто обосновывает свою позицию, называется *аргументатором*. Тот, кому адресована обосновываемая позиция, называется *реципиентом*. В споре аргументатора называют проponentом, а реципиента — оппонентом.

В структуру аргументации входят тезис, аргументы (основания, доводы) и демонстрация.

*Тезис* — это положение, которое подлежит обоснованию. В процессе аргументации любая вовлекаемая в него информация должна концентрироваться вокруг тезиса и служить его детальному анализу.

Происхождение тезиса связано с ситуацией. Оспариваемым тезисом может стать ответ на какой-либо вопрос, высказанное кем-то мнение по определенному предмету разговора. В случае организованной полемики тезис формулируется заранее.

В споре и проponent, и оппонент, как правило, придерживаются своего тезиса. Однако, если становится очевидной несостоятельность тезиса, можно ожидать отказа от него одной из сторон; но это еще не значит, что принят тезис противника.

*Аргументы* — это известные положения, с помощью которых достигается обоснованность и убедительность тезиса. Отбор аргументов — дело творческое, и множество факторов оказывает на него влияние: мировоззрение, уровень образования аргументатора, его идеологические и культурные установки, конкретные обстоятельства, сопровождающие процесс аргументации и т.д. По этой причине аргументы, понятные и убедительные в одной аудитории, могут оказаться несостоятельными в другой.

*Демонстрация* — это логическая связь тезиса и аргументов. Наибольшую принудительную силу имеет демонстрация в форме дедуктивных умозаключений (когда общий тезис распространяется на частные аргументы), если, конечно, она логически корректна (т.е. соответствует законам и правилам логики): «Все люди умеют мыслить. Я человек. Следовательно, я умею мыслить». В данном случае тезис «Я умею мыслить» с логической необходимостью вытекает из приведенных аргументов.

Демонстрация в форме индукции (когда общий тезис выводится из ряда однотипных частных аргументов) или в форме аналогии обладает меньшей логической необходимостью по сравнению с дедукцией. Например, при проверке на предмет качества некоего количества единиц товара из данной партии, при условии их полного соответ-

вия нормативам, делается вывод о качестве всей партии товаров, подтвержденной сертификатом. Но иногда принятое как обоснованное и убедительное может оказаться ложным. Некачественная единица товара может не попасть в контрольную группу, а значит, поступит в торговлю как качественная. Очень часто демонстрация в форме сравнения, метафоры преследует цель оказать воздействие не на логическую сторону человеческого сознания, а эмоциональную (чувственную). В таких случаях логическая связь тезиса и аргументов оттесняется воздействием психологического характера, основанным на привычном и очевидном. Например, необходимость полностью и в срок платить налоги сравнивают с привычным и очевидным внесением части доходов членов семьи в общий семейный котел.

Заключая анализ структуры аргументации, следует отметить, что очень часто в речи аргументация не выражается явно, поэтому реципиенту или оппоненту необходимо прилагать определенные усилия для выявления всех ее структурных элементов.

Виды аргументации весьма разнообразны. Мы рассмотрим лишь те, которые чаще всего встречаются в полемических коммуникативных актах.

**1. Доказательство** — вид аргументации, в рамках которого истинность тезиса прямо или опосредованно выводится из истинности аргументов. Как вид аргументации доказательство имеет своей целью уничтожить любые сомнения в истинности тезиса и тем самым продемонстрировать необходимость его принятия. Если мы, например, согласны, что все цивилизованные страны имеют рыночную экономику и что Россия должна занять достойное место в ряду цивилизованных стран, то, хотим мы того или нет, мы должны принять и тезис о том, что в России необходимо развивать рыночную экономику.

Доказательство может быть прямым или косвенным.

1) В *прямом* доказательстве тезис непосредственно выводится из аргументов, как в приведенном выше доказательстве того, что в России необходимо развивать рыночную экономику.

2) В *косвенном* доказательстве истинность тезиса устанавливается опосредованно, процесс аргументации осуществляется как бы обходным путем. Косвенное доказательство является эффективным средством ведения спора. Однако оно таит в себе подводные камни, которых надо остерегаться, поскольку при косвенном доказательстве все внимание участников спора сосредоточивается не на тезисе, а на антитезисе или других альтернативах. Поэтому всегда существует опасность «утонуть» в деталях, подробностях того, что находится вокруг тезиса, что иногда чревато его подменой или даже потерей.



Часто в споре используются доказательства от противного и разделительное.

А. *Доказательство от противного*, или *апагогическое*, выполняют так: 1) по отношению к тезису формулируют антитезис, который условно принимают как истинный; 2) ставят антитезис в определенную логическую связь с аргументами, из чего выводят ряд следствий, чтобы среди них найти хотя бы одно ложное, например то, которое не соответствует конкретной ситуации или в котором утверждается нечто противоположное тому, что констатируется в одном из аргументов; 3) фиксируют, что среди следствий, выведенных из антитезиса, действительно есть ложное; 4) на основании предыдущего делают вывод о ложности антитезиса; 5) на основании закона исключенного третьего от ложности антитезиса переходят к утверждению истинности тезиса.

Приведем пример доказательства от противного. Оценивая выступление своего коллеги, участники делового совещания рассуждали так: (а) если бы выступление руководителя отдела маркетинга было неинтересным, (б) то оно не вызвало бы такого внимания аудитории и не породило такого множества вопросов и острого содержательного спора; (в) значит, его выступление было интересным. В части (а) этого рассуждения сформулирован антитезис («выступление руководителя отдела маркетинга было неинтересным») по отношению к тезису («его — руководителя отдела маркетинга — выступление было интересным»), который содержится в части (в). В части (б) высказаны вытекающие из антитезиса следствия («оно — выступление руководителя отдела маркетинга — осталось бы без внимания аудитории, не вызвало бы ни одного вопроса, и тем более — острого содержательного спора») и одновременно констатируется, что указанные выше следствия из антитезиса не соответствуют реальному положению дел (на что указывают отрицательная форма глагола и его сослагательное наклонение — «не вызвало бы»). В итоге делается вывод о верности тезиса, что и утверждается в части (в) приведенного рассуждения.

Б. *Разделительное доказательство*, или *доказательство методом исключения*, более трудоемко, чем апагогическое, так как в его рамках сопоставляются не два положения, а три и более. Сначала формулируются три или более несовместимые друг с другом альтернативы, среди которых должен быть и доказываемый тезис. Затем одна за другой рассматриваются и исключаются как ложные все альтернативы, кроме той, которая является тезисом.

Есть одно ограничение, связанное с использованием разделительного доказательства: оно возможно только тогда, когда аргументатор уверен, что аргументируемое положение находится среди рассматри-

ваемых альтернатив. Например, методом исключения можно доказать, что данная компания завоевала рынок благодаря высокому качеству своей продукции, а не демпинговым ценам, монополии, коррупции, лоббированию своих интересов в эшелонах власти и т.д.

II. **Опровержение** — это логическая операция обоснования ложности некоторого тезиса или демонстрация его несостоятельности. Различают три способа опровержения: критика тезиса, критика аргументов или критика демонстрации.

1. *Критика тезиса* является самым действенным способом опровержения.

А. *Опровержение фактами* — самый простой способ опровержения. Его суть состоит в том, что выдвинувшему определенный тезис предъявляются факты, противоречащие этому тезису.

Например, академик РАН Э.П. Кругляков в статье «Россия снова во мгле?» с помощью фактов в виде статистических данных опровергает тезис астрологов о научности их прогнозов: «Согласно утверждениям астрологов, предрасположенность человека к той или иной профессии определяется с помощью гороскопа. Дж. Мак-Джерви (США) изучал распределение дат рождения 17 тысяч ученых и 6 тысяч политических деятелей относительно зодиакальных знаков. Оно оказалось совершенно случайным. Б. Сильвермен (США) изучил влияние знака Зодиака, соответствующего рождению каждого из супругов, на вероятность их бракосочетания или развода. Он использовал данные о 2978 свадьбах и 478 разводах... Оказалось, что никакого согласия между предсказаниями и реальностью нет». (24 часа. 1998. № 24).

Однако следует помнить, что существуют различные варианты интерпретации фактов.

Б. *Доказательство истинности антитезиса* представляет собой самостоятельное, т.е. независимое от тезиса, обоснование суждения, находящегося в отношении противоречия к этому тезису. Согласно закону противоречия из истинности одного суждения следует ложность другого, ему противоречащего.

Например, академик М.Н. Тихомиров опровергал тезис о том, что в сравнении с точными науками от истории нет никакой пользы, следующим образом: «Вот корова пасется на поле, и ей безразлично — Бородинское это поле или выпас сельца Анюткино. Овцы ходят по полю, и им все равно — Куликово это поле или лужок при деревне Чернушкино. А нам не все равно. Мы — люди. Человек не может считаться человеком, если он не знает своего рода-племени, если ему наплевать на родной край. Человек становится гражданином с того момента, когда узнает, что такое его страна и чем она славна.

Русский не сознает себя русским, покуда не узнал он о Дмитрие Донском, про Полтаву и Петра, про Пушкина и Некрасова...

Без истории же и литературы познание невозможно. Никакие мосты, самые распрекрасные, человека человеком не сделают, если он лишен памяти, а память людская в исторической науке воплощается».

В. *Установление ложности следствий*, вытекающих из тезиса (сведение к абсурду). Этот способ опровержения реализуется так: (а) допускается истинность тезиса; (б) из него выводятся следствия; (в) устанавливается ложность хотя бы одного следствия; (г) поскольку принятый условно тезис приводит к ложному следствию, его квалифицируют как ложный.

Например, известный российский философ А.Ф. Лосев путем сведения к абсурду отвергал тезис о том, что Диоген Лаэртский (Лаэртий, 1-я пол. III в.) придерживался взглядов тех философов, о которых писал наиболее подробно. Следует отметить, что трактат Диогена Лаэртского до сих пор является единственной известной сегодня «историей философии», написанной в Античности. Поэтому вопрос о мировоззрении самого Диогена Лаэртского естественным образом возникает как у исследователей его сочинения, так и у простых читателей. Допустим, что это так, — рассуждает профессор Лосев. Тогда Диоген Лаэртский разделял взгляды Платона, стоиков, скептиков и эпикурейцев, так как подробнее всего он рассказывал именно об этих философах. «Но ведь эти философские школы отличны друг от друга, невозможно, чтобы излагающий их автор принадлежал ко всем этим трем школам одновременно». Очевидно, что таким способом невозможно определить философские взгляды самого Диогена Лаэртского (А.Ф. Лосев. Диоген Лаэртий и его метод).

2. *Критика аргументов* как способ опровержения удобен и прост. Но при этом нельзя забывать, что недостаточность, сомнительность или ложность аргументов не делают опровергаемый тезис ложным, а только ослабляют его.

Известны три варианта критики аргументов: а) можно показать их ложность (например, использование аргумента «За деньги можно купить все» в любом рассуждении недопустимо в силу его очевидной ложности); б) можно продемонстрировать недостаточность приведенных аргументов (например, отсутствие или низкий уровень инфляции еще не являются достаточными для утверждения, что российский рубль является твердой валютой); в) можно указать на сомнительность происхождения аргумента (слухи, сплетни, бульварная пресса, так называемые «конфиденциальные источники» и т.д.)

3. *Критика демонстрации*, как и критика аргументов, только ослабляет тезис противника. Но в отличие от критики аргументов и критики тезиса, этот способ опровержения требует знания прочных логических связей, прежде всего закономерностей построения логических форм, таких, как понятие, суждение, умозаключение. В рамках критики демонстрации указывают на отсутствие необходимой логической связи между доказываемым тезисом и аргументами, признаками которого являются нарушения требований законов и правил логики, т.е. логические ошибки.

Например, в рассуждении «(а) Я — хороший бизнесмен, (б) ты — не я, значит, (в) ты не являешься хорошим бизнесменом» тезис, высказанный в части (в), нельзя считать обоснованным, так как само рассуждение, имеющее своим результатом этот тезис, построено вопреки правилам простого категорического силлогизма, который является в данном случае формой приведенного доказательства.

III. Подтверждение тезиса — широко используемый в практике спора вид аргументации. Оно особо эффективно при необходимости обоснования нетрадиционного, инновационного решения, новой точки зрения или перспективного предложения. В рамках подтверждения тезиса из предложенной нестандартной точки зрения выводят следствия и ищут их согласование с реальным положением дел, с фактами.

Например, академик РАН Э.П. Кругляков в упоминавшейся выше статье «Россия снова во мгле?» с помощью подтверждения таким образом аргументирует свою позицию: «*Автор* (здесь академик имеет в виду самого себя) весьма далек от легенд о масонских заговорах, однако должен заметить, что планомерность кампании по оболваниванию населения нашей страны средствами массовой информации просматривается. Вспомним массовое одурачивание зрителей и телезрителей не телесеансах Кашпировского. А как эффектно дурачил народ Алан Чумак, заряжавший всё и вся, от простой воды до кремов! Кстати, Чумак до сих пор подвизается время от времени на телевидении. На страницы газет хлынул поток совершенно нелепых историй, связанных с колдунами, прорицателями, экстрасенсами и, конечно же, с инопланетянами. «Меню» разнообразилось за счет репортажей из «суперсекретных» лабораторий, где «ученые» обнаружили и исследовали душу человека, расправились с проблемой рака и т.д. Один из последних «шедевров» связан с пирамидами, с помощью которых ловкие дельцы лечат болезни, очищают воду, повышают урожайность различных сельхозкультур и даже получают алмазы более высокой твердости» (24 часа. 1998. № 24).

Для того чтобы аргументация была сильной, убедительной и приводила к желаемым результатам, необходимо выполнять следующие правила:

- тезис должен быть сформулирован ясно и точно. Для этого нужно: а) дать определение всем необходимым понятиям; б) точно указать, о каком именно отношении между ними идет речь; в) объяснить, для какой цели осуществляется аргументация данного тезиса; г) исключить из тезиса неявные условия, положения и следствия (ситуативные слова *здесь, теперь, я, мы*, и др.);

- тезис должен быть неизменен в течение всего рассуждения, т.е. не должен меняться в процессе аргументации;

- аргументы, приводимые в подтверждение тезиса, должны быть истинными и не противоречить друг другу;

- аргументы должны быть достаточными: не слишком широкими, из которых может следовать все что угодно, но и не слишком узкими;

- аргументы должны быть суждениями, истинность которых доказана независимо от тезиса (не должно быть так называемого порочного круга в доказательстве);

- источники аргументов должны быть известными и достоверными;

- демонстрация аргументации должна представлять собой правильное рассуждение, т.е. соответствующее законам и правилам логики.

### *Ошибки в аргументации*

Ошибки в отношении тезиса.

- *Подмена тезиса* — неявный переход от аргументации исходного тезиса к аргументации другого. В результате исходный тезис не аргументирован, но вместе с тем создано впечатление его обоснованности. Подмена тезиса возможна в трех вариантах:

- 1) полная подмена тезиса, когда аргументируют совершенно другой тезис (например, некто хочет доказать, что нерассудительный человек глуп, а доказывает, что глупый человек нерассудителен. С точки зрения логики это не одно и то же);

- 2) переход в другой род, или частная подмена тезиса, когда аргументируют либо менее общий тезис относительно первоначально сформулированного, либо более общий.

В первом случае доказывается «слишком мало». Так, утверждая, что развивающиеся страны существенно упрочили свой экономический потенциал, недостаточно сослаться на более высокие, чем в развитых странах, темпы роста совокупного национального дохода, ибо в стороне останутся такие важные показатели, как производитель-

ность труда, затраты ресурсов на производство единицы продукции, ее ассортимент и т.д. Во втором случае доказывают «слишком много»: например, когда некто, основываясь на многочисленных случаях незаконного ведения бизнеса в России, вместо тезиса «Довольно большая часть бизнеса в России ведется незаконно» доказывает тезис о том, что весь российский бизнес ведется незаконно;

3) «довод к человеку», т.е. переход при аргументации тезиса к обсуждению личных качеств лица, выдвинувшего данный тезис.

Например, при обсуждении идеи, выдвинутой молодым сотрудником фирмы, другой сотрудник, имеющий гораздо больший стаж работы в данной фирме, может привести такой аргумент: «Кого мы слушаем, без году неделя работает у нас, а уже лезет со своими идеями».

• Основное заблуждение — в качестве аргументов берут суждения, которые выдают или пытаются выдать за истинные.

Например, некоторые рассуждают так: «Если в образовании упор делать на связь с практикой, то мировоззренческие и теоретические компоненты образования становятся второстепенными. Необходимо делать упор на связь с жизнью, значит, теоретическим и мировоззренческим положениям можно не уделять особого внимания». Здесь первая посылка явно ложная, поскольку хорошая теория всегда имеет практическую направленность.

• Предвосхищение основания — в качестве аргументов берутся положения, которые не являются заведомо ложными, но сами нуждаются в доказательстве, тем самым предвосхищается их достоверность (например, не следует ссылаться на мнение авторитетных людей без предварительного выяснения того, что они думают по поводу обсуждаемой проблемы).

• Круг в доказательстве — аргументы, с помощью которых обосновывается тезис, в свою очередь обосновываются тезисом, часто выраженным в иной форме. Например: «(а) Конкуренция стимулирует экономику, (б) потому что конкуренция означает, что каждый хочет быть лучше всех, быстрее всех и продавать товар дешевле всех, (в) поскольку в конце концов каждый хочет быть участником конкуренции, (г) чтобы конкурировать с другими людьми, (д) то это оказывается полезным для развития экономики». Нетрудно заметить, что часть (д) данного рассуждения тождественна части (а). Круг замкнулся.

Ошибки в отношении демонстрации.

• Мнимое следование — связь тезиса и аргументов не имеет необходимого характера.

Например: «Если страна развитая, то она имеет многопартийную политическую систему. В Англии существует многопартийная полити-

ческая система, значит, Англия — развитая страна». В этом рассуждении демонстрация имеет логически неправильную форму: логика за-прещает переходить от утверждения следствия к утверждению основания, так как в этом случае не обеспечивается истинность заключения при условии, что посылки истинны. Так что в нашем примере связь тезиса и аргументов не имеет необходимого логического характера.

• От сказанного с условием к сказанному безусловно: здесь в качестве верного при всех условиях и для любого времени используется аргумент, истинный лишь в определенном смысле, при определенных условиях и для данного времени. Тем самым связь тезиса и аргумента перестает быть логически необходимой.

Например, из высказывания «Возлюби ближнего своего» с точки зрения логики совершенно неясно, почему человек должен любить всех, независимо от того, кто перед ним, при каких обстоятельствах и в какое время.

В отличие от логических ошибок (паралогизмов), которые представляют собой неосознанные нарушения правил и законов логики, логические уловки (софизмы) являются преднамеренными отступлениями от логических норм — законов и правил логики. Любой софизм маскируют под правильное рассуждение, преследуя цель ввести противника в заблуждение. Для того чтобы не попасться на софистическую удочку, необходимо уметь нейтрализовать логические уловки, т.е. выявлять скрытые в них логические ошибки.

\* \* \*

Знание важнейших логических аспектов спора, рассмотренных в данном параграфе, позволяет уверенно чувствовать себя в любом коммуникативном процессе, особенно тогда, когда акт коммуникации принимает форму спора. К тому же оно дисциплинирует мышление, придает ему черты строгости и последовательности, помогает находить истину и является мощным оружием против лжи и обмана.

### § 3. Социально-психологические аспекты спора

#### *Общая характеристика*

Будучи разновидностью речевой коммуникации, спор (и особенно его вид, называемый полемикой) представляет собой сложный процесс, часть сторон которого образует его социально-психологическую компоненту. Спор не сводится к поочередному высказыванию его

участниками своих мнений. В деловом споре (полемике по существу вопроса) необходимо учитывать интересы, желания, стремления, симпатии, ценностные ориентации сторон и при этом помнить, что всякая апелляция к желаниям и чувствам людей должна входить в их сознание как логическое основание: чем более вески логические доводы, тем устойчивее психологическое воздействие. В результате противоположная сторона может согласиться даже на связанные с ними обременительные ограничения, издержки и хлопоты.

В начале спора каждая сторона обладает собственными установками, которые использует в качестве критериев оценки всего того, что делает и говорит другая сторона. Поэтому если вы хотите достичь поставленной цели, ради которой и затевается спор, необходимо пробудить у вашего оппонента интересы, согласующиеся с этой целью, а также обойти или преодолеть его желания и устремления, потенциально препятствующие достижению вашей цели.

Психологи разделяют основные желания, устремления, интересы людей на четыре главные группы: а) стремление к самосохранению, б) к продолжению рода, в) к утверждению своей личности и г) побуждения из различных чувств (любви, ненависти, радости, горя и др.) Большой силой обладают те психологические доводы, которые обращены к одному или нескольким желаниям, устремлениям, испытываемым в повседневной жизни.

### *Основные психологические доводы в споре*

**Физическое благополучие.** Возникновение угрозы для жизни, здоровья или безопасности является сильнейшей мотивировкой. При ее использовании главная задача состоит в том, чтобы изображение опасности было реальным, конкретным, буквально осязаемым, для чего следует приводить яркие примеры и статистические выкладки, демонстрирующие ее величину. Апеллируя к чувству опасности оппонента, мы тем самым побуждаем его искать путь к благополучию. Физическое же благополучие предполагает, в частности, реализацию желания свободы и деятельности, что, в свою очередь, влечет за собой мотивы физического порядка, связанные с обыденными привычками: стремлением к комфорту, достатку и т.п. Так, писатель А.И. Солженицын, говоря о необходимости смены курса правящей элиты, апеллирует к чувству самосохранения российских граждан. Опираясь на статистику, он показывает, что Россия конца XX столетия переживает настоящее демографическое крушение — «зловещее вымирание» славянских народов (*АиФ*. 1998. № 22).



**Экономические и социальные интересы.** В условиях рыночной экономики этот довод в споре используется очень часто, так как он направлен на то, чтобы вызвать желание вернуть затраченные средства с прибылью, накопить и увеличить материальные блага в той или иной форме, сохранить профессиональные гарантии. При этом убедительность обращения к экономическим интересам будет тем больше, чем большее количество свидетельств окупаемости издержек будет приведено. Чтобы оценить силу обращения к экономическим интересам, вспомним известную всем рекламную кампанию «МММ» с ее простым лейтмотивом: приобретение акций «МММ» — лучшее вложение капитала.

Общественные интересы основываются на устремлениях людей, возникающих в процессе их общения. В том или ином виде профессиональной деятельности общественные интересы чаще всего проявляются в форме стремления к хорошей репутации, к престижу, к завоеванию авторитета или власти в определенной социальной группе. В свою очередь, подобные стремления вызывают желание продемонстрировать собственное благородство, мужество, стойкость, твердость, принципиальность и т.д. Практически всегда человек готов пожертвовать средствами, время и энергию ради улучшения своего имиджа, усиления влияния и уважения в общественной среде, образующей поле его профессиональной деятельности.

**Чувство собственного достоинства.** Открытая лесть как способ подачи психологического довода в любом споре неприемлема. Обращение к чувству собственного достоинства человека требует изобретательности и определенной шепетильности. Этот довод следует конструировать таким образом, чтобы сметливость, здравый смысл, практический подход, пронизательность и т.д. вашего оппонента только лишь подразумевались, но не декларировались бы явно. Усилить этот довод можно демонстрацией вашей убежденности в том, что противоположная сторона способна проявить указанные качества с недоуменной силой. Так, в свое время среди доводов президента Б.Н. Ельцина в пользу принятия депутатами Государственной думы кандидатуры г-на Кириенко на пост премьер-министра были апелляции к их здравому смыслу: мол, оставьте в стороне политические резоны и поставьте во главу угла интересы дела — поднять экономику России, чем, собственно, и должен был заняться Кириенко в качестве премьера, иначе говоря, депутатам предлагалось показать стране понимание стоящих перед ней задач.

**Справедливость и право.** Обращение к чувству справедливости и права может пересилить противоположные интересы. Даже человек слабый, злой, завистливый и т.д. постарается оправдать свои действия в собственных глазах. Поэтому призыв к великодушию, к сострада-

нию, к чувству долга, правды или справедливости, а также к другим благородным качествам может оказать серьезное влияние на вашего оппонента, по силе сопоставимое с обращением к личному интересу.

**Развлечение и игра.** Большинство людей ощущает тягу к играм и развлечениям всю жизнь. Стремление к играм и развлечениям основано на сложном синтезе азартности, ощущения конфликта, потребности в отдыхе, богатого воображения и юмора. Люди готовы платить за то, чтобы испытать чувство риска, ощутить дух соревнования, вкус победы. Об этом свидетельствует популярность во всем мире всевозможных лотерей, азартных игр, телеигр, рекламных кампаний с розыгрышем призов.

Использование в споре (полемике) психологических доводов предполагает творчество, инициативу и импровизацию. Повышению их действенности способствуют следующие правила.

1. Доводы должны соответствовать обстановке и существу спора. Так, в деловых переговорах на переднем плане стоят физические и экономические интересы, поэтому апелляция к чувству совести противоположной стороны как ответ на требование завышенных процентов будет бесполезна.

2. Психологические доводы должны опираться на конкретные примеры. Чувства людей будут всегда конкретны в отличие от форм мышления. Голая апелляция к чувствам воспринимается как лозунг на знаменах — надо очень постараться, чтобы люди встали под эти знамена, а именно привести конкретный пример с красочными подробностями.

3. Надо избегать пошлых или явно бьющих на чувство призывов. Психологические доводы следует выдвигать сдержанно и с достоинством. Всякий эмоциональный «разгул» одной из спорящих сторон вызывает внутреннее противодействие у другой, так как расценивается как попытка «залезть в душу».

4. Необходимо сочетать психологические доводы с логическими элементами. Никто даже короткое время не выдержит массивного давления на чувства («Хватит читать мне мораль»), равно как и сухого академического рассуждения («Хватит читать мне лекцию»). Так, к общепризнанному положению о том, что чтение книг способствует развитию личности, ее духовного мира, можно добавить психологический довод, что чтение книг сулит немалое удовольствие.

Уловка. В ситуации спора (полемики) завуалированные отступления от его правил называются уловками. К социально-психологическим уловкам (в отличие от логических) относятся:

- приманка. Как правило, эта уловка представляет собой достаточно скрытую лесть. Противоположная сторона может подталкивать вас

к принятию ее предложения, ссылаясь на вашу проницательность, недюжинный интеллект т.п. Нейтрализовать эту уловку довольно просто, предложив вашим оппонентам обсудить все подробнее, мотивируя это тем, что вы любите «докапываться до самых корней»;

- самовосхваление. Расписывая свои достижения, таланты, оппонент пытается поставить вас в положение «младшего брата», «птенца» по сравнению с ним — «орлом». На это можно ответить, что все когда-то начинали и, надо думать, совершали немало ошибок, ведь человеку свойственно ошибаться;

- досказание. «Позвольте я продолжу вашу мысль...» или «О, я понимаю, куда вы клоните...» — такие слова могут скрывать уловку, состоящую в том, что ваш соперник домысливает развитие ситуации, выводя ее за рамки известных фактов: «Вчера у нас отняли сбережения. Сегодня посадили на хлеб и воду. А завтра отнимут последнюю рубашку... До каких же пор будем терпеть антинародное правительство?!...» Но не торопитесь останавливать противоположную сторону. Не исключена возможность, что она «доскажет» то, что хотели сказать вы. Тогда нелишним будет констатировать, что стороны достигли определенного уровня взаимопонимания;

- гибкая терминология. Эта уловка связана с таким подбором слов, который вызывает определенный настрой у слушателей — отрицательный или положительный. Ср.: бюрократы — работники сферы управления, скотник — специалист по ассенизации животноводческой фермы, шпик — разведчик, осведомитель — неофициальный источник информации и т.д.;

- демагогия. Явное преувеличение последствий принятия того или иного предложения, искажение этих последствий с целью утвердить собственное предложение;

- философия («птичий язык»). Данная уловка характерна для любителей говорить «мудреным языком». С ее помощью маскируют отсутствие ответа или нежелание отвечать на поставленный вопрос, а также некомпетентность в обсуждаемом вопросе. Некоторые чиновники, разъясняя свои действия, решения, используют выражения: «нулевой рост», «максимально гарантированный минимум», «замедление темпов падения», «сокращение налоговых ожиданий» и т.п.;

- трескотня. При помощи высказывания множества мыслей в быстром темпе соперник приводится в замешательство, выбивается почва из под его ног. Тем самым рвется нить разговора. Попросите все повторить и помедленнее;

- многозначительная недосказанность. Выражая свою мысль, ваш оппонент своим глубокомысленным и многозначительным видом по-

казывает, что он мог бы еще многое сказать по этому поводу, но не считает нужным это делать. Попросите его продолжить — ведь это так интересно;

- **мнимая невнимательность.** Противоположная сторона как бы не замечает доводов, на которые не может ответить по существу. В этом случае можно поставить вопрос о способности вашего соперника вести спор;

- **бремя доказательства.** Тезис высказан, но никак не аргументирован. С помощью вопроса вроде «...Кто-нибудь имеет возражения против этого?» центр спора смещается в пользу противника, ибо «клянуv» на эту уловку вам придется критиковать выдвинутый тезис, приводя различные аргументы в подкрепление своей точки зрения. Теперь ваш противник постарается вести спор вокруг них, а не вокруг своего тезиса. Вы легко нейтрализуете данную уловку, если будете придерживаться принципа «Возлагай бремя доказательства на противника»;

- **симуляция непонимания.** Противник может попытаться представить дело так, что он не понимает, о чем идет речь, и с помощью надуманных вопросов постарается свернуть спорную тему или создать впечатление несостоятельности ваших утверждений. Такую уловку можно нейтрализовать намеком на то, что вы готовы дать вашему сопернику некоторое время на изучение спорного вопроса. Если же он не согласится, следует предложить ему отказаться от участия в споре или выставить своего более компетентного представителя.

Очень часто в споре используются организационно-процедурные уловки. Большинство из них применяется в публичных речевых коммуникативных актах, например в дискуссиях, дебатах, нередко переходящих в полемику (например, на заседаниях Государственной думы).

Например, уловка «брать горлом» состоит в повышении тона, одна спорящая сторона перебивает другую, не дает ей говорить, в конце концов словесно «забивает» ее, тем самым лишая возможности продолжать спор. Сохраняя спокойствие, дождитесь, пока словесный вулкан не поухнет, а затем предложите вернуться к месту остановки спора.

Другая уловка основана на известной особенности человеческой психики: лучше всего запоминаются первое и последнее выступление. Поэтому постарайтесь сделать так, чтобы первым и последним выступающими были ваши сторонники или по крайней мере сочувствующие, но не сторонники противоположной стороны.

Еще один способ «затереть» противника в споре — держать его в строгих рамках регламента, в то время как представителям другой стороны давать всевозможные поблажки процедурного характера.

Довольно часто используемая уловка — откладывание обсуждения главного вопроса. Этот способ преследует цель утомить участников спора, а затем без детального обсуждения объявить нужное решение главного вопроса.

Нередко используется и такая уловка, как жесткая фиксация принятого решения — даже в случае поступления информации, которая может стать веским основанием для пересмотра решения, принятого ранее. И наоборот: поступившую позже незначительную информацию представляют как имеющую принципиальное значение для пересмотра ранее принятого решения.

Мы рассмотрели далеко не все уловки психологического и организационного характера, а только те, которые наиболее часто используются. По этой причине трудно говорить о всех возможных способах их нейтрализации. Но в любом случае они определяются целью квалифицированного разоблачения уловки посредством анализа ее существа и предназначения. В результате автор уловки и другие участники спора отказываются от попыток ее использования в дальнейшем, опасаясь свести к нулю шансы выиграть спор или достойно его закончить.

\* \* \*

Мы выяснили, что общение между людьми протекает в разных режимах, в частности и в режиме спора. Более того, сегодня умение спорить стало неотъемлемой чертой цивилизованного человека, независимо от сферы его деятельности. Поэтому необходимо знать, какие логические и психологические приемы спора существуют, как их можно и нужно использовать, чего следует остерегаться.

#### Контрольные вопросы и задания

1. Что такое спор? В чем заключается его ценность?
2. Каковы общие рекомендации ведения спора?
3. Что такое дискуссия? Каковы ее основные черты?
4. Что такое полемика? Каковы ее основные характеристики?
5. Расскажите о стратегии и тактике спора.
6. Что такое вопрос? Каковы его виды и критерии постановки?
7. Что такое ответ? Каковы виды ответов и критерии их правильности?
8. Что такое аргументация? Каковы ее основные свойства?
9. Какие элементы составляют структуру аргументации? Дайте характеристику каждому из них.
10. Какие виды аргументации наиболее часто используются в споре? Дайте подробную характеристику каждому из них.

11. Соблюдение каких правил делает аргументацию убедительной и доказательной?
12. Объясните типичные ошибки в аргументации.
13. Что такое логическая уловка? Какие логические уловки вам известны?
14. На что направлены психологические доводы?
15. Каковы основные виды психологических доводов?
16. Соблюдение каких правил делает использование психологических доводов эффективным?
17. Какие психологические и организационно-процедурные уловки вы знаете? Каковы возможные способы их нейтрализации?

### Литература

- Брутян, Г. А.* Аргументация. Ереван, 1984.
- Ееремен, Ф. Х. ван., Гроотендорст, Р.* Аргументация, коммуникация и ошибки. Л., 1992.
- Логика: Логические основы общения : учеб. пособие для вузов / В. Ф. Берков, Я. С. Яскевич, В. И. Бартон и др. М., 1994.
- Павлова, К. Г.* Психология спора. Логико-психологические аспекты. Владивосток, 1988.
- Поварнин, С. И.* Спор. О теории и практике спора // Вопросы философии. 1990, № 3.
- Прошутин, Н. Ф.* Что такое полемика. М., 1985.

### Практикум

Целью практических занятий к главе является выработка практических навыков ведения спора, умения применять различные виды аргументации и оценить важность психологических средств в споре. Для выполнения заданий необходимо знание следующих терминов:

*Аргументация* — логико-коммуникативный процесс, направленный на обоснование позиции одного человека с целью последующего ее понимания и принятия другим человеком.

*Аргументы* — известные положения, с помощью которых достигается обоснованность и убедительность тезиса.

*Демонстрация* — логическая связь тезиса и аргументов.

*Дискуссия* — вид спора, в рамках которого обсуждается какая-либо проблема с целью достичь взаимоприемлемого, а по возможности и общезначимого ее решения.

*Доказательность* — логическое воздействие на оппонента принудительностью рассуждения.

*Доказательство* — вид аргументации, в рамках которого истинность тезиса прямо или опосредованно выводится из истинности аргументов.

*Оппонент* — тот, кто оспаривает тезис.

*Опровержение* — логическая операция обоснования ложности некоторого тезиса или демонстрация его необоснованности.

*Полемика* — вид спора, в рамках которого основные усилия сторон направлены на утверждение (победу) своей позиции относительно обсуждаемого предмета.

*Предикат* — элемент простого высказывания, отражающий признак предмета мысли.

*Пропонент* — тот, кто выдвигает и отстаивает некоторый тезис.

*Спор* — коммуникативный процесс, в рамках которого происходит сопоставление точек зрения, позиций участвующих в нем сторон, причем каждая стремится аргументированно утвердить свое понимание обсуждаемых вопросов и опровергнуть доводы другой стороны.

*Субъект* — элемент простого высказывания, отражающий предмет мысли.

*Тезис* — положение, которое подлежит обоснованию.

*Убедительность* — психологическое воздействие на оппонента, направленное на восприятие им той или иной идеи.

**Задание 1.** Укажите, к каким видам относятся следующие вопросы. Правильны ли они, каковы их предпосылки? См. ключ.

- (1) Для чего вкладывают деньги?
- (2) Правда ли, что все политики верят в то, что говорят?
- (3) Какой город является центром российского бизнеса?
- (4) Кто придумал товарно-денежные отношения?
- (5) Каким образом расположение планет влияет на ставку рефинансирования?
- (6) Продолжаете ли вы утаивать налоги?

**Задание 2.** Определите, какие критерии постановки вопросов нарушены в приводимых ниже примерах.

- (1) Кто, где, когда и из какого оружия убил президента США Дж. Кеннеди?
- (2) Является ли современная Великобритания по форме правления республикой или монархией?
- (3) Какой русский не любит быстрой езды?
- (4) Какой оценки заслуживает данное сочинение — «хорошо» или «отлично»?
- (5) Какой курс рубля к доллару США был установлен Центробанком РФ 1 сентября 2007 г.?

(6) Владеет ли он английским языком?

(7) Кто старший в группе реформаторов-демократов?

(8) В какой стране национальный банк в течение последних десяти лет поддерживает курс: 1 доллар США = 100 луйдорам?

**Задание 3.** Дайте обоснованные ответы разных видов на вопросы в задании 1.

**Задание 4.** Найдите тезис и аргументы в данных рассуждениях. См.ключ.

(1) Все жители Африки хотят счастья. Хотят того же и жители Северной и Южной Америки, Австралии, Новой Зеландии, исследователи Антарктиды. Значит, все люди Земли хотят счастья.

(2) Логика тесно связана с грамматикой. В самом деле, не существует мыслей вне языковой оболочки. Для того чтобы сообщить свою мысль другим людям, мы должны выразить ее в языковой форме. И наоборот, всякое слово, всякая фраза выражает какую-то мысль. Все это доказывает тесную связь логики с грамматикой.

(3) Всякому, кому суждено умереть, — умрет. Всякому, кому суждено выздороветь, — выздоровеет. И умрет, и выздоровеет он независимо от того, будет к нему вызван врач или нет. Поэтому не стоит вызывать врача к больному и вообще что-то делать.

**Задание 5.** Оцените правильность аргументации. Если аргументация некорректна, укажите — почему. См. ключ.

(1) Поскольку риск, как говорится, благородное дело и очевидно, что дача взятки должностному лицу, безусловно, представляет собой риск, отсюда с необходимостью по правилам логики следует, что дача взятки должностному лицу является благородным делом.

(2) Если бы я был богат, то купил бы автомобиль. Если бы я был бесчестен, то украл бы его. Однако я не куплю автомобиль и не украду его. Так что я не богат, но и не бесчестен.

(3) Я полностью согласен с утверждением журнала мод «Бурда», что зависть является корнем всех зол. Судите сами. Зависть не только отравляет людям повседневную жизнь, но может привести и к более серьезным последствиям. Поэтому наряду с ревностью, злобой и ненавистью зависть, несомненно, относится к самым плохим чертам характера. Подкравшись незаметно, зависть ранит больно и глубоко. Человек завидует благополучию других, мучается от сознания того, что кому-то более повезло.

(4) Вы, должно быть, согласны с моим вариантом прогноза, поскольку такой компетентный специалист, как вы, не может не предпочесть солидную работу шарлатанству и дешевке.



(5) Снег не может лежать на вершинах высоких гор, так как чем ближе к солнцу, тем теплее; к тому же, как известно, снег всегда тает раньше на высоких местах, а в низких, например лощинах, еще держится.

(6) Все студенты добродетельны, ведь они люди.

**З а д а н и е 6.** Найдите логические уловки, содержащиеся в приводимых ниже рассуждениях. См. ключ.

(1) Одна и та же вещь не может иметь какое-то свойство и не иметь его. Частная собственность предполагает самостоятельность, заинтересованность и ответственность. Заинтересованность — это, очевидно, не ответственность, а ответственность — не самостоятельность. Получается, вопреки сказанному вначале, что частная собственность предполагает и самостоятельность, и несамостоятельность, ответственность и безответственность.

(2) Компания, получившая когда-то ссуду от банка, теперь ничего ему не должна, так как она стала иной: в ее правлении не осталось никого из тех, кто просил ссуду.

(3) Все служащие японских корпораций маленького роста. Значит, все японские корпорации — маленькие.

(4) Спорят мать и дочь. Мать: «Что ты так сухо обошлась с ним? Он, бедный, чувствовал себя у нас так неловко». — Дочь: «А как же прикажешь мне с ним обращаться? Поместить в угол вместо образов и молиться?»

(5) «...Юный идеалист доказывает человеку «опыта», что такой-то поступок малодушен и бесчестен. Тот сперва стал спорить «чин-чином», но затем, видя, что дело его плохо, заявил: «Очень вы еще молоды и неопытны. Поживите, узнаете жизнь и сами со мною согласитесь». Юноша стал доказывать, что молодость ни при чем, что «он знает жизнь»» (С. И. Поварнин. Спор. О теории и практике спора).

**З а д а н и е 7.** Оцените убедительность следующих рассуждений. См. ключ.

(1) «Без личного труда человек не может идти вперед; не может оставаться на одном месте, но должен идти назад. Тело, сердце и ум человека требуют труда, и это требование так настоятельно, что если, почему бы то ни было, у человека не окажется своего личного труда в жизни, тогда он теряет настоящую дорогу и перед ним открываются две другие, обе одинаково губительные: дорога неутомимого недовольства жизнью, мрачной апатии и бездонной скуки или дорога добровольного, незаметного самоуничтожения, по которой человек быстро спускается до детских прихотей или скотских наслаждений. На той и на другой дороге смерть овладевает человеком заживо потому, что труд — личный, свободный труд — и есть жизнь» (К. Ушинский).

(2) Группе ученых задали вопрос: «Может ли ЭВМ обладать сознанием?» Они ответили так: «ЭВМ нельзя рассматривать как мозг, поэтому она не мо-

жет обладать и свойством, присущим наиболее развитой форме материи, — сознанием».

(3) М. Горький не имел высшего образования. В. Пикуль тоже. Значит ли это, что лучшие писатели те, кто не обременял себя наукой?

(4) Сода и хлор — токсичны, хотя и в разной степени. Следовательно, хлорид соды токсичен (напомним, что хлорид соды есть не что иное, как обыкновенная соль).

(5) Она должна быть скромной: до такой степени она некрасива.

(6) Ромео должен был быть влюблен, ведь ему исполнилось семнадцать лет.

(7) Около 640 г. халиф Омар повелел сжечь знаменитую Александрийскую библиотеку, обосновав свое решение таким образом: «Если книги из этой библиотеки согласуются с Кораном, то они излишни; если же их содержание расходится с тем, что написано в Коране, то они вредны. Но они должны быть или согласны с Кораном, или расходиться с ним. Следовательно, они или излишни, или вредны».

**За д а н и е 8.** Проанализируйте приведенные ниже противоборствующие мнения («АиФ». 1998. № 34): а) назовите предмет спора; б) определите позиции сторон; в) дайте оценку психологическим доводам. См. ключ.

**А.** Нужны ли были юношеские игры?

(1) *Доигралась...* Я возмущен поступком мэра Москвы Ю.М. Лужкова, способствовавшего организации в наше трудное и суровое время Всемирных юношеских игр. Когда многим российским труженикам нечем платить зарплату, Лужков и его подчиненные тратят бешеные деньги на мероприятие, которое вполне можно было бы и не проводить. Получается, что одной рукой мы просим дать в долг деньги у Международного фонда, а другой разбрасываем их на ненужную показуху, на то, чтобы вожди народа могли покрасоваться на трибуне рядом с Самаранчем. Кириенко, с одной стороны, каждый день повторяет, что мы должны жить по средствам, а с другой — допустил трату огромных средств, вместо того чтобы использовать их на выплату зарплат, борьбу с кризисом.

С глубоким уважением к прошлым заслугам Ю.М. Лужкова и с не менее глубоким возмущением последним его «ляпом»,

Евгений Былинский, доктор географических наук.

Одинцово, Московская обл.

(2) *Лужков родил традицию.* Увы, нигде не удалось прочитать, какую прибыль в валюте принесли Всемирные юношеские игры стране. Но наверняка немалую. Иностранцы покупали билеты, ели-пили в наших кафе и ресторанах, жили в гостиницах, ходили в музеи и театры.

Но моральная сторона этого большого праздника гораздо важнее и дороже. Ведь весь мир приехал к нам в гости и убедился, что Россия — мощная

державы и Москва наша — красивейший город Европы. За проведение Олимпийских игр страны в очередь стоят, бьются за это право. Лужков — молодец, взял да и придумал праздник, до которого не додумался никто. Он положил начало мировой традиции.

Елена Коваленко. Новороссийск

Б. Грешить или не грешить? Нужно ли вводить в школах предмет «сексуальное воспитание»? Уже не один год в нашем обществе ломают копья по данному поводу. А вот что думают об этом известные люди...

*Альберт Макашов, генерал-полковник.* Министерство образования насильно всовывает половой вопрос в самом извращенном виде для развращения наших детей. У нас не половое воспитание, а преступление. Мне повезло: я шесть лет был невыездным, а потом побывал в Америке. Там обнаженная грудь является преступлением.

*Нонна Мордюкова, актриса.* Считаю, что в наших школах вводить такой предмет, как «воспитание полов», не нужно. А почему — объяснять не буду.

*Константин Эрст, генеральный продюсер* Первого канала. Думаю, что в старших классах необходимо вводить такой предмет, потому что желания школьников получить информацию в этой области не остановить. А если школа не возьмет это под свой контроль, то все равно дети получают нужные им сведения во дворе и у своих знакомых. Но в этом случае информация уже может быть недостаточно точной, а то и просто искаженной, состоящей из небылиц, легенд и мифов. К сожалению, у нас в стране с чувством меры всегда были нелады. Поэтому люди, составляющие подобные методические программы, должны быть, скажем так, очень правильные, т.е. специалисты — психологи, сексологи.

*Наталья Варлей, актриса.* Мы толкаем своих детей на то, что жить можно начинать с 13—14 лет. Но только, мол, пользуйтесь презервативами, чтобы не заболеть. А то, что надо готовить себя к тому, чтобы быть мамами и папами, как-то забывается. Мне кажется, у нас не с той стороны начато воспитание детей. При нравственной незрелости нашего общества такое воспитание может привести к пагубным последствиям. По-моему, в то время, когда наши правители стоят в храме со свечкой в руке, и в обществе должен быть какой-то ориентир на нравственные постулаты. Я, мать двоих сыновей, полагаю, что нужно объяснять детям, что любовь и брак — это в первую очередь духовная любовь, а во вторую — возможность продолжить себя в этом мире.

Задание 9. Проанализируйте приведенные ниже споры (АиФ. 1998. № 24; АиФ. Дочки-Матери. 2002. № 36): а) назовите предмет спора; б) определите позиции сторон; в) охарактеризуйте виды аргументации, используемые спорящими сторонами; г) оцените логическую силу и корректность при-

водимых аргументов; д) поясните психологические доводы. Попробуйте продолжить спор с учетом проведенного анализа. См. ключ.

#### А. Астрология: польза или вред?

Александр Зараев, президент Русской астрологической школы:

«Кто предупрежден, тот вооружен»

Астрология изучает влияние звезд на Землю, ауру человека. То что это наука, а не некое мистическое учение, доказали объективные исследования. *В 70-х годах Мишель Гоклен провел компьютерную обработку 20 тыс. гороскопов для того, чтобы разоблачить астрологию* и доказать, что никакого разделения людей по гороскопам в плане профессиональной пригодности не существует. Его работы показали, что астрологи правы в своих предположениях: у спортсменов сильные Марс и Юпитер, у политиков — Сатурн и так далее. Гоклен также увидел, что наиболее одаренные люди имеют мощные планетарные поддержки, нет ни одного известного человека со слабым гороскопом. Гоклен даже пошел дальше: стал исследовать гороскопы бесплодных супругов. Супруги использовали его сведения. И женщины забеременели. Попадание получилось у 70%.

*Сейчас появилась даже новая наука — селенология.* Оказывается, во время полнолуния меняется не только астральное тело человека, но и физиологические свойства растворов в организме, с большей скоростью протекают химические реакции, меняется вязкость крови, физические параметры воды и других жидких субстанций!

*Правомерность астрологии доказали и космические исследования «Вояджера-1» и «Вояджера-2», которые пролетали мимо планет Сатурн и Юпитер.* Астрологи считают, что Юпитер покровительствует жизни на Земле, защищает ее. При его влиянии происходят благоприятные перемены. Что вы думаете? И космические исследования показали, что Юпитер и его спутник Ио вместе составляют мощную «динамомашину»(!), которая укрепляет магнитосферу Земли. А Сатурн считается у астрологов планетой неблагоприятной. Оказалось, что это действительно так. Сатурн разгоняет ионы тяжелых газов и на больших скоростях посылает их на Землю. Наукой доказано, что *во время активности Сатурна, раз в 15 лет, смертность на Земле возрастает.*

Что же касается так называемых всеми астрологических прогнозов, я считаю, что их надо делать обязательно. Есть периоды, когда аура человека заряжена более сильно, он здоров, психика стабильна, эмоциональная сфера более раскрыта, творческий потенциал выше обычного. На этом подъеме у человека любое дело может получиться намного легче и лучше, чем всегда. Если состояние противоположное, аура на нуле, внутренний дискомфорт, минимальный творческий потенциал, бесполезно на себя брать большую ношу. На этот период, вы, дай Бог, сами себя сможете до работы

еле донести и делать все по минимуму. И эти периоды человек должен и имеет право знать.

«Кто предупрежден, тот вооружен», — говорили древние. Я даю человеку поддержку. Ни в коем случае я не пытаюсь ему диктовать, как надо поступать, или им управлять. Задача метеоролога — констатировать бесстрастно: будет дождь. А уж наденет человек плащ или возьмет зонтик — это его дело. Примерно то же самое и в астрологии.

Федор Кондратьев, профессор, заслуженный врач РФ:

«Судьба человека неповторима!»

Примеры нашей связи с космосом многочисленны и разнообразны. Как чувствовал великий А.С. Пушкин свою зависимость от сезона: весной муза его покидала, а осенью перо не успевало за мыслью. Но то астрономия! А астрология?

Астрология не учитывает, что каждый отдельный человек — это тоже космос. И это бесконечное разнообразие ну просто несовместимо с тем, чтобы все человечество на протяжении тысячелетий своей истории моделировалось только по 12 знакам зодиака и их частным комбинациям! Допустим, что по каким-то отдельным взаимосочетаниям небесных светил можно наметить сходство между людьми, но все остальные причины бесконечно разнообразны, что и предопределяет всегда неповторимую судьбу человека. И никакой индивидуальный гороскоп не может ее знать.

Поэтому так маловероятен прогноз по знакам зодиака. А прогнозы астрологов всегда неадекватно категоричны. Людям, в них верящим и особо легко поддающимся внушению, эти прогнозы могут навязать ненужные опасения и ограничения, что в ряде случаев просто может помешать поведению в данный день. Верящий в астрологические прогнозы как бы лишается самостоятельности, искусственно ограничивает свободу своей воли. А это уже явный вред. Более того, внушенный страх сбивает человека. Так, опытный водитель даже в сложной дорожной ситуации едет как бы «на автомате» и легко выбирается из заторов. Но при внушенной гороскопом заикленности, что именно в этот день «его ждут большие неприятности, возможно автоавария», накопленный с годами автоматизм блокируется. Ожидание аварии вызывает стрессовую реакцию, сбивающую с адекватных действий, и прогноз астролога... сбывается. Другой человек, родившийся под этим же знаком зодиака и знать не знающий о «звездной предрешенности в этот день совершить аварию», благополучно доезжает до цели, несмотря на еще более сложную дорожную обстановку.

Возможны и другие аргументы вреда астрологии. Астрология — не естественно-научная сфера знания, как астрономия. Она претендует на свою духовность, ее религия — оккультизм, вера в магию, противопоставляющую себя Богу. Все мировые религии, ставшие основой современной цивилизации, все-

гда были против фатализма астрологов. Все они предполагают личную ответственность человека за свои поступки и за свою судьбу. Все они исходят из свободы воли человека в выборе между добром и злом, и все они дают указания, что есть добро и что есть зло.

Астрология, по существу, низводит человека до механической куклы-марионетки, напрямую зависимой от тех ниточек, за которые его дергают звезды. И в этом большой вред астрологии, поскольку она снимает ответственность с человека, делает его безвластным над собой и инертным в обществе. К сожалению, для исповедующего «научную мистику» это не аргумент.

### Б. Роман на службе: «за» и «против»

#### ПЛЮСЫ

1) Нет необходимости тратить время на то, чтобы познакомиться и узнать друг друга ближе. Еще до романа при желании все повыспросишь у сослуживцев, да и за объектом вождения можно понаблюдать, сколько захочется: подходит ли он тебе или лучше поискать другого? А если тебе от мужчины нужен только секс, а поговорить не о чем, всегда можно обсудить работу.

2) Служебный роман — самый лучший способ освободиться от рабочей рутины. Так как общение с партнером будет проходить у всех на виду, придется изобрести целую систему знаков и намеков, понятных только вам. У одной парочки фраза «пойдем, я тебе продиктую справку» означала оральный секс в лифте. По рассказам очевидцев, лифт в этой фирме застревал раза по три на дню. Да и на работу ходить интереснее (это если вы люди семейные и не можете встречаться в другом месте). Все время будешь в эротических грезах: «Что этот проказник еще придумает? Затащит в каморку уборщицы или предпочтет взять по делам» служебную машину?» Эх, романтика!

3) Повысится производительность труда. Ясное дело, что чем раньше закончишь работу, тем больше времени останется друг на друга. То, что ты растягивала на целый день, оказывается, можно сделать «одной левой» и за час! Эмоциональный подъем сворачивает горы. Поддерживая друг друга, вы становитесь настоящей командой, которая сможет обойти других, несчастных, одиноких и оттого неработоспособных коллег и выбиться в руководители.

4) Никому из вас не надо уходить пораньше, чтобы успеть на свидание. А если у вас добрые, отзывчивые коллеги, которые не будут трепаться о вашем романе на каждом углу, можно вместе напроситься в «деловую поездку» куда-нибудь в Париж... И отлично провести время в оплаченном начальником романтическом путешествии.

#### МИНУСЫ

1) Почему-то начальник, если девушка крутит роман не с ним, начинает волком смотреть на влюбленную парочку. Может, завидует, а? Нет, все гораз-

до банальнее. Ведь, вместо того чтобы корпеть над отчетом, окрыленные любовью сотрудники бегут в кафе или (за неимением другой возможности) нежно держатся за руки под столом во время собрания. Какая уж тут дисциплина и производительность труда? И вот мерзкий интриган начинает действовать. Например, остается в офисе допоздна и не дает сотрудникам насладиться общением наедине. Или сверхурочной работой загружает так, чтоб уже все желания пропали. А то и вовсе зудеть начинает над ухом, особенно когда все предыдущие уловки не удались и роман завершился-таки свадьбой.

2) Это только кажется, что, приходя в офис, все сотрудники увлечены работой. В реальности они, изображая бурную деятельность, глядят в оба: о ком бы посплетничать со скуки, да в таких подробностях, чтоб их еще долго можно было посмаковать. Угадajte, о ком они будут говорить? Шушуканье за спиной и насмешки в глаза способны отравить жизнь любому человеку. И не думайте, что такое происходит только в женских коллективах. Мужчины тоже с удовольствием обсудят, в какой позе и сколько раз Петрова отдалась Сидорову, вместо того чтобы умильно пускать слезу при виде их возвышенных отношений. А иной хороший человек и шефу и жене (мужу) все расскажет. А как же? Ему тоже интересно, что да как!

3) Как известно, любовь приходит и уходит, а кушать хочется всегда. Представьте, что чувства угасли, страсть прошла, но вы по-прежнему работаете вместе и видите друг друга каждый день. А если еще и расстались не очень хорошо, то так и будете норовить сделать друг другу пакость.

4) Если даже вы прошли все препоны и поженились, представьте, каково будет видеть друг друга целый день и дома, и на работе. Где, простите, друг от друга отдыхать? А о цветах и ухаживаниях вообще можно будет забыть. Ты и так у мужчины под рукой ежечасно и ежеминутно, куда от него денешься? Вот он и не церемонится!

## Глава 5

# Речевые аспекты деловой коммуникации

Значительную часть профессиональной деятельности людей, особенно предпринимателей, менеджеров, работников социальной сферы, составляют деловые беседы и переговоры. От удачного установления взаимовыгодных контактов между деловыми людьми часто зависит успех деятельности предприятий, фирм, организаций. В «Словаре русского языка» С.И. Ожегова *переговоры* определяются как «обмен мнениями с деловой целью», иногда их характеризуют как речевое общение между собеседниками, которые обладают необходимыми полномочиями от своих организаций (учреждения, фирмы и т.д.) для установления деловых отношений, разрешения спорных вопросов или выработки конструктивного подхода к их решению. Достижение цели переговоров всегда связано с выработкой совместной программы действий по какому-либо направлению деятельности.

Профессионально-деловое общение протекает, как правило, в типичных ситуациях, соответствующих целям и задачам участников, их психологическим, коммуникативным и ролевым установкам. Овладение мастерством ведения эффективных переговоров строится прежде всего на знаниях этих ситуаций и умениях легко в них ориентироваться.

### § 1. Типичные коммуникативные ситуации

#### *Понятие типичной коммуникативной ситуации*

Типичной коммуникативной ситуацией (ТКС) считают некую модель контакта, обусловленного определенным содержанием и обстановкой, в которой реализуются речевые действия партнеров, направленные на достижение взаимопонимания (согла-



шения). В ТКС отражаются мотивы и цели взаимодействия, условия протекания общения, социальные роли собеседников, а также речевые действия, при помощи которых наиболее полно реализуется отношение сторон к предмету разговора.

Психологической предпосылкой любого действия, в том числе и речевого, является определенная потребность, *мотив*, намерение конкретного лица или группы лиц. В переговорном процессе основным мотивом, как правило, становятся желание усилить свою позицию, демонстрация надежности, преимуществ и т.д.

Любые деловые контакты связаны с достижением *целей*, решением конкретных задач, т.е. с реализацией коммуникативной установки общения.

*Условиями* протекания общения становятся объективные и субъективные характеристики места, времени, обстановки взаимодействия.

Участники делового общения, обладая реальным статусом (профессиональным, социальным, культурным), в процессе переговоров исполняют *роли*, обусловленные характером, целями коммуникативной ситуации.

Мотивы, цели, ролевые установки, условия переговоров диктуют набор *речевых действий*, т.е. *этикетно-речевых формул*, специфических речевых и языковых средств оформления предметного содержания разговора.

*Предметом* деловых переговоров являются, как правило, элементы профессиональной деятельности, проблемы, представляющие взаимный интерес, взаимоотношения с партнерами и т.д.

Организуя переговорный процесс, необходимо учитывать личные качества и жизненные ценности каждого из его участников, уметь посмотреть на проблему глазами собеседника, оппонента, конкурента, строить речевые обороты с учетом доступности, простоты их понимания любым из партнеров по общению.

Даже прекрасный специалист в своей области кроме профессиональной компетенции должен владеть *коммуникативной компетенцией*, т.е. знанием психологических, предметных (содержательных) и языковых компонентов, необходимых для понимания партнера по переговорам и/или выработки собственной программы поведения. ТКС любой сферы общения рассматриваются и реализуются по следующим параметрам: а) коммуникативные установки, т.е. цели и задачи общения; б) ролевые установки, т.е. отражение в поведении коммуникантов их социально-деловых характеристик; в) этикетно-речевые формулы общения.

### *Установление (поддержание) деловых контактов*

В деловых беседах, переговорах должно быть реализовано «золотое правило»: «Относись к другим так, как ты бы хотел, чтобы они относились к тебе». Установление, поддержание деловых контактов на высоком уровне культуры, соблюдение правил речевого этикета позволяют повысить эффективность решения любых предметно-содержательных задач.

*Речевой этикет* — это система устойчивых формул общения, предписываемых обществом как правила речевого поведения для установления речевого контакта собеседников, поддержания общения в избранной тональности соответственно их социальным ролям и ролевым позициям относительно друг друга, взаимным отношениям в официальной и неофициальной обстановке (*Русский язык. Энциклопедия. М., 1997*).

Для успеха любого взаимодействия в деловой сфере важны ситуации установления (поддержания) речевых контактов, прежде всего обращение, приветствие, знакомство, благодарность, комплимент, прощание.

**Обращение.** Коммуникативная установка — приведение форм и средств взаимодействия в соответствие с ролями собеседников.

Этикетно-речевые формулы обращения в каждой ТКС связаны с национальными традициями, протоколом официально-деловых церемоний и переговоров. Необходимо помнить, что обращение на «вы» традиционно выражает большую степень уважения к собеседнику, особенно незнакомому или малознакомому. Оно предпочтительно в любых ситуациях делового общения. Форма «вы» необязательна в ситуациях бытового общения сотрудников-друзей или сотрудников-родственников.

В официальное общение уже прочно введены обращения *господин, госпожа, дамы и господа, уважаемые господа* и др. Давно известное обращение *коллега* и традиционное для многих стран обращение к сотрудникам-сверстникам по имени, но на «вы», заняли свое место в лексиконе культурных профессионалов наряду с обязательным у нас обращением по имени и отчеству к хорошо, но не близко знакомым людям.

**Приветствие.** Коммуникативная установка — выражение желания вступить в контакт, добрые намерения по отношению к собеседнику. Обычно фраза приветствия дополняется рукопожатием (если собеседники уже знакомы или представлены друг другу) и открытой, искренней улыбкой.

Приветствие в формах *Здравствуй, Здравствуйте* обязательно указывает на ваше намерение вести разговор на «ты» или на «вы». В том случае, когда социальные или ситуативные роли недостаточно обусловлены или ясны, лучше использовать нейтральные формы *Доброе утро, Добрый день, Приветствую* и др.

Использование тех или иных речевых формул приветствия соотносится с социальным статусом, уровнем интеллигентности, возрастными и профессиональными характеристиками собеседников. Старшие по возрасту люди употребляют формулы *Приветствую вас! Разрешите вас приветствовать! Рад(а) приветствовать вас*. Независимо от индивидуальных характеристик все деловые люди активно используют нейтральные формулы *Доброе утро, Добрый день, Добрый вечер*.

После произнесения приветствия принято добавлять определенные слова, усиливающие его ситуативную нагрузку. Если коммуникация носит нейтрально-деловой характер, происходит в узком кругу, можно выразить свое доброжелательное отношение к собеседнику (собеседникам) формулами: *(Очень) рад(а) вас видеть! Как (ваши) дела? Что (у вас) нового? Как поживаете? Как здоровье? (Как вы себя чувствуете?)*

Естественно, подобное приветствие предполагает соответствующий ответ. Обычно эти ответы, как и вопросы, носят лишь формальный характер. Этикетная формула *Как дела?* вовсе не предполагает желания собеседника выслушать подробный отчет о личных делах другого. Ответ *Все в порядке* или дружески непринужденное *Нормально*, как правило, не подразумевает полного порядка. Однако в деловом разговоре считается нетактичным занимать время подробностями своих личных переживаний или проблем. Исключения составляют ситуации, когда следует обязательно объяснить партнеру причину своего плохого состояния (утраты, болезни близких, серьезные проблемы с собственным здоровьем), чтобы он мог учесть этот факт в дальнейшем общении.

Типовыми ответами на приветствие-вопрос соответственно ситуации и уровню доверительности отношений могут быть следующие: *Все как обычно...; Ничего нового...; Спасибо, все в порядке...; Ни хорошо, ни плохо...; К сожалению, похвастаться нечем...; Как будто ничего...; Хотелось бы получше... и т.д.*

**Знакомство (представление).** Коммуникативная установка на необходимый контакт с ранее незнакомым человеком при помощи посредника (в этом случае мы имеем дело с представлением) или непосредственно, при помощи специфического набора стереотипных языковых формул; на дальнейшее общение.

В случае представления любое третье лицо (известное обоим знакомящимся) выступает в роли посредника. Здесь уместны следующие речевые формулы: *Познакомьтесь, пожалуйста, это...; Разрешите представить вам...; Я рад возможности представить вам...; Давно хотел(а) познакомить вас с... .* Если в официально-деловой ситуации невозможно обойтись без личного знакомства, этикетные речевые формулы необходимо предварить объяснением причины, побудившей вступить в личный контакт (не

дожидаясь представления): *Я давно искал случая поговорить с вами о вашем каталоге; Разрешите представиться, я...; Мне хотелось бы познакомиться с вами поближе, так как ваши разработки мы считаем основными в работе отдела; Позвольте познакомиться (с вами). Я ваш старый поклонник!*

Называя во время знакомства свое имя, вы тем самым задаете уровень дальнейших отношений (на «ты» или на «вы»), а также позволяете собеседнику повторить правильный вариант вашего имени. Если кого-либо представляют вам, вслед за фразой-реакцией *Очень приятно* постарайтесь повторить имя представленного. Это поможет вам лучше его запомнить. Свое имя произносите четко, внятно, глядя в глаза собеседнику. При необходимости уточните особенности произнесения имени или фамилии (например, в разговоре с иностранцами).

**Благодарность. Комплимент.** Коммуникативной установкой данной ситуации является желание расположить собеседника к дружеским отношениям, предполагающим открытость и уважение.

В зависимости от ситуации делового общения используются как самые краткие, так и весьма распространенные формулы благодарности или комплимента: *Спасибо; Большое спасибо; Благодарю (вас); Разрешите поблагодарить (вас) за...; Позвольте выразить мою (нашу) благодарность за...; Я хотел бы выразить свою благодарность (признательность) за...; Я должен поблагодарить вас за...; Как я вам благодарен! Я буду весьма благодарен вам за... .*

В комплименте или одобрении не только выражают желание подбодрить партнера, вызвать у него хорошее настроение, но и указывают конкретные поступки, черты характера, качества, на которые обращено внимание: *Вы, как всегда, правы! Вы прекрасный знаток своего дела! Какой у вас отличный вкус! У него тонкое чувство юмора! С вами необыкновенно интересно общаться! Как с вами легко и приятно! Вы (ты) просто молодец!*

Формулы речевого этикета, используемые для реакции на благодарность, похвалу или одобрение, на комплимент или поощрение, всегда соотносятся с этими репликами в стилистическом и эмоциональном планах: *Спасибо, вы очень добры (любезны); Не стоит благодарности; И вам тоже (большое) спасибо; Мне не стоило труда сделать это; Спасибо за комплимент; Очень приятно слышать; Хотел(а) то же сказать о вас.*

Специалисты утверждают, что поощрения являются лучшим стимулом к труду, чем осуждения. Однако в основе комплимента должен лежать факт, а это значит, что комплименты нужно зарабатывать конкретными позитивными действиями.

**И з в и н е н и е.** Коммуникативная установка — словесное выражение просьбы о прощении, извинении за что-либо, искупление вины за какой-либо поступок.

Кроме того, формулы извинения предваряют те реплики, которыми один из говорящих хочет обратить внимание на свою позицию, прерывая собеседника или противореча ему. Извинение в некоторых случаях смягчает невозможность соглашения.

В ситуации, требующей извинения, стороны равны в социальных ролях. Скорее и естественнее реализуется извинение в речи более воспитанного, интеллигентного человека.

Этикетно-речевые формулы: *Извините; Извините, пожалуйста; Простите, я хотел бы внести ясность...; Извините за опоздание; Прошу прощения, я правильно вас понял? Вы правы, приношу свои извинения; Позвольте извиниться (перед вами); Думаю, мне необходимо извиниться за...; Простите меня, пожалуйста, это неумышленно* и т.д.

Невысокий уровень культуры говорящего выдают фразы: *Извиняюсь, Извиненьца просим* и т.п. Часто люди, к которым обращаются со словами извинения, теряются и реагируют невнятными репликами или просто кивком головы. Однако каждая форма извинения подразумевает адекватную реакцию: *Ничего страшного; Все в порядке; Да не за что, пустяки; Надеюсь, мы поняли друг друга; Принимаю ваши извинения; Я и сам был не слишком прав...* и т.д. Официально-деловое общение не допускает реплик-реакций с оттенком сниженности: *Да ладно; Чего уж там, бывает; Ну так и быть; Ну что с тобой поделаешь* и т.д.

**Актуализация контактов.** Коммуникативная установка — оформление идей, доводов, фактов в речевые формулы информационного или убеждающего характера. Речевые компоненты этой ТКС — формулировки, термины, стилистические и экспрессивные обороты, при помощи которых актуальной информации, подготовленной для проведения переговоров, придается необходимая значимость. Речевые действия и речевые средства, используемые для оформления переговоров, должны соответствовать мотивам и целям партнеров по общению, их ролевым установкам. Например, чтобы убедить клиента на переговорах пользоваться услугами вашего банка, следует доказать ему, что этот банк надежнее других. Для такого доказательства используется: отчет о работе банка за пять лет, таблица роста вкладов за эти годы, сведения о выплате дивидендов и т.д. Но этого не вполне достаточно, так как каждый клиент хочет еще, чтобы его убедили. Он ждет аргументации, комментария всех представленных материалов, сопровождаемых выводами, оценками, примерами. Чтобы убедить клиента, необходимо не просто иметь все материалы, отобранные и подготовленные для переговоров, но и реализовать при этом свою коммуникативно-речевую компетенцию.

Основной проблемой устной коммуникации нередко становится отсутствие умения построить и оформить информационно-речевые про-

изведения. Чтобы выработать такое умение, для начала попробуйте в самых простых разговорах или беседах использовать приведенные ниже модели речевых действий, соответствующих мотивам общения:

Мотив общения	Речевые модели
Предположение	Предположим, что... Допустим (можно допустить), что... Как нам (мне) кажется...
Утверждение	Разумеется (конечно, несомненно, очевидно)... Все знают, что... Естественно, из этого вытекает... Практически установлено, что... Согласитесь, что...
Убеждение	В этом убеждает то, что... Вне всякого сомнения... Вполне очевидно, что... Тем не менее...
Опровержение	Неверно было бы думать, что... Вызывает сомнение... Нельзя утверждать, что... Мы сомневаемся в том, что... Представляется спорным... Эти (данные) опровергают то положение (мнение), что...
Обоснование	Если это (не) так, то... Как было установлено... Исходя из... Опираясь на... Учитывая точки зрения... На основании проведенных действий (экспериментов)...
Аргументация	Анализ материалов показывает, что... Опыт показывает, что...
Оценка	Оценивая сказанное (увиденное, сделанное) по имеющимся критериям... Данное положение (не) противоречит... На самом деле... По отношению к ранее высказанным утверждениям (имеющимся данным) это...
Вывод	Вывод состоит в том, что... Как было доказано... Таким образом... Итак... В частности... Несомненно (очевидно), что...

**П р о щ а н и е.** Коммуникативная установка — демонстрация доброжелательного отношения к собеседнику независимо от результатов переговоров, желание продолжить контакты.

В деловом общении даже самая нейтральная формула прощания может приобрести определенное звучание в зависимости от содержания и результатов переговоров.

Обычно первым прощается тот, кто был инициатором встречи. В переговорах необходимо, четко и кратко оговорив все детали деловых проблем, одновременно (по возможности) подать «сигнал» к окончанию встречи, выбрав для этого нужные реплики. Если переговоры происходят между людьми, заинтересованными в продолжении общения, обе стороны внимательно прислушиваются к прощальным репликам партнера. Вот некоторые фразы, завершающие деловой разговор: *До свидания; До скорой встречи; Буду рад встрече после праздников; Обязательно встретимся, всего доброго; Разрешите откланяться; Я (с вами) не прощаюсь, надеюсь на скорую встречу; Разрешите попрощаться и счастливого пути; Прощайте, всего хорошего; До понедельника; До лета; До вечера; Конечно, мы скоро увидимся.*

Такие формулы могут предваряться благодарностью, извинением, комплиментом: *Спасибо, что помогли мне; Всего хорошего; Извините, что отнял у вас много времени; Простите, не могу вас дольше задерживать; Сожалею, что отвлек вас от дел; Спасибо за ценные советы; Спасибо, что выслушали.*

### *Невербальные формы установления контактов*

В переговорном процессе речевые действия могут подкрепляться или сопровождаться неречевыми (жестами, мимикой, взглядами, движениями и т.д.). Чаще всего под невербальными формами (средствами) установления контактов подразумевают *мимику, жестикуляцию, позу, сигналы глазами, интонацию* и т.д. Возможность установления доверительного контакта между участниками деловых переговоров зависит не только от использования этикетно-речевых формул, но и от того, как они себя держат. Для достижения взаимопонимания необходимо знание языка жестов и мимики — «немого языка» общения.

Невербальные средства общения играют большую роль для организации всей содержательно-смысловой структуры общения. Во взглядах, жестах, мимике часто проявляется то, что стараются завуалировать словами: пренебрежение к собеседнику, высокомерие, подострастие, безразличие и т.д.

Почти неизменным атрибутом любой встречи и прощания у наших соотечественников является рукопожатие. Лучше, если оно будет в меру энергичным и продолжительным, но не слишком вялым и не

слишком долгим. Открытый взгляд, теплая искренняя улыбка, шаг навстречу — все это дополнит рукопожатие наилучшим образом.

Мужчина первым здоровается с женщиной, но женщина первой протягивает руку для пожатия, если она расположена к этому. Исключения составляют приветствия и прощания людей различного социально-профессионального статуса. Более старший по возрасту мужчина может протянуть руку молодой женщине, если он является ее руководителем, начальником, хорошим знакомым. Если здороваются или прощаются люди, равные по положению, при этом не состоящие в дружеских отношениях, они не обязательно обмениваются рукопожатиями. Достаточно теплых слов, полупоклонов, улыбки. Нелепо выглядят люди, пытающиеся пожать руку знакомому в переполненном транспорте (через головы пассажиров), на банкете (через накрытый стол), в зале заседаний (через несколько рядов) и т.д.

С помощью глаз передаются самые точные и открытые сигналы коммуникации. Как правило, доверием пользуются люди, глаза которых спокойны, а взгляд встречается со взглядом партнера 60—70% всего времени общения. При деловом разговоре рекомендуется направить взгляд на воображаемый треугольник на лбу вашего партнера. Он будет чувствовать, что вы настроены по-деловому.

Большое значение в установлении контактов имеют внешний вид людей, их одежда, умение правильно вести себя в общественных местах, в различных ситуациях. Благоприятное впечатление производит человек вежливый, со вкусом одетый, всегда умеющий хорошо держаться. Манера речи, способность управлять своими эмоциями, готовность спокойно слушать говорящего — все это располагает едва ли не более самых продуманных слов. Необходимо помнить, что у нас «никогда не будет второго случая, чтобы произвести первое впечатление».

Чем легче тот или иной человек входит в первичный контакт со своим собеседником (собеседниками), тем результативнее будут его переговоры.

\* \* \*

Мы познакомились с моделью делового контакта (ТКС), согласно которой строится профессионально-деловое общение.

Для овладения коммуникативной компетенцией необходимо уметь устанавливать и поддерживать деловые контакты с помощью устойчивых формул речевого этикета (обращение, приветствие, знакомство, благодарность, извинение и прощание).



Невербальные формы общения дополняют сведения о возможностях установления/поддержания деловых контактов, поэтому знание языка мимики и жестов необходимо для делового человека.

## § 2. Актуализация деловых контактов

### *Целеустановки деловых контактов*

Актуальность каждой ТКС в деловом взаимодействии обусловлена степенью достижимости поставленной цели, желанием и возможностями ее достичь.

Поставив перед собой определенную цель, диктуемую реальными намерениями, нужно перейти к следующему шагу — соотнести с этой целью то, о чем и как вы собираетесь говорить, содержание и форму вашей речи. Если удалось убедить собеседника в вашей правоте, сделать его союзником, значит, вы хорошо справились с задачей.

В процессе подготовки к деловым переговорам необходимо осуществить сбор и анализ полезной информации, оптимизировать и письменно зафиксировать наиболее важные сведения.

Предметом переговоров, как правило, выступают проблемы, выносимые на обсуждение.

Между участниками переговоров возможны три вида отношений: враждебные, дружеские и партнерские. Манера поведения участников переговоров всегда связана с принятой ими в этой ситуации объективной ролью (инициатор разговора или оппонент, анализирующий, оценивающий, поддерживающий или не поддерживающий его предложения) и ролью индивидуальной, детализирующей объективную. Переговоры можно вести «по-джентльменски», «по-рыцарски», по правилу «на войне, как на войне», наконец «по ситуации». Иногда победа в коммерческих сделках достигается с помощью авторитарной манеры разговора, психологических и коммуникативных уловок неэтичного характера. Однако продуктивные переговоры предполагают нормальные партнерские отношения сторон, разговор ведется по существу предмета в дружественно-деловой манере.

### *Решение организационных вопросов*

Началом переговорного процесса можно считать момент выступления одной из сторон с конкретным предложением о проведении переговоров. Принятие этого предложения, сопровождаемое уточнением

деталей и условий взаимодействия, является как бы сигналом к подготовке основных моментов переговоров. От ее тщательности зависят ход и результаты, длительность и качество переговоров.

В организационном плане подготовка к переговорам связана с решением следующих вопросов: *С кем проводить переговоры? Где их проводить? Когда их проводить? Какие материалы подготовить для демонстрации во время переговоров и для придания весомости своим доводам и аргументам? По какому плану проводить переговоры?*

Очень важно представить себе заранее, с кем вы садитесь за стол переговоров. Список участников переговоров (членов делегации, если переговоры происходят со специально прибывшими на них партнерами), как правило, представляет их лишь по самым общим параметрам: фамилия, имя, должность.

Зарубежные специалисты по проведению переговоров предлагают заранее оценить партнера, получив ответы на следующие вопросы:

- Что общего у нас в профессиональном плане?
- Каково отношение собеседника к нашей фирме, ко мне лично?
- Какой психологический тип личности он собой представляет?
- Каковы его личные особенности?
- Каковы его профессиональные достижения?
- Каковы его политические убеждения?
- Каковы его излюбленные темы для разговоров?
- Есть ли для него табу, т.е. темы, запрещенные в разговоре?
- В каком положении он сейчас находится: независим, испытывает чье-либо давление, заинтересован, равнодушен?
- Какой может быть его тактика ведения диалога?
- Какой в этом случае должна быть моя тактика?

Но даже самые полные сведения о партнерах не приведут к хорошим результатам, если не учитывать важнейшего критерия взаимопонимания — общего речевого кода. Для обеих сторон необходимо выработать «рабочий язык переговоров», предполагающий одинаковое толкование используемых сторонами терминов, единый понятийный аппарат, полное смысловое соответствие материалов, представленных на переговорах.

Место для проведения переговоров предлагает инициатор, но не настаивает на своем предложении, а сопровождает его репликами: *Если у вас нет других предложений; Если вы не возражаете.*

Временные рамки переговорного процесса — полтора-два часа.

Начинать переговоры лучше всего в 9.30—10.00, но в любом случае закончить не позднее 17.00—17.30. Неудачный день для переговоров — понедельник (до обеда) и пятница (после обеда), хотя, конечно, прежде всего нужно руководствоваться срочностью решения проблемы.

### *Отбор и систематизация актуальной информации*

Актуальную информацию, использование которой повысит эффективность делового общения в любой ТКС, обычно получают из четырех источников: специальной литературы и периодики по данной теме; наблюдения и размышления; предыдущего общения по аналогичным темам; личного опыта.

На первое место среди источников информации справедливо поставить специальную литературу и периодику по вопросу. Здесь полезно руководствоваться советами П.Л. Сопера:

- Читайте больше, чем практически нужно. Это позволит продемонстрировать в разговоре полноту знаний по определенному вопросу;

- Читайте без предубеждения и критически. Это позволит сравнить различные точки зрения и получить исчерпывающую и объективную информацию;

- Читайте с пользой (т.е. осмысленно, не поддаваясь соблазну уклониться от главной цели, отбирая только нужную информацию);

- В процессе чтения ведите записи. Это не означает, что вы не надеетесь на свою память, — записи помогут сконцентрировать внимание на главной информации, отбросить второстепенные рассуждения.

Чтобы подобрать актуальную информацию, следует использовать каталоги библиотек, справочники, проспекты и другие издания, а также информацию международной компьютерной сети Интернет. Осмысление прочитанного, полученного из собственного опыта, из предыдущего общения позволяет отобрать самую актуальную информацию для предстоящих переговоров.

Систематизация отобранных материалов проводится по этапам:

1. Суммирование всей информации по интересующей теме.
2. Выделение информационных блоков, наиболее соответствующих нашим собственным представлениям.
3. Выбор наиболее убедительных, доказательных примеров.
4. Включение собранного материала в продуманную структуру переговоров.
5. Ответа на вопросы: все ли наши предложения подтверждены анализом, оценкой фактических материалов, доказательными доводами? Согласится ли партнер по общению с нашими аргументами? Если ответы положительные, надо спокойно ждать переговоров. В противном случае — искать новые аргументы.
6. Обдумывание стратегии и тактики переговоров.

### *Фиксация актуальной информации*

Представим несколько основных форм фиксации актуальной информации для использования в ходе переговоров.

**Запись на карточках.** Карточки стандартного размера (приблизительно как каталожные библиотечные). При такой фиксации информации руководствуйтесь следующими правилами:

- пользуйтесь карточками одинакового размера;
- на каждой карточке делайте только одну запись; если это цитата, укажите автора и произведение;
- фиксируя информацию из письменного источника, укажите имя автора, название книги или статьи из журнала, название издательства, год издания, страницу, где размещен цитируемый вами материал;
- при фиксации радио- или ТВ-информации укажите сведения о выступавшем, название сообщения, организацию, которая заказывала программу, дату, время проведения передачи, радио- или телеканал.

**Конспект** — краткое изложение или краткая запись содержания какого-либо информационного материала. При конспективной записи актуальной информации целесообразно руководствоваться следующими правилами:

- ведите конспект не в тетради, а на стандартных листах бумаги, и только на одной стороне. Это позволит быстрее найти нужную часть конспекта, лучше представить себе размещение текста в окончательном варианте записи;
- используйте общепринятые сокращения слов и словосочетаний или свои собственные;
- оставляйте широкие поля. Справа — для того, чтобы фиксировать свое отношение к прочитанному (прослушанному), вносить дополнения по теме, данные об авторе конкретного положения, цитаты и т.п. Слева — для того, чтобы при помощи определенных знаков показать порядок частей информации, отношение к ней (необходимость ее использования).

**Реферат** — краткое изложение какой-либо информации, а также доклад, его содержащий. Этот вид фиксирования актуальной информации в отличие от заметок и конспекта представляет собой законченный текст, назначение которого — ознакомить с точкой зрения автора первоисточника. Он не предполагает изменения содержания, дополнений, изменений. Свое отношение к реферируемому тексту автор реферата может выразить только после добросовестной передачи его содержания.

**Тезисы** — краткое изложение конкретной идеи, мысли, позиции. В работе по отбору и систематизации актуальной информации составление тезисов носит завершающий характер. По форме тезисы

могут представлять собой набор определенных «базисных» слов и словосочетаний, расположенных в нужном порядке, а также выписки из различных источников информации со ссылками на автора. Одним из вариантов тезисов является план будущего выступления, сообщения или заявления, имеющий разную степень развернутости.

Подробнее о конспекте, реферате и тезисах вы прочитаете в главе 6.

### *Стратегия и тактика переговоров*

Стратегия той или иной деятельности — это постановка и разработка программы действий для достижения главной цели. В деловых переговорах *стратегия* чаще всего программирует достижение долговременных преимуществ организации или физического лица в решении определенной проблемы. Результатом реализации стратегических коммуникативных программ могут быть: заключение долговременных соглашений, договоренность по ряду вопросов, совместные документы и т.д.

*Тактика* деловой коммуникации — это набор конкретных действий (в том числе речевых) из намеченной стратегической программы, которые совершаются в определенном порядке и в определенные сроки для достижения промежуточных целей или решения поэтапных задач.

*Тактический план* включает все детали содержательно-организационной структуры переговоров:

- 1) определение целей и задач встречи;
- 2) предварительные контакты с партнерами;
- 3) запросы в различные организации;
- 4) ответы на запросы других организаций;
- 5) перечень необходимых материалов;
- 6) назначение ответственных за организацию контактов на каждом этапе переговоров;
- 7) проведение инструктивных совещаний;
- 8) определение способа фиксации хода и результатов переговоров (стенографирование, магнитофонная запись, ведение протокола и т.д.).

Решение организационных вопросов тесно связано с предварительной проработкой содержательного аспекта переговоров, которая включает:

- 1) анализ значимости проблемы, выносимой на переговоры;
- 2) уточнение общих целей и собственной позиции на переговорах;
- 3) аргументацию положений, выносимых на переговоры для доказательства своих приоритетов;
- 4) «проигрывание» всего сценария переговоров с целью выяснения «слабых сторон».

Эти и другие положения, заранее осмысленные и проработанные, должны сориентировать участников деловых переговоров, помочь в достижении желаемых результатов.

\* \* \*

Важно помнить, что материалы, которые каждая из сторон готовит к переговорам, представляют собой различные категории документов, деловых бумаг и информационных текстов. Эти документы отражают позиции участников встречи по широкому кругу вопросов и могут стать основой ведения переговоров и выработки совместных решений.

Грамотные стратегии и тактики ведения переговоров, подходы, соответствующие личностным и профессиональным особенностям партнеров позволят обеспечить их нормальный, конструктивный ход.

### § 3. Реализация деловых контактов в переговорах

#### *Характеристика переговорного процесса*

Специалисты в области коммуникаций отмечают, что, как правило, деловые люди знают, о чем хотят говорить, каких результатов хотят достичь, но не умеют себя вести в соответствии с нормами и правилами переговорного процесса, не могут объяснить свою позицию, не понимают, как лучше отстаивать свою точку зрения, и т.д.

Умения и навыки цивилизованного ведения диалога позволяют более эффективно реализовать главную цель переговоров — разрешить спорные положения и договориться о сотрудничестве.

В зависимости от предмета обсуждения переговоры могут выполнять важные для обеих сторон функции:

- информационную — стороны только обмениваются точками зрения;
- коммуникативную — разговор идет о налаживании новых контактов, связей, отношений;
- регулятивную — при необходимости вовремя разрешить возникающий конфликт или прекратить споры;
- функцию контроля и координации действий — если переговоры ведутся между партнерами, уже имеющими деловые контакты.

Проведение деловых переговоров предполагает знание правил их подготовки, нормативных актов и других документов, регламентирующих переговорный процесс, а также правил организации контактов на каждом из этапов, кодекса поведения деловых людей и, наконец, опре-

деленных протокольных обычаев, традиционных ритуалов, принятых на официальных встречах. Знание формальных и содержательных особенностей переговорного процесса, технологических приемов решения тактических задач помогает увереннее чувствовать себя в данной ситуации.

Как правило, переговоры по любым вопросам подразумевают последовательность четырех основных этапов:

- 1) уточнение интересов, позиций, точек зрения, концепций участников;
- 2) обсуждение выдвинутых положений, выдвижение аргументов и доказательств в поддержку отстаиваемых позиций, взглядов, гипотез;
- 3) согласование позиций и выработка договоренности по каждому вопросу;
- 4) анализ результатов и выполнение достигнутых договоренностей.

Поведение сторон на всех этапах переговоров зависит от индивидуальных, «фирменных», национальных и других факторов.

Главным правилом проведения переговоров считается четкое разграничение между существом проблемы и отношениями сторон. При этом последние строятся не на личностных оценках (симпатия — антипатия, авторитет, отзывы посредников), а на объективных критериях соглашений по конкретным вопросам.

Критериями достоверности, актуальности, значимости результатов переговоров могут стать: рыночная цена, подсчет затрат, профессиональные нормы, эффективность отдельных действий, моральные принципы (кодексы профессиональной этики), традиции общества, страны, народа и т.д. Объективные критерии помогают противостоять любому запрещенному приему, давлению или угрозам, мошенничеству.

Существует несколько подходов к ведению переговоров; среди них выделяют обычно, три основных: жесткий, мягкий и принципиальный.

Суть каждого из подходов можно представить в виде таблицы.

Мягкий подход	Жесткий подход	Принципиальный подход
Участники-друзья	Участники-противники	Участники вместе решают проблему
Цель — соглашение	Цель — победа	Цель — разумный результат, достигнутый эффективно-дружелюбно
Уступки для культивирования отношений	Уступки в качестве условий для продолжения отношений	Отделение людей от проблемы
Мягкий курс в отношениях с людьми и при решении проблемы доверия другим	Жесткий курс в отношениях людьми и при решении проблемы отсутствия доверия другим	Мягкий курс в отношениях с людьми, но жесткая платформа при решении проблемы

Мягкий подход	Жесткий подход	Принципиальный подход
Легкость в смене своей позиции, готовность делать предложения	Твердость в отстаивании своей позиции, допустимость угроз	Продолжение переговоров независимо от степени доверия
Демонстрация своей подспудной мысли	Завуалирование своей подспудной мысли	Избегание возникновения подспудной мысли
Допустимость односторонних потерь ради достижения согласия	Требование односторонних дивидендов в качестве платы за соглашение	Концентрация на интересах, а не на позициях; анализирование интересов
Поиск единственного ответа, приемлемого партнером	Поиск единственного ответа, нужного вам	Обдумывание взаимовыгодных вариантов
Настаивание на соглашении	Настаивание на своей позиции	Настаивание на применении объективных критериев
Стремление избежать состязания воли	Стремление выиграть в состязании воли	Стремление достичь результатов, руководствуясь критериями, не имеющими отношения к состязанию воли
Тенденция поддаваться давлению	Тенденция применять давление	Тенденция к разработке многоплановых вариантов выбора с отсрочкой решения; к открытости для доводов других; к учету доводов, а не силы давления

Данные таблицы свидетельствуют о продуктивности подхода (метода) принципиальных переговоров.

К серьезным просчетам, которые допускают партнеры, избегающие взаимовыгодных вариантов решения и настаивающие только на своих решениях, относятся: а) преждевременные суждения о позиции другой стороны; б) поиск единственного ответа; в) убежденность в невозможности справедливого «деления пирога». Сближение интересов с наибольшей эффективностью возможно в том случае, когда решение, предлагаемое в конце переговоров, отвечает таким критериям, как справедливость, законность и т.д.

Возможности реализации любого из названных выше подходов заложены в стратегии и тактике переговоров. Стратегическая программа переговоров прогнозирует достижение главной цели на основании интересов и возможностей.

К тактическим приемам, определяющим успех переговоров, можно отнести действия, направленные на получение предварительной информации, анализ интересов сторон, определение возможной совместной зоны решений, ориентация на установление согласия. Про-



думанная тактика ведения переговоров — это перспективное видение проблемы, детальный учет аргументов и фактов, реакции другой стороны на всех этапах.

Умение представить проект решения так, чтобы партнер принял предложение, — ключ к успеху согласования позиций при заключении сделки. Наиболее выгодный для заключения сделки момент наступает тогда, когда стороны убеждаются во взаимопонимании, определяют свои приоритеты, свое понимание возможных путей решения проблемы, соглашаются с предложениями партнера.

На этом этапе также может возникнуть спор или полемика, разгореться неожиданный конфликт. Как утверждают специалисты, лучший выход из такой ситуации — избегать любых споров, но если это невозможно, партнеры должны располагать четкими аргументами и набором фактов, аргументацией как сложным речевым действием, подразумевающим сравнительную оценку всех рассматриваемых положений и исключение тех из них, с которыми стороны принципиально не согласны.

Построение системы аргументов связано с выполнением следующих рекомендаций:

- Убедите партнера, что конструктивный подход важен ему самому;
- Не отвергайте и не принимайте с ходу жесткие позиции партнера, защищайте свои идеи от его нападков, позволяя ему выговориться;
- Предложите партнеру несколько вариантов решения проблемы; попросите его дать свои варианты; обратите внимание на возможность выравнивания или сближения позиций;
- Поощряйте критику, вместо того чтобы отказаться от нее; старайтесь направлять ее в конструктивное русло;
- Используйте в диалоге вопросы, а не утверждения: утверждения вызывают сопротивление, а вопросы — ответы;
- Чаще делайте паузы, особенно после собственных вопросов. Больше слушайте.

На заключительном этапе партнеры выясняют, были ли переговоры успешными. Ответ на этот вопрос связан с анализом результатов и выполнением достигнутых договоренностей, контролем над действием партнеров.

Наличие подписанного соглашения еще не означает, что сделка была успешной. Настоящее положение вещей можно оценить только через некоторое время.

\* \* \*

Итак, для эффективного ведения переговорного процесса его участникам необходимо, последовательно реализуя установки каждого

этапа, анализировать свои действия, сверяя их с определенными критериями и алгоритмами. Вести спор нужно по-деловому, опираясь на аргументацию, придерживаясь обсуждаемой темы. Реагируя на высказывания партнеров, нельзя допускать обмана, непозволительных уловок, подтасовки фактов. Подводя итоги, важно тщательно проверять содержание оценок партнера.

Наиболее результативными переговорами признаются «переговоры по существу», предполагающие принципиальный подход сторон к трезво оцениваемому предмету обсуждения.

## § 4. Контроль и оценка деловых контактов

### *Понятие контроля эффективности*

Полное представление об эффективности деятельности в любой ситуации делового общения можно получить на основе тщательного анализа и оценки всех компонентов, этапов и результатов коммуникации, а также контроля соответствия реальной коммуникации тем положениям, которые были запрограммированы ранее.

Контроль эффективности различных вариантов деловых переговоров — это специфическая деятельность, предполагающая сочетание наблюдений за ситуацией и анализа ее компонентов.

Переговоры можно считать успешными и эффективными, если обе стороны оценили их итоги как взаимный выигрыш;

Объективным критерием успешности переговоров может стать выполнение обеими сторонами взятых на себя обязательств.

### *Анализ результативности деловых переговоров*

Коррекция программ и планов любой деятельности, как правило, основана на результатах анализа каждого компонента коммуникативной ситуации, оценке эффективности действий партнеров в сравнении с запланированными показателями.

Приведем возможные вопросы для анализа хода и результатов коммерческих переговоров:

1. Было ли достигнуто соглашение партнеров по общению?
2. Что способствовало (не способствовало) успеху?
3. Какие были проблемы?
4. Какие возникли неожиданные ситуации?
5. Какие средства (речевые или неречевые) были использованы для решения проблемы?

6. Какие детали не были учтены при подготовке ситуации?

7. Какие более веские аргументы можно было привести?

8. Какие принципы ведения переговоров, средства аргументации и убеждения целесообразно использовать в будущем?

9. Была ли выдержана запланированная поэтапная программа переговоров? В каких пунктах и почему пришлось от нее отойти?

10. Какие новые выводы принципиального характера по отношению ко всей проблеме можно сделать на основании результатов анализа и оценки коммуникативной ситуации?

Анализ степени реализации целей и задач общения требует, в свою очередь, учета следующих параметров:

- соответствие результатов целям и задачам коммуникации;
- актуальность решаемых проблем и степень информированности сторон;
- эффективность использования различных видов коммуникации для решения конкретных задач.

В качестве примера приведем фрагмент аналитических рассуждений и выводов о степени реализации цели деловых контактов фирмы «И» по производству и расфасовке пищевых продуктов.

Параметры анализа	Действия по плану	Результаты контактов
Коммуникация с поставщиками: письменная  устная	Информационные письма, приглашения на выставку-продажу и т.д. Деловые встречи, консультации, переговоры	Самым эффективным видом коммуникации стали переговоры, которые бы не прошли столь успешно без предварительных письменных и устных контактов
Актуальность контактов	Контакты с поставщиками, способными вывести фирму в лидеры отечественного рынка продуктов питания	Наши предложения заинтересовали поставщиков, но возникли дополнительные вопросы, требующие изучения новой информации
Содержание контактов	Продвижение к совместному решению вопроса о сроках поставок; подписание договора о долгосрочном сотрудничестве	Сроки, предлагаемые поставщиками, удовлетворяют обе стороны. На данном этапе о долгосрочном сотрудничестве говорить рано. Пока подписан договор на квартал
Цель контактов	Привлечение приоритетных поставщиков к взаимодействию	Нашу фирму предпочли всем прочим на отечественном рынке

Общий вывод: цель контактов на данном этапе достигнута на 70%. Необходимо обратить внимание на скорейшее решение возникших вопросов.

Анализ соответствия видов и форм коммуникации предмету переговоров можно провести по таким параметрам:

- целесообразность данного соотнесения предметных и речевых компонентов коммуникации для достижения взаимопонимания;
- соотнесенность компонентов коммуникации с профессиональной и речевой компетенцией участников общения;
- использование наиболее действенных каналов связи;
- этапность решения задач по принципу нарастающей трудности.

### *Оценка результатов деловой коммуникации*

Контроль эффективности переговоров предполагает оценку ситуации по разным параметрам. Перечислим некоторые критерии результативности переговорного процесса:

- достаточность предварительной информации;
- понятность, доступность, однозначность информации;
- согласованность коммуникативных действий участников общения по интересам, позициям, мотивам и т.д.;
- целесообразность избранной формы общения;
- учет профессиональной компетенции участников общения;
- представление аргументов и фактов в необходимой последовательности;
- стройная композиционная структура устных и письменных речевых произведений.

Главная цель анализа, оценки хода и результатов деловой коммуникации, соответствия планов и программ этим результатам заключается в получении объективных данных для коррекции последующих действий, уточнения планов и программ на будущее.

### *Уточнение и корректировка планов и программ*

Алгоритм действий, направленных на уточнение и коррекцию содержания и форм дальнейших контактов, может быть таким:

- 1) анализ предпринятых действий и их соответствия (по различным параметрам) запланированным;
- 2) оценка эффективности каждого этапа коммуникации и достигнутых результатов (в соответствии с результатами, предполагавшимися ранее);

- 3) определение моментов, когда были допущены наиболее существенные ошибки в плане организации, проведения и контроля результатов коммуникации;
- 4) сравнение планов и программ последующих действий с результатами предыдущих в предметном и коммуникативном планах;
- 5) уточнение планов с учетом допущенных ранее ошибок.

\* \* \*

Сравнив планы и программы переговорного процесса с результатами их реализации, проанализировав ситуацию в целом и каждый из этапов коммуникации, можно избежать множества ошибок, достичь лучшего взаимопонимания с партнерами, скорректировать каждое последующее действие с учетом эффективности предыдущего. В профессиональной деятельности необходимо избегать главной ошибки деловой коммуникации — отсутствия контроля эффективности каждого из ее элементов.

## § 5. Общение по телефону

Телефонный разговор — это контактное по времени, но дистантное в пространстве и опосредованное специальными техническими средствами общение собеседников. Статистики утверждают, что бизнесмены, чья деятельность связана с необходимостью установления деловых контактов, тратят на разговоры по телефону от 25 до 75% рабочего времени.

У телефона есть ряд преимуществ, которых лишены другие средства коммуникации. Главные из них: скорость передачи информации (выигрыш во времени); немедленное установление связи с абонентом, находящимся на любом расстоянии; непосредственный обмен информацией в форме диалога и возможность достичь договоренности, не дожидаясь встречи; конфиденциальность контакта; сокращение бумагооборота; экономия средств на организацию контактов других видов.

### *Особенности телефонной коммуникации*

Коммуникативная установка — расположить собеседника к дальнейшим деловым контактам; получить, передать достоверную информацию, не тратя времени и средств на командировки или переписку.

В деловом разговоре по телефону дополнительное преимущество получает инициатор разговора, так как он заранее продумывает свое поведение, выбирая удобный ему момент и манеру ведения разговора.

Невербальными средствами общения по телефону могут быть паузы (их продолжительность), интонация (выражающая энтузиазм, согласие, настороженность и т.д.), шумовой фон, быстрота снятия трубки (после гудка), параллельное обращение к другому собеседнику и т.д.

### *Телефонный этикет*

По принятому в деловом мире телефонному этикету каждый из говорящих по телефону должен придерживаться определенного набора *этикетно-речевых формул* общения.

Если звоните вы:

Уточните, попали ли вы туда, куда хотели.

Представьтесь и кратко изложите причину звонка.

Для секретаря постарайтесь подобрать самые общие, но необходимые для представления сути дела слова, выясните, с кем вы можете решить вашу проблему.

Если вы звоните человеку, который просил вас позвонить, а его не оказалось на месте или он не может подойти к аппарату, попросите передать, что вы звонили.

Скажите, когда и где вас можно будет найти.

Если вы предполагаете, что разговор может затянуться, задайте вопрос: «У вас есть сейчас время для разговора?»

Помните, что деловой диалог по телефону — это обмен информацией оперативного значения с определенной целью. Говорите кратко, но информативно.

Завершая разговор, постарайтесь в любом случае оставить о себе хорошее впечатление.

К словам прощания добавьте фразу типа: «Надеюсь, что наши контакты будут полезными!»

Если звонят вам:

Назовите свою организацию. Если телефон в вашем личном кабинете, назовите вашу должность.

Если вам не представились и причину звонка не назвали, постарайтесь уточнить эти данные до начала разговора. В противном случае продолжение контакта неуместно.

Если вы неожиданно уходите, скажите секретарю, кому и какую информацию он может передать.

Нельзя начинать разговор с абонентом со слов: «С кем я говорю?» или «Что вам нужно?». Лучше: «Доброе утро! Издательский центр «Н». У телефона редактор. Слушаю вас».

Отвечайте одинаково спокойно и доброжелательно на все звонки, как бы утомительно это ни было. Звонящий не должен расплачиваться за то, что вас только что расстроили. Невозможно предугадать, какой звонок принесет больше пользы.

Демонстрируйте внимание к словам собеседника репликами: «Да», «Понимаю...», «Совершенно верно...» и т.п.

По этикету, разговор завершает его инициатор, но если вы чувствуете, что время разговора уходит впустую, постарайтесь дать понять это собеседнику, например, фразой «Думаю, мы выяснили основные детали...».

Набор речевых формул ведения разговора зависит от его этапов.

**Начало разговора.** Приведение информационного повода: *Вам звонят из фирмы...; Моя фамилия...; Я хотел бы...; С вами говорит менеджер по продажам....* Просьба, запрос информации, желание получить совет или поддержку: *Вас беспокоит...; Могу я поговорить с...; Я хотел бы узнать...; Вы не могли бы дать информацию....*

Человек принимает решение о продолжении разговора в первые четыре секунды. Начальная фраза должна произвести хорошее впечатление. В этом поможет и тембр голоса, и интонация уверенности и дружелюбия, и размеренный ритм речи. Далее необходимо продумать главную фразу, которая должна содержать обещание, интригу, новизну подхода к проблеме и т.п.

**Основной момент разговора.** Интригующее обещание: выгода, прибыль, эффект, бесплатные услуги, скорость исполнения: *У нас для вас интересное предложение...; Хотим сделать вам взаимовыгодное предложение...; Мы хотели бы ознакомить вас с новой системой наших скидок...; У нас появилась возможность оказывать ряд услуг бесплатно; Недавно мы изменили систему поставки товаров, поэтому....*

**Завершение разговора.** Нейтральное: *До свидания; Всего доброго; Спасибо за информацию; Будьте здоровы, всего хорошего.* С надеждой на будущие контакты: *Уверен, что наши контакты будут продуктивны; Думаю, мы нашли общий язык; Рад был слышать; Надеюсь, мы продолжим разговор при встрече.*

Среди людей, часто ведущих телефонные разговоры, встречаются чересчур многоречивые. Указать им прямо на необходимость сократить поток речи бывает неудобно. Попробуйте использовать то, что вас только слышат, но не видят. Здесь вполне уместны следующие фразы: *Простите, пожалуйста, мне звонят по второму телефону; Хотел бы продолжить наш разговор, но через пять минут у меня совещание; Извините, нас может прервать международный телефонный звонок; Поговорим в другой раз.*

Чтобы убедить собеседника в вашем к нему расположении, добавьте: *Я позвоню вам в понедельник; Давайте не будем надолго откладывать встречу.*

Если вы не хотите продолжения контактов, а в ином случае не надеетесь на их продолжение, скажите: *Жаль, что не смог убедить вас; Сожалею, что вы не станете нашим клиентом; В любом случае желаю вам успехов; Буду рад изменению ситуации.*

В процессе становления корпоративной культуры организации (создания фирменных стандартов поведения сотрудников) в первую очередь решается вопрос о стандартах установления контактов

по телефону, предполагающих определенную последовательность действий:

- Продумайте схему и содержание разговора до того, как снимете трубку.

- Подумайте, почему вы звоните? Чем вы можете заинтересовать собеседника? Составьте список причин, по которым ему была бы полезна встреча с вами, выгодны ваши контакты. В процессе разговора используйте заранее подготовленные и кратко записанные данные (цифровые, фактические, технические и т.д.).

- Продумайте разговор в деталях, чтобы избежать потери времени.

- В качестве подготовки почвы для разговора оставьте у секретаря нужной вам организации буклет вашей фирмы или рекламную листовку.

- Начните разговор с вопроса об отношении к вашим материалам, к вашему предложению. Не вдавайтесь в подробности, особенно в первом разговоре, оставьте это для последующей беседы.

- Если звонят вам, запишите сразу имя звонящего, чтобы обращаться к нему во время разговора и, кроме того, запомнить на будущее.

\* \* \*

Таким образом, телефонный разговор как вид делового взаимодействия по причине отсутствия визуального контакта между собеседниками усиливает значимость устно-речевых средств. Возрастают требования к предварительному продумыванию схемы и содержания разговора, владению определенным набором речевых формул, которые позволяют расположить к себе собеседника, вызвать доверие к вашей организации, а также тактично регулировать длительность разговора.

### *Особенности общения с использованием мобильной связи*

Учитывая современные реалии, мы должны, наряду с правилами разговора по стационарному телефону, усвоить этикет общения по мобильному телефону, ставшему, наряду с компьютером, главным техническим средством общения деловых людей. Соблюдение определенных норм такого этикета не менее важно, чем проявление повседневной вежливости и взаимного уважения.

На сегодняшний день в России сотни миллионов абонентов сотовой связи. Этот «инструмент взаимодействия» оказывает влияние на наше поведение, наши взаимоотношения, нашу жизнь. Чтобы оградить людей от негативных факторов, связанных с активным использованием мобильных телефонов, необходим определенный свод пра-



вил, называемый «мобильным этикетом» или же «мобильными хорошими манерами».

Логично было бы предположить, что в основе этикета разговора по мобильному телефону лежат нормы, разработанные для традиционных телефонных разговоров. Однако мы обязаны учитывать особые условия и цели использования «мобильников», которые диктуют необходимость разработки дополнительных, а часто и новых правил.

Основное предназначение мобильной связи — деловые разговоры вне офиса (разговор, предваряющий деловую встречу; уточнение данных, полученных на переговорах в офисе; перенос встречи; запрос информации от специалиста, находящегося вне зоны переговоров; напоминание о запланированных действиях; уточнение заданий; предупреждение об изменении режима работы и т.д.). В офисе мобильный телефон может быть использован для установления конфиденциальной связи или личных бесед, не имеющих отношения к работе.

Приведенные поводы касаются ситуаций профессионально-делового общения, однако мобильная связь общедоступна, и нередко в руках молодых людей, не обремененных рабочими проблемами, красивые, стильные аппараты становятся просто престижными игрушками, позволяющими выделиться на фоне сверстников. Их включают в самых разных местах, где даже по нормам обычного этикета это непозволительно — в театрах, кинотеатрах, на лекциях, в переполненном транспорте, в лечебных учреждениях и т.д.

Проблемы деловых людей, использующих мобильную связь, касаются прежде всего места и ситуации. Важный звонок может застать вас в транспорте, шум голосов мешает восприятию слов собеседника. Звонок одного из клиентов может поступить во время заключения сделки с другим. Вас могут потревожить в любое время и в любом месте.

Производители телефонных аппаратов, к сожалению, менее всего думают об этикете их использования. Им важнее задать больше функций новой модели и тем самым увеличить на нее спрос.

Чтобы идти в ногу с техническим прогрессом и в то же время соблюдать нормы человеческого общежития, достаточно помнить прописные истины: невежливо беспокоить людей шумом от своей деятельности, некорректно делать окружающих свидетелями своих частных разговоров.

Чтобы убедиться в необходимости разработки «мобильного этикета», представим себе основные плюсы и минусы использования мобильных телефонов.

## П л ю с ы:

Возможность поддерживать связь с родными и близкими, где бы вы ни находились.

Возможность решать важные деловые вопросы, не тратя время на встречи.

Возможность использовать разные функции, сосредоточенные в одном аппарате.

Возможность избежать неприятного разговора, сославшись на ситуацию.

Возможность общения при помощи актуальных СМС (SMS)-сообщений («эсэмэсок»), сокращающего материальные затраты пользователя.

Возможность, находясь в любом месте, вызвать скорую помощь, бригаду МЧС, ремонтную бригаду автосервиса.

Возможность мобильно изменить планы или предупредить об их изменении заинтересованные стороны.

## М и н у с ы:

Вынужденное выслушивание слишком громких разговоров прохожих или пассажиров транспорта.

Отвлечение внимания зрителей в общественных местах (театрах, кинотеатрах, концертных залах).

Отвлечение от получения информации по другим каналам (на лекции, тренинге, конференции).

Звонки в неподходящий момент (во время беседы с важным клиентом, деловых переговоров, выступления перед аудиторией).

Отвлечение водителей транспортных средств, нередко являющееся причиной аварий.

Вас могут «достать» в любое время и в любом месте и за ваш счет (в случае роуминга).

Не следует класть на весы приведенные плюсы и минусы. Необходимо с их учетом и на основании факторов целесообразности и гражданского этикета принять свод правил практичного и в то же время этичного использования мобильной связи.

1. Помните об удобствах окружающих людей. При пользовании мобильным телефоном поставьте себя на их место. Если звонят вам, а вокруг вас шум, выберите тихий уголок: отойдите от шумной компании, покиньте зал дискотеки и т.д.

2. В общественных местах или в общественном транспорте отключайте громкие сигналы аппарата, а лучше — избегайте разговоров, переносите их в более удобную обстановку.

3. Используйте СМС-сообщения, когда ответить на вызов неудобно (на совещании, во время переговоров, в транспорте, театре и т.д.). Любые послания старайтесь писать без особых сокращений, стилистически грамотно, четко и понятно адресату. В то же время не стоит тратить ресурсы на набор полного обращения, ведь мобильным телефоном пользуются обычно индивидуально.

4. Не ведите долгих разговоров по мобильному телефону, даже если у вас самый льготный тариф. Помните, что вы отвлекаете абонен-

та. Хорошим тоном считается при обращении к собеседнику по мобильному телефону спрашивать, удобно ли ему говорить в данный момент. Это же относится к контактам при помощи СМС.

5. Людям, связанным с вами деловыми отношениями, для оперативности связи удобно давать номер именно мобильного телефона. Если так, будьте готовы к тому, что вас могут потревожить неожиданно, и не выражайте недовольствия.

6. Представляйтесь абоненту, звоня ему впервые, а лучше — при каждом звонке. Ваш номер не обязательно зафиксирован в адресной книге телефона вашего собеседника. Это экономит время на ненужные выяснения.

В разговорах по мобильному телефону уровень культуры, коммуникативной компетенции определяется по манере четко и грамотно излагать информацию, не тратя времени слушающего; формулировать внятные, краткие, содержательные ответы на входящие звонки; не создавать неудобств разговорами ни себе, ни другим.

В работе организаций и фирм сегодня приняты правила, согласно которым определенным сотрудникам по производственной необходимости предоставляется один или несколько мобильных телефонов. Разные телефоны могут быть подключены к разным операторам. Корпоративная этика предполагает в этом случае издание специального приказа и ежемесячный контроль его выполнения. Особенное внимание следует уделять такой услуге, как роуминг. Если, например, сотрудник не был в командировке за границей, а предприятие не осуществляло экспортно-импортных операций, то доказать связь роуминга с производственной деятельностью будет проблематично. Подобная ситуация может разрешиться безболезненно для сторон только в случае полного доверия, четкого выполнения установленных правил. В то же время не стоит забывать, что расходы фирмы на связь контролируются и внешними органами, например налоговой инспекцией, для которой придется документально подтверждать целесообразность расходов.

\* \* \*

Мобильная связь ворвалась в нашу жизнь столь стремительно, что общество пока еще не смогло выработать «мобильный этикет». А между тем соблюдение определенных его норм представляется столь же необходимым, как повседневное проявление вежливости и взаимного уважения, помогает установлению необходимых контактов с учетом комфорта говорящего, слушающего и всех вольных или невольных свидетелей разговора. К тому же экономит время и деньги собеседников.

## § 6. Особенности общения по электронной почте

Возможности использования компьютера в целях коммуникации в разных сферах трудно переоценить. Современное поколение деловых людей уже с трудом припоминает, как происходил обмен информацией в докомпьютерную эру. Но, овладев технической стороной поведения в Сети, особенно используя электронную почту, далеко не все пользователи усвоили правила, которые позволяют сделать так, чтобы электронное письмо воспринималось адекватно, а адресат своевременно получал требуемый результат в удобной форме.

Разработкой правил поведения для пользователей Интернета занимаются не только теоретики, но и практики, понимающие все неудобства и ограничения в коммуникациях, к которым приводит хаотичная, нерегламентированная деятельность пользователей.

Этикет поведения в Сети называется *сетикетом* (от «сеть» и «этикет») или *нетикетом* (от *англ.* net — сеть и «этикет»).

*Сетевой этикет* — свод правил поведения, принятых в Сети, добровольно выполняемых пользователями, стремящимися к установлению удобного, цивилизованного, адекватного, целесообразного общения в киберпространстве.

Формы электронной переписки за время существования Интернета уже приобрели достаточно четкие очертания. И хотя нет еще законодательно принятого кодекса сетикета, каждый достаточно культурный пользователь, часто общающийся в режиме он-лайн, использующий электронную почту и принимающий участие в обсуждениях на форумах, в гостевых книгах и разнообразных чатах, знаком с ними.

Приведем правила общения по электронной почте, основанием для которых служит всем известный «золотой закон»: «Относись к людям так, как ты бы хотел, чтобы они относились к тебе».

1. Помни о человеке, с которым общаешься. Не следует забывать, что в Сети ты общаешься с живыми людьми. Уважай их. В выборе языка сообщения старайся быть аккуратными: любое созданное тобой сообщение может быть сохранено или отослано другому человеку.

2. Применяй те же стандарты поведения в Сети, которыми ты бы пользовался в реальной жизни: будь этичным; не нарушай законы нетикета.

3. Знай свое положение в киберпространстве: нетикет отличается от домена к домену (адресу), и перед тем, как начать процесс коммуникации, следует осмотреться: то, что было приемлемо в одном домене, может быть недопустимо в другом.

4. Уважай время и процесс прохождения информации других людей.

5. Выгляди хорошо в Сети. В Интернете ты будешь восприниматься не по цвету волос, не по одежде, даже не по возрасту, а по манере правильно и грамотно формулировать свои сообщения. Уделяй внимание тому, о чем ты пишешь: действительно ли эта информация интересна собеседнику. Не ругайся в Сети! Находи выход эмоциям в литературных выражениях.

6. Разделяй (принимай) экспертные знания (экспертные оценки). Не задавай в чате вопросы, которые требуют много времени для разъяснения. Используй в этом случае имейл.

7. Контролируй свои эмоции. Эмоции — нечестная монополизация времени прохождения информации.

8. Уважай приватность, интимность контактов других людей: не ройся в чужих имейлах.

9. Не злоупотребляй своей властью в Сети. Например, сетевые администраторы не должны читать чужую корреспонденцию.

10. Прощай ошибки. Все когда-то были новичками в Сети, многие делают грамматические ошибки или очень сильно выражают свои эмоции, задают некорректные вопросы или пишут необоснованно длинные ответы — относись к этому спокойно. Сообщить об ошибке можно и даже должно, но конфиденциально — через имейл.

Самым распространенным способом сетевого взаимодействия деловых людей, студентов, школьников в настоящее время остается электронная почта, поэтому необходимо уделять внимание как содержанию, так и форме электронных писем, как техническим особенностям их доставки, так и индивидуальному восприятию писем разными адресатами.

Чтобы понять особенности сетикета, можно вспомнить основные его правила и сравнить с теми, которые составляют этикет общения деловых людей в процессе переговоров. Прежде всего необходимо усвоить правила установления (поддержания) имейл-контактов и соответствующие речевые модели.

Приветствие	Учитывайте обращение на «ты» или на «вы». Выделяйте его абзацем. В официальных письмах не допускайте разговорных форм — <i>Привет! Салют! Здравсьте!</i>
Обращение	Не экономьте буквы в словах <i>уважаемый, господин (госпожа)</i> и др. Не забывайте обращаться к адресату по имени в каждом новом письме. Адресат всегда должен видеть, от кого письмо, даже если оно от закадычного друга.
Установка связи между корреспондентами	Важный момент — проверка надежности связи. В первом письме необходимо спросить, нормально ли было его читать, открылись ли файлы, все ли было понятно. При отправлении письма за пределы России учитывайте возможные проблемы с кириллицей, лучше помещайте письмо в приложение (аттачмент). Отправляйте письма с автоматическим подтверждением прочтения.

Уточнение темы	<p>Тему (в специальной строке), как ваш адрес и имя, адресат должен видеть в первую очередь. Не заменяйте ее формулировку большими стандартами вроде: <i>руководителю, сотрудникам фирмы, в отдел рекламы</i>. Лучше написать: <i>обмен опытом, предложение о сотрудничестве, установление контакта, помощь в создании оригинальной рекламы</i> и т.п.</p> <p>Если необходимо расширить круг обсуждаемых вопросов, перейти к другим темам, лучше отправить сообщение новым письмом, с новой темой.</p> <p>Отправляя вложенный (прикрепленный) документ, обязательно добавьте в основной текст письма какой-либо комментарий по поводу существующего вложения и его темы.</p>
Использование этикетных речевых моделей	<p>Слова <i>спасибо, пожалуйста, с уважением, с надеждой на сотрудничество</i> и т.п. украсят и краткое, и пространное письмо в любой сфере общения. Не следует использовать в письмах жаргонные или диалектные слова, сокращения или аббревиатуры (за исключением общепринятых). Compliments необходимо употреблять крайне осмотрительно, особенно в официальных письмах.</p>
Прощание	<p>Завершите письмо принятыми формами прощания. Фразы <i>Успешного дня! Всего доброго! Заранее благодарны!</i> усилят его эффект.</p>
Подпись	<p>Подписывайте даже повторные письма. При необходимости (первичное установление контактов) включайте в подпись несколько возможных способов связи с вами (обычно это номера телефонов и факса). Подпись должна быть краткой, понятной, удобной для переписки. Указывайте свое полное имя, чтобы адресат мог использовать его в ответе.</p>
Проявление уважения	<p>Посылая письмо, думайте о пропускной способности канала связи того, кому вы его адресуете. Если адресат использует dial-up-подключение (подключение по телефонной линии), перешлите объемное письмо в два этапа или воспользуйтесь программой-архиватором. Во всех случаях уточняйте пропускную способность почтового ящика адресата.</p> <p>Отвечать на письма, даже не самые важные, обязательно (исключение — спамовая рассылка). Если продолжение переписки вам неинтересно, сообщите об этом в вежливой форме, например: <i>Спасибо за предложение, но мы уже пользуемся услугами другой фирмы</i>.</p> <p>Чтобы адресат мог четко ответить на ваши вопросы, заданные в предыдущем письме, процитируйте их кратко — в новом. Это поможет восстановить их суть. Используйте следующие формулы: <i>Как я уже писал, Как отмечалось в нашем первом письме, Отмечая то, что...</i> При ответе можно вставить свои реплики после фрагментов письма вашего партнера (в случае использования опции «Ответить»).</p> <p>Если необходимо разослать информацию по нескольким организациям, создавайте группу адресов в соответствии с конкретной ситуацией. Имейте в виду, что при этом вы можете попасть у вашего адресата в список спамеров.</p>

Придерживаться элементарных правил грамотности и вежливости в электронной переписке необходимо, ведь с возникновением новых средств доставки писем культуру эпистолярного общения никто не отменял. Кроме того, отличие сетевого общения от переписки «досетевых» времен состоит в том, что в ней могут участвовать более двух человек, т.е. ваше послание оценят все прочитавшие. Контроль грамотности можно обеспечить автоматически, подключив встроенный контроль орфографии. Понятно, что грамотный текст легче читать, а безграмотно написанные слова требуют при чтении дополнительного усилия.

Независимо от сферы общения и цели использования электронной почты необходимо придерживаться общепринятых правил грамматики и стилистики. Коряво сформулированные, неграмотные сообщения, слишком длинные предложения, не содержащие актуальной информации, плохо воспринимаются адресатами. Нарушения языковых норм, достаточно часто встречающиеся в электронной переписке, могут вызвать у адресата недоверие или неуважение к вам. Такие нарушения являются следствием либо низкого уровня грамотности пользователей, либо небрежного отношения к ситуации «заочного» общения, при которой «нас не видят», «и так поймут», «время экономим» и т.д. Чтобы не создавать проблем, стоит тренировать свою «электронно-речевую» компетентность, используя слова вежливости, стараться исключать жаргон и грубости даже из личной переписки. Следует запомнить, например, что имена и названия должны начинаться с прописных букв. Текст из одних строчных букв без точек трудно читать, а написанный одними прописными воспринимается при чтении как **НЕПРЕРЫВНЫЙ КРИК**.

Приводимые правила прежде всего должны усвоить представители технических профессий, обладающие, к сожалению, недостаточными знаниями в области грамматики и не считающие этот факт негативным.

Попытки эмоционально дополнить информацию (экономия при этом время передачи сообщения), воспроизвести «язык жестов», сопровождающий устную разговорную речь, привели к появлению в Интернете (особенно при общении в чатах) определенного стиля общения, отличающегося чрезмерной неформальностью. Сложные речевые конструкции, целые речевые акты, некоторые идиомы могут передаваться в Сети цифрами и буквенными сокращениями.

2	Too	Тоже
3	Free	Свободный
4	For	Для
4U	For You	Для тебя
AAMOF	As A Matter Of Fact	Как факт...
ADN	Any Day Now	Теперь в любое время
AFAIK	As Far As I Know	Насколько мне известно
AFAIR	As Far As I Remember	Насколько я помню
AFK	Away From Keyboard	Я далеко от компа...
ASAP	As Soon As Possible	Как только, так сразу
ATM	At The Moment	Сейчас
BBIAN	Be Back In An Hour	Вернусь через час
BBIAM	Be Back In A Minute	Вернусь через минуту
BBS	Be Back Soon	Скоро вернусь

Для передачи настроения адресанта (отправителя) был придуман и регулярно пополняется набор так называемых *эмотиконов* (от «эмоция» и «икона») — значков или картинок на рабочем столе, символизирующих ту или иную программу или файл. На сленге пользователей эмотиконы называются «смайликами». Читать их следует, наклонив голову немного влево:

- :) или ☺ — быть счастливым;
- :( или ☹ — быть печальным;
- :| — без эмоций;
- ;) — подмигивать;
- :-/ — смущаться;
- /:) — поднятая бровь;
- =; — поговорить с самим собой;
- I-) — спать и т.д.

Использование цифровых и буквенных сокращений, эмотиконов и прочих символов является распространенным, например, при переписке русских, живущих за границей, из-за отсутствия необходимого (русского) шрифта на клавиатуре компьютера.

Допуская в ситуациях бытового общения, дружеской переписки, общения в чатах подобные вольности, необходимо все же помнить и соблюдать правила официально-деловой переписки. Нарушение этих правил даже с лучшими намерениями может привести к охлаждению интереса вашего адресата к дельным предложениям, актуальной информации, справедливым замечаниям, изложенным в вашем письме.



\* \* \*

Активно используя самое современное средство связи — Интернет, люди часто забывают о том, что независимо от канала коммуникации содержание передаваемой ими информации должно подчиняться всем правилам грамотного оформления текста. Вежливое обращение к адресатам в Сети, правильное использование сетикета не только расположит к вам, но и повысит значимость переданной вами информации.

Сетикет (нетикет) еще не оформился в четко очерченный свод правил, принятых всеми пользователями. Мы с благодарностью принимаем советы практиков в киберпространстве, однако, несомненно, в недалеком будущем все плюсы и минусы общения в Интернете будут проанализированы и правила сетикета станут обязательными.

В заключение обратим внимание на то, что использование на рабочем месте в рабочее время личных почтовых адресов, или ICQ, как правило, не поощряется или может быть прямо запрещено работодателем. В то же время фиксация всех деловых отношений (просьб, поручений, отчетов об их выполнении и т.д.) через электронную почту или ее аналоги, даже если сотрудники сидят в одном помещении, безусловно эффективна, поскольку устраняет из обихода разные недоговоренности и отговорки вроде *Мне этого не говорили*.

### Контрольные вопросы и задания

1. В чем состоит основная цель деловой коммуникации?
2. Охарактеризуйте предмет деловых переговоров, коммуникативную и ролевую установки взаимодействия.
3. Приведите примеры речевых конструкций, соответствующих ситуациям установления/поддержания деловых контактов.
4. Какими невербальными средствами можно дополнить переговорный процесс?
5. Назовите источники информации, актуальной для подготовки к деловым контактам.
6. Как и для чего проводится систематизация отобранной информации?
7. Какие существуют формы фиксации материалов для дальнейшего использования в переговорном процессе?
8. Какие умения и навыки необходимы деловым людям для ведения коммерческих переговоров?
9. На какие этапы, стадии делится переговорный процесс?
10. Охарактеризуйте методы ведения переговоров.
11. Какие тактические приемы взаимодействия существуют?

12. С какими правилами связано построение системы аргументов?
13. Что представляет собой контроль эффективности деловых контактов?
14. Назовите критерии результативности коммуникации.
15. В чем состоят преимущества телефонного разговора как средства деловой коммуникации?
16. Приведите несколько этикетно-речевых формул общения по телефону.
17. Каковы плюсы и минусы использования мобильного телефона в профессионально-деловом общении?
18. Каковы различия разговора по стационарному и мобильному телефону?
19. Каким правилам «мобильного этикета» необходимо следовать собеседникам? Дополните их список рекомендациями из собственного опыта.
20. Как соотносится сетикет (нетикет) с традиционным речевым этикетом?
21. Почему необходимы правила сетикета для пользователей Сети?
22. К чему может привести небрежное отношение к оформлению электронных писем?
23. Каким правилам сетикета необходимо в первую очередь следовать студентам?
24. Приведите аргументы «за» и «против» использования ICQ на рабочем месте.
25. Дополните своими высказываниями следующее обсуждение в Интернет-форуме:

— Привет, всем! Меня очень интересует проблема общения на форумах, специфика этого общения, Реакция на различные высказывания, в отличие от чатов. Ко-му есть что написать по этому поводу, прошу высказываться, буду благодарна!

— Я сама очень часто общаюсь на форумах и в ЖЖ. Могу сказать, что сейчас развивается такая тенденция, что чем больше ошибок в слове, тем лучше! Очень «модно» заменять *ц* на *тс* и наоборот. Примеры: *ашыпка, питса, риакция, вытей йаду...* Есть клишированные обороты и фразы, которое в свое время пришли с сайта «удафф». Например: *пиши исчо, автар жжот, креатиф гавно...*

— По моим наблюдениям, эта тенденция уже прошла свой пик и сворачивается, а не развивается. Поиграли — и будет. Возможно, останутся несколько слов и выражений.

— Автор вопроса интересуется «реакцией на различные высказывания» в форумах в отличие от чатов, а не собственно языковой стороной общения.

26. Охарактеризуйте речевое поведение участников следующего речевого акта (сохранена орфография и пунктуация источников), его контекст, характер и форму речи, стилевые особенности. Дайте характеристику «говорящих»:

<p>Есть такая трабла... Поставили Отель 3.0, но ИМХО просто неработоспособную версию... Из конторы прибежал человек воткнул и сказал, что он ее не знает, разбирайтесь мол сами... Я вообще-то 1С только чуток знаю, ну там формочку подправить или ище че по мелочи, но глянув на это чудо решил что это просто мертвая вещь... Вместо справочников по категориям гостей везде подставлено перечисление из двух пунктов — ВСЕ и Россия, может это нормально и просто я чего-то не понимаю???</p> <p>Это только один из множества глюков. Может у кого есть реально работающая конфа???</p> <p>Можно и пониже версией... Или объясните мне в чем я не прав...</p>	<p style="text-align: right;">Грин Юзверь 5 — 18.07.2003 — 13:29</p>
<p>2(0) Укажите, пожалуйста, вы:</p> <p>а) франч, или работник франча б) фрилансер в) инсоурсер фирмы с лицензионной 1С... г) инсоурсер фирмы с НЕлицензионной 1С</p> <p>Нужно для статистики. Спасибо за ответы</p>	<p style="text-align: right;">Октябрьский Молот 3 — 18.07.2003 — 13:25</p>
<p>Если он покупался у них... то обращайся к ним :)</p> <p>Если нет, то тоды совсем плохо. Придется самому доделовать и переписывать то что не работает, т.к. в данный момент он не очень то и развивается, а если будут клиенты, то возможно до ума доведут.</p>	<p style="text-align: right;">Махік 4 — 18.07.2003 — 13:25</p>
<p>начинающий и почти безграмотный фрилансер...))</p> <p>В понедельник чел из конторы придет... Мне интересно — этот конфиг вообще реально работает или нам просто лажу переделанную подсунули...:((</p>	<p style="text-align: right;">Грин Юзверь 5 — 18.07.2003 — 13:29</p>
<p>Я тебе сейчас одын умый вешчЪ скажу, тока ты не обыжайся... Не работает так как хотелось бы :)</p>	<p style="text-align: right;">Махік 6 — 18.07.2003 — 13:31</p>
<p>Махік а ты общался с ним???</p>	<p style="text-align: right;">Грин Юзверь 7 — 18.07.2003 — 13:34</p>

<p>Так пару раз смотрел... но там встречаются ошибки, а с исправлением их сейчас дело обстоит не самым лучшим образом — проект пока что не развивается, хотя возможно, что скоро возьмутся за него.</p> <p>Если у тебя официальный продукт, то звони разработчикам &lt;...&gt; и разбирайся с ними, чем больше будет таких звонков, тем больше вероятность, что появятся новые версии программы :)</p>	<p style="text-align: right;">Maxik 8 — 18.07.2003 — 13:38</p>
<p>Брали то не у разработчиков, а в местной конторе... Которая типа может выступить посредником между нами и Москвой, сами они типа ответственности не несут...(( Может послать местных и рвануть до Москоу к Б&amp;Т и уже на месте посмотреть что они предлагают???</p>	<p style="text-align: right;">Грин Юзверь 9 — 18.07.2003 — 13:49</p>

### Литература

- Архангельская, М. Д.* Бизнес-этикет или Игра по правилам. М., 2006.
- Введенская, Л. А., Павлова, Л. Г., Кашаева, Е. Ю.* Русский язык и культура речи. Ростов н/Д., 2004.
- Колтунова, М. В.* Язык и деловое общение: нормы, риторика, этикет : учеб. пособие для вузов. М., 2000.
- Курбатов, В. И.* Стратегия делового успеха. Ростов н/Д., 1995.
- Лебедева, М. М.* Вам предстоит переговоры... М., 1993.
- Мартин, Д.* Язык делового общения. М., 2001.
- Панфилова, А. П.* Деловая коммуникация в профессиональной деятельности : учеб. пособие. СПб., 2001.
- Русский язык и культура речи : учеб. пособие / О. Я. Гойхман, Л. М. Гончарова, О. Н. Лапшина и др. М., 2004.
- Рюттингер, Р.* Культура предпринимательства / пер. с нем. М., 1992.
- Санталайнен, Т. и др.* Управление по результатам. М., 1993.
- Соснин, В. А.* Учимся общению: взаимопонимание, переговоры, тренинг. М., 1993.
- Стрельцова, Е. Д., Стрельцов, Е. Л.* Переговоры: организация, проведение, участие юриста, некоторые международные аспекты. Одесса, 1996.
- Холопова, Т. И., Лебедева, М. М.* Протокол и этикет для деловых людей. М., 1994.

*Шейнов, В. П.* Психология и этика делового контакта. Минск, 1996.

*Ягер, Дж.* Деловой этикет: как выжить и преуспеть в мире бизнеса / пер. с англ. М., 1994.

Интернет-источники:

*Губайловский, Владимир.* Сетикет

Некоторые мысли Дэвида Хэрриса (David Harris) в авторском переводе Сергея Федыко: David.Harris@pmail.gen.nz.

Сайт «Культура письменной речи».

## Практикум

Цель практических заданий к § 1 — уяснить понятие типичной коммуникативной ситуации; привить умения устанавливать и поддерживать деловые контакты, используя не только речевые, но и невербальные средства общения.

Термины:

*Коммуникативная установка общения* — цель делового общения, связанная с решением конкретных задач в переговорном процессе.

*Модель речевого действия* — описание (пример) какого-либо речевого акта, при помощи которого оформляется содержание конкретной ситуации. Речевая модель должна соответствовать условиям и мотивам общения в определенных ТКС, компетентности собеседников.

*Невербальные средства установления контактов* — мимика, жесты, поза, сигналы глазами; интонация, паузы, высота голоса и т.д.

*Переговоры* — обмен мнениями с деловой целью, речевое общение между собеседниками, обладающими необходимыми полномочиями от своих организаций (учреждения, фирмы и т.д.) для установления деловых отношений, разрешения спорных вопросов или выработки конструктивного подхода к их решению.

*Типичная коммуникативная ситуация (ТКС)* — модель контакта (коммуникативного акта), обусловленного содержанием и сферой общения, целями сторон. В ТКС реализуются коммуникативно-речевые действия партнеров, направленные на достижение взаимопонимания (соглашения).

**Задание 1.** *Ситуация: вы ведете разговор с клиентом, который настроен предвзято и недоброжелательно. Выберите из перечня на стр.165—169 наиболее адекватные для подобной ситуации речевые модели, добавьте свои.*

**Задание 2.** *Приведите примеры моделей доказательства, аргументации, убеждения, подходящие по-вашему, для разговора: с преподавателем, ребенком, друзьями, коллегами, «нудным» клиентом, иностранцем, плохо знающим русский язык.*

**Задание 3.** *Ситуация: вы вынуждены продолжать переговоры с человеком, имеющим весьма приблизительное представление о правилах хорошего тона, вежливости и корректности. Какие этикетно-речевые средства общения вы бы использовали в таком случае?*

**Задание 4.** *Проверьте, готовы ли вы уже сегодня участвовать в деловых переговорах, способны ли правильно определять свою речевую тактику. Используйте для этого следующий тест:*

(1) Представляются:

а) старший — младшему;

б) младший — старшему;

в) мужчина — женщине;

г) женщина — мужчине;

д) человек с более высоким положением — человеку с более низким положением;

е) обратное к «д».

(2) Начинает беседу:

а) хозяин ситуации;

б) приглашенный;

в) не имеет значения.

(3) Деловые партнеры обращаются друг к другу:

а) по имени;

б) по имени и отчеству;

в) по фамилии;

г) словом «товарищ», «коллега» или «господин»;

д) как угодно.

(4) Продуманный комплимент собеседнику выражает:

а) отношение к личности собеседника;

б) уважение к статусу собеседника;

в) констатацию заслуг, профессионализма, деловых качеств;

г) похвалу, лесть, преувеличение достоинств.

**Задание 5.** *Одна из ТКС учебного общения — семинар. Действия участников традиционны, но часто те, кто не выступает с рефератом, отвлекаются, теряют интерес. Как изменить ситуацию?*

а) Предложить студентам назвать собственные темы для обсуждения;

б) обязать слушателей анализировать и оценивать ответы товарищей;

в) другое.

Цель практических заданий к § 2 — научить правильно организовывать время и необходимые материалы при подготовке к предстоящим переговорам.

Термины:

*Конспект* — краткое изложение или краткая запись содержания какого-либо информационного материала.

*Общий речевой код* — рабочий язык переговоров, предполагающий одинаковое толкование используемых сторонами терминов, единый понятийный аппарат, полное смысловое соответствие материалов, представленных на переговорах.

*Реферат* — краткое изложение какой-либо информации, а также доклад, содержащий это изложение.

*Стратегия переговоров* — программирование достижения долговременных преимуществ организации или физического лица в решении определенной проблемы.

*Тактика деловой коммуникации* — набор конкретных действий (в том числе речевых) из намеченной стратегической программы, которые совершаются в определенном порядке и в определенные сроки для достижения промежуточных целей или решения поэтапных задач.

*Тезисы* — краткое изложение (в письменной или устной форме) одной конкретной идеи, мысли, позиции.

**Задание 1.** *Решите следующие задачи, выбрав правильный ответ или сформулировав собственный.*

- (1) Договариваясь о встрече для переговоров, вы:
  - а) назовете время встречи;
  - б) предложите партнеру самому назвать время.
- (2) Организуя место переговоров, вы предпочтете:
  - а) кресла;
  - б) стулья.
- (3) Делегацию гостей нужно усадить:
  - а) лицом к двери;
  - б) спиной к двери.
- (4) Что нужно сделать для организации стенографирования или магнитофонной записи переговоров?
- (5) Что является сигналом к началу переговоров?
- (6) В начале переговоров предпочтительнее тактика:
  - а) изложения своей точки зрения;
  - б) выслушивания точки зрения другой стороны.
- (7) На чем делается упор в ходе переговоров: на проблеме или на личности партнера?
- (8) Наилучший компромисс заключается тогда, когда:
  - а) стороны идут на взаимные уступки в рамках решаемой проблемы;
  - б) выходят за рамки проблемы.

(9) Заметив просчет партнера по переговорам, делающий впоследствии этот договор выгодным только для вас, вы:

- а) скажете об этом;
- б) не скажете;
- в) в крайнем случае потом ему уступите.

### З а д а н и е 2. *Игра-тренинг «Журналист».*

*Цель* — сформировать умение собирать наиболее полную, объективную информацию о партнере по переговорам.

*Процедура.* Руководитель предлагает всем участникам разделиться на партии. Зачитывается инструкция: «Вы — тележурналист. Сегодня вечером вы должны представить в программу «Вечер знакомств» объективную информацию о человеке, сидящем перед вами. Времени у вас мало. Возьмите у него интервью, а потом представьте группе. На интервью — 3 минуты, на представление — 2 минуты». Затем — обмен ролями. Каждая пара по очереди знакомит группу со своим партнером.

#### *Анализ ситуации.*

Все ли согласны с таким представлением?

Кто хочет о себе что-либо добавить, скорректировать?

Какие выводы вы можете сделать о результатах интервью?

В процессе анализа можно подвести членов группы к формулировке основных алгоритмов изучения партнера при подготовке и ведении переговоров:

Что представляет собой партнер?

Как он выглядит?

Какие у него вкусы?

Что для него наиболее важно в жизни?

Какие у него интересы?

Какие у него особенности? И т.д.

*З а д а н и е 3. Прочитайте приведенный ниже фрагмент из книги Дж. Нестара «Деловой этикет» и попробуйте выписать по порядку все предлагаемые автором действия по подготовке к деловой встрече, переговорам, докладу.*

Если я планирую какой-то важный разговор: один на один, по телефону, доклад шефу или речь перед слушателями (официальную или неофициальную), договариваюсь о встрече, о дате, о повышении, об одолжении — о чем бы то ни было, — я стараюсь сделать все возможное (настолько, насколько я могу это сделать), чтобы мое послание было воспринято и интерпретировано максимально близко к тому смыслу, который я хотел передать. Вначале я записываю все это на бумаге. Я пишу свои слова, а затем слова моего собеседника, которые он, по всей вероятности, произнесет мне в ответ. Ответов может быть несколько... Я записываю также несколько вариантов своих ответов



на слова моего собеседника. По сути дела, я размечаю наш будущий разговор точно так же, как я обычно размечаю карту дорог, когда собираюсь выехать в каком-то определенном направлении, чтобы приехать именно туда, где я намеревался оказаться.

Я пытаюсь представить наш разговор визуально, наглядно воображая детали, которые будут иметь место. О чем меня могут спросить? Меня могут спросить о работе, о повышении по службе, о дате, даже отказать в работе. Я планирую каждый возможный поворот в разговоре и готовлюсь ответить на него правильно. Я буду репетировать предстоящий разговор до тех пор, пока не буду абсолютно уверен в том, что он пройдет — или что я смогу провести его — именно так, как я хочу (как по содержанию, так и по стилю). Только после этого я отправлюсь в ваш офис... к вам домой... наберу номер вашего телефона... Я думаю, что таким образом мне удастся достичь цели, которую я поставил перед собой. То есть: смогу передать свое сообщение ясно и понятно и благодаря этому сумею аргументированно убедить своего собеседника, повлиять на него, уговорить, заинтересовать и т. д.

Если же мне предстоит деловая беседа, обсуждение или деловые переговоры, я буду в этом случае говорить свободно, открыто, используя весь свой интеллект, прямо пропорционально тому, насколько хорошо я знаю вас, ваш характер, ваши предубеждения, ваши ценности, вашу личность, а также предмет разговора. Кроме того, я буду также учитывать характер наших отношений.

Если вы последуете моему примеру, то вы будете на полпути к тому, чтобы правильно общаться с другими людьми. На полпути? Да, потому что другая половина — это ваше умение слушать других. Общение — это улица с двусторонним движением. Чтобы сообщить что-то другим, мы должны слушать. Слушать, что нам говорят те, с кем мы вступаем в общение.

*Выпишите на карточки те высказывания из данного текста, которые вы сами готовы использовать при подготовке к переговорам.*

Цель занятий к § 3 — обрести навыки участия в переговорном процессе в зависимости от роли и позиции сторон.

Термины:

*Главное правило ведения переговоров* — разграничение между существом проблемы и отношениями сторон.

*Тактика ведения переговоров* — перспективное видение проблемы, детальный учет аргументов и фактов, реакции другой стороны на всех этапах.

*Тактические приемы на переговорах* — действия, направленные на получение предварительной информации, анализ интересов сторон, выход на определение возможности совместных решений, подходы к достижению взаимопонимания и согласия.

**Задание 1.** *Перечислите советы по ведению деловых переговоров. Какие вы сами использовали бы в собственной практике и почему?*

**Задание 2.** *Используйте речевые формулы делового разговора, чтобы решить следующие задачи:*

- (1) Показать заинтересованность в словах собеседника.
- (2) Попросить дополнительных разъяснений.
- (3) Сделать вывод, предложить вариант резюме.
- (4) Дать оценку ситуации.
- (5) Отказать партнеру в поддержке.
- (6) Перенести решение вопроса на более поздний срок.
- (7) Выразить несогласие с позицией партнера.
- (8) Одобрить позицию собеседника.
- (9) Признаться в своей некомпетентности.
- (10) Вежливо отклонить спорное предложение.

**Задание 3.** *Внимательно прочитайте приведенные ниже положения и станьте на тех, с которыми вы не согласны. Аргументируйте свои доводы.*

- (1) Старайтесь быть кратким, выступая перед аудиторией, но не экономьте на необходимых фактах и аргументах.
- (2) Постоянно направляйте беседу по нужному руслу, не давайте собеседнику «увести» вас от темы.
- (3) Склоняя собеседника к своей точке зрения, говорите как можно больше, не давая возразить себе.
- (4) Не позволяйте собеседнику делать вам замечания, которые, по мнению многих бизнесменов, затрудняют беседу.

**Задание 4.** *Обсудите следующие ситуации:*

- (1) В деловых переговорах предпочтительнее использовать:
  - а) утверждения;
  - б) вопросы;
  - в) другое.
- (2) В ваш адрес сделано нетактичное, задевшее вас высказывание. Что лучше:
  - а) дать моментальный и эффективный отпор;
  - б) сделать паузу перед ответом;
  - в) сделать вид, что ничего не случилось?
- (3) Переговоры все время прерываются по вине вашего собеседника: звонит телефон — он долго разговаривает, заходят без предупреждения его коллеги — он уделяет им максимум внимания. Ваша реакция:
  - а) добиваетесь договоренности, не обращая внимания на помехи;
  - б) показываете своим поведением недовольство;

- в) говорите партнеру, что не можете сосредоточиться;
- г) другое.

Цель практического занятия по материалу § 4 — обосновать и доказать необходимость контроля за исполнением решений, принятых на переговорах.

Термины:

*Аргументация* — действие, предполагающее сравнительную оценку всех рассматриваемых положений и исключение тех из них, с которыми стороны принципиально не согласны.

*Критерии значимости переговоров* — рыночная цена, подсчет затрат, известные аналоги, профессиональные нормы, эффективность и т.д.

*З а д а н и е 1. Прочитайте диалоги партнеров по переговорам и определите: роли партнеров; метод ведения переговоров; тактические приемы сторон; степень достижения каждой из сторон поставленной цели. Выделите в тексте диалогов высказывания, при помощи которых осуществляется: утверждение, убеждение, опровержение, аргументация, обоснование довода.*

(1)

*А.:* Перейдем к делу. По условиям нашего договора, вы должны были отгрузить нам крупы до начала нового квартала. Нарушение вами этого пункта договора привело к простоя агрегата по расфасовке сыпучих продуктов. Сегодня уже 14-е, а наше последнее письмо с рекламацией в ваш адрес мы отправили 3-го.

*Б.:* Позвольте объяснить вам ситуацию. Мы получаем сыпучие продукты, в том числе и крупы, из разных стран. Произошла задержка состава с зерном на границе, причем не по нашей вине. Однако сейчас все крупы уже отгружены в наши хранилища.

*А.:* Извините, господин Б., но при всем желании я не могу считать проблему решенной. Наши машины простаивают, рабочие не получают зарплату...

*Б.:* Нарушение наших обязательств было вызвано форсмажорными обстоятельствами. Но ведь сейчас мы уже готовы их выполнить!

*А.:* Вряд ли можно согласиться с таким доводом. В нашем контракте среди перечисленных форсмажорных обстоятельств ничего не сказано о задержке составов с зерном на границе.

*Б.:* Я понимаю вас, господин А. Думаю, что мы сможем исправить положение, только компенсировав вам убытки. Для того чтобы наши отношения не прерывались из-за этой истории, прошу вас дать нам пять дней для решения всех проблем.

*А.:* Мы долгое время работали достаточно продуктивно и согласованно. Думаю, что будет правильно дать вам срок до 21-го. Но, надеюсь, вы понима-

ете, что это окончательный срок? Дальше наш конфликт сможет разрешить только арбитражный суд.

Б.: Спасибо. Вы приняли верное решение. Обещаю, что мы не подведем вас.

А.: Остается только надеяться...

(2)

А.: Давайте перейдем к коммерческой стороне нашей сделки. Сегодня мы хотели поговорить о ценах. Вы находите их вполне приемлемыми, не так ли?

Б.: К сожалению, нет. По сравнению с ценами ваших конкурентов они на 5—10% выше.

А.: Не могу согласиться с вами. Вы ведь знаете, что мы модифицировали конструкцию и снизили энергопотребление нашего оборудования?

Б.: Конечно, знаю, однако нельзя сказать, чтобы энергопотребление вашего оборудования было очень низким. Мы теперь знаем рынок, и нам известно, что другие фирмы предлагают оборудование, аналогичное вашему, по более низким ценам. Мы ожидаем от вас понимания нашей доброй воли, а также того, что наша компания только выходит на рынок и намерена установить долговременные контакты с вашей фирмой.

А.: Хорошо. Но бизнес есть бизнес. На каком основании вы просите скидку?

Б.: Я уже говорил о ценах конкурентов. Кроме того, ваша цена должна зависеть от суммы контракта.

А.: Ну, если вы увеличите свой заказ до... фунтов, то мы сможем дать вам 2%-ную скидку.

Б.: Это лучше, но мы рассчитывали по крайней мере на 4%...

А.: Давайте произведем некоторые расчеты... 3% и не больше, господин Б. Даже эта уступка оставляет для нас самих очень малую прибыль.

Б.: Это уже та позиция, которую можно обсуждать.

А.: Хорошо. Мы могли бы встретиться завтра для окончательного разговора. Когда бы вы смогли прийти сюда еще раз, господин Б.?

Б.: Предполагаю, что только после двух.

А.: Тогда увидимся в три? До свидания!

*Задание 2. Выберите актуальную для вас тему деловых переговоров и проведите их по всем правилам, меняясь ролями и изменяя параметры отношений собеседников (доброжелательные, настороженные, агрессивные, сдержанные, рациональные и т.д.).*

*Задание 3. Ситуация: при обсуждении результатов переговоров одна сторона больше всего внимания уделяла собственной позиции и отсутствию достаточных аргументов другой стороны, однако констатировала факт отсут-*

*ствия серьезной стратегии совместных действий. Что предложили бы вы учесть при обсуждении для прояснения ситуации и правильных выводов?*

Цель практических занятий к § 5 — обсудить особенности телефонной коммуникации, в частности с использованием мобильной связи; отработать навыки использования этикетно-речевых формул общения по телефону и в Сети.

Термины:

*Сетевой этикет (сетикет, нетикет)* — свод правил поведения, принятых в Сети, добровольно выполняемых пользователями, стремящимися к установлению удобного, цивилизованного, адекватного, целесообразного общения в киберпространстве.

*Телефонный разговор* — контактное по времени, но дистантное в пространстве и опосредованное специальными техническими средствами общение собеседников, при котором отсутствие визуального контакта увеличивает нагрузку на устно-речевые средства взаимодействия партнеров по общению.

*Телефонный этикет* — определенный набор этикетно-речевых формул общения по телефону.

**З а д а н и е 1.** *Как вы поведете себя в перечисленных ниже ситуациях? Выберите ответ из предлагаемых или предложите свой, сопроводив его объяснением.*

(1) Звонят вам в офис. Подняв телефонную трубку, вы скажете:

- а) «Говорите»;
- б) «Да»;
- в) «Слушаю вас»;
- г) назовете свою фирму и затем скажете: «Добрый день»;
- е) назовете свою фирму, отдел, фамилию.

(2) Принято поднимать телефонную трубку после звонка:

- а) второго;
- б) третьего;
- в) четвертого.

(3) На первичный вопрос типа «Это фирма «Старт»?» предпочтительнее ответить:

- а) «А чего бы вы хотели?»;
- б) «Могу ли я вам помочь?»;
- б) «Чем я могу вам помочь?».

(4) Позвонивший высказывает вам необоснованную претензию. Ваш ответ:

- а) «Это не моя ошибка»;
- б) «Я этим не занимаюсь, вам лучше обратиться к...»;
- в) «Давайте разберемся»;
- г) «Я сейчас приглашу коллегу, который занимается этим вопросом»;
- д) «Оставьте, пожалуйста, ваш телефон».

(5) Позвонивший, не представившись, начинает объяснять свои проблемы. Ваши действия:

- а) вникаете в его вопрос и даете ответ;
- б) выясняете, кто звонит, кого представляет, и даете ответ.

*Зада н и е 2. Ситуация: на фирму звонит разъяренный клиент. Он недоволен качеством выполненной для него работы. Вы берете трубку и пытаетесь охладить его пыл. Выберите наиболее подходящий вариант ответной реплики и обоснуйте свой выбор:*

- а) «А при чем тут я?»;
- б) «Я не занимаюсь этим вопросом»;
- в) «Сейчас никто не сможет решить ваш вопрос»;
- г) «Успокойтесь, я вас внимательно слушаю, что произошло?»;
- д) «Сейчас я соединю вас с менеджером по этим вопросам».

*Зада н и е 3. Ситуация: вы на совещании, от которого зависит успех фирмы. Звонит ваш мобильный телефон. Это шеф! Ваши действия:*

- а) выходите из зала и разговариваете с шефом;
- б) не отвечаете на звонок;
- в) просите, стараясь не очень громко, чтобы вам перезвонили;
- г) другое.

*Постарайтесь не просто выбрать ответ, но критически охарактеризовать ситуацию, предложив свои варианты ее организации.*

*Зада н и е 4. Ситуация: вы на лекции. Вам присылает эсэмэску приятель. Охарактеризуйте ситуацию и свои действия в ней.*

*Зада н и е 5. Ситуация: вы хотите отправить в разные фирмы свое резюме с целью трудоустройства. Как будет выглядеть список рассылки, и как вы проверите, что ваше резюме дошло до адресата?*

*Список рассылки:*

- а) пошлете по всем известным из разных источников адресам;
- б) составите список по газетным рубрикам «Требуется», «Вакансии» и т.д.
- в) позвоните в отобранные из разных источников организации и, по их запросу, перешлете резюме;
- г) другое.

*Контроль эффективности:*

- а) будете терпеливо ждать ответов;
- б) позвоните туда, куда послали резюме;
- в) при отправке письма зададите функцию «уведомление о получении», а в письме попросите обязательно ответить;
- г) другое.

*Зада н и е 6. Ситуация: вы получили письмо (имейл) с интересным деловым предложением. Письмо подписано только именем, без указания адреса организации. Ваши действия:*

- а) напишите ответ с предложением позвонить вам и продолжить контакт в устной форме;
- б) напишите ответ с просьбой уточнить координаты организации;
- в) не станете реагировать на письмо;
- г) другое.

# Глава 6

## Учебно-научная коммуникация

### § 1. Особенности научного стиля и учебно-научной речи

В научной деятельности перед человеком стоят две основные задачи:

- получить новое знание о мире (совершить открытие);
- сделать это знание достоянием общества (сообщить о своем открытии).

Научный стиль речи необходим при решении второй задачи, когда требуются речевое оформление добытого нового знания, передача его другим людям.

Содержательная сторона диктует свои требования к форме существования научной речи. Изначально это *письменная форма*, что не случайно. Во-первых, письменная форма долговременно фиксирует информацию (именно этого требует наука, отражающая стабильные связи мира). Во-вторых, она более удобна для обнаружения информативных неточностей и уже рассмотренных нами логических нарушений (неактуальных в бытовом общении, но в научном способных привести к самым серьезным искажениям истины). В-третьих, письменная форма экономична, так как позволяет адресату воспринимать информацию в его личном темпе. Например, научный доклад, который в устном выражении занимает 40 минут, хорошо подготовленным в данной области адресатом может быть воспринят в письменной форме за 5 минут (чтение «по диагонали»). Наконец, в-четвертых, письменная форма позволяет обращаться к информации многократно и в любое время, что также очень важно в научной работе.

*Устная форма* также употребительна в научном общении, но, она, как правило, вторична: научное произведение чаще сначала пишут, обрабатывая адекватную форму передачи научной информации, а по-



том уже в тех или иных вариантах (в докладе, лекции, выступлении, презентации) воспроизводят в устной форме. Первичность письменной формы накладывает заметный отпечаток на характер изложения в научной речи.

Сфера применения научного стиля очень широка. Этот стиль, оказывает сильное и разностороннее влияние на литературный язык. Совершающаяся на наших глазах научно-техническая революция вводит во всеобщее употребление огромное количество терминов — *дефолт*, *монетизация*, *процессор*, *синдром хронической усталости* и др. Если раньше толковые словари составлялись на основе языка художественной литературы и в меньшей степени — публицистики, то сейчас описание развитых языков мира невозможно без учета научного стиля и его роли в жизни общества.

Широкое и интенсивное развитие научного стиля привело к формированию следующих его разновидностей, или подстилей: 1) *собственно научного* (монографии, диссертации, научные статьи, доклады); 2) *научно-популярного* (лекции, статьи, очерки); 3) *учебно-научного* (учебники, методические пособия, программы, лекции, конспекты); 4) *научно-делового* (техническая документация, контракты, сообщения об испытаниях, инструкции для предприятий); 5) *научно-информативного* (патентные описания, информативные рефераты, аннотации); 6) *научно-справочного* (словари, энциклопедии, справочники, каталоги). Каждому подстилю и жанру присущи свои индивидуально-стилевые черты, которые, однако, не нарушают единства научного стиля, наследуя его общие признаки и особенности.

Научные тексты различных жанров строятся по единой логической схеме на базе главного *тезиса* — утверждения, требующего обоснования; тезис включает в себя предмет речи (то, о чем говорится в тексте) и главный анализируемый признак (то, что говорится о предмете). Доказательствами главного тезиса являются *аргументы* (доводы, основания, приводимые в доказательство), количество которых зависит от жанра и объема научного текста. Для более полной аргументации тезиса необходимы также *иллюстрации* — примеры, подтверждающие выдвинутые теоретические положения. Текст научного стиля завершается *выводом* (*резюме*), в котором содержится аналитическая оценка проведенного исследования, намечаются перспективы дальнейших изысканий.

Остановимся подробно на учебно-научном подстиле научного стиля. В процессе обучения мы сталкиваемся с необходимостью написания научных работ различных жанров, а также с подготовкой различного рода выступлений. Это могут быть: рефераты, доклады, курсовые,

дипломные работы, аннотации, ответы на экзамене, выступления на конференциях, выступления на защите диплома или курсовой работы, тезисы для участия в конференции, конспекты и т.д.

Такие жанры научных текстов, как реферат, аннотация, конспект, тезисы, объединяет то, что они являются вторичными, т.е. составляются на основе уже имеющихся опорных текстов, чаще всего оригинальных, первичных (хотя тезисы могут быть и оригинальным научным произведением), и определенным образом соотносятся с учебно-научной разновидностью научного стиля речи. Доклады, курсовые и дипломные работы являются первичными текстами и отражают личный вклад автора в соответствующую отрасль знаний.

## § 2. Конспект

**Конспект** — краткая запись существенного содержания статьи (статей), монографии, лекции.

Цель составления конспекта — письменно зафиксировать основную информацию (тезисы и доказательства), излагаемую преподавателем на лекции или содержащуюся в книге (статье).

Подготовка конспекта включает следующие этапы:

1. Выделяются смысловые части — вся информация к одной теме группируется в один блок.

2. В каждой смысловой части формулируется тема с опорой на ключевые слова и фразы.

3. В каждой части выделяется главная и дополнительная по отношению к теме информация.

4. Главная информация фиксируется в конспекте в разных формах: в виде тезисов, выписок (текстуальный конспект), вопросов, выявляющих суть проблемы, назывных предложений (конспект-план и конспект-схема).

5. Дополнительная информация включается при необходимости.

Работая над конспектом, необходимо:

- записать название конспектируемого произведения (или его частей, Ф.И.О. лектора и тему лекции) и его выходные данные;
- осмыслить основное содержание (если это письменный источник), дважды прочитав его. Составить план — основу конспекта;
- оставить широкие поля для дополнений, заметок, записи терминов и имен, требующих разъяснений;
- помнить, что в конспекте отдельные фразы и даже отдельные слова имеют более важное значение, чем в подробном изложении;

- вести запись своими словами, что способствует лучшему осмыслению текста, не стараться все записать дословно;
- применять определенную систему подчеркиваний, сокращений, условных обозначений, особенно при записи устного текста;
- соблюдать правила цитирования — цитату заключать в кавычки, давать ссылку на источник с указанием страницы.

### *Образец конспекта*

Тема: «Научная организация труда студента».

1. Что такое «научная организация труда».

НОТ значит. повышает пр-ность труда, способствует достижению макс. рез-тов при мин. затратах энергии и времени. НОТ — универс. метод, охват-щий все стороны общ. жизни, в т.ч. работу ВШ.

2. Учебный труд студентов.

Сущность уч. труда студ-тов — сложная система мыслит. процессов, к-рая обычно нач-ся с восприятия уч. информации; продолж-ся в виде переработки ее в знание и заканч-ся применением знаний на практике.

Практика показывает, что при отсутствии продуманной орг-ции уч. труда даже долгие годы в вузе не могут обеспечить подготовку совр. спец-тов высшей квалификации.

3. Режим дня студентов.

Как правильно организовать уч. труд? Важным ср-вом явл. рац-ный режим дня, который придает ритм и упорядоченность.

Режим дня — это продуманный и согласованный с нормами физиологии распорядок уч. труда и отдыха.

Рекомендовать одинаковый для всех РД невозможно. Каждый должен составить его с учетом своих возм-тей, х-ра и формы уч. занятий, состоя-ния здоровья.

Общие требования: а) осущ-ние уч. занятий, самост. работы, сна, питания в одни и те же часы (с отклонением не более 40 мин. — Это развивает чувство времени; б) чередование умственной работы с др. деятельностью; в) необходимость перед самост. работой отдыха, желательно активного и на свежем воздухе.

4. Работа с конспектами.

Просмотром конспектов лекций целесообразно заняться в этот же день. 60% уч. материала забывается в первые часы после его восприятия. Поэтому важно удержать его в памяти сразу — просмотреть конспект, вспомнить содержание лекции.

5. Сон и питание.

Одна из осн. биолог. потребностей чел. организма — сон. Для студ-тов достаточно 7—8 ч. сна. Сон д.б. полноценным. Ср-во против бессонни-

цы — ежедн. прогулки в течение 30—40 мин. перед сном. Не следует заниматься допоздна!

6. Организация умственного труда.

Важное знач. имеет поддержание работоспособности в теч. неск. часов. Через каждые 50 мин. работы — перерыв на 10 мин., через каждые 2,5—3 ч. — на 30—40 мин., даже если нет усталости. Воскресенье — день активного отдыха.

*Вывод:* Четкий, активный режим — важнейшее условие успешной учебы и хорошего здоровья.

### § 3. Аннотирование и реферирование

Об аннотировании и реферировании уже дважды упоминалось в предыдущих главах в связи с рассмотрением других вопросов. Так, в главе 2 говорилось о том, что аннотации и рефераты относятся к научному стилю речи со всеми присущими ему особенностями, в главе 5 — о необходимости прибегать к реферированию при подготовке к переговорам. Реферат, являясь кратким изложением какой-либо информации, бывает самодостаточным в определенных ситуациях и при деловом общении, поскольку — в отличие от аннотации, тезисов и конспекта — представляет собой законченный текст. Однако аннотирование и реферирование в силу их актуальности для современной молодежи в сферах научной и деловой и определенной трудности овладения соответствующими навыками требуют большего к себе внимания. Поэтому написание аннотаций и рефератов рассматривается здесь отдельно как хотя и дополнительный, но очень важный аспект речевых коммуникаций.

#### *Аннотирование*

**А н н о т а ц и е й** (от *лат.* *annotatio* — примечание, пометка) в настоящее время называют краткую характеристику книги (статьи), содержащую перечень рассматриваемых там основных разделов, тем или вопросов. Аннотация на книгу может также включать указание на особенности в изложении материала и адресат (для кого она предназначена). Говоря схематично, аннотация на книгу (прежде всего научную или учебную) отвечает на вопросы: *о чем? из каких частей? как? для кого?* Это как бы ее основные, стандартные смысловые элементы. Каждый из них имеет свои языковые средства выражения.

Аннотация на книгу помещается на оборотной стороне ее титульного листа и служит (наряду с названием и оглавлением) источником информации о содержании работы. Познакомившись с аннотацией, читатель решает, насколько книга может быть ему нужна. Умение аннотировать прочитанную литературу способствует овладению навыками реферирования.

Аннотация имеет две обязательные части, представляющие:

- 1) содержательную характеристику первоисточника, цель автора;
- 2) адресата аннотируемого текста.

Кроме названных обязательных частей, в аннотации возможны факультативные части, представляющие:

- 1) композицию, структуру первичного текста;
- 2) иллюстративный материал книги.

Перечисленные смысловые части аннотации оформляются с помощью речевых клише.

#### 1. Композиция работы.

- Книга состоит из... глав (...частей);
- Статья делится на... части;
- В книге выделяются... главы.

#### 2. Назначение текста.

- Статья предназначена (рекомендуется)... ;
- Сборник рассчитан... ;
- Предназначается широкому кругу читателей... ;
- Для студентов, аспирантов... ;
- Книга заинтересует... .

О чем?	В книге (статье) рассматриваются вопросы... излагаются задачи... дается обзор... даются сведения... рассмотрены вопросы... главное (особое) внимание обращено на... уделено (чему?)... описан метод... изложена теория... Книга (статья) посвящена проблеме... Автор анализирует, рассказывает, утверждает, предлагает... В основу работы положено... Автор останавливается на следующих вопросах... Автор затрагивает проблемы... Цель статьи — показать... Цель автора — объяснить (раскрыть)... Целью статьи является изучение... Автор ставит своей целью проанализировать...
Из каких частей?	Книга состоит из двух частей, трех разделов, четырех глав... В книге содержатся следующие разделы...
Как? Какие?	В книге (статье) подробно рассмотрены (описаны)... приведены многочисленные примеры (цифровые данные, расчеты), малоизвестные сведения: дано систематическое изложение... делается попытка...
Для кого?	Книга предназначена для... а также для... Для чтения книги не требуется специальных знаний в области... Сборник рассчитан... Предназначается широкому кругу читателей... Для студентов, аспирантов... Книга заинтересует...

## Образцы

### (1)

Настоящее учебное пособие адресовано учащимся старших классов и предназначено для использования в рамках интегрированного курса «Введение в обществознание» в 10—11 классах общеобразовательной школы.

Оно дает краткое систематическое изложение важнейших категорий и понятий современной экономической науки и призвано помочь учащимся разобраться в экономических причинах и закономерностях социально-политических процессов, происходящих в России.

### (2)

Предлагаемый читателю сборник включает краткое содержание докладов, прочитанных на международной научно-практической конференции «Тенденции развития языкового и литературного образования в школе и вузе».

Разнообразие тематики публикуемых материалов обусловлено широтой проблем, интересовавших участников конференции: теория и методика преподавания родного языка и литературы, сопоставительное изучение иностранных языков, вопросы методики обучения русскому языку как иностранному.

## Реферирование

В настоящее время рефератом (от лат. *referre* — докладывать, сообщать) называют прежде всего краткое, чаще всего письменное, изложение научной работы — статьи или книги (или нескольких научных работ). Реферат обычно содержит указание на тему и композицию реферируемой работы, перечень ее основных положений с приведением аргументации, реже — описание методики и проведения эксперимента, результатов и выводов исследования. Такой реферат будем называть *простым информационным*. В России издаются специальные реферативные журналы, которые таким образом знакомят читателей с новейшей российской и зарубежной литературой в различных областях научных знаний.

Студенты в российских вузах обычно пишут рефераты на определенные темы, которые предлагаются им на кафедрах общеинженерных и общественных дисциплин. Для написания таких *тематических* рефератов бывает необходимо привлечение более одного источника, по крайней мере двух научных работ. В этом случае реферат является не только информационным, но и *обзорным*.

Ниже приводится перечень типичных смысловых частей простого информационного реферата и используемых в каждой из них типичных языковых средств.

Первой страницей реферата является титульный лист, на котором номер страницы ставить не принято. Далее следует оглавление (содержание), где приводится перечень всех разделов и глав работы, ее рубрик и подрубрик, приложений с указанием номера страницы. Для нумерации разделов используется простая иерархическая система на основе арабских цифр. Желательно, чтобы оглавление (содержание) помещалось на одной странице. Текст реферата должен полностью соответствовать оглавлению и состоять из трех основных частей: введения, основной части и заключения. Особенно тщательно должна быть регламентирована форма введения к работе. Практически всегда требуется обязательное отражение в нем следующих пунктов:

- 1) введение в тему (проблему) работы;
- 2) обоснование выбора темы, ее актуальности и значимости для науки и практики;
- 3) обзор литературы по данной теме;
- 4) определение границ исследования (предмет, объект, хронологические и/или географические рамки);
- 5) определение основной задачи (цели) работы и подчиненных ей задач более частных;
- 6) краткое описание структуры работы.

Смысловые части реферата	Языковые средства
Название реферируемой работы (или ее выходные данные)	Книга (статья) называется (носит название)... <i>Любимов, Л.Л., Липсиц, И.В. Основы экономики: учеб. пособие к курсу «Введение в обществознание» для 10–11 кл. общеобразовательных учебных заведений. М.: Просвещение, 1999. — 159 с.; ил.</i>
Композиция реферируемой работы	Статья состоит из... делится на... начинается с... кончается ( <i>чем?</i> )... В статье (книге) можно выделить (могут быть выделены) две части...
Проблематика и основные положения работы (или ее части)	Книга (статья) посвящена теме (проблеме, вопросу)... Статья (книга) представляет собой анализ (обзор, описание, обобщение, изложение)... Автор книги (статьи) ставит (рассматривает, освещает, поднимает, затрагивает) следующие вопросы (проблемы)... особо останавливается ( <i>на чем?</i> )... показывает значение ( <i>чего?</i> )... раскрывает сущность ( <i>чего?</i> )... обращает особое внимание ( <i>на что?</i> )... уделяет внимание ( <i>чему?</i> )... касается следующих вопросов... В статье (в книге; в этой части статьи, книги) рассматривается ( <i>что?</i> )... анализируется ( <i>что?</i> )... дается анализ (обзор, обобщение, описание, изложение) ( <i>чего?</i> )... раскрывается (освещается) вопрос... обобщается ( <i>что?</i> )... отмечается важность ( <i>чего?</i> )... В статье (книге) показано ( <i>что?</i> )... уделено большое внимание ( <i>чему?</i> )... выявлено ( <i>что?</i> )... уточнено ( <i>что?</i> )...
Аргументация основных положений работы	Автор приводит примеры (факты, цифры, данные), иллюстрирующие сказанное примерами... подтверждает (доказывает, аргументирует) свою точку зрения примерами (иллюстрациями, конкретными данными)... В подтверждение своей точки зрения автор приводит доказательства (аргументы, ряд доказательств, ряд аргументов, примеры, иллюстрации, конкретные данные, результаты наблюдений)... Для доказательства своих положений автор описывает эксперимент... В ходе эксперимента автор использовал (привлекал)...
Выводы, заключения	Выполненные исследования показывают... Приведенные наблюдения (полученные данные) приводят к выводу (позволяют сделать вывод)... Из сказанного можно сделать вывод... Анализ выполненных исследований свидетельствует... На основании проведенных наблюдений (полученных данных, анализа результатов) был сделан вывод (можно сделать заключение, автор приходит к выводу)...

Простой информационный реферат может содержать оценку тех или иных суждений автора реферируемой работы. Такая оценка чаще



всего выражает согласие или несогласие с точкой зрения автора и передается определенными языковыми средствами.

Согласие (положительная оценка)	<p>Автор справедливо указывает... правильно подходит к анализу (оценке)... убедительно доказывает... отстаивает свою точку зрения... критически относится к работам предшественников...</p> <p>Мы разделяем точку зрения (мнение, оценку) автора... стоим на той же точке зрения (позиции)... придерживаемся подобного же мнения...</p> <p>Можно согласиться с автором, что... Следует признать достоинства такого подхода к решению...</p>
Несогласие (отрицательная оценка)	<p>Автор не раскрывает содержания (противоречий, разных точек зрения)... противоречит себе (известным фактам)... игнорирует общеизвестные факты... упускает из виду... не критически относится к высказанному положению... не подтверждает сказанное примерами... Мы придерживаемся другой точки зрения (другого, противоположного мнения)... не можем согласиться (<i>с чем?</i>)... Трудно согласиться с автором... с таким подходом к решению (проблемы, вопроса, задачи)... Можно выразить сомнение в том, что...</p> <p>Дискуссионно (сомнительно, спорно), что... К недостаткам работы можно отнести...</p>

В реферате могут быть использованы цитаты из реферируемой работы. Они всегда ставятся в кавычки. При цитировании знаки препинания ставятся, как в предложениях с прямой речью.

1. Цитата стоит после слов составителя реферата. В этом случае после слов составителя ставится двоеточие, а цитата начинается с прописной буквы, например: Автор статьи утверждает: «В нашей стране действительно произошел стремительный рост национального самосознания».

2. Цитата стоит перед словами составителя реферата. В этом случае после цитаты ставится запятая и тире, а слова составителя начинаются со строчной буквы, например: «В нашей стране действительно произошел стремительный рост национального самосознания», — утверждает автор статьи.

3. Слова составителя реферата стоят в середине цитаты. В этом случае перед ними и после них ставится тире с запятой, например: «В нашей стране, — утверждает автор статьи, — действительно стремительный рост национального самосознания».

4. Цитата непосредственно включается в слова составителя реферата. В этом случае (самом распространенном в реферате) цитата начинается со строчной буквы, например: Автор статьи утверждает, что

«в нашей стране действительно произошел стремительный рост национального самосознания».

Обратим внимание на оформление титульного листа реферата. Титульный лист содержит: 1) полное название учебного заведения; 2) название кафедры, на которой выполнялась работа; 3) наименование вида работы, дисциплины и темы; 4) данные об исполнителе с указанием фамилии, имени, отчества, института, номера студенческой группы; 5) указание должности лица, принявшего работу, его фамилии и инициалов; 6) год выполнения работы.

### Образец

<p>Санкт-Петербургский институт печати Санкт-Петербургского университета технологии и дизайна</p> <p>«Книжное дело как система»</p> <p>Реферат студентки 3-го курса <i>(фамилия, имя, отчество)</i> Руководитель — преподаватель <i>(инициалы, фамилия)</i></p> <p>Санкт-Петербург 2008</p>
---

### Фрагменты реферата

#### Содержание

Введение

Глава 1. История книжного дела с древнейших времен до наших дней

1.1. Первые рукописные книги

1.2. Революция в истории книги

1.3. Петровская эпоха

1.4. Развитие издательской деятельности

Глава 2. Систематизация книжного дела

2.1. Сущность системного подхода

2.2. Редакционно-издательское дело

2.3. Оформление книги («Искусство книги»)

- 2.4. Библиографическое дело
- 2.5. Статистика печати
- 2.6. Библиотечное дело
- 2.7. Книготорговое дело
- Заключение
- Список использованной литературы

### Введение

Книги — величайшее наше достояние. Для кого-то чтение книг является развлечением, а кто-то с их помощью старается обогатить свой словарный запас, получить новую, интересную информацию. Книга — это передача речи, знаний, мысли во времени и пространстве.

Данный реферат будет посвящен рассмотрению книжного дела как системы. Это представляется актуальным, поскольку такой подход обогащает наше понимание исследуемого объекта, что очень важно в настоящее время, в связи с тем, что грядет эра «электронных книг», нетрадиционных носителей информации, т.е. книжное дело может в скором времени изменить свой облик. А чтобы понять и скорее приспособиться к новой форме деятельности, нужно, на наш взгляд, изучить особенности функционирования предыдущей системы.

Для логического исследования книжного дела, начиная с момента его возникновения, необходимо рассмотреть основные этапы его становления и развития. <...>

## Глава 1. История книжного дела с древнейших времен до наших дней

### 1.1. Первые рукописные книги

Начало русской книжности, подтвержденное историческими источниками, относится к концу X в. В XI в. киевский князь Ярослав Мудрый «книжными словами поучал сердца верующих людей». По приказанию Ярослава Мудрого ученые, переводчики и писцы переводили с греческого на «словенское письмо» и переписывали книги.

Древнейшая рукопись, дошедшая до нас, — Остромирово Евангелие (1056—1057) свидетельствует о высоком уровне книжного искусства и книжной культуры. <...>

### 1.2. Революция в истории книги

Новый этап в истории книги начался с изобретения печатного станка Иоганном Гутенбергом. Это изобретение произвело переворот в истории русского книгопечатания.

Печатные книги известны в России с конца XV в. Введение книгопечатания было результатом сложных процессов в политической и экономической жизни страны. <...>

Если Иван Федоров владел всеми типографскими специальностями, сам был и гравером, и печатником, и художником, и переплетчиком, сам готовил к изданию текст, то в XVII в. четко выделилось несколько полиграфических специальностей: словлицы, наборщики, терedorщики (печатники), батырщики (набивали краску на печатную форму), олифляники, рудники (коптили сажу и приготавливали из нее краску), резчики, знаменщики (художники), преплетчики. <...>

В середине XVII в. титульный лист становится элементом оформления книги. Кроме названия книги, титул обычно сообщал выходные данные. <...>

### 1.3. Петровская эпоха

Книжное дело первой четверти XVIII в. было подготовлено всем ходом развития русской государственной жизни. Основную массу печатной продукции составляли новые гражданские книги, которые нужны были для обучения корабельных мастеров, инженеров, моряков. Появилась первая русская газета — «Ведомости». Были открыты первые гражданские типографии в Москве и Петербурге. В 1710 г. Петр I провел реформу печати — старая славянская азбука кириллица была заменена новым гражданским шрифтом, что открыло путь светской книге.

Первая типография Петербурга была основана в 1711 г. Из Москвы было доставлено два типографских станка, прибыли мастерские люди. Типография печатала азбуки, календари, художественную литературу. <...>

Петр I приказал снабжать книги предисловиями, послесловиями и давать всевозможные объяснения. Необходимой частью учебников и книг по практическим знаниям стали различные приложения — словари, таблицы, рисунки. <...>

### 1.4. Развитие издательской деятельности

Зарождение отечественного книгоиздания связано с деятельностью Академии наук. Октябрь 1727 г. принято считать началом работы академической типографии. Академии был передан инвентарь первой петербургской типографии, который впоследствии постоянно пополнялся zahraniчными печатными станами и шрифтами. <...>

## Глава 2. Систематизация книжного дела

### 2.1. Сущность системного подхода

На всех стадиях развития книжного дела человек воспринимает произведение в своем сознании, читает его, дает оценку, редактирует, художественно и технологически оформляет, набирает, печатает и т.д., т.е. превращает произведение в книжное издание, которое затем регистрируется, учитывается, библиографируется, реализуется через книжную торговлю, распространяется через библиотеки, читается. <...>

### 2.7. Книготорговое дело

Ежегодный анализ реализованного спроса на товары раскрывает особенности ассортиментной структуры их продажи, что позволяет судить о тенденциях развития покупательского спроса. Книготорговые организации, покупая продукцию у издательств, должны получать информацию о продаже и остатке товаров, приобретенных у поставщиков за предшествующий год. Эти сведения очень важны как для книжной торговли, так и для издательств. <...>

### Заключение

<...> В результате проведенного анализа мы выяснили, что основным этапам на пути информации (предшественницы книги) к читателю соответствуют отрасли книжного дела: издательское дело, полиграфия, книгораспространение, библиотечное дело и библиография. Таким образом, изучая прошлое, мы можем понять настоящее и, в известной мере, предвидеть будущее, которое, безусловно, связано с появлением электронных книг.

### Список использованной литературы

- Азудов В.В.* Категории «форма» и «структура». М., 1970. С. 42.  
*Беловицкая А.А.* Общее книговедение. М., 1987.  
*Лихачев Д.С.* Будущее литературы как предмет изучения // Новый мир. 1969. № 9. С. 179—180.  
*Сикорский Н.М.* Теория и практика редактирования. М., 1971. С. 208.  
*Таловов В.П.* Читателеведение и журналистика // Вестник Московского университета. Серия «Журналистика». 1969. № 3. С. 28.

## § 4. Тезисы

Тезисы — это изложение основных идей, положений без их аргументации, Они фиксируют в краткой форме основное содержание до-

клада, статьи, лекции и т.д. или составляются при подготовке к выступлению.

Четкое логическое деление тезисного содержания подчеркивается формально или графически.

*Формально* логические взаимосвязи между тезисами могут быть выражены:

- вводными словами в начале каждого тезиса (*во-первых, во-вторых*);
- сопоставлением (внешние факторы — внутренние причины);
- словосочетаниями со значением классификации (поле глаголов действия, поле глаголов состояния, поле глаголов движения).

*Графически* связность в изложении тезисов может быть выражена с помощью нумерации.

В тезисах, как правило, отсутствуют цитаты, примеры, что диктуется стремлением к краткости.

В зависимости от построения изложения различают два типа тезисов:

- *глагольного строя* (распространены шире) — тезисы, в которых используются глагольные сказуемые; они представляют собой более краткое, чем конспект, научное описание;

- *номинативного строя* — тезисы без глагольного сказуемого, с использованием назывных предложений (встречаются крайне редко, хотя это предельно лаконичный способ фиксации научной информации).

Тезисы являются одним из наиболее устойчивых жанров научного стиля. Нарушение канонов этого жанра, правил составления тезисов оценивается как грубое искажение не только стиля, но и коммуникативной нормы. Среди типичных нарушений отметим подмену тезисов развернутым сообщением, резюме, рефератом, аннотацией, проспектом, планом, а также смешение форм разных жанров, свидетельствующие о несформированности у автора речевой культуры. В тезисах нежелательны эмоционально-экспрессивные определения, метафоры и прочие включения из других стилей.

## Образец

(Фамилия, инициалы автора тезисов)

Познавательные-воспитательные элементы военной прозы В. Быкова

1. Простота, достоверность, объективизм произведений В. Быкова как писателя-реалиста.

2. Отражение богатства психики участника Великой Отечественной войны; экспозиция диаметрально противоположных моральных позиций, характерных черт человека, а также рельефное изображение испытаний и поведения героев во время боя, на грани жизни и смерти.

3. Патриотическое, интернациональное значение военной прозы В. Быкова и ее гуманистическая направленность.

## § 5. Курсовая (дипломная) работа

По содержанию курсовая работа может носить реферативный, практический или опытно-экспериментальный характер. По объему она должна быть не менее 15—20 страниц машинописного текста или 20—25 страниц рукописного.

*Курсовая работа реферативного характера* состоит из введения, теоретической части и заключения. Во введении раскрываются актуальность и значение темы, формулируется цель работы. В теоретической части дается история вопроса, описывается уровень разработанности проблемы в теории и практике посредством сравнительного анализа литературы. В заключении содержатся выводы и рекомендации относительно возможностей использования материалов работы; список используемой литературы; приложения.

*Курсовая работа практического характера* состоит из введения, основной части и заключения. Во введении раскрываются актуальность и значение темы, формулируются цели и задачи работы. Основная часть обычно состоит из двух разделов: в первом разделе содержатся теоретические основы разрабатываемой темы; вторым разделом является практическая часть, которая представлена расчетами, графиками, таблицами, схемами и т.п. В заключении содержатся: выводы и рекомендации относительно возможностей практического применения материалов работы; список используемой литературы; приложения.

*Курсовая работа опытно-экспериментального характера* также состоит из введения, основной части и заключения. Во введении раскрываются актуальность и значение темы, формируются цели и задачи работы. Основная часть обычно состоит из двух разделов: в первом содержатся теоретические основы темы, дается история вопроса, описывается уровень разработанности проблемы в теории и практике; второй раздел, представляющий практическую часть, содержит план проведения эксперимента, характеристику экспериментальных методов, обоснование выбора конкретного метода, этапы эксперимента, анализ результатов опытно-экспериментальной работы. В заключении даются выводы и рекомендации о возможности применения полученных результатов; список использованной литературы, приложения. Образцы оформления курсовой и дипломной работ вы найдете в приложении к учебнику.

## § 6. Оформление библиографии

Каждая книга в реферате, курсовой или дипломной работе должна быть соответствующим образом представлена. В ее описание как минимум должны входить: 1) фамилия и инициалы автора (если таковой имеется); 2) полное название книги (с подзаголовками, если они есть); 3) данные о числе томов (отдельно опубликованных частей, если таковые имеются); 4) *после косой черты* — данные о переводчике (если это перевод) или редакторе (если книга написана коллективом авторов); 5) *после тире (или без него)* — название города, в котором издана книга; 6) *после двоеточия* — название издательства, которое ее выпустило; 7) *после запятой* — год издания. Например:

*Булгыгина, А.И.* Этика делового общения. — М.: ИНФРА-М., 1999.

Русский язык и культура речи: учебник / под ред. В.И. Максимова. — М.: Просвещение, 2003.

Очень часто название издательства опускается, например:

*Иванова, Т.Ф.* Русская речь в эфире: комплексный справочник. М., 2002.

Существует пять способов построения списка литературы: 1) алфавитный; 2) хронологический; 3) тематический; 4) по видам изданий; 5) по характеру содержания.

В *алфавитном* списке все книги располагаются соответственно принятому порядку следования букв в кириллическом или латинском алфавите. В *хронологическом* — по году опубликования, в *тематическом* — по темам. В списке *по видам изданий* сначала помещают официальные документы, затем архивные материалы, далее опубликованные первоисточники (сначала монографические, затем из периодики), наконец исследовательские источники (также сначала монографические, затем из периодики). В списке *по характеру содержания* сначала располагают общие (классические) работы, затем более частные.

### *Ссылки: сноски и примечания*

В учебно-научных и научных работах не обойтись без цитат. На источник цитирования должны быть оформлены ссылки. Существует два способа оформления ссылок: сноски и примечания.

*Сноски* оформляются внизу страницы, на которой расположена цитата. В конце цитаты обычно ставится цифра, обозначающая порядковый номер цитаты. Внизу страницы под чертой, отделяющей сноску от текста, этот номер повторяется и за ним следуют: 1) имя автора; 2) название книги, из которой взята цитата; 3) город, где издана



книга; 4) издательство; 5) год издания; 6) номер цитируемой страницы. Например:

<sup>1</sup> *Виноградов, П.Г.* Очерки по теории права. — М.: Тов-во А.А. Левенсон, 1915. С. 36.

Если на одной и той же странице цитируется одна и та же книга, то во второй сноске можно не повторять полностью ее название, а ограничиться следующим:

<sup>1</sup> Там же. С. 37.

Если та же книга цитируется в следующий раз не на той же странице, то указывается ее автор, а вместо названия пишется «Указ. соч.», например:

<sup>1</sup> *Виноградов, П.Г.* Указ. соч. С. 38.

Для книг на иностранных языках «Указ. соч.» заменяется «Op. cit.» (лат.).

Ссылки в форме *примечаний* требуются не всегда (необходимы они, например, в педагогических дипломах). Оформляются такие ссылки следующим образом: все цитаты в тексте подвергаются сплошной нумерации от начала до конца книги, или нумерация разбивается по главам; после главы или в конце всей книги нумерация повторяется, и под каждым номером в ней стоит соответствующая ссылка (имя автора, название книги, город, издательство, год издания, страница).

Обоими указанными способами могут быть оформлены также авторские комментарии к тексту.

Если текст цитируется не по первоисточнику, а по другому изданию или документу, то ссылка дается после слов «Цит. по» и двоеточия.

Когда надо подчеркнуть, что источник, на который ссылаются, — лишь один из многих, где подтверждается, высказывается или иллюстрируется положение основного текста, то пишут: «См., например» или «См., в частности» и далее после двоеточия дают источник.

## Сокращения

Главным условием сокращения слов является однозначность их понимания. Существуют *унифицированные формы сокращения*:

- названий некоторых городов Москва, Санкт-Петербург (Ленинград): М., СПб. (Л.) (остальные географические названия пишутся полностью);

названий большинства месяцев: январь (январь); февраль (фев.); апрель (апр.); август (авг.); сентябрь (сент.); октябрь (окт.); ноябрь (нояб.); декабрь (дек.);

- распространенных словосочетаний: и другие (и др.), то есть (т.е.), без места (б.м.), без издателя (б.и.).

В отдельных случаях, например при записи очень длинного названия, возможна замена отдельных его слов, словосочетаний многоточием (...), если это не приводит к искажению смысла.

### *Пунктуация*

Пунктуация в библиографическом описании выполняет функции обычных грамматических знаков препинания и знаков предписанной пунктуации.

*Предписанная пунктуация* является отличительной чертой нового стандарта оформления библиографической записи и обуславливает введение обязательных пробелов до и после каждого разделительного знака. Исключения составляют точка (.) и запятая (,) — пробелы ставятся только после этих знаков.

В качестве предписанной пунктуации выступают следующие знаки препинания и математические знаки: точки и тире (—), точка (.), запятая (,), двоеточие (:), точка с запятой (;), многоточие (...), косая черта (/), две косые черты (//), круглые скобки ( ), квадратные скобки [ ], знак плюс (+), знак равенства (=). В конце библиографического описания ставится точка.

*Прописные и строчные буквы.* Отличительной особенностью ГОСТ 7. 1-2003 является строгое соблюдение норм орфографии языка, на котором составлено библиографическое описание. С прописных (заглавных) букв начинают только первое слово каждой области описания, а также первое слово следующих его элементов: общего обозначения материала (текст, карты, электронный ресурс и т.д.) и всех заглавий. Остальные элементы записывают строчными буквами.

*Числительные.* В библиографическом описании римские цифры и числительные в словесной форме заменяются арабскими цифрами при обозначении курсов (классов) учебных заведений; порядковых номеров издания; года, дат выхода и/или распространения документа.

*Библиографические ссылки во внутритекстовом, подстрочном или затекстовом примечании*

Заголовок источника в библиографической ссылке на произведение одного, двух и трех авторов является обязательным. При необходимости ссылки на произведение четырех и более авторов могут быть указаны имена всех авторов или первых трех с добавлением «и др.».

Библиографическую ссылку во внутритекстовом примечании заключают в круглые скобки, например:

В конце 30-х — начале 40-х годов В.И. Вернадский сам писал по поводу этой работы: «Многое теперь пришлось бы в ней изменить, но основа мне представляется правильной» (*Вернадский, В.И.* Размышление натуралиста. М., 1977. Кн. 2. Научная мысль как планетное явление. С.39).

Библиографические ссылки на несколько документов, приведенные в одном внутритекстовом, подстрочном, затекстовом примечании, разделяют точкой с запятой, например:

*в тексте*

С.М. Троицкому принадлежат многочисленные статьи, очерки и публикации источников о дворянстве и его идеологии, феодальном землевладении и ренте, крестьянстве, демографии, классовой борьбе и общественной мысли России 17—18 вв. *1*

*в ссылке*

<sup>1</sup> О творчестве и жизненном пути С.М. Троицкого см.: *Преображенский, А.А.* Сергей Мартинович Троицкий // История СССР. 1976. № 6. С. 235—236; *Юхт, А.П.* О научном наследии С.М.Троицкого // Ист. зап. 1977. Т. 198. С. 341—360.

Библиографические сведения, указанные в тексте, не повторяют во внутритекстовом, подстрочном, затекстовом примечаниях, за исключением ссылок на произведения, опубликованные в собраниях сочинений, например:

*в тексте*

К. Маркс в работе «Тезисы о Фейербахе» писал: «Философы лишь различным образом объясняли мир, но дело заключается в том, чтобы изменить его»<sup>1</sup>

*в ссылке*

<sup>1</sup> *Маркс, К., Энгельс, Ф.* Соч. Т. 42. С. 263.

В библиографической ссылке на книгу обычно не указывается ее объем, например:

*Карпова, Л.А.* Воспитание интернационализма и советского патриотизма. Киев, 1982.

При написании подряд библиографических ссылок на разные документы, опубликованные в одном издании, во второй и последующих ссылках вместо совпадающих сведений об этом издании приводят слова «Там же», например:

<sup>1</sup> Регистрирующие метанометры с унифицированным выходом / Ф.А. Абрамов, В.К. Орундин, П.Л. Лукаренко и др. // Выбросы угля, породы и газа. Киев, 1976. С. 98—107.

<sup>2</sup> *Кесарь, А.П., Пироговский, А.Г.* Некоторые особенности разрушения песчаника при выбросах // Там же. С. 55—60.

В повторных ссылках только на одну работу данного автора (авторов) основное заглавие и следующие за ним повторяющиеся элементы опускают или заменяют словами «Указ. соч.», «Цит. соч.», указывают номер тома (выпуска) и страницы, на которые ссылаются, например: *в первичной ссылке*

*Вернадский, В.И.* Размышления натуралиста. М., 1977. Кн. 2. Научная мысль как планетное явление. С. 39.

*в повторной ссылке*

*Вернадский, В.И.* Кн. 2. С. 10.

или

*Вернадский, В.И.* Указ. соч. Кн. 2. С. 10.

### Оформление выходных данных

- *Однотомные издания* (книги одного, двух и более авторов):

*Иванов, А.Л.* Перспективы ...океанологии. — 2-е изд., пераб. и доп. — М.: Гидрометеоздат, 1990. — 150 с.

*Иванов, Н.С., Смирнов, Н.П., Ляшенко, А.А.* Перспективы... . — М.: Мысль, 1989. — 300 с.

- *Переводные издания:*

*Гроссе, Э., Вайсмантель, Х.* Химия для любознательных / пер. с нем. — М., 1980. — 393 с.

- *Диссертации:*

*Степанов, В.В.* Документация в публицистике: дис. ... канд. филол. наук. — М., 2007. — 203 с.

• *Автореферат диссертации:*

*Попова, Т.И.* Телевизионное интервью: семантический и прагматический аспекты. — СПб.: Филологический ф-т СПбГУ, 2004. — 32 с.

• *Часть издания* (собрания сочинений, сборника, журнала и т.д.):

*Иванов, А.Л.* Фильм о Льве Толстом, 1929 // Собр. соч.: в 3 т. Л., 1982. Т. 1.

*Жуков, Ю.М.* Позиция психолога-практика // Введение в практическую социальную психологию. М., 1994.

*Максимов, В.И.* Слово на вес золота // Неделя. 1967. № 38.

## § 7. Рецензии и отзывы

Рецензия — письменный разбор, содержащий критическую оценку научного или художественного произведения (книги, спектакля, концерта, кинофильма и т.д.). Различают Рецензии внешние (печатные) и внутренние.

### Образец

#### Рецензия

на выпускную квалификационную работу студента 5-го курса специальности «Маркетинг» Санкт-Петербургского государственного университета  
(*фамилия, имя и отчество*)  
на тему «Разработка маркетинговой стратегии для издательства “Альфа”»

Выпускная квалификационная работа (*фамилия, инициалы*) посвящена актуальной теме — маркетинговой стратегии специализированного российского издательства «Альфа». Актуальность темы определяется отмечаемой сегодня довольно жесткой конкуренцией среди российских издательств. В таких условиях каждое из них пытается найти свою нишу, в связи с чем только разработка эффективной маркетинговой стратегии может обеспечить компании успех.

По итогам проделанной работы автор приходит к конкретным практическим выводам, представляющим ценность для рассматриваемой компании, в частности предлагает стратегию сегментации, позиционирования и брендинга, а затем — конкретные меры по ее реализации.

Помимо практических проблем, автор затрагивает и теоретические, связанные с достижением поставленных целей, рассматривает общие ас-

пекты разработки маркетинговой стратегии фирмы и определяет, какие из них применимы к издательской деятельности, в частности к издательству «Альфа».

Работа отличается достаточно логичной структурой. Автор поэтапно переходит от анализа теоретических положений исследуемой темы к конкретным практическим разработкам и рекомендациям.

Необходимо подчеркнуть, что, анализируя результаты маркетингового исследования (анкетирования потребителей), проведенного компанией (*название*), автор не уточняет свой собственный вклад в процесс его подготовки и реализации, тем не менее его работу можно считать вполне самостоятельной и законченной.

Несмотря на то что работа (*фамилия, инициалы*) имеет много достоинств, отметим некоторые ее недостатки.

1. Ряд параграфов теоретической части имеет довольно описательный характер и рассматривает лишь самые фундаментальные положения (например, понятие и основные виды маркетинговых стратегий). С привлечением главным образом базовых учебников по маркетингу (например, таких авторов, как Ж.Ж. Ламбен, П. Дойль).

2. По нашему мнению, в работе слишком большое внимание уделено проблемам книгоиздания, что не представляется необходимым для достижения целей работы. Например, автор описывает технические аспекты самого процесса производства книги.

3. Большая часть информации, используемой автором, является вторичной, почерпнутой из статистических отчетов и аналитических работ различных государственных и коммерческих социологических фондов.

4. Автор использует англоязычную литературу, посвященную главным образом проблемам книгоиздания, а не маркетинга как такового. В целом список использованной литературы нельзя отнести к достоинствам работы.

Все сформулированные замечания не влияют на общее положительное впечатление от работы и вывод рецензента. Выпускная квалификационная работа (*фамилия, имя, отчество*) в целом отвечает требованиям, предъявляемым к выпускным квалификационным работам по специальности «Маркетинг», и может быть оценена на «хорошо», а ее автор заслуживает присвоения квалификации «специалист».

Рецензент

(*научное звание, фамилия, имя, отчество*)

(*число, месяц, год*)

Отз ы в — обязательное, официальное заключение, содержащее оценку чьей-либо работы, проекта. Отзыв отличается от рецензии большей формализованностью, наличием обязательных речевых штампов. Обратите внимание: *рецензия на что*, но *отзыв о чем*.

### Образец 1

«Утверждено»  
Проректор по научной работе  
Санкт-Петербургского  
государственного политехнического университета  
доктор технических наук  
(*фамилия, инициалы*)  
(*число, месяц, год*)

### Отз ы в

о диссертационном исследовании (*фамилия, имя, отчество*)  
«Телевизионное интервью: семантический и прагматический аспекты»

Ток-шоу заполнили с недавнего времени все программы ведущих российских телеканалов. Причем ни один из каналов не обходится без своего, «фирменного» ток-шоу, без своих «звезд» — телеведущих. Упомянем здесь таких наиболее из них популярных, как Владимир Познер во «Временах», Андрей Малахов в «Пусть говорят» и др.

Актуальность работы (инициалы, фамилия) заключается в том, что в ней исследуется, по существу, новый, формирующийся жанр публичного общения.

В этой связи хотим обратить внимание, что (имя, отчество, фамилия) справедливо различает объект исследования, в качестве которого выдвигается речевой жанр, и его предмет речевое поведение участников общения. Как положительный фактор рецензируемой работы следует отметить и то, что выдвигаемые задачи не дробятся в соответствии с большим количеством исследуемых аспектов, а концентрируются на нескольких наиболее существенных проблемах: характеристике телеинтервью как вида публичной коммуникации, в рамках которого вырабатывается новый жанр речевого общения; выявлении особенностей этого жанра, единиц речевой организации и тактических ходов, к которым прибегают участники дискурса.

Теоретической значимостью и научной новизной характеризуется прежде всего разработка двух предписывающих моделей: 1) ситуации действительности; 2) поведения говорящих в ситуации общения.

О практической значимости рецензируемой диссертации хочется сказать особо. Многие ее положения были представлены в учебнике «Русский язык и культура речи», а также в практикуме к нему.

В качестве материала исследования автором были использованы видеозаписи 22 популярных телепередач. <...>

Детально рассматриваются: отбор информации в телеинтервью, фактор двойной адресности с учетом рациональной и эмоциональной составляющих. <...>

Как положительный момент в диссертации следует отметить наличие кратких, но содержательных выводов по каждой главе, а также заключения и списка источников. Особо отметим наличие в работе пяти приложений, включающих, безусловно, интересующий специалистов фактический материал — сами телеинтервью описанных разновидностей, фреймовый состав телеинтервью разных типов и сравнительную характеристику минимальных диалогических единиц.

Список литературы, относящейся к теме диссертации, насчитывает 250 наименований.

Работа написана хорошим, литературным языком, читается легко и с интересом.

Вместе с тем я должен высказать некоторые замечания.

Некоторые утверждения автора излишне категоричны, например: «Вся информация, получаемая телезрителем из ТИ, связана с миром человека, а следовательно, строится в соответствии с правилами речевого поведения говорящего... Говорящий несет ответственность за достоверность передаваемых им сведений» (с. 30). Если бы это было так! Если бы среди не только телеведущих, но и вообще среди принимающих участие в телеинтервью всегда были лица, которые несли бы ответственность за достоверность передаваемой ими информации, сколько бы сомнений исчезло у массового телезрителя!

Все положения и наблюдения (инициалы, фамилия) подкреплены достаточным количеством примеров. Но такова уж специфика исследуемых автором жанров телеинтервью, что сам иллюстративный материал оказывается быстро устаревающим и по содержанию, и по индивидуальному отношению телезрителей и читателей к личности интервьюируемого. Так, вызывают скорее уже исторический интерес рассуждения деятелей, которые к настоящему времени вышли из политической игры. Ощущается надуманность, искусственность попыток отдельных телеведущих поднять их рейтинг и даже некоторая их необъективность в этом плане. Недаром многие из них сошли с телеэкрана или утратили свой прежний журналистский имидж. Мне кажется, что эта сторона телеинтервью также важна при рассмотрении социальной роли участников телеинтервью, их речевого



поведения и других аспектов их деятельности на голубом экране. В связи с этим, встает вопрос, как избежать некоторой архаизации иллюстрируемого материала в исследованиях подобного рода, которая ощущается в рецензируемой работе, и возможно ли это вообще? <...>

Указанные замечания не имеют принципиального значения при общей оценке исследования (инициалы, фамилия). <...>

Все это дает основание считать представленную работу отвечающей требованиям, предъявляемым в настоящее время к докторским диссертациям по специальности 10.01.10 — «Журналистика», а ее автор (имя, отчество, фамилия) вполне заслуживает присуждения ученой степени доктора филологических наук.

Основные положения диссертации нашли отражение в опубликованных по данной теме 28 научных работах, в частности в монографии «Телеинтервью в коммуникативно-прагматическом аспекте» (СПб., 2002), а также в автореферате.

Отзыв о диссертации подготовлен доктором филологических наук, профессором кафедры русского языка СПбГПУ (инициалы, фамилия), обсужден и утвержден на заседании кафедры 21 июня 2004 г., протокол № 5.

Зав. кафедрой русского языка СПбГПУ  
Подпись (инициалы, фамилия)

## Образец 2

### От з ы в на учебное пособие

«Контрольные задания по русскому языку для студентов-заочников»,

СПб.: Санкт-Петербургский политехнический университет, 2003. — 44 с.

Составители (фамилии, инициалы)

Под редакцией (фамилия, инициалы)

Рецензируемое пособие рассчитано на студентов-заочников 1-го курса, изучающих русский язык вместо иностранного. В нем содержится материал, помогающий студентам повторить и закрепить наиболее трудные случаи русской грамматики, орфографии и пунктуации.

Четкость и ясность предлагаемых заданий будет способствовать целенаправленной подготовке студентов. Представляется удачным сочетание тренинга по грамматике, правописанию и пунктуации с упражнениями по развитию речи, творческими заданиями.

Работа предназначена для студентов-заочников, однако может служить качественным пособием и для студентов очных отделений.

Пособие может быть рекомендовано к печати.

Доцент Санкт-Петербургского  
педагогического университета

14. 04. 2008. Подпись (фамилия, инициалы)

### Контрольные вопросы и задания

1. Назовите учебно-научные жанры.
2. Какие этапы включает составление конспекта?
3. В чем особенности аннотации по сравнению с конспектом и тезисами?
4. Какова структура реферата?
5. Как оформить титульный лист курсовой работы?
6. Как оформляются библиографические ссылки?
7. Назовите отличия рецензии от отзыва.

### Литература

Общероссийский классификатор управленческой документации. М., 1999.

Стандарты по издательскому делу / сост. А. А. Джиго, С. Ю. Калинин. М., 1998.

Унифицированные системы документации. М., 2001.

*Фаградяни, И. В.* Переписка с официальными лицами и учреждениями: образцы писем. М., 2001.

*Харт, Г.* 30 минут для подготовки делового документа. М., 2002.

<http://langrus.ru/index.php?option=content&task=view&id=41>

[http://www.dofa.ru/open/book/1\\_russ](http://www.dofa.ru/open/book/1_russ)

### Практикум

Цель практических занятий — научить написанию основных видов учебно-научных текстов.

Термины:

*Аннотация* — краткая характеристика печатного издания, дающая представление о его содержании, назначении и направленности.

*Библиография* — перечень названий книг и статей по какому-нибудь вопросу, оформленных согласно определенным правилам.

*Конспект* — краткое изложение существенного содержания статьи, монографии, лекции (тезисы и доказательства).

*Отзыв* — обязательное, официальное заключение, содержащее оценку чьей-либо работы, проекта.

*Реферат* — краткое, чаще всего письменное, изложение научной работы — статьи или книги (или нескольких научных работ).

*Рецензия* — письменный разбор, содержащий критическую оценку научного или художественного произведения (книги, спектакля, концерта, кинофильма т.д.).

*Тезисы* — положения, утверждения, выставляемые и потом доказываемые в каком-нибудь рассуждении.

*Задание 1. Составьте библиографию по теме вашей дипломной (курсовой) работы из пяти наименований.*

*Задание 2. Составьте план прочитанной вами статьи в виде назывных или вопросительных предложений.*

*Задание 3. Сделайте выписки (дословные или свободные) из статьи по теме вашей курсовой работы. Обратите внимание на то, что цитаты нужно заключать в кавычки и не забывать о ссылках на источник (указываются: фамилия и инициалы автора, название цитируемого произведения, место издания, издательство, год издания и страница).*

*Задание 4. Прочитайте текст, разбейте его на абзацы и сократите до коротких четких рекомендаций.*

Не надо жалеть времени на подготовку устных выступлений: ваша учеба и будущая карьера могут зависеть от того, как вы умеете выступать и представлять свои результаты. Хорошая работа достойна того, чтобы ее хорошо изложить. Главная цель любого доклада — донести до слушателей то, что вы хотите им сказать. Это означает, что вы должны завладеть вниманием аудитории и не отпугнуть слушателей ни избытком скучных подробностей, ни особенностями технического представления доклада. Не пишите на доске, так как это затягивает время. Кроме того, ваш почерк обязательно покажется кому-нибудь мелким или неразборчивым. Используйте проектор, а для этого подготовьте «прозрачки». Если есть возможность, сделайте презентацию на компьютерном проекторе. Нельзя недооценивать аудиторию. Слушатели научных докладов, как правило, достаточно умны. Поэтому не пытайтесь показать аудитории, насколько умны *вы*. Если это действительно так, то слушатели это заметят. Пытайтесь говорить не монотонно, иначе вы вскоре увиди-

те борющихся со сном слушателей. Подчеркивайте голосом и жестами (умеренными) наиболее важные положения доклада, которые заранее напишите на отдельных листочках и сложите по порядку, — это ваш план выступления. Начните с темы, назовите ученых, которые занимались этим до вас, дайте краткое описание проблемы. (Но если вы обращаетесь не к специалистам, посвятите больше времени истории вопроса и самой проблеме.) Затем можно сразу привести ваш основной результат. Лучше сообщить его в начале, чем произнести скороговоркой, уже выбившись из времени, в конце доклада. Оставшееся время посвятите наиболее важным подробностям работы. Отдайте должное вашим предшественникам, особенно если они есть среди слушателей. Это покажет, что вы знакомы с литературой. Кроме того, аудитория оценит, что вы не считаете себя гением, одним ударом разрешившим важный вопрос, который в течение многих лет не давался лучшим умам человечества. (Такое случается очень редко, поэтому вы смело можете полагать, что вас это не касается.) Если вы собираетесь кого-либо опровергнуть, будьте вежливы. Пусть слушатели сочтут, что это произошло благодаря более точным наблюдениям, лучшим вычислительным возможностям и т.п., а не вашему более мощному интеллекту. Не надоедайте слушателям всем известными деталями. Это раздражает и притупляет внимание. Иногда бывает полезно сообщить свой основной результат в начале доклада. В противном случае слушатели могут проявлять нетерпение и торопить вас, чтобы вы скорее добрались до результата. Не пытайтесь рассказывать обо всем, но только о теме выступления и в пределах отведенного вам времени. Чтобы показать что-либо на экране, пользуйтесь указкой. Помните, что не стоит поворачиваться спиной к слушателям и загораживать экран. Если нет достаточно большой (или лазерной) указки, показывайте ручкой или карандашом, но не пальцами. В начале доклада уместны будут небольшая шутка, каламбур. Это поможет привлечь внимание слушателей, а также позволит вам перевести дух и оценить аудиторию. Но не переборщите! Шутка должна быть понятна. Если этого не произошло, лучше пропустите последующие остроты. Избегайте жаргона, понятного только узким специалистам. Это же относится к аббревиатурам и сокращениям. Следите за аудиторией. Желательно не обращаться в процессе доклада только к одному ученому мужу — это будет выглядеть странно. Лучше заранее выбрать несколько человек в аудитории, за реакцией которых вы будете следить во время выступления. Заранее решите, что вы сможете выкинуть из доклада, если не будете укладываться в отведенное время. Начните с короткого вступления и избегайте говорить о не относящихся к делу вещах. Спланируйте выступление так, чтобы его длительность была по крайней мере на 10% меньше отведенного вам времени. Если вы выбились из времени, не ускоряйте темп речи. Лучше суммируйте важную информацию. Заключение должно содержать основные выводы. Лучше показать их на экране, если вы пользова-

лись проектором или компьютером для презентации, и оставить на все время, отведенное для вопросов и обсуждения доклада. Повторите вслух заданный вам вопрос. Это даст вам время подумать и позволит многим слушателям понять, о чем вас спросили. Если вас спросили о том, что вы не знаете или о чем не думали, признайте это. Иногда бывает полезно сказать, что заданные вопросы или сделанные замечания очень интересны и что вы обязательно учтете их в последующей работе (если, конечно, они этого заслуживают). Если кто-либо из слушателей решительно не согласен с вами и агрессивно атакует, попытайтесь перенести обсуждение этого на другое время и место. Если вы ожидаете, что какие-то конкретные вопросы будут обязательно заданы (вы можете даже специально их спровоцировать), хорошо подготовьтесь к ним (По В.П. Решетникову, СПбГУ).

*Задание 5. Напишите отзыв на курсовую работу, используя синтаксические конструкции, приведенные ниже.*

*(1) Вводная часть.*

Работа посвящена теме (проблеме, вопросу)...; Работа представляет собой обобщение (изложение, описание, анализ, обзор)...; В работе излагается..., говорится о ..., дается оценка (анализ, изложение, описание, обзор, обобщение), представлена точка зрения... .

*(2) Основная часть.*

Автор приводит пример (цитату, факт, данные), ссылается на... иллюстрирует...; В работе приводится, дается...; Автор говорит, анализирует, характеризует, раскрывает, вскрывает (противоречия, недостатки, сущность, суть), разбирает, описывает, называет, формулирует, выдвигает (гипотезу, вопрос), высказывает предположение, останавливается, касается, отмечает, подчеркивает, выделяет, уделяет (особое, специальное) внимание, утверждает, доказывает...; Автор считает, полагает, придерживается точки зрения, отстаивает точку зрения, разделяет точку зрения...; Автор соглашается (согласен), возражает, расходится во взглядах, выдвигает (приводит) возражения, аргументы, доказательства...; Автор ссылается, опирается, иллюстрирует, приводит пример, цитирует, обосновывает, имеет в виду, объясняет это тем, что..., видит причину этого в том, что... .

*(3) Заключительная часть.*

Автор приводит (подводит) нас к выводу (заключению), делает вывод (заключение), подводит итог (говорит, утверждает)...; В итоге делается вывод...; В заключении говорится...; Сущность вышеизложенного сводится к (следующему)... .

*Задание 6. Прочитайте статью (монографию) по интересующей вас проблеме и напишите аннотацию и рецензию, используя данные ниже синтаксические конструкции. Перед написанием рецензии составьте конспект.*

1) В тексте (статье) говорится о том, что... ; 2) Автор статьи отмечает, что... ; 3) В статье отмечено то, что... ; 4) Уделяется внимание (чему?)... ; 5) Сущность проблемы сводится к тому, что (чтобы)... ; 6) Основная (главная) цель (задача) автора заключается (состоит) в том, чтобы... ; 7) Важно отметить... , необходимо подчеркнуть... ; 8) В заключение следует сказать (остановиться)... ; 9) Основная (главная) ценность работы состоит (заключается) в... ; 10) Достоинством (недостатком) работы является... ; 11) Работа имеет большое (теоретическое, практическое) значение; 12) Нельзя (не) согласиться с... , вызывают возражения (сомнения)... , не совсем ясно, спорно, дискуссионно... ; 13) Желательно (полезно, целесообразно) было бы... ; 14) В качестве пожелания (рекомендации) можно предложить... .

*Задание 7. Напишите реферат на предложенные ниже темы, используя 3–4 публикации по ним. Перед написанием реферата составьте конспект каждой статьи.*

- (1) Подготовка к публичному выступлению.
- (2) Русский язык как государственный язык Российской Федерации.
- (3) Русский язык и получение гражданства Российской Федерации.
- (4) Новые явления в современном русском языке.
- (5) Современный русский речевой этикет.

*Задание 8. Подготовьте на основе вашего реферата тезисы, затем устное выступление на 10 мин. на основе реферата и тезисов (не забудьте: одна страница текста, напечатанная 14м кеглем, звучит при чтении в нормальном темпе примерно 3 мин.).*

## Глава 7

# Особенности речи перед микрофоном и телевизионной камерой

Многие из нас оказываются в ситуациях, когда взаимодействие с другими людьми опосредуется такими техническими средствами, как микрофон или телекамера. Это может быть чтение лекций, официальное заявление, публичное выступление, участие в пресс-конференции, интервью для радио или телевидения и т.д. При этом поведение в целом и речевое поведение как его важнейшая составляющая неизбежно должны быть определенным образом скорректированы с учетом как преимуществ, так и недостатков используемых технических средств.

Отметим, что выступление с микрофоном перед публикой и выступление в радио- или телестудии с точки зрения особенностей речевого поведения имеют больше различий, чем сходства. Объединяет их отнесенность к устной публичной речи, ориентация на большую и разнообразную по составу аудиторию. Вместе с тем подготовка и выступление с микрофоном перед «живой аудиторией» требуют от выступающего лишь определенных навыков обращения с этим техническим средством, сами же приемы воздействия и поведения не отличаются от тех, что используются в ораторской речи. В свою очередь, по мнению многих режиссеров, именно ораторское искусство как бы специально создано, чтобы уничтожить естественность радио- или телевизионной беседы.

Какие факторы задают специфику общения по радио и телевидению в отличие от обычного публичного выступления? Каковы основные принципы организации речи на радио и телевидении? Существуют ли правила поведения перед телекамерой и микрофоном и если да, то в чем они заключаются? Вот круг вопросов, которые рассматриваются в настоящей главе.

Подчеркнем, что нас будут интересовать не столько задачи профессиональной радио- и тележурналистики, сколько проблемы, в которых необходимо ориентироваться, и требования, которые следует учитывать так называемым непрофессионалам, т.е. людям, в силу тех или иных причин обратившимся к возможностям радио- и телекоммуникации.

## § 1. Особенности общения с аудиторией радио и телевидения

Чтобы понять специфику радио- и телевизионной речи, нужно предварительно рассмотреть особенности взаимодействия между выступающими по радио или телевидению и их аудиторией. Важность учета социально-психологических характеристик при анализе *языка массовой коммуникации*, принципиальную зависимость собственно лингвистического поведения от социально-психологического контекста отмечают все специалисты в данной области.

Анализируя особенности общения по радио и телевидению, выделим два ключевых момента: 1) влияние характера радио- и телеаудитории на поведение выступающих; 2) факторы, определяющие привлекательность или непривлекательность образа выступающего в глазах аудитории.

### *Аудитория радио и телевидения*

Рассматривая характерные особенности радио- и телеаудитории, известный психолог А.А. Леонтьев обратил внимание на ряд психологических трудностей, с которыми не встречается выступающий в «живой» аудитории, но которые возникают у человека во время выступления по радио или телевидению.

*Во-первых*, коммуникатор не видит своей аудитории, следовательно, он лишен возможности непосредственно регулировать средства воздействия на нее, сообразуясь с ее реакцией. Чтобы выйти из затруднения, вызванного отсутствием обратной связи, необходимо прогнозировать, представлять реакцию невидимой аудитории на сказанное. Наиболее оптимальный путь такого прогнозирования, по-видимому, предполагает как бы мысленное сужение этой аудитории до «своей» — той, которую коммуникатор хорошо знает.

*Во-вторых*, радио- и телеаудитория не просто рассредоточена в пространстве — она рассредоточена психологически. Люди становятся радио- или телеаудиторией случайно, без объединяющих их мотивов.



ва, интереса, цели. Если обычный оратор имеет дело с людьми, заведомо представляющими собой некоторое психологическое единство, то в условиях радио или телевидения публичное выступление с самого начала требует от выступающего усилий по привлечению внимания слушателей/зрителей, включая специфическое построение самого выступления, выбор особой манеры поведения и т.д. И хотя иногда интерес публики может вызвать сама тема выступления или популярность передачи, в которую приглашен выступающий, все-таки чаще всего коммуникатор сталкивается с необходимостью самому «подготовить почву» в умах зрителей или слушателей для восприятия своего выступления.

*В-третьих*, аудитория теле- и радиовыступления практически не поддается «заражению», поэтому манера обращения, способ говорить с ней должен отличаться от обычной публичной речи. Восприятие передачи, особенно телевизионной, очень зависит от той малой группы, в составе которой человек ее слушает или смотрит. Интерес к передаче и мнение о ее достоинствах и недостатках обычно складываются как общее мнение семьи или другой группы людей, воспринимающей передачу совместно. Тем самым выступление должно не только привлекать внимание (интерес), но и постоянно его поддерживать.

*В-четвертых*, человек слушает, смотрит радио- или телепрограммы, так сказать, «в домашних тапочках», в домашней обстановке, что не может не влиять на требования как к форме, так и к содержанию выступления. От публичного выступления по радио и телевидению ожидается, с одной стороны, сохранение некоторой отстраненности, а с другой — доверительность, неофициальность.

*В-пятых*, аудитория радио и телевидения гораздо более разнообразна, чем аудитория «живого» публичного выступления. Поэтому выступающий должен ориентироваться на очень разный уровень слушателей/зрителей.

Итак, именно аудитория, с которой имеет дело выступающий по радио или телевидению, определяет особые требования к его речевому поведению.

### *Образ выступающего*

Важным социально-психологическим моментом является и то, как воспринимают самого выступающего зрители или слушатели, какой образ формируется в их представлении. Аудитория, на которую хочет воздействовать оратор, оценивает то, что он говорит, как он говорит и каков он. От этой оценки во многом зависит, будет принята или от-

вергнута предлагаемая информация, как будут поняты передаваемые сообщения, повлияют ли они на действия зрителей/слушателей и т.д.

Не только на коммуникатора, но и на аудиторию психологический контекст их собственного восприятия обычно действует как некая скрытая сила. Люди испытывают на себе результаты ее действия, но не всегда могут объяснить, что именно и почему определило их окончательное впечатление от конкретной теле- или радиопередачи. Иногда одного появления на экране или первых слов зазвучавшего по радио голоса достаточно, чтобы привлечь внимание зрителей и слушателей. Бывает и по-другому: выступающий говорит правильные вещи, но они не вызывают ответного интереса, иногда даже возникает чувство неловкости за человека в кадре или у микрофона.

В ходе социально-психологических исследований выявлено, что абсолютное большинство аудитории видит в человеке на экране, передающем какое-либо сообщение, не просто источник информации, но партнера по общению. При этом отношение к сообщению, особенно передаваемому по телевидению, в значительной степени зависит от отношения аудитории к коммуникатору, т.е. впечатление от личности говорящего слушателя/зрителя склонны переносить на предмет речи.

Между восприятием образа выступающего и воздействием его сообщения обнаружена следующая связь: если у аудитории складывается положительный образ коммуникатора, то это, как правило, содействует положительному восприятию его сообщения, и наоборот.

Важно учитывать, что при формировании образа коммуникатора в равной степени имеют значение два ряда факторов, определяющих отношение, во-первых, между коммуникатором и сообщением, во-вторых, между коммуникатором и аудиторией.

Каждый ряд содержит свою систему характеристик.

Для первого ряда отношений наиболее значимы следующие характеристики коммуникатора:

- знание того, о чем он говорит;
- его искренность, правдивость, убежденность в том, что он говорит;
- умение донести свои знания, мысли до аудитории.

Для второго ряда отношений наиболее значимы следующие характеристики коммуникатора:

- знание аудитории;
- искреннее уважение к аудитории;
- умение общаться с аудиторией на равных, не поучая, не заискивая, не занимаясь самолюбованием.

Аудитория тонко чувствует отношение к себе. Степень ее доверия и симпатии к выступающему зависит от таких его важных качеств,

как авторитетность и компетентность, внешняя привлекательность и тактичность.

На разных этапах общения эти качества могут играть разную роль. Например, на начальной стадии эффект привлекательности может возникнуть лишь благодаря внешности выступающего и его манере держаться, а представления о компетентности и авторитетности формируются на основе информации о его образовательной подготовке и социальном положении. Однако чем длительнее общение, тем большее воздействие будут оказывать перечисленные выше характеристики коммуникатора на отношение аудитории к нему самому и к тому, о чем он говорит. Незаинтересованное, формальное выступление оставляет людей равнодушными, высокомерие вызывает неприязнь. При этом важно знать, что даже хороший оратор или квалифицированный журналист не может скрыть своей внутренней позиции, если она противоречит тому, о чем он говорит. Достаточно точно установлено, что неискренность человека выдают определенные изменения в его голосе, не говоря уже о более доступных наблюдению сигналах мимики и жестов.

Таким образом, без учета рассмотренных нами социально-психологических особенностей общения по радио и телевидению невозможно понять задачи, которые приходится решать режиссеру, редактору и, конечно, самому выступающему.

## § 2. Основные принципы организации радио- и телевизионной речи

*Двойственная природа радио- и телевизионной речи:  
социальная и личностная ориентированность*

Обращаясь к собственно речевому поведению на радио и телевидении и принципам его организации, важно помнить следующее:

- Нельзя повторить дважды только что сказанное в эфире, следовательно, необходимо ориентироваться на первоначальное восприятие текста аудиторией.
- Зрителями или слушателями вашего выступления будут люди разных возрастов, профессий, разного культурного уровня и интересов.
- Встреча с вами на экране или по радио для многих из слушателей или зрителей будет, скорее всего, случайной.

Таким образом, теле- или радиоречь должна быть конкретной и доходчивой по содержанию, непринужденной по тону, т.е. организована по типу неофициальной беседы (разумеется, за исключением случаев официального заявления). Максимально эффективным будет

выступление, оптимальным образом сочетающее элементы социальной и личностной ориентированности общения.

Вместе с тем нужно отдавать себе отчет, что такое сочетание таит в себе противоречие, внутреннюю конфликтность. Противоречие возникает, с одной стороны, между реально существующим односторонним контактом зрителя или слушателя с выступающим в кадре или перед микрофоном и необходимостью при этом имитировать двусторонний контакт; с другой — между заранее подготовленным письменным текстом и устной формой его воспроизведения: речевой поток, который должен восприниматься как спонтанный, на самом деле таким не является.

Помимо этого, интонация речи в процессе массовой коммуникации отличается от интонации непринужденного межличностного общения нейтральностью мелодии основного тона. Коммуникатор не повышает голос до крика и не понижает до шепота, каждое слово произносится более или менее четко — не проглатывается, как это бывает в общении лицом к лицу. Редукция безударных гласных менее выражена, паузы между словами, речевыми тактами не выходят за рамки строго обусловленных границ. На телевидении существует стереотип неречевого поведения, который ограничивает мимическую деятельность и жестикуляцию выступающего.

Все указанные особенности радио- и телевизионной речи обусловлены социальной ориентированностью радиовещания и телевидения. Она же требует соединения в речевом поведении человека, выступающего в эфире, устно-литературной нормы и нормы непринужденной разговорной речи при сохранении целенаправленности, информативности, ясности сообщения. Поэтому необходимо строить выступление на основе принципов разговорности, диалогизации, интимизации речи, которые в равной степени относятся как к монологическому выступлению, так и к различного рода беседам в эфире, будь то интервью, круглый стол или дискуссия. Разумеется, сама форма беседы предполагает, что речь ее участников строится как диалог. Тем не менее для человека, не имеющего большого опыта выступлений по радио или телевидению, знание основных их принципов может оказать существенную помощь при подготовке к выходу в эфир.

### *Принцип разговорности*

Экономное использование лексики. Восприятие устной речи затрудняется при превышении определенных порогов лексического разнообразия. Если письменная речь подразумевает развернутость словесного

выражения мысли, приведения логически строгой системы аргументов, то устная не требует такой развернутости. Удачное сравнение, метафора или намек могут сделать больше, чем точное и строгое, но длинное доказательство.

Четкая структурная организация выступления. Передачи разговорного жанра не терпят композиционной расплывчатости. Они должны развиваться динамично. Основная проблема здесь не столько в определении темы выступления, сколько в самоограничении: все понимают, что за несколько минут невозможно рассказать обо всем. Однако многие выступающие пытаются это сделать, что в конечном счете приводит к легковесности. Специалисты указывают на важность конкретизации темы, выбора одного аспекта, наиболее значимого из множества других вопросов, фактов, поворотов темы.

Выступление должно быть информационно точным, в противном случае попытка слушателя или зрителя понять, о чем идет речь, отвлечет от последующей информации. Это относится к устному слову вообще. Однако в условиях одностороннего контакта данное требование приобретает исключительное значение.

Важно помнить:

- Информация достигает оптимального воздействия, когда в ней содержится новизна (новость). При этом можно выделить три типа новостей, которые надо совмещать и комбинировать: новое о неизвестном; новое об известном; новое отношение к фактам. Недостаток новизны стимулирует переключение внимания.

- Интерес вызывает доказательная информация, которая опирается на эмпирический опыт аудитории, статистику, фактологический материал.

- Начало и конец выступления имеют особую психологическую нагрузку. Если изложение интересно, то доказательную его часть следует оставить на конец, чтобы не уменьшить значимость идеи.

Последнее замечание свидетельствует о важности выбора такой драматургии выступления, которая бы удерживала зрителя/слушателя у экрана/радиоприемника от начала до конца.

Композиция выступления по радио или телевидению, с одной стороны, предусматривает те же структурные моменты, что свойственны любому публичному выступлению: продуманные начало и конец, импровизацию основной части на основании продуманной линии изложения, логическую организацию материала, эмоциональную форму подачи. Наряду с этим описанные выше особенности восприятия устной речи в эфире оказывают существенное воздействие на ее композицию. Очень емко эти особенности сформулировал П. Сопер: «Ввод-

ные замечания должны быть краткими, целеустремленными и интересными, все последующие — свободными от общих мест. Пример вплотную идет за примером, заранее намечены пункты, освежающие внимание. Переход от одного раздела к другому происходит быстро, фразы коротки — не более чем в 20 слов. Слово должно быть насыщено смыслом, обладать ритмом и отличаться образностью. Финал не следует затягивать: он должен состоять из одной-двух энергичных фраз или коротенького примера и ни в коем случае из пространственных выводов»<sup>1</sup>.

### *Принцип диалогизации*

Диалог представляет собой принцип взаимодействия между людьми, их взаимоуправления. В речевой коммуникации диалог означает процесс, при котором люди взаимодействуют посредством выражения в словах смысловых позиций-суждений. Для реального диалога необходимы следующие условия:

- 1) наличие желания и готовности у двух партнеров выразить свою позицию по отношению к обсуждаемой проблеме;
- 2) готовность воспринять и оценить позицию партнера;
- 3) готовность к активному взаимодействию;
- 4) наличие у партнеров общей основы и определенных расхождений в оценке обсуждаемой проблемы.

Актуальность принципа диалогизации речи по радио или телевидению определяется тем, что выступающий воспринимается публикой прежде всего как партнер по взаимодействию. Если это ожидание не подтверждается, то существенно снижаются эффективность воздействия выступления и возможность поддержания к нему интереса.

Вместе с тем реализация принципа диалога в теле- и радиопередаче требует использования особых драматургических и стилистических средств. Как уже отмечалось, своеобразие радио- и телебеседы состоит в том, что собеседники отделены друг от друга пространством, поэтому выступающий в кадре или перед микрофоном должен предугадать реакцию зрителя и слушателя и суметь на нее ответить. Беседа строится в расчете на невидимого собеседника, который мыслится как активный участник двустороннего контакта. Вот почему необходимо учитывать иные, отличные от тех, что выражает говорящий, мнения и позиции по обсуждаемым вопросам; предвидеть различные точки зрения на проблему, аргументируя собственную. Слушатель/зритель должен пони-

<sup>1</sup> *Сонеп, П.* Основы искусства речи. М., 1992. С. 329.

мать ход мыслей оратора: вместе с ним он оказывается перед проблемой и приходит к определенным выводам. Этот процесс можно назвать сопереживанием или параллельным мышлением.

Таким образом, особенность диалогизации теле- и радиопередач заключается в том, что композиционно они построены как монолог со структурными элементами диалога, т.е. рассчитаны на реакцию слушателей.

Для диалогической речи справедливы требования к устной речи вообще, а именно лаконичность (немногословность), простые короткие фразы. Если монологической речи предшествует выработка ее программы (плана), адекватная реализация которой сознательно контролируется, то диалогической речи свойственны свернутость этапов внутренней обратной связи, отсутствие жесткого сознательного контроля за речевым потоком.

Диалогический характер выступлению придают следующие стилистические приемы:

- *вопросно-ответный комплекс (пара вопрос — ответ)*. Ход диалога зависит прежде всего от того, удачно или неудачно формулируются исходные вопросы и даются ответы на них. Именно благодаря вопросам отдельные высказывания приобретают смысл, а те, которые ни на что не отвечают, оказываются бессмысленными и остаются за пределами диалогической ситуации;

- *прямое и не прямое обращение к собеседнику*. Набор формул прямого обращения (непосредственного обращения к собеседнику) достаточно разнообразен. Например: «Я рад встрече с вами, дорогие радиослушатели (телезрители)»; «Мне очень важно знать ваше мнение». К разряду не прямых обращений относятся высказывания, которые можно определить как «мы-высказывания». Ценность приема непрямого обращения заключается в том, что его инициаторы говорят не только от своего имени, но и от имени самих радиослушателей и телезрителей, выражая мнения и оценки, которые у них могут возникнуть, например: «Все мы находимся под впечатлением...»; «Разве можем мы согласиться с...»;

- *оценка факта или события, о котором говорится*. Чтобы речь воспринималась как диалогическая, важно подавать запланированную оценку фактов и событий так, будто она сформировалась спонтанно в процессе взаимодействия. Создание у аудитории впечатления произвольности, непреднамеренности сделанного сообщения достигается, в частности, указанием выступающего на эмоции, которые он переживает в данный момент с помощью оборотов типа: «Вы не представляете, как мне приятно было узнать, что...»; «Даже сейчас, когда я

говору (вспоминаю) об этом, я очень волнуюсь». Воздействие на чувства усиливает у зрителя/слушателя переживание соучастия, включает их в процесс размышления в кадре и у микрофона.

### *Принцип интимизации*

Камерность обстановки, в которой воспринимается выступление по телевидению или радио, предполагает поиск особых форм выражения, рассчитанных на каждого слушателя в отдельности. Интимизация снижает официальность общения, делает его более непринужденным. Этой цели служат разговорная экспрессивная лексика и фразеология, лексические образные средства (тропы) и синтаксические средства выразительности (стилистические фигуры). Для достижения большего контакта со зрителем/слушателем, большей доходчивости вполне допустимо использование неправильного порядка слов в предложении (инверсия), риторических вопросов, высказываний с вводными словами и предложениями, других конструкций разговорного синтаксиса и соответствующей лексики, например: «Вы поймете меня, дорогие мои женщины, поймете, потому как кому, как не нам, пусть даже тяжело нам сейчас, думать о будущем нашем, о делах наших». (*Из радиопередачи*).

### *Принцип удобства звукового воспроизведения и слухового восприятия*

Помимо рассмотренных нами принципов, важным условием организации речи является то, что радио- и телетекст должен быть удобен для звукового воспроизведения и слухового восприятия.

Полезными для практической деятельности как редактора, так и человека, выступающего по радио или телевидению, представляются рекомендации С.И. Бернштейна, согласно которым восприятие высказываний улучшают:

- выделение в особые фразы (после точки, двоеточия, точки с запятой) придаточных предложений, вводимых словами *потому что, причем, хотя, ибо, так как* и др., а также фраз, присоединяемых к предыдущей фразе при помощи союзов *а, и, но* и др.;
- замена громоздких цитат пересказом;
- расчленение в необходимых случаях сложных предложений на ряд простых;
- замена конструкций с причастными оборотами, отглагольными существительными, страдательными оборотами, с «нанизыванием» одинаковых падежей (чаще всего родительных) синонимичными син-



таксическими конструкциями (обычно с личным глаголом действительного залога);

- объяснение малоизвестных узкоспециальных терминов;
- замена словосочетаний типа *выше было сказано, о чем будет сказано ниже* (*выше* и *ниже* — не для эфира) разговорными *я уже говорил об этом, об этом я скажу позже*;
- умеренное использование цифрового материала (в необходимых случаях можно округлять дроби, большие числа, употреблять вместо цифр слова — *вдвое, втрое, больше половины* и т.д.);
- замена сокращенных слов (типа *и т.д., и т.п., и др., т.е.*) полными;
- обозначение места ударения в словах, вызывающих при чтении затруднения.

Таким образом, краткость фраз (на 14—15-м слове может наступить «порог внимания») и даже слов (очень длинные слова трудно произносить), их удобочитаемость и удобопроизносимость, правильно поставленное ударение, расчленение фразы при помощи интонации — все эти необходимые условия для полного усвоения информации в теле- и радиопередачах.

Одно из требований культуры звучащей речи — благозвучие. Неудачная фонетическая организация, затрудненная артикуляция мешают восприятию материала на слух, отвлекают внимание слушателя от содержания высказывания. Для выступающих по телевидению и радио важно избегать навязчивого повторения одинаковых и сходных звуков, употребления неблагозвучных словоформ, труднопроизносимых сочетаний звуков при соединении слов. В речевом потоке звуки должны быть подобраны так, чтобы речь легко произносилась и в то же время была отчетливой. В пример того, что стечение отдельных согласных или гласных создает неблагозвучную речь, можно привести фразы типа *сталкивались ли вы, пробовали ли вы, я знал ее и ее июльские планы* и т.п.

Интонация — темп речи, паузы, тембр, тон, мелодика, логическое ударение и словоударение — воспринимается слушателем/зрителем как выражение внутреннего состояния, настроения и искренности (или неискренности) говорящего. Само звучание речи должно вызывать определенную реакцию у аудитории. Если ожидание слушателей обмануто, если интонация не дает эмоционально-конкретного освещения речи, слова не возымеют действия.

Рассмотренные выше качества радио- и телевизионной речи как речи устной, звучащей, обращенной к многомиллионному слушателю и зрителю, позволяют характеризовать ее как особую форму ораторского искусства с присущими только ей принципами организации и стилистическими особенностями.

### § 3. Правила поведения перед микрофоном и телекамерой

Весьма серьезное влияние на поведение выступающего на радио и телевидении оказывает сама среда, в которой происходит запись его речи, т.е. обстановка в радио- и телестудии. Микрофон и камера не только вызывают определенную психологическую реакцию (например, страх или скованность), но и задают вполне определенные правила обращения с ними и поведения перед ними. Рассмотрим последовательно особенности поведения в радиостудии и на телестудии.

#### *Поведение на радио*

Выступать перед микрофоном на радио легко лишь тем, кто способен не обращать на него внимания. Такие люди садятся и начинают говорить совершенно свободно, будто беседуют в знакомой комнате со своими друзьями, а не в пустой студии, где режиссера и инженера можно видеть только через двойное стекло. Главная трудность состоит в том, что в отличие от обычной беседы беседа перед микрофоном происходит, по существу, в одиночестве — говорите в пустой комнате, но обязательно в своей обычной манере.

Особых навыков требует работа у микрофона. Наиболее частая ошибка неопытных выступающих состоит в том, что они начинают громко говорить в микрофон, на высоких нотах, монотонно и неэмоционально. Следует иметь в виду, что некоторые виды микрофонов искажают тембр звучащего голоса, возникает отражательная звонкость, когда некоторые согласные — например, *т, н, с, ш, ч* — приобретают выпуклость, становятся более слышны. Указанные недостатки можно преодолеть с помощью четкой артикуляции, немного сниженного темпа речи, устойчивого выдоха (во избежание взрывного звучания), отчетливых перемен в длительности и высоте за счет изменений в силе звучания.

Не следует изменять расстояние от микрофона. При использовании аппаратуры направленного действия надо говорить прямо в микрофон, учитывая, что он обладает сверхчувствительностью к шумам, возникающим, когда его передвигают, стучат по нему и т.п. Вместе с тем микрофон не должен стеснять свободу движения.

Микрофон подчеркивает голосовые и дикционные дефекты и усиливает малейшую фальшь. Поэтому не случайно перед журналистами, входящими в теле- и радиоэфир, ведущими программ, дикторами в качестве профессиональной задачи ставится основательная работа по изучению всех вопросов голосообразования, совершенствованию лучших качеств голоса. Эти знания и навыки полезны и для нежурналистов.

Таким образом, голос — это все, что может предъявить выступающий на радио. Его образ в представлении радиослушателя зависит исключительно от восприятия его голоса. Хорошо модулированный, резонирующий голос идеален для восприятия, резкий, гнусоватый — неприятен для слуха. Слишком частое повторение «ну», «понимаете ли» и прочих бесполезных слов и выражений особенно раздражает, когда они звучат из радиоприемника.

Было бы заблуждением считать, что если вас не видят во время речи по радио, то можно подавить физическую активность. В условиях, когда обратная связь отсутствует, чрезвычайно важно оживить мимику, жестикуляцию и прочие приемы внешней выразительности. Отказаться от внешних проявления активности — значит снизить силу и выразительность голоса.

Остроумные и одновременно полезные практические советы, касающиеся поведения на радио можно найти у Л. Браун в ее книге «Имидж — путь к успеху»:

- Если вы оказались в радиостудии, следует иметь в виду несколько моментов. Для начала вспомните, что некоторые столы могут превращаться в барабаны, которые будут отзываться на малейший стук ваших пальцев. Стол можно использовать только для того, чтобы класть на него листки с записями, причем если вы будете перемещать их по поверхности абсолютно бесшумно. В противном случае вообще проигнорируйте стол, не касайтесь его.

- Установите расстояние в несколько сантиметров между вашим ртом и микрофоном и старайтесь поддерживать его постоянным в течение всей передачи. Не наклоняйтесь к микрофону всякий раз, когда начинаете говорить.

- Старайтесь сохранять ваш голос по возможности низким, чтобы избежать искажений усилителями звука. Четко произносите гласные и согласные буквы — это замедляет речь быстроговорящего человека и способствует лучшему ее восприятию аудиторией.

- Если вам хочется рассмеяться в ответ на чьи-либо слова, не делайте этого слишком громко и в высоком диапазоне.

- Не прерывайте ведущего передачи, задающего вам вопрос. Прежде чем отвечать, подождите, пока он закончит говорить. Это же правило справедливо, если выступающих по радио трое и больше. Радиослушатели не смогут понять нескольких людей, постоянно перебивающих друг друга. Поскольку отсутствует изображение, которое обеспечивает телевидение, слушатели не видят, кто говорит; в результате такая беседа воспринимается ими как беспомощный лепет.

- Если на радио выступают одновременно трое людей или больше и ваш голос звучит почти так же, как у одного из них, имеет смысл упоминать имя (например: «Да, Сергей, это как раз то, о чем я постоянно думаю»). Этим вы дадите слушателям возможность определить, кто же из вас говорит.

- Если другие, находящиеся с вами в эфире, говорят намного больше вас, вы можете почаще обращать на себя внимание ведущего, молча сигнала ему рукой о своем желании высказаться.

- Не опасайтесь быть раскованным во время радиointервью. Вы прослывете искренним и привлекательным человеком.

- Если во время радиопередачи вам захочется кашлянуть, отвернитесь от микрофона и заглушите звук, кашлянув в сгиб локтя. Можно поинтересоваться заранее, есть ли у микрофона «кнопка прокашливания», которую вы можете нажать, чтобы убрать звук.

### *Поведение на телевидении*

Поведение на телевидении предполагает особое внимание не только к звучанию речи, но и к внешнему виду и манере поведения. Крупный план позволяет рассмотреть черты лица говорящего, его мимику, жесты, оценить естественность поведения, эмоциональность выступления. В то же время внешний вид не должен отвлекать аудиторию от обсуждаемых вопросов. Зрителям небезразличны манера поведения выступающего, его жестикуляция, мимика, используемая лексика, пластика движений, дикция, внешние данные. Отрицательное впечатление производят менторский тон оратора, его скованность, напряженность, ограниченность словарного запаса, монотонность, скороговорка. Известно — если слова говорят одно, а голос другое, зритель поверит голосу; если лицо говорит что-то еще, поверят лицу.

Использовать актерские приемы надо осторожно, ибо любая игра несовместима с выступлением, от которого требуется естественность. Если и прибегать к «актерским приемам», то это могут быть только раскованность, умение держаться, правильно использовать жесты, четко произносить слова, владеть голосом и эмоциями. Замечено, что профессиональные актеры и ведущие телепрограмм еще до того, как получают сигнал о начале съемок, часто фиксируют на своем лице улыбку. Поэтому первые слова, звучащие в камеру, приобретают окраску доброжелательности.

Среди советов, которые дают специалисты выступающим на телевидении, выделим следующие:

• Держитесь в поле зрения телезрителя, т.е. в рамках телеэкрана. Это значит, что ваши жесты не должны быть размашистыми, локти следует держать поближе к грудной клетке. Руки должны двигаться в пространстве между подбородком и грудью. Не следует держать их перед лицом или взмахивать ими вперед по направлению к камере, иначе жесты будут выглядеть чрезмерно подчеркнутыми и преувеличенными.

• Используйте радушные жесты, раскрывая ладони наружу. Это лучше, чем руки, скрещенные на груди. Помните, что все жесты в камере утрируются — взмах руками выдает напряжение, а широкие грубые жесты теряются.

• Когда основная камера находится справа, ориентируйте свои жесты по направлению влево, в сторону человека, задающего вопросы. Уберите руки подальше от камеры, и тогда жесты станут пропорциональными. Если вы начнете жестикулировать вправо, ваши руки на экране будут казаться увеличенными.

• Обратите внимание на то, что некоторые детали одежды, а также невербальные характеристики поведения могут отвлекать зрителей от полноценного восприятия программы. Это могут быть:

– галстук вызывающего цвета; полосатая рубашка с белым воротником; клетчатый пиджак; блузка с ярким вычурным узором;

– золотые часы, отражающие свет; блестящая заколка на лацкане или значок; сверкающие броши на платье; звенящие, покачивающиеся в ушах серьги, отражающие свет;

– скрещенные ноги в облегающей слишком короткой, задирающейся юбке;

– ярко-красная блестящая помада, которая делает рот неестественно двигающимся;

– исполнитель, который все время ерошит волосы; волосы, постоянно падающие ему на глаза;

– жесты, выражающие враждебность; мрачное лицо;

– чрезмерная жестикуляция или мимика; резкий, пронзительный голос;

– ведущий интервью, задающий одновременно по 4—5 вопросов, на которые невозможно ответить;

– человек, который говорит «э-э», «ну» в каждом предложении;

– быстро говорящий человек, плохо артикулирующий звуки.

Таким образом, успешность выступления на радио и телевидении в значительной мере зависит от понимания специфики восприятия речи и вида выступающего, соответственно требует от него работы как над звучанием собственного голоса, так и над внешними манерами поведения.

## § 4. Теле- и радиointервью

Теле- и радиointервью — беседа журналиста с каким-либо лицом или группой лиц, представляющая общественный интерес и предназначенная для трансляции по радио или телевидению.

### *Фазы интервью*

Как и всякое общение, теле- и радиointервью имеет свои фазы.

*Первая фаза* интервью служит для установления контакта: она состоит из приветствия, представления интервьюируемого зрителям или слушателям. В этой фазе интервью задаются социальные роли собеседников, происходит «сонастройка» эмоциональных волн, устанавливается психологический контакт.

Многое зависит от того, как журналист представит гостя в первой фазе интервью. На эту фазу общения надо обратить особое внимание.

Если гость студии не протестует против характеристик, данных ему журналистом во время представления, то ему придется в течение всего интервью выступать в предложенной роли. Если она вам не подходит, лучше сразу от нее отказаться. Например, в августе 2007 г. Татьяна Шмыга, известная в прошлом опереточная певица, отказалась от предложенной ей ведущим роли «примадонны» в программе Первого канала «На ночь глядя»:

В е д у щ и й (Б. Берман). Вы чувствовали себя примадонной?

Т. Ш м ы г а. Ну, какая я примадонна! Я труженица.

В телевизионном интервью у журналиста и интервьюируемого почти одинаковые роли. Эти роли определяются в зависимости от конкретных участников разговора. Возможное неравноправие участников интервью, объясняемое высоким социальным статусом гостя (известный политик, преуспевающий бизнесмен, популярный певец), компенсируется ролью «хозяина», которую выполняет журналист по отношению к гостю. За журналистом остается право вести интервью и определять тему беседы, хотя иногда случается, что гость программы перехватывает инициативу.

Во *второй (основной) фазе* интервью обсуждаются 5—10 тем (в зависимости от продолжительности беседы). Обсуждение каждой из тем проходит в форме микродиалогов, имеющих начало и конец. К этой фазе интервью можно подготовиться, заранее обговорив с журналистом круг обсуждаемых проблем или самостоятельно прогнозируя воз-

можные темы, интересные слушателям или зрителям. Переход от одной темы к другой обычно регулируется журналистом.

В *третьей (заключительной) фазе* подводятся итоги разговора, журналист еще раз представляет гостя студии и прощается с ним.

### *Типы интервью*

Все фазы интервью подчиняются его жанровым особенностям. Различают интервью-расспрос, цель которого — получение новой информации; интервью — обмен мнениями, в центре внимания которого находится обсуждение общезначимой проблемы; интервью-портрет, создающее образ интервьюируемого. Характер беседы зависит от того, с какой целью пригласили интервьюируемого — получить от него информацию, обсудить с ним проблему или рассказать о нем.

В *интервью-расспросе* задача интервьюируемого — выступить в роли источника информации. Характер общения в таком интервью носит односторонний характер: журналист спрашивает, интервьюируемый отвечает. В ходе интервью интервьюируемому задают в основном вопросы открытого типа, т.е. вопросы, включающие вопросительные слова (*что, где, когда, о чем, почему* и т.д.); в основе этих вопросов лежит желание получить новую информацию. Реже в интервью-расспросе используются вопросы закрытого типа, запрашивающие мнение («Вам нравится отдыхать в Крыму?»). Открытые вопросы требуют от интервьюируемого достаточно полных ответов. Но и на закрытый вопрос интервьюируемому редко удается ограничиться ответом «да» или «нет», обычно приходится объяснять свою позицию или аргументировать мнение.

В *интервью — обмене мнениями* задача интервьюируемого усложняется. Он должен не просто высказать, но и отстоять свое мнение. В интервью этого типа оба собеседника играют активную роль, при этом журналист может прямо не высказывать своего мнения, но сомневаться в справедливости точки зрения интервьюируемого, ссылаясь, например, на общеизвестное мнение. В этой ситуации интервьюируемый вынужден доказывать свою точку зрения, приводить дополнительные аргументы.

В *интервью-портрете* интервьюируемый интересен телезрителям и радиослушателям как личность. Интервью-портрет часто берут в неофициальной обстановке: дома или на даче у интервьюируемого (как, например, в передаче «Пока все дома» на Первом канале). Неофициальная обстановка располагает к шутливому, несерьезному тону разговора. Для такого разговора характерны многотемье, ассоциатив-

ный переход от темы к теме. Главное здесь — естественность. В интервью-портрете интервьюируемый может в качестве «хозяина» взять инициативную роль на себя — заранее подготовить фотографии, любимое блюдо, пригласить для участия в беседе своих детей и супругу (супруга). Вот пример такого интервью-портрета Гавриила Попова в передаче «Герой дня без галстука» (февраль 1998 г.):

Г. П о п о в (показывает фотографию). Это когда я стал деканом экономического факультета. Мне было 42.

В е д у щ а я (И. Зайцева). Раньше бороду носили.

Г. Попов. Я все время носил бороду. Практически постоянно.

В е д у щ а я. А я вас видела все время без бороды.

Г. Попов. Ну, это последние годы.

В е д у щ а я. Надоело?

Г. Попов. Что? (переспрашивает)

В е д у щ а я. Надоело бороду носить?

Г. Попов. Да нет. Чисто восточная привычка. Там чем человек старше, тем у него меньше растительности. Сначала исчезает борода (смеется), потом усы становятся тоньше-тоньше. И когда он становится совсем старый, остается такая тоненькая полосочка (смеется).

### *Тактики речевого поведения интервьюируемого*

Отвечая на вопросы журналиста, интервьюируемый может придерживаться разных тактик речевого поведения: тактики *содействия*, ориентированной на достаточно полный, по возможности правдивый ответ на вопросы; тактики *противодействия* — на отказ отвечать на вопрос («Я отказываюсь отвечать на этот вопрос»; «Это слишком личный вопрос»; «Я не хотел бы касаться этой темы») или *тактики уклонения* в случае нежелания открывать запрашиваемую информацию.

Выбор тактики речевого поведения зависит от характера вопросов журналистов и типа интервью. Если журналист задает вопросы, нарушающие границы частной жизни человека или связанные с профессиональной тайной, то интервьюируемый вправе уклониться от ответа или вообще отказаться отвечать. Однако следует помнить, что молчание интервьюируемого будет восприниматься зрителями и слушателями как нежелание сказать правду, намерение что-то утаить. Поэтому очень важно объяснить свой отказ прямо отвечать на заданный вопрос этическими нормами поведения, например, тем, что не принято хвалить себя, как это было в передаче НТВ «Герой дня» (февраль 1998 г.):



**Ведущая** (С. Сорокина). Вы считаетесь у нас экономическим стратегом. Так ли это?

**Е. Ясин**. Ну, я предпочитаю, чтобы об этом говорили другие. Ну да, это входит в круг моих обязанностей.

Можно сослаться на отсутствие объективной информации, как это сделал В. Фетисов в передаче на НТВ «Герой дня» (март 2002 г.):

**Ведущий** (С. Шустер). Вячеслав, вот ответ в одном слове. Если бы вы получили выгодное предложение в России, вы бы это предложение рассмотрели? Да или нет?

**В. Фетисов**. Э-э, я русский человек и поэтому готов служить хоккею, если так громко сказать. Но опять же мало от меня что зависит. *Обсуждать этот вопрос сегодня, не имея оснований, нет смысла.*

Надо помнить, что такие типичные формы уклонения от ответа, как неконкретный, неполный, неточный ответ (например, на вопрос «Что вы намерены предпринять?» — «Много планов»), обычно отвергаются журналистом, защищающим право зрителей и слушателей на получение информации.

Тактику противодействия интервьюируемому целесообразно использовать, если журналист прибегает к так называемым некорректным приемам, например упрощает или искажает точку зрения собеседника. В этом случае необходимо выразить свой протест («Не надо упрощать», «Это не совсем то, что я говорил») и/или уточнить свою точку зрения («Не в этом дело», «Я думаю, что не все так просто» + разъяснение).

Тактика речевого поведения интервьюируемого может меняться в ходе интервью в зависимости от характера вопросов журналиста. Выбор тактики (содействие, уклонение или противодействие) помогает интервьюируемому занять активную позицию в разговоре.

### *Качество речи интервьюируемого*

Речь интервьюируемого должна отвечать следующим критериям: быть правдивой, понятной, информативной, корректной.

*Правдивость* — одно из основных качеств речи. Если у журналиста есть основания сомневаться в искренности собеседника, он в интересах телезрителей обязательно на это укажет («Я не верю, что у вас нет собственной точки зрения по этому вопросу»).

*Понятность речи* — интервьюируемый должен учитывать, что его слушают неспециалисты, и стараться использовать сравнения, анало-

гии из обыденной жизни, как это сделал, например, Михаил Леонтьев в интервью для «Комсомольской правды» (декабрь 2006 г.):

Журналист (В. Ворсобин). Вы уверены, что Россия в этом году ни разу не проиграла?

М. Леонтьев. К счастью, наша власть не позволяет себе авантюры. Они напоминают мне людей, которые вышли на минное поле без карты, а потом боятся сделать неверное движение. Кремль принимает жесткое волевое решение, только когда существует крайняя необходимость.

Интервьюируемый не должен нарушать принцип *информативности*, т.е. отклоняться от темы разговора или повторяться. Если этот принцип игнорируется, журналист вправе прямо или косвенно это отметить.

Речь интервьюируемого должна быть *корректной*, не оскорблять слушателей, а значит — находиться в рамках литературной нормы. В публичной речи, к которой относится и интервью, нет места бранным словам.

Таким образом, дать интервью — непростая задача. Каждый тип интервью требует от интервьюируемого определенных навыков и знаний. В интервью-расспросе он является источником информации, поэтому важны ее правдивость, обдуманность отбор, корректность.

В интервью — обмене мнениями интервьюируемый должен быть достойным собеседником, способным высказать и защитить собственную точку зрения. Умение просто и ясно ее сформулировать приходит с опытом. Но главное — ее иметь, только тогда можно стать участником интервью такого типа.

Интервью-портрет — штучный товар. Его берут у людей известных, интересных, обладающих даром рассказчика. Интервью-портрет — всегда доказательство признания обществом чьих-либо заслуг, не только профессиональных, но и личных.

Телеинтервью — бурно развивающийся жанр. Обилие программ, построенных в форме интервью или использующих его в качестве составляющей, свидетельствует о повороте общества к человеку, личности и индивидуальности.

### Контрольные вопросы и задания

1. Укажите особенности радио- и телевизионной аудитории.
2. Какие психологические трудности возникают у выступающего на радио или телевидении?

3. Перечислите характеристики радио- или телеоратора, влияющие на формирование его образа в глазах публики.
4. Что отличает устную речь от письменной? Как их особенности влияют на организацию теле- или радиовыступления?
5. Каковы стилистические средства диалогизации речи?
6. Что означает принцип интимизации теле- или радиоречи?
7. Перечислите правила поведения, которые следует учитывать человеку, находящемуся в радиостудии.
8. Какие особенности поведения становятся важными для человека, выступающего перед телекамерой?
9. Назовите основные типы интервью и их отличительные особенности.
10. На какие композиционные части делится интервью?
11. Какие тактики может использовать интервьюируемый в ходе интервью, с чем связан их выбор?
12. Назовите основные параметры качества речи интервьюируемого.
13. К каким приемам выражения мнения может прибегать журналист и как на них реагировать интервьюируемому?

### Литература

- Бахтин, М. М.* Эстетика словесного творчества. М., 1979.
- Беркли-Ален, М.* Забытое искусство слушать. СПб., 1997.
- Бернштейн, С. И.* Язык радио. М., 1977.
- Богомолова, Н. Н.* Социальная психология печати, радио, телевидения. М., 1991.
- Браун, Л.* Имидж — путь к успеху. СПб., 1996.
- Вансовская, Л. И.* Практикум по технике речи. Фонационный тренинг. СПб., 1997.
- Гаймакова, Б. Д., Сенкевич, М. П., Макарова, С. К.* Мастерство эфирного выступления : учеб. пособие. М., 1996.
- Голанова, Е. И.* Устный публичный диалог: жанр интервью // Русский язык конца XX столетия (1985—1995). М, 1996.
- Голуб, И. Б.* Стилистика современного русского языка. М., 1986.
- Леонтьев, А. А.* Психология общения. М., 1997.
- Мельник, Г. С.* Mass-Media: психологические процессы и эффекты. СПб., 1996.
- Муратов, С. А.* Диалог: телевизионное общение в кадре и за кадром. М., 1983.
- Найдич, Л.* След на песке. Очерки о русском языковом узусе. СПб., 1995.
- Отт, У. М.* Вопрос + ответ = интервью. М., 1991.
- Попова, Т. И.* Телеинтервью в коммуникативно-прагматическом аспекте. СПб., 2002.

*Роцин, С. К.* Психология и журналистика. М., 1989.

*Сенкевич, М. П.* Культура радио- и телевизионной речи. М., 1997.

*Сопер, П.* Основы искусства речи. М., 1992.

*Трескова, С. И.* Социолингвистические проблемы массовой коммуникации. М., 1989.

Человек в кадре: материалы научно-практической конференции. М., 1990.

Язык и массовая коммуникация: социолингвистическое исследование. М., 1984.

### Практикум

Цель практических занятий — помочь студенту подготовиться к участию в теле- и радиоинтервью; дать ему общее представление о типах интервью, выработать тактику речевого поведения интервьюируемого.

В заданиях по теме используются термины:

*Тактики речевого поведения* — интервьюируемый в своих ответах на вопросы может использовать ряд тактик — *тактику содействия*, т.е. достаточно полно, по возможности правдиво отвечать на вопросы; *тактику противодействия* — в виде отказа отвечать на вопрос; *тактику уклонения* — в случае нежелания открывать запрашиваемую информацию.

*Интервью* — беседа журналиста с каким-либо лицом или группой лиц, представляющая общественный интерес и предназначенная для трансляции по телевидению или радио.

*Типы интервью* — *интервью-расспрос* (цель — получение новой информации); *интервью-обмен мнениями* (цель — обсуждение общезначимой проблемы); *интервью-портрет* (цель — создание образа интервьюируемого).

*Фазы телеинтервью*: *первая* — контактоустанавливающая (приветствие, представление интервьюируемого зрителям, распределение социальных ролей собеседников); *вторая* — концентрация внимания на какой-то проблеме, теме; *третья* — подведение итогов разговора, прощание.

Задание 1. *Посмотрите какую-либо телевизионную передачу с приглашением гостей (беседа, интервью, круглый стол и т.д.). Составьте список того, что, на ваш взгляд, во внешнем виде или поведении выступающих ухудшило восприятие содержания их выступлений.*

Задание 2. *В популярном кинофильме «Москва слезам не верит» есть сцена, когда о главной героине — директоре фабрики — делают телевизионный репортаж. Свое выступление она начинает словами: «Если у мужчин есть свои дела, пусть они ими займутся. Наша продукция, я думаю, в основном интересует женщин». Какой прием использует героиня для привлечения внимания телевизионной*

*аудитории, начиная свою встречу таким образом, какие особенности аудитории при этом учитываются?*

**Задание 3.** *Ниже приведены характеристики, наиболее значимые при формировании образа коммуникатора. Восполните пропущенное:*

<p>Коммуникатор — сообщение</p> <p>а) искренность, правдивость, убежденность в том, что он говорит;</p> <p>б) знание того, о чем он говорит;</p> <p>в) .....</p>	<p>Коммуникатор — аудитория</p> <p>а) знание своей аудитории;</p> <p>б) искреннее уважение к аудитории;</p> <p>в) .....</p>
--	---

**Задание 4.** *Составьте список слов и фразеологических оборотов, которые позволяют, на ваш взгляд, придать публичной речи большую камерность, интимность.*

**Задание 5.** *Опираясь на рекомендации специалистов относительно способов улучшения восприятия выступлений по радио или телевидению, отредактируйте следующий текст.*

#### ОБУЧЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ

На современном этапе развития российского общества предпринимательство становится актуальным как вид деятельности, наиболее адекватный новой формирующейся системе общественных отношений и открывающий возможности для максимальной самореализации. Возникает немало проблем, связанных с возрождением и развитием отечественного предпринимательства. Отсутствие образца для идентификации молодых поколений со слоем предпринимателей приводит к кризису идентичности: люди не знают, как им быть предпринимателями.

Исследования показывают, что современные российские предприниматели, в особенности молодые, не имеют специальных знаний в области коммерческой деятельности. Это вполне объяснимо, так как профессиональная школа в нашей стране никогда не занималась подготовкой предпринимателей. Как показывают исследования, проведенные на факультете бизнеса и менеджмента Чувашского ГУ, среди основных субъективных трудностей, мешающих активно заниматься предпринимательством, 67,5% выборки отметили недостаток знаний, 52,5% — отсутствие способностей и 22,5% чувствуют свою неуверенность в том, что смогут творчески, с инициативой решать эти проблемы. Отсюда перед высшей школой стоит важная проблема — дать молодежи знания, которые позволят ей уверенно чувствовать себя на рынке труда, повысить свою конкурентоспособность и приобрести чувство уверенности в своих силах.

Управление подготовкой специалистов должно вестись с учетом как ценностей самого человека, так и ценностей общества. В соответствии с этим эффективность подготовки специалиста в высшей школе немыслима без учета ценностно-мотивационных особенностей личности студента, его потребностей и интересов. Особенно наглядно это проявляется при подготовке преподавателей.

***Задание 6.** Ниже приводится отрывок из радиопередачи Петербургского радио (ее начало), состоявшейся в один из воскресных дней. Оцените, насколько удачным является представление и развитие ее темы участниками, соблюдены ли в ней такие принципы социально ориентированной коммуникации, как информативность, ясность и точность.*

**Первый выступающий.** Сегодня мы проводим круглый стол по проблеме студенческой книги. Безусловно, проблема эта стоит во всех регионах России, и Петербург здесь не является исключением. Нет нужды обсуждать роль книги, роль ее общеизвестна, и, наверное, без хорошей сопутствующей учебной книги, без полноценных знаний, которые она отражает, наверное, не может быть сегодня ни современного студента, ни современно-го специалиста.

**Второй выступающий.** Да, действительно, это так. Наша ассоциация всерьез обеспокоена сегодняшней ситуацией. Дело в том, что финансовый кризис диктует новые условия существования вузам. Руководство институтов и университетов в настоящее время больше обеспокоено содержанием зданий, оплатой коммунальных услуг, деньги идут на эти цели.

**Третий выступающий.** То есть книга уходит на второй план.

**Второй выступающий.** Да, я сказал бы, не столько книга уходит на второй план, сколько обеспечение учебного процесса литературой. Исчезло понятие финансирования издательской деятельности вуза из средств госбюджета.

**Третий выступающий.** Мы не определили понятие студенческой книги. Студенческая книга включает в себя не только учебники, но и всю литературу, которую приобретает студент, — справочники, энциклопедии, научную, т.е. всю литературу, которая сопутствует учебному процессу...

***Задание 7.** Запишите на магнитофон небольшое выступление на выбранную вами тему: это может быть представление вашей организации, высказывание по поводу важного политического события, рассказ о каком-то мероприятии, участником которого вы были, и т.п. При прослушивании записи обращайте внимание на темп речи, дикцию, интонации, а также на ясность и понятность сообщения, его эмоциональность. Отмечайте удачные места и моменты, требующие улучшения и изменения.*

**Задание 8.** *Постарайтесь сделать видеозапись собственного выступления, а также записать интервью между участниками вашей группы, при этом выступить в роли как интервьюера, так и интервьюируемого. При анализе видеозаписи отмечайте мимику и жесты, наиболее эффективно подчеркивающие смысл ваших слов.*

**Задание 9.** *Прослушайте и просмотрите выступления двух-трех ведущих прямого эфира на радио и телевидении. Оцените их речь с точки зрения благозвучия, использования интонаций (на радио), жестикуляции, мимики и других форм невербальной экспрессии (на телевидении). Оценивая выступающего по телевидению, обратите внимание на то, как влияют на восприятие содержания его сообщения такие детали, как цвет и стиль одежды, украшения, косметика, прическа.*

**Задание 10.** *Прочитайте начало интервью (первая фаза) и определите, какие социальные роли предлагает собеседнику журналист (назовите языковые маркеры, по которым вы определили социальную роль). Проанализируйте речевое поведение собеседника (принял ли он на себя эту социальную роль). Определите, к какому типу интервью относится приведенный ниже отрывок из интервью с актером В. Гаркалиным в передаче РЕН-ТВ «Третий лишний» (февраль 1999 г.).*

**Ведущая** (К. Ларина). Добрый день! В жизни всегда есть место не только подвигу, но и случаю. По части внезапностей актерская профессия не знает себе равных. Да и профессия ли это вообще? Поговорим об этом с нашим гостем — артистом Валерием Гаркалиным. Добрый день, Валера!

**В. Гаркалин.** Здравствуйте!

**Ведущая.** Вот я думаю, действительно, если говорить о профессии, актерство — это профессия в какой-то степени, наверное, а в какой-то — полезнь (смеется).

**В. Гаркалин.** В большой степени.

**Ведущая.** Вот эту тонкую грань мы попробуем сегодня определить для наших телезрителей. Как-то вы сказали, что ваше хобби — гладить белье. «Гладить» — это в каком смысле?

**В. Гаркалин.** Гладить утюгом.

**Ведущая.** Гладить, как собаку?

**В. Гаркалин.** Нет. Белье, его обычно стирают в машине, а потом его нужно прогладить, чтобы оно было идеальным.

**Ведущая.** Это вот успокаивает нервную систему?

**В. Гаркалин.** Вы знаете, я сначала тоже думал, что это связано с какой-то психической перегрузкой.

**Ведущая.** Кто-то вяжет, кто-то пьет.

**В. Гаркалин.** Да-да. Чтобы уйти от каких-то депрессивных периодов своей жизни. Но потом я понял, что нет. Здесь какие-то более глубокие при-

чины. Вы знаете, я обратил внимание, что когда я занимаюсь какой-то изнуряющей работой, однообразной... то в этот момент я вступаю в такую орбиту своего, так сказать, вращения, которое и есть высшее состояние творчества. А ведь любое творчество начинается с внимания, понимаете?

В е д у щ а я. Вы кому-нибудь рассказывали об этом?

В. Г а р к а л и н. Ну, нет. Вот вам.

В е д у щ а я. Доктору? Нет?

В. Г а р к а л и н. Доктору — нет. Ха-ха-ха. Если я расскажу об этом доктору, я буду срочно госпитализирован. А у меня очень много работы.

*Задание 11. Определите, к какой тактике прибегает интервьюируемый Р. Быков (содействие, противодействие, уклонение) в беседе с ведущим передачу NBN «Русский век» (март 1998 г.) А. Карауловым.*

В е д у щ и й. Почему все ваши герои как один были растерянными людьми?

Р. Б ы к о в. Как?

В е д у щ и й. Растерянные.

Р. Б ы к о в. Кто растерянный?

В е д у щ и й. Все, кого вы играли: от Савушкина до Хрущева, — все растерянные.

Р. Б ы к о в. Я взял тему восстановления личности. Оказавшись за кулисами истории, восстановилась личность. <...>

В е д у щ и й. А мне интересно другое. Почему каждый из них был чуть-чуть Акакий Акакиевич, которого вы же замечательно играли в Гоголе?

Р. Б ы к о в. Ну, в этом смысле очень легко вам ответить: все мы вышли из гоголевской «Шинели».

В е д у щ и й. То есть кто вышел?

Р. Б ы к о в. Все (смеется).

В е д у щ и й. Ну да что вы? Сколько глупостей вообще-то! Вот «театр начинается с вешалки».

Р. Б ы к о в. Это глупость? (с возмущением)

В е д у щ и й. Абсолютная. Кто вышел из гоголевской шинели — Дмитрий Донской? Александр Невский? Иосиф Сталин?

Р. Б ы к о в (вздыхает). У вас такая привязанность, э-э, к именам...

В е д у щ и й. Пожалуйста. Кутузов, Суворов.

Р. Б ы к о в (продолжает). ...э-э, из власти.

В е д у щ и й. Я шучу.

Р. Б ы к о в. А у меня привязанность как у актера — к человеку не из власти, а просто к человеку.

*Задание 12. Охарактеризуйте качество речи интервьюируемого А. Голода в передаче НТВ «Герой дня» (февраль 1998 г.) (конкретность/абстрактность, об-*



*разность/штампованность, удачность/неудачность сравнений и т.д.). Определите, чем вызваны реплики журналиста, связаны ли они с характером речи интервьюируемого..*

**В е д у щ а я** (О. Бычкова). Ну а все-таки, что происходит в пирамиде и что происходит вокруг нее?

**А. Г о л о д.** В пирамиде происходят многие удивительные вещи. Вот я, например, несколько лет занимаюсь физикой явлений, которые происходят в пирамидах. Однажды я делал доклад в НИИ «Графит». Товарищи-академики как всегда в таких проблемах поулыбались. От проблемы мистикой веет за версту. Ну дали тестовый образец нейроуглерода. Это одно из самых стабильных на Земле веществ. Физика не знает вещества, которое более чем на 10% меняет его физические характеристики.

**В е д у щ а я.** А что это такое вообще?

**А. Г о л о д.** Это кусочек нейролентного графита.

**В е д у щ а я.** И что с ним стало в пирамиде?

**А. Г о л о д.** Через сутки его сопротивление... увеличилось в четыре раза.

**В е д у щ а я.** Ну а что-нибудь более понятное. Дохлые кошки действительно не портятся?

**Задание 13.** *Возьмите несколько слов, относящихся к терминологии вашей специальности. Постарайтесь объяснить их значение, прибегая к сравнениям, аналогиям, примерам из жизни. Оцените удачность/неудачность объяснения.*

## Глава 8

# Культура речевого общения и языковая норма

Под *культурой речевого общения* понимается отбор и организация языковых средств, которые способствуют наиболее эффективному решению поставленных задач в данной сфере речевых коммуникаций с непременным учетом литературных норм. *Норма литературного языка* — это общепринятое употребление языковых средств: звуков, ударения, интонации, слов, их форм, синтаксических конструкций. Основное свойство норм — их обязательность для всех говорящих и пишущих на данном языке. Можно указать еще два важных свойства норм: их устойчивость и в то же время историческую изменчивость. Если бы нормы не были устойчивыми, легко подвергались различного рода воздействиям, языковая связь поколений была бы нарушена. Конечно, неподготовленному читателю трудно, например, понять тексты, написанные в XI—XII вв., но произведения А.С. Пушкина, хотя и созданные почти два века назад, мы понимаем, за исключением отдельных слов и выражений. Устойчивость норм во многом обеспечивает также преемственность культурных традиций народа, возможность возникновения и развития национальной литературы. Об устойчивости литературной нормы заботится школа.

В то же время устойчивость норм не абсолютна, а относительна. Норма, как и все в языке, медленно, но непрерывно изменяется под влиянием разговорной речи, местных говоров, жаргона различных социальных и профессиональных групп населения, заимствований и т.д.

Изменения в языке влекут за собой появление *вариантов норм*. Это значит, что одно и то же грамматическое значение (например, места, времени, причины, цели), одна и та же мысль могут быть выражены неодинаково, посредством разных слов, их форм и сочетаний, с использованием различных фонетических средств. Без преувеличения можно сказать, что вариантность норм является неизменным и неиз-

бежным спутником таких развитых языков, как русский, и нередко причиной затруднений говорящих на нем людей.

Среди вариантов главным считается тот, который можно использовать во всех стилях речи. Второстепенным, неглавным признается вариант, употребление которого ограничено каким-либо одним стилем, например разговорным.

## § 1. Фонетические нормы. Произношение звуков и их комбинаций

Современный русский литературный язык отличается от жаргонов, просторечия, местных говоров прежде всего тем, что имеет систему норм произношения. Как должны произноситься те или иные звуки в определенных фонетических позициях, в определенных сочетаниях с другими звуками, а также в определенных грамматических формах и группах слов — всеми этими вопросами занимается орфоэпия (от *греч.* *orthos* — правильный и *eros* — речь). Следовательно, орфоэпия — это совокупность правил, определяющих литературное произношение.

Значение орфоэпических правил для общения огромно. Они способствуют более быстрому и легкому взаимопониманию говорящих. Ошибки в произношении отвлекают от содержания речи и тем самым мешают языковому общению. В настоящее время в связи с расширением влияния средств массовой коммуникации (радио, телевидения), отражающих и передающих «живые голоса» большего количества носителей языка в прямом эфире, вопрос о правильности произношения стоит особенно остро. Более подробно с фонетическими нормами вы можете познакомиться в Приложении 2.

## § 2. Дикция и выразительное чтение

Дикцию определяет степень отчетливого произношения слов и слогов в речи, а также при чтении вслух или пении. По отношению к орфоэпии дикцию можно сравнить с почерком по отношению к орфографии. Человек со скверным почерком рискует быть непонятым адресатом его корреспонденции. Плохая дикция заставляет собеседника либо пропускать мимо ушей часть воспринимаемой на слух информации, либо много раз переспрашивать. Человек с плохой дикцией нередко является предметом насмешек, особенно если он «глочет» отдельные звуки, что-то бормочет про себя или гнусавит, даже выступая с большой трибуны. Его речь обычно бывает нервная, с оговорками или нерасчле-

ненная, монотонная. Конечно, это крайний случай, но все же значительная часть студентов нуждается в постановке своего голоса.

Все органы речевого аппарата принимают участие в создании звучности, темпа, высоты, тембра и артикуляции, в совокупности определяющих характер дикции. Звучность голоса помогает молодым людям не только перекричать друг друга во время споров, но и сделать так, что их ответ у доски будет услышан всей аудиторией, даже теми, кто сидит далеко от выступающего. Но звучность голоса — это не то же самое, что громкость, сила. Звучность связана еще с выразительностью, с фразовым (логическим) ударением, осуществляемым с напряжением в голосе. Сравним произношение одного и того же предложения, но с разным фразовым ударением: «Завтра не будет снега» (а не в какое-то другое время); «Завтра *не будет* снега» (отрицание действия); «Завтра не будет *снега*» (но возможен дождь).

Так как же добиться звучности? Оказывается, звучность голоса зависит от двух причин. Первая чисто психологическая: отсутствие уверенности в себе и эмоционального подъема. Представьте себе, что на экзамене какой-то студент вытаскил билет с неизвестными или малоизвестными вопросами. Если он не уверен в своих знаниях, стоит или сидит перед преподавателем ни жив ни мертв, какой у него может быть звучный голос?! Если же какому-то студенту попался билет с хорошо знакомыми вопросами, если он владеет материалом, да у него в запасе интересные примеры, голосу и приказывать не надо.

Но звучность голоса зависит от причин не только психологического, но и физического свойства. К таким свойствам относится прежде всего правильное дыхание. Ваше дыхание должно быть глубоким, частым и контролируемым. Покажем это на примере. Допустим, вам надо сформулировать, хотя бы в общих чертах, закон Архимеда: «На всякое тело, погруженное в жидкость, действует со стороны этой жидкости выталкивающая сила, равная весу выталкиваемой телом жидкости». Если вы даже не выдохнете весь запас воздуха из легких перед тем, как проговорить громко эту фразу, все равно к концу ее у вас голос ослабнет, вы перейдете на высокие тона, но звонкости голосу не добавится. Чтобы добавилось, надо поддерживать во время речи достаточно глубокое дыхание, не боясь, что кратковременные паузы (может быть, в доли секунды) нарушат впечатление от вашего высказывания. Помните, что длинные предложения невозможно произнести на одном дыхании, да еще с необходимой силой и звучностью голоса. Важно делать вдохи по мере необходимости, а не только ориентируясь на знаки препинания, в противном случае ваша длинная фраза может закончиться неразборчивым бормотанием.

Когда вы выступаете (а выступлением является и ваш ответ на семинарском занятии, и доклад на конференции), не только дышите глубоко и часто, постоянно поддерживая запас воздуха в легких, но и контролируйте дыхание. Постарайтесь при этом не стесняться, не нервничать, побороть робость.

Четкость в произношении во многом зависит от темпа речи, прежде всего характеризующаяся *скоростью речи*. Эта скорость может быть различной в зависимости от содержания выступления и характера самого выступающего. Чем важнее содержание, тем сдержаннее должна быть речь. Конечно, здесь не имеются в виду нестандартные ситуации вроде автомобильной аварии, когда естественно будет побыстрее дать команду: «Позвоните в ГАИ!» или «Вызовите «скорую помощь!»» Чаще всего грешат торопливостью речи выступающие публично. Это может быть от робости, от излишнего возбуждения, от невнимания к нуждам слушателей (лишь бы поскорее, отговорить, «отделаться»). Другая крайность — вялость речи, обычно свойственна несколько ленивым или замкнутым людям. Они долго раскачиваются, чтобы продолжить мысль, подобрать нужные слова. Слушающие при этом теряют не только нить рассуждений, но и терпение.

Темп речи определяет и *длительность звучания*. Любое слово можно при произнесении растягивать и сжимать, как гармошку. Все зависит от того, какое значение (важное или второстепенное) придает ему говорящий, а также от чувств, которые он вкладывает в сказанное. Например, слово *но* в зависимости от того, с какой длительностью оно произносится, может иметь различные значения: «Я с вами поеду, *но* при одном условии». — «Я поеду с вами». — «*Но-о?! И при каком условии?*» В первом случае перед нами союз, произносимый с обычной долготой, во втором — междометие, произносимое растянуто.

Следует обратить внимание, что речь идет о растянутости произношения, а не о громкости, силе. Если же выступающий подменяет длительность громкостью, силой, то его речь невольно становится резковато-монотонной. Это неприятно действует на слушателей, притупляет внимание к словам. Более того, при слишком громкой речи присутствующим удобнее разговаривать на посторонние темы, их голоса могут даже иногда перекрывать голос выступающего. Попробуйте, например, произнести выделенные слова первоначально только с усилением голоса, а затем и с некоторым растягиванием: «За *многие столетия* самостоятельного развития в славянских языках произошли значительные изменения». Вы почувствуете, как растягивание какого-либо слова, даже в незначительной степени, по сравнению с другими словами в предложении придает этому слову большую

значимость. Такое растягивание может способствовать и выражению определенных чувств, связанных с содержанием высказывания.

Мастера слова, очень тонко чувствующие язык, наиболее важные в тексте слова читают в несколько замедленном темпе, менее важные в смысловом отношении — в убыстренном.

Наконец, к темпу речи относится пауза. Пауза для опытного оратора — прием, которым можно воспользоваться с разными целями. Она, несомненно, помогает перевести дыхание; дает время сообразить, о чем вести разговор дальше; позволяет слушателям «переварить» какую-либо высказанную мысль. Небольшая пауза перед выводом, обобщением, кульминацией высказывания подчеркивает важность последующего сообщения. Паузы определяют ритм речи. Попробуйте прочитать с нужными паузами следующее предложение: «В семье Трусовых заводили дневники на каждого ребенка, на страницах которых взрослые вели как бы монологи-беседы с подрастающими, вездесущими Антошей и Надюшей, рассказывая с милыми подробностями о всех интересных моментах в их жизни, домашней и школьной».

Если вы сделали паузы хотя бы после слов «ребенка», «монологи-беседы», «Надюшей», «жизни», то это свидетельствует о вашем умении пользоваться этим приемом для членения предложения на определенные смысловые отрезки. Конечно, следует учитывать знаки препинания, которые как бы сигнализируют о естественных остановках при выделении причастных, деепричастных и других обособленных оборотах, на границе простых предложений в составе сложного, однородных членов предложения и т.д. Но в живой речи приходится делать паузы для ясности изложения или подчеркивания выразительности и в случаях, не связанных с постановкой знаков препинания. Например: «Пассажиры долго всматривались в очертания берега, много раз передавали друг другу бинокли, но ничего не увидели». Пауза, сделанная после союза *но*, передаст тревогу, растерянность, озабоченность говорящего.

Приведем пример, когда от неправильного использования паузы смысл фразы изменяется до неузнаваемости: «Он же / ребенок» и «Он / жеребенок». В последнем случае частица *же* сливается в произношении с существительным *ребенок*, в результате звучит *жеребенок*.

Кроме звучности и темпа речи характер дикции, культуру произношения определяет **высота голоса**.

Когда мы говорим о высоте голоса при выступлении, следует иметь в виду типичные ошибки, допускаемые в этом случае говорящими. Во-первых, это речь на одной и той же высоте — нижней, средней и т.д., это создает впечатление монотонности. Во избежание монотонности при выступлении надо пользоваться разной высотой голоса, но

помнить, что слишком высокий тон чаще свидетельствует о возбуждении, нервозности, реже — о застенчивости или нехватке дыхания. Поэтому следует по возможности не волноваться при выступлении, избегать резких споров, не давать воли эмоциям.

Слишком низкий тон объясняется обычно отсутствием у говорящего воодушевления, увлеченности предметом речи, а то и робостью, застенчивостью. Попробуйте заинтересованно, с чувством произнести фразу, содержание которой пока не имеет к вам прямого отношения: «На реконструкцию исторического центра нашего города федеральные власти выделили в текущем году почти два миллиона рублей!»

Наверное, вы догадались, что числительное в этом предложении нельзя произносить слишком низким тоном, иначе на него никто не обратит внимания. Более того, последние слова любой фразы часто нуждаются в интонационном подчеркивании. Чрезмерное снижение тона на них — опасный недостаток выступающего, показывающий его равнодушие к высказанной мысли.

Качество произношения определяется также *тембром (окраской) голоса*. Тембр же зависит от особенностей голосовых связок, которые у каждого человека свои, неповторимые. Очень редко встречаются люди с одинаковым тембром голоса. Трудно, а то и невозможно изменить окраску голоса, но постараться улучшить ее можно. Прежде всего следует помнить, что она связана с психологическим состоянием выступающего. Звучание голоса ухудшается, если человек устал, подавлен, сердится или стесняется. Если же его мысли ясны, он уверен в своих силах и звучание его голоса становится чище и прозрачнее.

Наиболее часто встречающиеся недостатки тембра могут проявляться как одышка, хрипота, резкость, гнусавость. Говоря об *одышке*, хотим дать совет: не делайте при выступлении частых вдохов и тем более частых выдохов, как при торопливой ходьбе или быстром беге.

*Хрипота* может вызываться или по крайней мере усиливаться также искусственно. Многие звезды современной эстрады стараются петь с хрипотцой, потому что такое пение нравится широкой публике.

*Резкость* в голосе связана с состоянием голосовых связок. Они могут быть слишком сомкнуты, глотка может быть по каким-то причинам сдавлена. Чаще всего пронзительность голоса возникает от сверхнапряжения, нервозности. Она может быть непостоянной, кратковременной, возникать самопроизвольно. Пронзительный голос нередко бывает у сварливых людей. Конечно, этот недостаток в произношении неприятно действует на окружающих, особенно вынужденных вас слушать.

*Гнусавость* — это чрезмерное пропускание воздушной струи через носовую полость. Характерный носовой призывок появляется у тех лю-

дей, у которых по тем или иным причинам приток воздуха в носовую полость более свободен, чем выход его через ноздри. Вспомните, как люди говорят при насморке, заложенном носе. Впечатление от произнесения «в нос» у вас будет самое яркое. Поэтому старайтесь поменьше говорить, тем более выступать, пока ваш нос не в порядке, пока вы не перестали пользоваться носовым платком.

*Тембр* играет очень важную роль в общем звучании тех или иных звуков. Окраска голоса помогает варьировать выражаемые мысли и чувства. Чтобы убедиться в этом, попробуйте произнести какое-нибудь слово сначала с радостью, восхищением, а затем с гневом или угрозой. Известный русский педагог А. Макаренко по поводу воздействия на слушателя при помощи интонации писал: «Я сделался настоящим мастером только тогда, когда научился говорить «Иди сюда» с пятнадцатью-двадцатью оттенками, когда научился давать двадцать нюансов в постановках... голоса. И тогда я не боялся, что кто-то ко мне не подойдет или не почувствует того, что нужно».

*Артикуляция* — это прежде всего правильное и отчетливое произношение звуков. В этом главную роль играют уже не голосовые связки, а органы произношения, среди которых различаются активные (язык и губы) и пассивные (зубы, десны, мягкое и твердое небо).

Выступая, человек не должен думать о взаимодействии, например, голосовых связок и мягкого неба, языка и десен. Иначе он запутается и даже может начать заикаться. Причины недостатков в произношении связаны с состоянием или особенностями личности выступающего. Он может быть усталым, робким, слишком самоуверенным, безразличным, вялым, больным, недостаточно или плохо подготовленным. Устранение этих причин обязательно будет способствовать изменению вашего произношения к лучшему.

Взрослому человеку читать вслух (да еще так, чтобы это чтение было выразительным) приходится нечасто, но приходится. В обыденной жизни это может быть чтение детям стихов или сказок. На службе же, если человек активен, ему часто приходится выступать перед окружающими: оценивать обстановку на производстве, вносить предложение, комментировать чью-либо речь. Чем выше человек продвигается по служебной лестнице, тем ответственнее, да и длиннее, бывают его выступления, не говоря уже о докладах на научных или иных конференциях. У одних людей от природы язык, как говорят, хорошо подвешен, они могут говорить на интересующую их тему «без бумажки» или по наскоро набросанному плану. Другие по разным причинам на это не способны, должны иметь под рукой опору в виде предварительно написанного текста. Но и подготовленный заранее текст, отпечатанный и проштудированный,



надо уметь прочитать, донести до слушателей так, чтобы он их захватил, чтобы они вникли в его содержание и в то же время не отвлекались при его восприятии на что-либо постороннее. Поэтому доклад (лекция, приказ, объявление, запрос в президиум и т.д.) должен читаться выразительно. А что это значит? Что такое *выразительное чтение*? Это чтение с правильным литературным произношением, с расстановкой фразового, логического ударения, с нужной интонацией и дикцией, с определенным эмоциональным настроением. Именно выразительное чтение способствует лучшему восприятию и пониманию содержания читаемого текста, будь то доклад на общественно-политическую или научную тему, стихотворение или отрывок из художественной прозы.

Выразительно во всех отношениях и доходчиво можно прочитать лишь такой текст, какой не только вам знаком, но и соответствующим образом подготовлен, обычно в домашних условиях, к использованию в аудитории. Готовясь к тому, чтобы достойно донести заданный текст до широкой публики, следует прежде всего предварительно прочитать его несколько раз, уяснить его тему, идею, понять, где главная информация, где добавочная, а где вообще второстепенная, а то и избыточная. Затем нужно разделить текст на смысловые части, вначале более крупные, а внутри их — более мелкие. Все эти части можно даже условно озаглавить, чтобы представить, в каком тоне (информационном, патетическом, торжественном, ироничном и т.д.) читать ту или иную из них. Игра тонов придаст живость вашему чтению, обеспечит естественность перехода от одной смысловой части к другой.

Следующим этапом будет языковая проработка текста. Прежде всего проверьте: знаете ли вы значения всех употребляемых вами слов, уверены ли вы в правильности вашей постановки ударения. При малейшем сомнении лучше обратитесь к словарям. Уточните по справочникам сочетаемость редко или впервые употребляемых вами слов. Здесь может таиться опасность. Обратите также внимание на структуру выстроенных вами фраз, особенно сложных конструкций, смысловую и формальную соотнесенность их частей.

Итак, в фокусе вашего выступления должны быть более значимые вам в тексте слова и словосочетания, на которые должно падать фразовое, логическое ударение.

### § 3. Новые лексика и фразеология: трудности употребления

Л е к с и к а — это отдельные слова (*авангард, авторитет*), приравняемые к ним составные наименования (типа *акционерное общество,*

*альтернативная служба*), а также устойчивые, фразеологические, словосочетания (*бежать сломя голову, без году неделя*). Под лексическими нормами понимают правила словоупотребления — использование лексических единиц в соответствии с их значением, стилистической окраской, оценочными свойствами и т.д. Конечно, лексика языка постоянно обогащается. Чтобы в этом убедиться, достаточно посмотреть, например, вышедшие ежегодно (с 1970-х гг.) словарные материалы «Новое в русском языке», а затем (уже по десятилетиям) словари новых слов и значений. Пополнение языка новыми словами и значениями заметно и без специальных исследований, прежде всего оно коснулось слов социально значимых, свидетельствующих о коренных изменениях во всех сферах общества: политической, экономической, правовой и т.д., но также и названий продуктов питания, одежды, техники. Вернулись в активный русский словарь совсем недавние историзмы *губернатор* и *волость*, применительно к российской жизни стали использоваться иностранные заимствования вроде слов *киллер* и *спикер*, на собственном опыте мы узнали, что такое *дефолт*, *ваучеризация*, с чем едят *йогурты* и как составлять *паззлы*.

К новым явлениям и процессам в обществе современники обычно относятся неоднозначно, толкуют их неодинаково. Расплывчатость в значениях новых слов — очевидная трудность даже для носителей языка. Приведем примеры, связанные, возможно, с будущей профессиональной деятельностью тех, кто сейчас учится. Отличаете ли вы *аудитора* от обычного *ревизора*, *супервайзера* от *мерчендайзера*, знаете ли, чем занимаются *риелторы* и *эйчары*? Есть ли различия в обязанностях *менеджера по продажам* и *менеджера отдела продаж*? Какие документы относятся к *ценным бумагам*? Споры по поводу содержания термина нередки даже на самом высоком уровне. В списке литературы к главе вы найдете словари, наиболее полно представляющие неологизмы 1980-х — начала 1990-х гг.

В области любой профессиональной деятельности сейчас особое место занимают термины информатики и вычислительной техники. Между тем даже в специальных словарях начала 1990-х гг. отсутствовало упоминание о компьютерных вирусах, Интернете, мультимедиа, виртуальной реальности, лазерном принтере, не говоря уже о десятках других терминов, без знания которых сегодня невозможно представить образованного человека.

В русском языке появилось огромное количество новых правовых терминов, незнакомых широким слоям населения, а между тем вольное их толкование недопустимо. Знание тех или иных групп правовых терминов широким слоям населения необходимо хотя бы для того, что-

бы определить свой социальный статус, от которого во многом зависят их льготы, вообще материальное обеспечение. Целая серия правовых терминов может помочь им уяснить свое положение в обществе: *безработные, занятые граждане, трудовые мигранты, беженцы, вынужденные переселенцы*. Гражданам, занимающимся хозяйственной деятельностью, необходимо ориентироваться в терминах: *договор дарения, исковая давность, мировое соглашение, моральный вред, общая собственность супругов*, и др. Молодежи, вступающей во взрослую жизнь, полезно основательно разбираться в том, что стоит за терминами: *альтернативная гражданская служба, брачный договор, законный режим имущества, ежемесячное пособие на ребенка, временная нетрудоспособность*.

Таким образом, практически нет групп населения, которые не нуждались бы в знании точного смысла тех или иных правовых терминов, затрагивающих их интересы. Тем более такое знание необходимо деловым людям, чья профессиональная деятельность будет намного успешнее при следовании лексическим нормам русского литературного языка. Не случайно в Российской Федерации многие федеральные законы, президентские указы, правительственные постановления имеют специальные разделы «Основные термины» или «Основные понятия». В случае необходимости можно непосредственно обращаться и к этим официальным документам, которые в обязательном порядке публикуются после их подписания главой государства или главой правительства в «Российской газете», а также в специальных изданиях, к которым относятся: «Сборник законодательных актов Российской Федерации», «Собрание актов Президента и Правительства Российской Федерации», «Собрание законодательства Российской Федерации». В каждом из этих сборников можно найти подробнейший перечень наименований публикуемых в том или ином выпуске законов, указов, постановлений.

### *Трансформация значений*

Говоря о лексических нормах современного русского языка, следует иметь в виду, что многие слова и даже группы слов за последнее время изменили свое значение. Это можно продемонстрировать на примере терминологизации слов, т.е. приращения к их первичному значению, допускающему более или менее вольное толкование, по существу нового значения, допускающего изменения только официальным путем (через ГОСТ, федеральный или иной закон). Например, слово *безработный* в «Словаре русского языка» С.И. Ожегова определяется как «не имеющий работы, заработка, не находящий применения своему труду» (в старых терминологических словарях оно вообще отсутствует). Но

разве человек, лишившийся сегодня работы, может претендовать на получение пособия по безработице, исходя только из указанного толкования? В настоящее время надо знать, что юридически *безработными* признаются лишь трудоспособные граждане, которые не только не имеют работы и заработка, но и «зарегистрированы в органах службы занятости в целях поиска подходящей работы, ищут работу и готовы приступить к ней». Существенное дополнение превращает бытовое представление о безработном в строгое правовое понятие.

Итак, терминологизация общеупотребительных слов, т.е. превращение их в юридические термины с четко очерченным значением, не допускающим вольного толкования, — активный процесс, происходящий в русском языке в последние годы.

Слова с измененным значением могут создать говорящим ловушки. Каждый образованный человек, следящий за ходом политической жизни в стране, хорошо знает, что высшим представительным и законодательным органом у нас является Федеральное собрание Российской Федерации, которое состоит из двух палат — Совета Федерации и Государственной думы. В каждой из палат есть свой председатель со строго регламентируемыми функциями. Но газетчиков это не смущает, многие из них годами называя наше Федеральное собрание парламентом, а председателей палат — спикерами, вводят в заблуждение читателей.

Особую трудность составляет для говорящих незнание или неточное знание значений заимствованных слов происхождение которых, в отличие от русских неологизмов, не всегда бывает понятно, например: *андерграунд*, *анимация*, *армрестлинг*, *аудитор*, *аэрогриль*, *толлинг*. Иногда в печатной фразе встречается столько незнакомых заимствований, что ее смысл становится загадкой, например: «Фильм Роберта Скотта имеет *сиквел* в «Молчании ягнят», его *саспенс* весьма удовлетворителен». Чтобы ориентироваться в море заимствований, полезно обращаться к специальным словарям, фиксирующим эту лексику.

Говоря о лексических нормах, следует иметь в виду также то, что под влиянием изменений в обществе даже активно употребляемые слова и словосочетания могут изменить свою стилистическую окраску. Изменениям может подвергнуться и оценочная сторона слова. Так сегодня, с восстановлением многих реалий в экономической сфере, ранее объявлявшихся «буржуазными», активизировались и соответствующие термины: относящиеся к биржевой деятельности (*акция*, *биржа*, *дивиденд*, *маклер*); финансированию (*депозитный счет*, *рента*); хозяйственной деятельности (*акционерное общество*, *интеллектуальная собственность*, *конкуренция*, *фирма*, *частная собственность*). Появились и переориентированные с «капиталистического» Запада совсем новые

для нас экономические термины: *дефолт, клиринг, менеджмент, толлинг, шоковая терапия*. И тут же (как постоянные спутники капитализации общества) подверглись переориентации слова *безработный, безработица* как называющие реалии, еще в 1930-е гг. объявленные в России несуществующими.

Попутно отметим, что под влиянием перестроечных процессов пришли в движение, актуализировались, т.е. стали широко употребительными в политической, экономической и культурной жизни общества многие группы слов, ранее находившиеся на периферии языка. Этому способствовали разные обстоятельства: восстановление традиционного для народов России уклада жизни и осуждение допущенных перегибов (*возрождение, обновление, оздоровление, очищение, покаяние*); выдвигание на передний план некоторых форм хозяйствования (*аренда, кооперация*), общественного устройства (*дума, губернатор, волость*), образования (*гимназия, лицей, семинария*); обращение к духовности (*гуманизм, милосердие*), религии, церковным обрядам (*исповедь, причастие, крещение, поминовение*). В то же время в нашу жизнь вошли такие явления и, соответственно, их названия, как *беженцы, инфляция, трудовые мигранты*.

Необходимо отметить и противоположный процесс в сегодняшнем развитии русского языка — деактуализацию лексики. Речь идет не о простой архаизации отдельных слов, всегда имевшей место в языке, а об архаизации системной, когда на периферию переходят определенные группы слов, ранее весьма важных и частотных. В нашем случае причиной деактуализации некоторых лексических групп является постепенный демонтаж советской политической и экономической системы. К терминам, теряющим или потерявшим актуальность, относятся, например: в политической сфере *вождь, империализм, комсомол, коммунизм, марксизм, пионеры*; в экономической сфере — *колхозник, пятилетка, социалистическое соревнование, ударник социалистического труда*; в области культуры — *лауреат Ленинской премии, социалистический реализм*.

### Сочетаемость слов

Особую трудность для говорящих и пишущих представляет сочетаемость слов. Именно через сочетаемость раскрываются и значение слова, и происходящие в нем сдвиги. Сочетаемость одного и того же слова может изменяться со временем, а также в зависимости от сферы употребления слова. Однако есть такие словосочетания, которые, безусловно, являются отступлением от нормы, представляют собой явные нарушения, например: «Указаны виды деятельности, *занимающие* наибольший

удельный вес» (*Грамота.ру*); «Жизнь поставила перед Татьяной *неразрешимый тупик*» (*Телепередача «Моя семья»*); «Фильм «Армагеддон» *состоится* в кинотеатре «Под куполом»» (*Портал «Культура»*). Ср. примеры изменения сочетаемости в зависимости от значения: «Согласно определению, данному в Декларации принципов *толерантности* (подписана 16 ноября 1995 г. в Париже 185 государствами — членами ЮНЕСКО, включая и Россию), *толерантность* означает «уважение, принятие и правильное понимание богатого многообразия культур нашего мира, наших форм самовыражения и способов проявлений человеческой индивидуальности»...» (*Е. Темичева*); «После введения препарата у мышонка развилась иммунологическая *толерантность*» (*Мед. библиотека*). В данном контексте *правильным* теперь может быть не только ответ, решение, но — под влиянием рекламы — пиво, машина и вообще все что угодно, если оно кому-то и нравится.

Для того чтобы не ошибиться в сочетаемости употребленного вами слова, следует обращаться к специальным словарям, например к указанным в списке литературы к главе.

Говоря о лексических нормах русского языка, нельзя не отметить сегодняшнее увлечение словами и словечками, находящимися далеко за пределами культурного общения, независимо от степени их новизны в языке. Как справедливо отмечалось в журнале «Русская речь», «средства массовой информации захлестнул поток просторечных, жаргонных, а нередко и откровенно непристойных слов и выражений. Плох был «новояз» минувшей эпохи, но разве лучше обильно сдабривающая речь «блатная» лексика?» К счастью, по мере «взросления» печатного издания журналисты все более следят за качеством речи. А вот персонажи, с которыми встречаются журналисты, выражаются иногда достаточно колоритно. Например, в журнале для автолюбителей было опубликовано следующее интервью с водителем-полубандитом:

Маленькая машина — стыдно. Но! «Фольксваген Гольф» — не стыдно, это *правильная пацанская тачила*... Корейские машины — *западно*. «Хюндай Соната»... может стоить 20-ку *тонн зелени* и выше, но она *запомойлена* корейским происхождением, поэтому ее может *зашибать* любая немецкая *правильная тачила* стоимостью 3 тыщи. Потому что на немецких *авто* ездят *воры* и на *крайняк мужики*, а *опущенные менеджеры* — нет... По определению *западно* все французские машины. *Дуплить* машины, которые *западно*, — хороший тон...

В художественной литературе подобная речь наших современников представлена не реже, чем в СМИ:

— Да, — протянул хозяин, — дорогой *прикид* оставили. Самое время его на помойку нести.

Я обозлилась:

— Где сумка?

— Не было ничего, кроме одежды, — хихикнул продавец и добавил: — Ты, *тетка*, *пургу не гони*, или плати за костюм, или милицию вызовем!

(Д. Донцова)

Таким образом, говоря о новых в русском языке словах и трудностях их употребления, следует еще раз подчеркнуть необходимость знания семантики новообразований, особенно терминов, умения пользоваться заимствованиями. Следует быть также внимательными при употреблении слов и словосочетаний, имеющих как обиходное, так и правовое значение, и не смешивать их. Нужно также иметь в виду, что некоторые слова изменили свои оценочные свойства, стилистическую окраску, сферу употребления, приобрели необычайную частотность, стали «модными» или, наоборот, утратили былую распространенность. Наконец, будьте осторожны, — не допускайте ошибок, сочетая одни слова с другими, и постарайтесь избавиться в своей речи от просторечных слов и жаргонизмов.

С течением времени изменения происходят и в составе активно употребляемых фразеологических оборотов. Сегодня их источниками зачастую становится не кино или популярные художественные произведения, даже не анекдоты, а реклама.

Под влиянием рекламы не только на страницах газет и журналов, но и в нашей речи замелькали клише: *не просто, а очень просто; ну очень* (крутая женщина, интересное чтение); *тогда мы идем к вам; сладкая парочка* и т.д. Правда, многие такие фразеологизмы быстро забываются, как только начинается другая рекламная кампания, и речь пополняется новыми модными оборотами. Но они — принадлежность нашей речи, и относиться к ним надо как к ее неизбежному, хотя и непостоянно-му спутнику.

Отдельно отметим употребление в живой речи так называемых крылатых слов — фразеологических единиц типа *дорога к Храму; хотелось как лучше, а получилось как всегда*, которые по происхождению связаны с каким-либо литературным источником или общественным деятелем. Обращение к метафорическим словам, оборотам и выражениям для оживления собственного высказывания, подчеркивания отношения к нему или для утверждения озвученной мысли издавна было свойственно образованной части населения. Посмотрим, из каких источников берутся крылатые слова, употребляемые нашими современниками, при каких обстоятельствах и как они используются.

В период советской истории, названный в народе «горбачевской перестройкой», проходили бурные дискуссии о дальнейших путях развития Советского государства и сложившейся в нем после Октября 1917 г. общественной системы. Объявленная гласность понималась прежде всего как право говорить и писать объективно о событиях прошлого и настоящего. Для очень подходящими оказались языковые средства, в частности крылатые слова и особенно библеизмы.

Осмысление послереволюционного периода как времени не только утраченных возможностей, но и больших реальных потерь, понесенных обществом и народом, привело к тому, что со всех трибун и страниц массмедиа стали раздаваться призывы возрождать города, деревни, народные традиции, духовность, храмы, национальные языки и обычаи, классическое образование и т.д. И вспомнилось речение из Екклезиаста — *время собирать камни*. «Собирать камни» бросились все, хотя не все знали, как это надо делать, судя по примерам из разных источников: газета «Советская культура» — крупный заголовок «ВРЕМЯ СОБИРАТЬ КАМНИ...»; «Правда» — «Не забывайте: «время собирать камни»...»; первый канал показывает фильм-концерт «...И время собирать камни». Популярность этого речения послужила толчком к появлению в газетных заголовках его вариантов, хотя и не носящих устойчивого характера, но сохраняющих его стержневое слово и конструкцию в целом, например: «время покупать меха» — о прекращении повышения цен на меха и меховые изделия; «время собирать деньги» — об ужесточении финансовой дисциплины; «время заплатить долги» — о необходимости погашения задолженности по зарплате. Встречаются и другие варианты этого крылатого оборота, в которых ключевым выступает глагольно-именное сочетание *собирать камни*: «искусство собирать камни»; «Никита Михалков собирает камни» и т.д.

В результате демократических выборов во властные структуры 1990-х гг. пришли не только профессионалы и деловые люди, но и дилетанты, воодушевленные обещаниями быстрых перемен к лучшему в жизни народа. Столкнувшись с реальными трудностями государственного управления, многие из них продолжили печальную традицию советских лидеров, связанную с невыполнением широкообещательных, распропагандированных, но не до конца продуманных и не подкрепленных материально решений. Это и дало повод новоиспеченному тогда премьер-министру российского правительства В. Черномырдину изречь: «Хотели как лучше, а получилось как всегда». Фраза стала необычайно популярной в последующие годы: «Вторая причина еще большего оскудения казны (в середине XVII в.) — убытки от рыбной



торговли. Огромные запасы рыбы протухли из-за того, что соль вздохавшую стали экономить. Так что автором крылатого выражения «хотели как лучше, а получилось...» мог быть сам «Тишайший» [царь Алексей Михайлович] еще триста пятьдесят лет назад»; «Думала дума как лучше, а получилось...» (*Из газет*). Примеров такого рода можно найти сегодня великое множество.

Распространителями новой фразеологии, как правило, являются в настоящее время средства массовой информации, электронные или обычные. В меньшей степени известности и популяризации, например, крылатизмов способствуют произведения, выступления самих творцов устойчивых выражений и оборотов. Несомненна зависимость от СМИ и дальнейшей судьбы фразеологизмов, их вариативности.

## § 4. Грамматические нормы

С течением времени, в ходе постоянного развития языка изменяются не только произносительные и лексические нормы русского языка, но и, хотя и в меньшей степени, его грамматические нормы. Как известно, в грамматике выделяют две подсистемы: морфологию и синтаксис. *Морфология* — это систематизированная совокупность форм слов (парадигм склонения, спряжения), а также правил их употребления, и одновременно это раздел грамматики, который изучает и описывает эти формы, правила. *Синтаксис* изучает словосочетания и предложения. Нас в данном случае интересуют не исторически изменившиеся нормы образования и употребления форм слова, а появившиеся именно в настоящее время варианты норм, с которыми мы сталкиваемся ежедневно и которые так или иначе вызывают трудности в использовании. Так, вне рамок нашего рассмотрения окажутся существительные, еще сравнительно недавно имевшие другую родовую принадлежность и в настоящее время не вызывающие трудностей в употреблении (например, старые *георгина, зала, рельса* и современные *георгин, зал, рельс*; или употребляемые А. Пушкиным формы инфинитива *нести, перевести, свести*, а Н. Гоголем формы множественного числа типа *домы, неделей* в сравнении с закрепившимися к нашему времени *нести, перевести, свести; дома, недели*).

Варианты морфологических форм, вызывающих наибольшие затруднения в настоящее время, описаны в Приложении 3.

## § 5. Правила орфографии и пунктуации

### *Выбор словарей и справочников*

Среди норм письменной речи орфографические и пунктуационные нормы занимают одно из важнейших мест. Наличие в тексте орфографической ошибки отрицательно сказывается на репутации автора. Ошибка в печатном тексте говорит о многом: низкий уровень речевой культуры, плохое образование, материальные затруднения и т.д. Все успешные и уважаемые издания считают долгом чести соблюдать нормы письменной речи, прежде всего орфографические и пунктуационные.

Основа современных правил орфографии и пунктуации впервые была представлена в качестве официального документа «Правила русской орфографии и пунктуации» еще в 1956 г. Свод правил был утвержден Академией наук СССР, министерства высшего образования и просвещения и должен был «служить основным источником для всех составителей учебников, словарей русского языка, специальных словарей, энциклопедий и справочников»<sup>1</sup>.

Не следует думать, что до появления свода правил 1956 г. в русской письменной речи правила отсутствовали. Русская орфография и пунктуация как плод коллективного творчества профессионалов письменной речи сформировалась уже к концу XIX в. и получила теоретическое осмысление в работах различных исследователей, прежде всего академика Я.К. Грота («Русское правописание», 1885), А.Б. Шапиро («Основы русской пунктуации», 1955). Поэтому составители свода правил 1956 г. справедливо полагали, что сложившееся русское правописание в основе своей удовлетворяет потребностям практики и «нет необходимости ни отменять его, ни реформировать. Современная русская пунктуация нуждается лишь в упорядочении, в улучшении»<sup>2</sup>.

Трудно переоценить роль, которую сыграли в дальнейшем становлении и развитии русского правописания «Правила» 1956 г. Однако надо понимать, что этот труд не был предназначен для повседневной редакционной работы и не мог быть использован в качестве учебного пособия в средней школе. «Правила» представляли принципиальную основу русского правописания, и работа с ними требовала хорошей теоретической подготовки и большого опыта редакторской работы, что было под силу немногим.

Дальнейшее совершенствование правил русского правописания уже применительно к потребностям обучения и практике редактор-

<sup>1</sup> Правила русской орфографии и пунктуации. М., 1956. С. 4.

<sup>2</sup> Там же. С. 3.

ской работы было произведено в школьных учебниках и великом множестве справочников по орфографии и пунктуации. Назовем некоторые наиболее известные издания.

Очень много сделала для осмысления и упорядочения русской орфографии профессор Санкт-Петербургского (тогда Ленинградского) государственного университета В.Ф. Иванова. Одна из наиболее известных ее работ — обобщающий труд по русской орфографии «Современный русский язык. Графика и орфография» (М., 1976). В.Ф. Ивановой принадлежит большое количество интересных работ по частным вопросам русской орфографии.

В последние годы широкое распространение получила работа А.И. Кайдаловой и И.К. Калининой «Современная русская орфография», изданная как учебное пособие для вузов по специальности «Журналистика» (М., 1983) и использовавшееся в качестве справочника, дающего детальное истолкование правил русской орфографии.

Что касается справочной литературы по русской пунктуации и русскому правописанию в целом, то нужно указать на известный в свое время «Справочник по орфографии и пунктуации для работников печати» К.И. Былинского и Н.Н. Никольского (М., 1970). Очень полное и четкое истолкование русская пунктуация получила в работе А.Н. Наумович «Современная русская пунктуация», изданной в качестве учебного пособия для студентов филологических факультетов вузов (Минск, 1983). Это одна из лучших книг справочного характера по русской пунктуации.

При несомненной высококачественности указанных выше изданий следует признать тот факт, что на формирование орфографической и пунктуационной культуры письменной русской речи никто не оказал такого масштабного влияния, как Д.Э. Розенталь, профессор Московского государственного университета, долгое время заведовавший кафедрой редактирования на факультете журналистики. На учебных пособиях и справочниках Розенталя воспитывались целые поколения россиян. Его перу принадлежит наиболее авторитетный справочник по русскому правописанию («Справочник по правописанию и литературному редактированию: для работников печати», 1985), который получил широкое распространение не только в практике редакторской работы, но и в сфере школьного и вузовского образования. Справочник Розенталя выходил в разное время под разными названиями. Некоторые издания имели соавторов, отличались от первоначального варианта расширенным содержанием, частными уточнениями: *Розенталь, Д.Э., Джанджакова, Е.В., Кабанова, Н.П.* Справочник по правописанию, произношению, литературному редактированию. М., 1999; *Розенталь, Д.Э.* Справочник по правописанию и литератур-

ной правке. М., 2002; *Розенталь, Д.Э.* Справочник по правописанию и стилистике. СПб., 1997.

В отличие от «Правил русской орфографии и пунктуации» 1956 г. справочник Розенталя не просто излагал правило, но и достаточно подробно комментировал его содержание. Обращалось внимание на особенно важные и распространенные частные случаи; квалифицированно истолковывались наиболее трудные пунктуационные и орфографические ситуации. Орфография и пунктуация была здесь представлена в гораздо более полном объеме, чем в школьных учебниках. Интерпретация правил, достаточно глубокая в теоретическом плане, была поддержана в целом очень удачной структурой справочника, чрезвычайно удобной для редакционной работы. Обращалось внимание на наиболее частые ошибки, описывались многочисленные варианты пунктуационного оформления на основе обобщения современной пунктуационной практики. До сих пор справочник Розенталя не потерял своего значения и остается лучшим и наиболее распространенным пособием по русскому правописанию.

Чрезвычайно важно уметь пользоваться рекомендациями орфографических словарей. Далеко не каждый из них годится для обучения или редакционной работы. Следует пользоваться прежде всего самыми авторитетными академическими изданиями, которые делаются профессионалами. К таким изданиям относится наиболее полный академический орфографический словарь: *Русский орфографический словарь: около 180 000 слов / Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова / О.Е. Иванова, В.В. Лопатин (отв. ред.), И.В. Нечаева, Л.К. Чельцова. 2-е изд. М., 2005.* Вполне годится для работы первое издание «Русского орфографического словаря» 1999 г., содержащее около 160 000 слов.

Относительно большой объем данного словаря объясняется включением в него таких орфограмм, которые обычно собирались только в специализированных словарях: строчные и прописные буквы, слитное и раздельное написание частицы *не*, написание недавно появившихся в русской речи заимствованных слов и т.д.

Для изготовления печатного текста очень важна правильная подача речевого материала — умение оформлять рубрики, перечни, цитаты, подписи к иллюстрациям и таблицам, грамотно представлять сокращенные слова, цифровой материал. Все эти проблемы помогают решить специальные справочники для работников издательств. Среди таких изданий наиболее авторитетным и профессиональным считается следующее: *Мильчин, А.Э., Чельцова, Л.К.* Справочник издателя и автора: Редакционно-издательское оформление издания. М., 2005.

Отметим наличие в этом справочнике полного и очень важного для редакторской работы «Списка литературы для издателей и авторов».

Поскольку русская пунктуационная система постоянно развивается и совершенствуется в практике работы профессионалов письменной речи, возникает необходимость уточнения существующих правил, обобщения пунктуационной практики, потребность заново осмыслить правило в целом или его часть на основе достижений современной лингвистики. Активные процессы имеют место и в сфере орфографии. К тому же, как известно, написание значительного количества слов не регулируется правилами. Все это объясняет многочисленные предложения по совершенствованию русского правописания, как орфографии, так и пунктуации.

В последние годы специалистами была проделана огромная работа по изучению орфографических и пунктуационных проблем. Ее результаты и предложения по совершенствованию русского правописания обсуждались научной общественностью. В итоге ситуация сложилась таким образом, что правила русского правописания решили не изменять. Однако было признано необходимым уточнить существующие правила, подкорректировать традиционные формулировки, обновить иллюстративный материал, обратить внимание на ряд новых явлений. Обновленный взгляд на действующие правила орфографии и пунктуации и рекомендации по их использованию были изложены в следующем издании: Правила русской орфографии и пунктуации: полный академический справочник / под ред. В.В. Лопатина. М., 2006. Справочник был подготовлен в Институте русского языка им. В.В. Виноградова (авторы: Н.С. Валгина, Н.А. Еськова, О.Е. Иванова, С.М. Кузьмина, В.В. Лопатин, Л.К. Чельцова) и Орфографической комиссией Российской академии наук. Надо отметить, что во многих случаях хорошо всем известные правила изложены там несколько иначе, чем в «Правилах» 1956 г. Появились самостоятельные разделы, содержащие общие теоретические положения, знать которые чрезвычайно полезно («Общие сведения о русском письме», «Основной принцип употребления букв», «Основной принцип передачи на письме значимых частей слов»). Той части справочника, в которой излагаются пунктуационные правила, предшествует теоретическое введение «О назначении и принципах пунктуации». Важными представляются дополнения к правилам относительно некоторых явлений в русской речи, ранее находившихся вне поля зрения авторов, — такковы разделы «Членение предложения с помощью точки» (о знаках препинания при парцелляции), «Знаки препинания при именительном темы». Весьма существенной корректировке подвергся раздел, посвя-

щенный употреблению строчных и прописных букв. «Таким образом, — пишут авторы справочника в предисловии, — подготовленный текст правил русского правописания не только отражает нормы, зафиксированные в «Правилах» 1956 г., но и во многих случаях дополняет и уточняет их с учетом современной практики письма». Несомненным достоинством данного издания является наличие в нем указателя слов к разделу «Орфография» и предметного указателя к разделу «Пунктуация».

Справочник вполне годен для редакционной работы и для обучения, однако не лишен ряда недостатков, связанных с недостаточной степенью убедительности способов изложения правил, выверенности формулировок, точности иллюстративного материала.

### *Как пользоваться справочным материалом*

Практика показывает, что очень часто, несмотря на наличие хорошего справочного материала, автор текста, редактор не вполне справляются со своими обязанностями или их работа оказывается малопродуктивной. Дело в том, что недостаточно иметь справочник, нужно уметь им пользоваться. Следует хорошо представлять себе, что и как изложено в справочниках, что там можно найти, а что — нет. Постараемся дать несколько рекомендаций.

Если вы сталкиваетесь с пунктуационной проблемой, то прежде всего нужно точно знать, к какой части русской пунктуационной системы она относится. Русская пунктуация на самом деле представляет единство двух функциональных пунктуационных систем. Ее основа — система знаков препинания, связанная с выражением структурно-грамматических отношений. Не случайно подавляющая часть правил русской пунктуации сформулирована с помощью терминов структурной грамматики: «однородные члены», «обособленные члены», «сложносочиненное предложение», «придаточная часть» и др. Постановка таких знаков препинания жестко регламентирована. Другая часть знаков препинания полностью или частично освобождена от выражения структурно-грамматических отношений. Их наличие или выбор обусловлены намерением автора передать прежде всего определенный ритм, определенную (автором) интонацию текста. Правила русской пунктуации лишь в незначительной степени регламентируют расстановку таких знаков препинания. Чтобы это понять, рекомендуем провести небольшой эксперимент — опустить в отрывке текста любого автора все знаки препинания, в том числе и те, что разделяют предложения; затем расставить их по собственному усмотрению; наконец, сверить оба варианта.

Сколько бы ни повторять подобный эксперимент, результат всегда будет один: часть знаков совпадет, но многие будут расставлены по-разному. И это при том, что знаки в том и другом случае ставились в соответствии с правилами. Почему такие несовпадения? Потому, что членение текста на фразы зависит от намерения автора организовать текст в ритмическом и интонационном плане. Если он видит речь плавной, то точек будет мало, если отрывистой, резкой — больше. Комбинация точек и запятых в сочетании с длиной слов и синтагм создает очень сложные ритмико-интонационные рисунки. В расстановке этой части знаков препинания проявляется чувство ритма автора, его умение передавать в интонации тончайшие оттенки чувств и душевных движений. Подобным умением обладают немногие, обычно те, для кого письменная речь является профессией.

Однако знаки препинания, связанные с выражением структурно-грамматических отношений, всеми ставятся совершенно одинаково. Так, в любом тексте обязательно следует выделить вводные слова и конструкции, деепричастные обороты и т.д.

Знаки препинания, разделяющие фразы, лишь отчасти свободны от выражения структурно-грамматических отношений. Поэтому мы, с одной стороны, обязаны ставить между предложениями тот или иной знак, но свободны в его выборе.

Теперь остановимся на том, как следует изучать знаки препинания, выделяющие структурно-грамматические единицы. Ошибки в их расстановке являются абсолютно неприемлемыми.

Покажем методику изучения пунктуационного правила, известного курса средней школы, на основе анализа постановки тире между подлежащим и сказуемым.

*Этап 1.* Осознаем грамматическую ситуацию, которая диктует применение данного пунктуационного правила. Почему между подлежащим и сказуемым в некоторых случаях нужно ставить тире? Ответ достаточно прост — потому что постановкой тире обозначают случаи нетипичного выражения подлежащего и сказуемого.

Синтаксическая специфика позиций подлежащего и сказуемого состоит в том, что слово, которое занимает позицию подлежащего («работает» подлежащим) выполняет функцию называния т.е. подлежащее называет то, о чем говорится в предложении. Слово, которое занимает позицию сказуемого («работает» сказуемым), выполняет другую функцию — характеризует названное.

Для выполнения функций называния и характеристики годятся разные части речи. Для называния лучше всего подходит существительное или местоимение, для характеристики — глагол или прилагательное.

тельное. Именно поэтому в русском языке подлежащее чаще всего выражается существительным или местоимением, а сказуемое — глаголом или прилагательным (глагольное и именное сказуемое).

Во всех этих случаях, когда подлежащее и сказуемое выражены типичными, наиболее характерными для них частями речи (соответственно, существительным или местоимением — глаголом или прилагательным), между ними не ставится никакого знака препинания. На это обстоятельство нужно обратить особое внимание. Дело в том, что нередко в распространенных предложениях постановка запятой между подлежащим и сказуемым провоцируется тем, что при порядке следования главных членов «подлежащее — сказуемое» (отсутствии инверсии) они всегда отделяются осязательной паузой: «Слишком легкое и равнодушное принятие Некрасова(,) грозит поверхностным обходом обвинений против его искусства». Подобного рода ошибки (лишние запяты) встречаются довольно часто, но методика работы над ними развита чрезвычайно слабо.

Теперь будет понятно происхождение правила постановки тире между подлежащим и сказуемым. Это тире, отмечая нетипичные случаи выражения подлежащего и сказуемого, облегчает чтение текста.

**Эман 2.** Определяем основу правила. Мы знаем, что тире ставится между подлежащим и сказуемым в случаях, когда подлежащее или сказуемое, или оба они выражены: именительным падежом существительного, неопределенной формой глагола, количественным числительным или количественно-именным сочетанием в именительном падеже. При таком выражении главных членов их выбор может носить и перекрестный характер: подлежащее — именительный падеж существительного, сказуемое — неопределенная форма глагола, и наоборот. На схеме:

<u>Подлежащее</u>	<u>Сказуемое</u>
1. И. п. существительного	И. п. существительного
2. Неопр. форма глагола	Неопр. форма глагола
3. И. п. колич. числительного	И. п. колич. числительного
4. Колич.-именное сочетание	Колич.-именное сочетание

**Базовые примеры:** 1. Москва — столица нашей родины; 2. Жить — родине служить; 3. Дважды два — четыре; 4. Две эти книги — два самых дорогих для меня подарка.

**Перекрестные варианты:** 1. Врага уничтожить — большая заслуга, но друга спасти — это высшая честь; 2. Наша задача — выполнить план раньше намеченного срока.

**Эман 3.** Выявим частные случаи, которые распространены и регулируются однозначными предписаниями.



### Наличие связки.

а) перед указательными связками *это, вот, значит, это значит* тире ставится: Наш двор — *это* сад; Жить — *значит* служить родине; Выполнить план — *вот* главная задача.

б) перед сравнительными связками *как, словно, будто, как будто, что* тире опускается, но запятая при этом не ставится: Наш двор *как* сад; Горы *словно* складки на поверхности земли; Восход солнца *будто* пожар; Мирская молва *что* морская волна.

**Инверсия.** Если подлежащее и сказуемое меняются местами, меняется также интонационный рисунок предложения. Оно получает эмфатическое (эмоционально окрашенное) ударение, которым отмечается слово, являющееся сказуемым. Предложение имеет нисходящую интонацию, и по этой интонации легко узнается. Постановка тире в этом случае будет сбивать читающего с толку: *Прекрасный человек Иван Иванович! Славное место эта долина!*

Замена тире частицей, вводным словом, обстоятельством, дополнением. Если в месте постановки тире находится частица, вводное слово, обстоятельство, дополнение, то тире не ставится: Каждая прочитанная книга *для него* серьезное испытание; Лето, *конечно*, самое удобное время года для экспедиции; Его отъезд *всего лишь* нелепая случайность; Мой отец *уже давно* пенсионер.

**Этап 4.** Осваиваем современную пунктуационную практику. Обращаем внимание на случаи, которые носят рекомендательный характер, на связь пунктуационного правила со стилистическими явлениями. Так, не принято ставить тире в конструкциях коротких, с ярко выраженной разговорной окраской: Мой брат шофер.

К сожалению, некоторые справочники дают рекомендации сомнительного характера, по сути сводящие на нет ту или иную часть правила или даже правило в целом. Трудно согласиться с рекомендацией, которую академический справочник дает в примечании к правилу, не разрешающему ставить тире при наличии связки со сравнительным значением. В подтверждение того, что при акцентировании сказуемого тире возможно, приводится пример: «Луна в небе — как среднеазиатская дыня». В данной фразе нет никаких признаков, которые бы говорили об акцентировании сказуемого. Более естественно предположить, что речь идет о простом несоблюдении правила.

В некоторых случаях пунктуационная практика не соответствует предписаниям и рекомендациям справочников. Например, не рекомендуется ставить тире, если в месте его постановки стоит частица *не*, которая делает отрицательным все предложение. Однако предложения типа «Бедность — не порок» встречаются достаточно часто.

Предлагаемый подход к изучению русского правописания, конечно, требует времени и упорного труда, однако он поможет неформальному усвоению правил, разовьет умение легко разбираться с самыми трудными пунктуационными и орфографическими ситуациями.

### Контрольные вопросы и задания

1. Что понимается под культурой делового общения и нормой русского литературного языка?
2. Определите, есть ли у кого-либо из членов вашей группы отклонения от норм произношения.
3. Что вам известно о колебаниях в ударении?
4. Расскажите о стилях произношения.
5. Какие требования предъявляются к речи выступающего со стороны ее звучания?
6. Какие недостатки в речи выступающего проявляются чаще всего? Как от них избавиться?
7. Что надо знать, чтобы читать выразительно?
8. В чем состоит наибольшая трудность в употреблении новых слов?
9. Для чего нужны разным категориям населения правовые термины?
10. Что такое терминологизация слов?
11. Что означает изменение сферы употребления слов?
12. Расскажите о сочетаемости слов.
13. Охарактеризуйте ваше отношение к словам, находящимся за пределами русского литературного языка? Употребляете ли вы их сами и в каких случаях?
14. Расскажите об изменениях во фразеологии русского языка?
15. Для чего используются крылатые слова?
16. Употребление каких морфологических форм вызывает у вас затруднения?
17. Употребление каких синтаксических конструкций вызывает у вас затруднения?
18. Когда были введены в действие современные правила русской орфографии и пунктуации?
19. Какой справочник по орфографии и пунктуации вы выберете для работы с текстом?
20. Чем следует руководствоваться при выборе для работы орфографического словаря?

### Литература

*Брызгунова, Е. А.* Звуки и интонации русской речи. М., 1977 и послед. изд.  
*Водина, Н. С., Иванова, А. Ю., Клюев, В. С.* и др. Культура устной и письменной речи делового человека: справочник. М., 1997.

*Горбачевич, К. С.* Нормы современного русского литературного языка. М., 1989.

Грамматические исследования. Функционально-стилистический аспект: Морфология. Словообразование. Синтаксис / отв. ред. Д. Н. Шмелев. М., 1991.

*Ефремова, Т. Ф., Костомаров, В. Г.* Словарь грамматических трудностей. М., 1993.

*Иванова, В. Ф.* Современная русская орфография. М., 1991.

*Костомаров, В. Г.* Языковой вкус эпохи. М., 1997.

Культура русской речи / под ред. Л. К. Граудиной, Е. Н. Ширяева. М., 1998.

*Розенталь, Д. Э.* Практическая стилистика русского языка. М., 1987.

Русская грамматика : в 2 т. / под ред. Н. Ю. Шведовой. М., 1980.

Русский язык в его функционировании: коммуникативно-прагматический аспект. М., 1993.

Русский язык конца XX столетия (1985—1995 гг.) / отв. ред. Е. А. Земская. М., 1996.

*Сопер, П.* Основы искусства речи. Книга о науке убеждать. Ростов н/Д., 1995.

*Черемисина, Н. В.* Русская интонация: поэзия, проза, разговорная речь. М., 1982.

#### С л о в а р и:

*Агеенко, Ф. Л., Зарва, М. В.* Словарь ударения русского языка. М., 1993.

*Борунова, С. Н., Воронцова, В. Л., Еськова, Н. А.* Орфоэпический словарь русского языка: произношение, ударение, грамматические формы / под ред. Р. И. Аванесова. М., 1993.

*Ваулина, Е. Ю.* Давайте говорить правильно! Юридическая терминология современной России: краткий словарь-справочник. М., 2006.

*Денисов, П. Н.* Словарь сочетаемости слов русского языка. М., 2005.

*Ефремова, Т. Ф.* Современный толковый словарь русского языка : в 3 т. М., 2006.

*Захаренко, Е. Н., Комарова, Л. Н., Нечаева, И. В.* Новый словарь иностранных слов: 25 000 слов и словосочетаний. М., 2003.

*Иванова, Т. Ф.* Новый орфоэпический словарь русского языка. М., 2005.

*Максимов, В. И., Дорот, В. Л., Зайцев, Б. К и др.* Иллюстративный толковый словарь русской научной и технической лексики: 7671 термин / под ред. В. И. Максимова. М., 1994.

Русский язык. Энциклопедия. М., 2003.

*Скляревская, Г. Н., Ваулина, Е. Ю.* Давайте говорить правильно! Новые и наиболее распространенные финансовые термины в современном русском языке: краткий словарь-справочник. СПб., 2005.

*Скляревская, Г. Н., Ваулина, Е. Ю.* Давайте говорить правильно! Новые и наиболее распространенные экономические термины в современном русском языке: краткий словарь-справочник. СПб., 2005.

*Скляревская, Г. Н., Ткачева, И. О.* Давайте говорить правильно! Политический язык современной России: краткий словарь-справочник. СПб., 2003.

*Скляревская, Г. Н., Ваулина, Е. Ю.* Давайте говорить правильно! Трудности грамматического управления в современном русском языке: краткий словарь-справочник. СПб., 2003.

Словарь перестройки (1985—1992) / под ред. В. И. Максимова. СПб., 1992.

*Соловьев, Н. В.* Давайте писать правильно! Орфографические трудности современного русского языка: краткий словарь справочник. СПб., 2004.

Толковый словарь русского языка начала XXI века. Актуальная лексика / под ред. Г. Н. Скляревской. М., 2006.

Толковый словарь русского языка конца XX века. Языковые изменения / под ред. Г. Н. Скляревской. СПб., 1998.

### Практикум

Цель практических занятий к § 1 — понять особенности литературной нормы (ее устойчивости и исторической изменчивости), закрепить навыки литературного произношения.

В заданиях используются термины:

*Звуки* — наименьшие, далее неразложимые единицы звучащей речи. Создаются колебаниями воздуха и работой речевого аппарата. Звуки различаются многими качествами, например высотой тона, длительностью, силой, звуком (тембром). Их произношение зависит от позиции по отношению к другим звукам в слове и от индивидуальных особенностей человека.

*Морфема* — минимальная значимая часть слова, имеющая какое-либо значение. Например, в слове *псковичка* четыре части-морфемы: *ісков-*, *-ич-*, *-к-*, *-а*.

**Задание 1.** Прочитайте определение понятия «языковая норма», данное в энциклопедии «Русский язык» (М., 2003). Какие, указанные в нем признаки нормы, по вашему мнению, являются главными?

Норма языковая, норма литературная — принятые в общественно-языковой практике образованных людей правила произношения, словоупотребления, использования традиционно сложившихся грамматических, стилистических и других языковых средств.

**Задание 2.** Почему в рекламе импортной продукции русские фамилии на *-ов* пишутся через *-офф*: «Смирнофф», «Синебрюхофф»?

**Задание 3.** Прочитайте вслух слова, основа которых оканчивается на губной звук. Какой это звук — твердый или мягкий?

Голубь, сыпь, ставь, обувь, церковь, восемь, кровь, семь, вкривь, выправь.

**Задание 4.** Выпишите слова, в которых **чи** надо произносить как [ши].

Бесконечный, беспорядочный, будничный, булочная, взяточник, конечно, конечный, копеечный, молочный, нарочно, прачечная, пустячный, скворечник, скучно, яичница.

**Задание 5.** Прочитайте отрывок из статьи Ф. Агеенко. Какой из вариантов характеристики согласных (твердые или мягкие) вы употребите вместо пропусков?

Произношение ... согласных перед *е* в заимствованных словах является одним из наиболее актуальных вопросов нормализации. Большинство слов иноязычного происхождения, прочно вошедших в лексику русского языка, произносятся в соответствии с нормами русской орфоэпии, с ... согласными, например: *берёт, броне́т*. Однако иногда некоторые из этих слов произносятся выступающими на ТВ и радио с ... согласными, хотя это не соответствует литературной норме.

Вместе с тем некоторые заимствованные слова, относящиеся к специальной терминологии, следует произносить с ... согласными (*бизнес, детектив*). В указанных случаях они появились вследствие неоправданной русификации заимствованной терминологической лексики.

**Задание 6.** Как произносятся выделенные согласные в приведенных словах?

Агрессия, адекватность, аква**рельный**, альтер**нативный**, дебю**ти**ровать, деград**ир**овать, дезин**форм**ировать, декад**н**ый, дек**р**ет, демобили**за**ция, детек**т**ив, диспан**с**ер, идент**ич**ный.

**Задание 7.** Прочитайте вслух сочетания существительных с предлогами в соответствии с современными нормами. Где должно стоять ударение — на предлоге или на существительном?

По боку, под боком, за борт, на борт, на воду, под воду, с глазу на глаз, год от года, из года в год, на гору, под гору, по двору, по дну, за сердце, на нос, за морем, на землю.

Цель практических занятий к § 2 — привить правильную дикцию и первичные навыки выразительного чтения.

В заданиях используются термины:

**Интонация** — изменение основного тона, темпа, тембра и длительности звучащего предложения для придания ему определенного смысла и вырази-

тельности. *Полнозначительные (значительные) слова* — слова, которые имеют лексическую самостоятельность, т.е. называют предметы, их действия и признаки или указывают на них; выступают в роли членов предложения. К ним относятся существительные, прилагательные, числительные, местоимения, глаголы (причастия, деепричастия), наречия.

*Тон* — высота звука (гласного или звонкого согласного). Тон формируется при прохождении выдыхаемой воздушной струи через голосовые связки, рот и нос.

*Фразовое ударение* — то же, что логическое ударение, т.е. выделение в устном сообщении усилением голоса наиболее важного слова.

**Задание 1.** *Объясните, как изменяется смысл предложения от изменения места паузы в приведенном предложении.*

Покажите мне другой, | недавний контракт. — Покажите мне | другой недавний контракт.

**Задание 2.** *Прочитайте вслух предложения с нужной интонацией, обращая внимание на знаки препинания.*

Слово «Сибирь» — и не столько слово, сколько само понятие, — давно уже звучит вроде набатного колокола, возвещая что-то неопределенно могучее и предстоящее. Прежде эти удары то приглушались, когда интерес к Сибири вдруг понижался, то снова усиливались, когда он поднимался, теперь они постоянно бьют со все нарастающей силой. Сибирь! Сибирь!.. Одни слышат в этом гулком слове уверенность и надежду, другие тревожную поступь человека на дальней земле, третьи ничего определенного не слышат, но прислушиваются со смутным ощущением перемен, идущих из этого края, которые могли бы принести облегчение. Сибирь неминуемо чувствуют в себе даже те, кто никогда в ней не бывал и находится вдали от ее жизни и ее интересов. Она сама вошла в жизнь и интересы многих — если не как физическое, материальное понятие, то как понятие нравственное, сулящее какое-то неясное, но желанное обновление.

(В. Распутин. Сибирь без романтики)

Цель практических занятий к § 3 — обратить внимание на трудности в понимании значений новых слов, в толковании их и роль при этом контекста; на особенности сочетаемости неологизмов; на наплыв заимствованных слов и их употребление; на увлечение просторечной и жаргонной лексикой.

В заданиях используются термины:

*Просторечные слова* — слова со стилистически сниженным, грубым и даже вульгарным оттенком, которые находятся за пределами литературной речи.

*Разговорные слова* — слова, свойственные обывденному, бытовому неприужденному общению.

*Словосочетание* — соединение двух или более знаменательных слов на основе подчинительной грамматической связи.

**Задание 1.** В приведенных ниже словарных статьях заголовочные слова произведены от слов в представленных газетных цитатах. Достаточно ли этого для понимания описываемых предметов и явлений?

**БАРРАЖИРОВЩИК.** Самолет, который барражирует — патрулирует по определенному маршруту. *Когда очередной аппарат, неважно — пилотируемый или нет, начинает маневр схода с орбиты, в небе над Казахстаном уже барражируют самолеты Ан-12 и Ан-24 со специальной аппаратурой на борту. Именно их чувствительные локаторы первыми начинают «видеть» идущее на посадку устройство. Тем временем сигнала ждут вертолеты, их выведут на место посадки операторы с самолетов-барражировщиков.*

**БОДИ-АРТ.** Искусство татуировки. *За последние десять лет татуировочная мысль России простерлась далеко и стала одним из самых интересных видов искусства боди-арт. Правда, сейчас уже не так модно, как несколько лет назад, украшать свое тело татуировкой... Приверженцы традиций могут выбрать свой рисунок из сотен эскизов в стиле «кельт», роспись в национальном стиле, любители красивого — узор в стиле «фэнтези», ощущающие себя аборигеном с острова Борнео — рисунок в стиле «трайбл»... Недавно открылась целая Академия боди-арта.*

**Задание 2.** Выделите основные положения в приведенной газетной заметке. С какими из них вы согласны, а с какими нет? Аргументируйте свою точку зрения.

## ХОЛИДЕЙ БУДЕТ БЛИЖЕ К УИК-ЭНДУ. В РЕДАКЦИИ — ФЕЙС-КОНТРОЛЬ

Мы — носители русского языка — бережно его храним. Чтоб ни одно иностранное слово не внедрилось. Не дай бог! Только понятие о «русском и могучем» у нас довольно расплывчатое. «Киллер» и «дилер», «брокер» и «диггер», «лейбл», «шоп», «паблик рилейшнз», «секонд-хенд», «уик-энд»... «герлы» и «бой», «леди» и «джентльмены!» Это наш язык. Мы так общаемся. Вряд ли через сто лет кто-то вспомнит, что слова эти иностранного происхождения. Лингвисты спорят о степени засорения национального языка, но, кажется, надо вести дебаты о засорении национального сознания. Как сказал один дедушка: «Все это — преклонение перед Америкой. Так сейчас модно». Только мода — она проходит, а вот слова остаются. «Новая газета» решила выяснить, каков нынешний рейтинг наиболее популярных английских словечек, появившихся относительно недавно.

На первом, месте слово «бизнес»... «Доллар» есть доллар, и его признают многие. Второе место. Подростковый сленг — тема отдельная, но все же... Бойфренд... Третье место... «Супер!» Четвертое место. На пятом месте «бодигард», он же «секьюрити», он же охранник, по-русски говоря.

А наш отдел информации (англоговорящая молодежь) в канун Дня святого Валентина передает любимым читателям много «гудлаков, хагов и кисов». В переводе — желает удачи, целует и обнимает. *Шестое* место. Кстати, и сам праздничек-то импортный. Так сказать, плати по лизингу.

**Задание 3.** Укажите в приведенных предложениях из газет фразеологизмы. Какие из них являются сравнительно новыми?

(1) Грянул август 1991-го, вслед за ним развернулась «охота на ведьм». Тут, видимо, у Лифенцева и произошел душевный надлом.

(2) Вы стремитесь раскатать лодку или сказываются извечные трения между законодательной и исполнительной властями?

(3) Таможня «добро» не дает, но контрабандисты берут его сами.

(4) Он вышел на свободу «по звонку» в конце 80-х годов.

(5) Российская субмарина села на хвост американской.

(6) Сейчас речь идет о закладке камня на месте будущего памятника расстрелянным и стертым в лагерную пыль в ГУЛАГах.

(7) Состоится ли первая встреча «без галстуков» глав трех ведущих европейских государств?

(8) Если кошелек полон? Тут такие возможности открываются, столько болезней обнаруживается, столько требуется анализов и исследований. Самых дорогих, самых престижных. Появился даже термин у некоторых медиков — «поймали сладкого».

Продолжите список активно употребляемых в настоящее время фразеологизмов своими примерами.

Цель практических занятий к § 4 — овладеть грамматическими нормами, вызывающими затруднения у говорящих на русском языке.

В заданиях используются термины:

*Второстепенные члены предложения* — члены предложения, которые являются зависимыми от главных членов или друг от друга и находятся в подчинительной связи (согласования, управления или примыкания) со словами, к которым относятся. Выделяют три типа второстепенных членов предложения: определение, дополнение и обстоятельство: «Водитель остановил (чью?) свою (что?) машину (как?) внезапно».

*Главные члены предложения* — подлежащее и сказуемое. Они образуют центр двусоставного предложения: «А за окном все так же *воет вьюга*». Главным членом односоставного предложения может быть или подлежащее, или сказуемое, являющееся также грамматической основой такого предложения и не нуждающееся во втором главном члене: «*Дождь. Ветер. На улице холодно*».



**Задание 1. Заполните клетки воображаемого кроссворда.**

*По горизонтали:* 3. Главный член предложения, обозначающий действие предмета. 5. Второстепенный член предложения, который отвечает на вопросы *какой? какая? какие? чей?* и обозначает признак предмета. 6. Разговор двух или нескольких лиц. 7. Второстепенный член предложения, который обозначает место, время, способ действия. 8. Раздел науки о языке, в котором изучается правильная постановка знаков препинания. 9. Раздел науки о языке, в котором изучаются словосочетания и предложения. 10. Что ставится между подлежащим и сказуемым, если оба они выражены именем существительным в именительном падеже?

*По вертикали:* 1. Главный член предложения. 2. Слово (или сочетание слов), называющее того, к кому обращаются с речью. 4. Два или несколько слов, связанных между собой по смыслу и грамматически.

(К. Домарев)

**Задание 2. Прочитайте вслух газетные вырезки.**

(1) Общая сумма задолженности иностранных государств бывшему СССР и России ныне составляет 120,2 млрд долл. Но и наша страна должна немалую сумму другим государствам и международным финансовым организациям: этот долг достигает 123,5 млрд долл.

(2) Центральный курс доллара определен в 6,2 деноминированных рубля за один доллар — с максимальным отклонением в 15 процентов как в ту, так и в другую сторону (между 5,25 и 7,15 рубля). Банк России будет делать все, чтобы курс удерживался на отметке в 6,15 руб./долл.

(3) Потери от мошенничества с пластиковыми карточками в прошлом году снизились только в одной из фирм до уровня 200—220 тыс. долл.

(4) В распоряжении правительства сказано: «Разрешить ФАС России открыть для международных полетов следующие участки воздушных трасс: Магнитогорск — Златоуст — географическая точка 55°57,0' северной широты, 059°59,0' восточной долготы».

(5) Награждение завода «Кристалл» совпало с 850-летием первого хмельного производства на Руси.

(6) Банк планирует инвестировать в экономику области до 2,5 млрд руб. В настоящее время открыта кредитная линия объемом 269 117 млрд руб.

**Задание 3. Употребите слова в скобках в нужной форме.**

(1) (Авторитетный) жюри молодых стилистов возглавляет (известный французский) кутюрье.

(2) Мода — это и (удивительный) ноу-хау, и выгодное вложение капитала.

(3) Растет число японских ресторанов, где подаются (отличный) гюдон, (вкуснейший) суши, (замечательный) тампура, другие национальные блюда.

(4) 704 кооператива (зарегистрирован) в одном из крупнейших районов города, но только 14% из них (заниматься) благотворительностью.

(5) Первыми обладателями недавно (учрежденный) Гран-при стали легендарный конструктор оружия Михаил Калашников и кондитерская фабрика «Красный Октябрь».

(6) Опрос (четыреста) компаний показал, что 71 (процент) предприятий оценили работу своих пожилых сотрудников положительно.

Цель практических занятий по материалам § 5 — проверить навыки правописания, самопроверки и работы со справочниками.

**Задание 1.** *Перепишите, расставьте знаки препинания, вставьте пропущенные буквы, раскройте скобки. Обратитесь к справочникам. Њі . ёёр±.*

Один из пле...ых вызвал у меня острый приступ нен...в...сти. У меня было какое(т)о мальчишеское чу...ство сож...ления что я его допраш...ваю а он мне отвечает и что все это происход...т здесь и сейчас в лагере вое...опле...ых а не десять лет назад где(нибудь) на перемен... на школьном дворе. С каким насл...ждением услыш...в тогда то что он мне говорил с...час я расквасил(бы) его наглуую физ...ономию.

Это был нахальный голуб...глазый парень ф...льдфебель со ...битого самолета. Он (н...)показался мне (н...)глупым, (н...)ничтожным но он был ч...людеком чьи сужден...я мнен...я предст...влен...я размышлен...я раз(навсегда) замкнуты в один (на)всегда уст...новивш...йся круг из которого (на)ружу (не)вылезает (н...)чего (н...)одна мысль (н...)одно чу...ство. В пределах этого круга он размышлял то(есть) был даже изв...ротлив. Он (не)говорил что Россия напала на Германию он говорил что Германия сама напала. Но напала (по)тому что она точно знала Россия через десять дней нападет на нее. В пр...делах этого круга он был обр...зован то(есть) читал несколько ст...хотв...рений Гёте и Шиллера, читал «Майн кампф» и был вполне грам...тен. В пр...делах этого круга он был (не)лишен чу...ств то(есть) чу...ства патр...отизма товар...щества и так далее.

Но все что вых...дило за пр...делы этого круга его (не)инт...ресовало. Он (не)знал этого. (Не)хотел и (не)умел знать. Словом это была отличная м...шина пр...способле...ая для того чтобы наилу...шим образом уб...вать людей (К. Симонов).

**Задание 2.** *Диктант.*

На другое утро Константин Левин встал раньше обыкновенного, но хозяйственные распоряжения задержали его, и когда он приехал на покос, косцы шли уже по второму ряду.

Еще с горы открылась ему под горою тенистая, уже скошенная часть луга, с сереющими рядами и черными кучками кафтанов, снятых косцами на том месте, откуда они зашли первый ряд.

По мере того как он подъезжал, ему открывались шедшие друг за другом растянутой вереницей и различно махавшие косами мужики, кто в кафтанах, кто в одних рубахах. <...>

Левин слез с лошади и, привязав ее у дороги, сошелся с Титом, который, достав из куста вторую косу, подал ее.

— Готова, барин; бреет, сама косит, — сказал Тит, с улыбкой снимая шапку и подавая ему косу.

Левин взял косу и стал примериваться. Кончившие свои ряды, потные и веселые косцы выходили один за другим на дорогу и, посмеиваясь, здоровались с барином. <...>

<...> Трава была низкая, придорожная, и Левин, давно не косивший и смущенный обращенными на себя взглядами, в первые минуты косил дурно, хотя и махал сильно. Сзади его послышались голоса...

Трава пошла мягче, и Левин, слушая, но не отвечая и стараясь косить как можно лучше, шел за Титом. Они прошли шагов сто. Тит все шел, не останавливаясь, не выказывая ни малейшей усталости; но Левину уже страшно становилось, что он не выдержит: так он устал.

Он чувствовал, что махает из последних сил, и решил просить Тита остановиться. Но в это самое время Тит сам остановился и, нагнувшись, взял травы, отер косу и стал точить. <...>

На втором приеме было то же. Тит шел мах за махом, не останавливаясь и не уставая. Левин шел за ним, стараясь не отставать, и ему становилось все труднее и труднее: наступала минута, когда он чувствовал, у него не остается более сил, но в это самое время Тит останавливался и точил.

Так они прошли первый ряд. И длинный ряд этот показался особенно труден Левину; но зато, когда ряд был дойден и Тит, вскинув на плечо косу, медленными шагами пошел заходить по следам, оставленным его каблуками по прокосу, и Левин точно так же пошел по своему прокосу, — несмотря на то, что пот катил градом по его лицу и капал с носа и вся спина его была мокра, как вымоченная в воде, — ему было очень хорошо. В особенности радовало его то, что он знал теперь, что выдержит (*Л. Толстой*).

*Задние 3. Перепишите, расставьте знаки препинания, вставьте пропущенные буквы. В случае затруднений обращайтесь к справочникам.*

### ПРИНЦИП «ПЕРЕВЕРНУТОЙ ПИРАМИДЫ» В ГИП...РТЕКСТОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Вначал... следует пр...водить краткую сводку (лид) позволяющую пос...ти-телям составить общее представление о содержащ...йся на странице информации даже в том случае если они не озн...комятся со всей этой информацией в полной мере.

Затем нужно постепе...но переходить к подробностям. Главное чтобы пользует...ль мог пр...рвать чтение в любой момент и при этом знать какой вопрос рассматрива...т...ся в этой главе.

- Внутри «пирамиды» поток информации обычно пр...нима...т такую форму:
- Лид-резюме, основан...ый на том факте о котором идет речь / Постановка вопроса / Озн...к...мление с темой статьи.
- 2—4 абзаца в которых излага...тся факт/вопрос/тема более подробно.
- Абзац-пред...стория или абзац-связка которые связывают факт/вопрос/тему с тем что происходило ранее.
- Дополнительная информация о факте/вопросе/теме статьи.
- Дополнительная информация о пред...стории или дальнейш...х persp...ктивах развития событий.

Другие формы к...мп...новки материала по принципу «перевернутой пирамиды»:

• *Хронология.* После лида материал изл...гается в том порядке в котором происходили события.

• *Сериял или эпизод.* После лида разд...лите материал на подтемы и рассматривайте каждую из них по очереди. Концовка должна связать их в одно целое.

• *Затяжная форма.* Вступление в форме жанровой сценки или пример из жизни даются перед изл...жением событий. Не растяг...вайте этот лид иначе читатель может не уд...лить внимания остальному.

• *Напряжение.* Обратный поворот «перевернутой пирамиды» — концовка «с сюрпризом». Вы рассказываете о случивш...мся но результаты пр...держ...ваете до последнего абзаца. Этот вариант использует...ся редко но он хорош для событий, ход которых замысловат или комичен.

• *Очерк.* Здесь ваша цель — не только давать информацию, но и делит...ся впеч...тлениями. Фактор времени не так важен, как личностные или общечеловеческие проблемы. Вам нужно нарисовать картинку в воображени... читателя. Выделите центральную посылку, обозначьте ее в самом начале и разрабатывайте на протяжен... всей статьи. Вокруг этой центральной посылки создайте кружево из наблюдений, анекдотов, аналогий, примеров, цитат и описаний чтобы картинка стала цельной.

• *Анализ.* Форма обычно такова: а) описание проблемы; б) мнения причас...ных к ней людей и занимаемые ими позиции; в) ваши соображения по поводу дальнейшего развития событий и конечного результата. Ком...ментарий продвигает анализ на шаг вперед: автор также занимает определен...ую позицию.

• *Рубрики-колонки и обзоры.* Здесь существует неисч...слимое множ...ство форм. Годит...ся все, что имеет отношение к читателю, осущ...ствляет цели автора и мастерски написан...о.

## Глава 9

# Ñëóæááíàÿ äîêóì áíòàöèÿ

В данной главе речь пойдет не о систематизированном и полном курсе делопроизводства, предназначенном для служащих всех уровней и профилей, в том числе сотрудников финансовых органов, бухгалтерии, отделов планирования, снабжения и сбыта. Здесь будут представлены и описаны документы по административным и общим вопросам, без знания специфики которых и умения их составлять деятельность практически всех работников предприятий и учреждений не может быть плодотворной и перспективной.

### § 1. Понятие документа и бланка. Особенности официально-делового общения

Согласно Федеральному закону от 27 ноября 1994 г. «О библиотечном деле» документ — это «материальный объект с зафиксированной на нем информацией в виде текста, звукозаписи или изображения, предназначенный для передачи во времени и пространстве в целях хранения и общественного использования».

Как правило, документ оформляется на бланке в соответствии с требованиями принятого стандарта. Деловые документы строго следуют форме. Для того, чтобы они легче и быстрее воспринимались адресатом, точнее и правильнее заполнялись, выпускаются специальные шаблоны, бланки (от *франц.* blanc — белый, т.е. лист бумаги с пропусками для заполнения). Тем не менее дело это требует специальных знаний и даже навыка. Для заполнения бланков, например, налоговой декларации, иногда обращаются к платным консультантам. Б л а н к можно определить как лист бумаги с воспроизведенными

ми на нем типографским способом постоянными *реквизитами* или их частями (эмблема организации, наименование министерства или ведомства, организации, индекс предприятия связи, название вида документа, адресат, гриф утверждения документа, текст, отметка о наличии приложений, подпись, печать). Юридическую силу в настоящее время имеют только документы на бумажном носителе, факсы и электронные письма таковыми не являются. В ряде случаев, например при оплате платежного поручения в банке, возможно использование электронного документа с цифровой подписью, но при условии дальнейшего предоставления его твердой копии, т.е. той же распечатки.

В деловой коммуникации, предполагающей прием и передачу сообщений в устной или письменной форме, переработку информации, реактивные действия партнеров по коммуникации, трудно избежать ошибок. Однако ограничить их число возможно. Для этого еще до начала переговорного процесса стоит отметить в программах или планах деятельности пункты, которые нужно уточнить, чтобы не допустить ошибок.

Анализ наиболее часто встречающихся ошибок в деловой коммуникации позволяет сделать вывод, что большинство отрицательных результатов, например несоответствие намеченным параметрам взаимодействия, непонимание между участниками общения, возникает из-за отсутствия или недостаточной развитости речевых навыков и умений в устном и письменном деловом общении. В связи с этим понятна актуальность знания стилистики официально-делового общения, овладения лексическими и грамматическими навыками построения текстов сообщений, обращений, протоколов, договоров, выступлений.

Анализируя информационные материалы, подготовленные для использования в процессе коммуникации, необходимо обратить внимание на следующие показатели их совершенства:

- соблюдение грамматических и стилистических правил;
- подбор слов, соответствующих замыслу контактов;
- простота и краткость изложения содержания;
- интересность и убедительность: отсутствие лишних слов, конкретность, использование экспрессивной лексики и выражений позитивного плана, выраженная адресность текстов;
- достоверность и точность.

Приведем пример. Обсуждая необходимость переговоров и договариваясь о дате их проведения, стороны обмениваются деловыми письмами и знакомят друг друга с новой информацией, актуальной для подготовки переговоров. Прокомментируем следующее письмо.

Уважаемые коллеги!

Ваше предложение о проведении переговоров с целью более детального обсуждения возможностей и форм сотрудничества вызвало горячее одобрение всего нашего коллектива.

Мы рады будем как можно скорее сесть с вами за стол переговоров.

Надеемся, что вы согласитесь с необходимостью проанализировать последние информационные материалы и публикации, которые дают представление о тех или иных факторах в сегодняшнем положении фирм.

Ждем вашего ответа и предложения о дате переговоров.

С уважением,

Директор фирмы «Н» *Иванов С.Б.*

Отметим показатели совершенства (или несовершенства) текста письма.

1. Письмо проникнуто желанием авторов поставить себя в зависимое положение по отношению к адресату, польстить, подстроиться... В деловой переписке это недопустимый просчет.

2. Растянуто изложение четырех простых и конкретных положений: *получили ваше письмо; готовы к переговорам; предлагаем обменяться дополнительной (новой) информацией; рассмотрим ваш вариант даты переговоров.* Не призывая к «телеграфному» варианту подачи информации, отметим все-таки, что деловые письма должны отличаться краткостью, четкостью, простотой слога.

3. У авторов письма смутные понятия о стилистических правилах составления деловых текстов. Так, выражение «вызвало горячее одобрение всего нашего коллектива» явно заимствовано из выступления на профсоюзном собрании, а фраза «Мы рады будем как можно скорее сесть с вами за стол переговоров» — из бытового разговора на эту тему.

Слова «информационные материалы и публикации» вызывают вопрос: разве публикации не относятся к информационным материалам?

4. Использование слов, не соответствующих замыслу обращения. Как следует понимать «представление о тех или иных факторах в сегодняшнем положении фирм»? «Фактор» в смысле каких-либо существенных обстоятельств в процессе, явлении (например, фактор времени) или имеются в виду сами события, явления (т.е. факты), изложение которых дает нужную информацию? К сожалению, понятия «фактор» и «факт» путают очень часто.

5. Никакой конкретности и точности не привносит в письмо рекомендация партнера проанализировать «те или иные» факторы в положении фирмы.

6. В заключительной части делового письма подобного типа не обязательно обозначать должность отправителя, к тому же его инициалы должны предварять фамилию.

Конечно, все эти «тонкости» оформления деловых текстов можно считать второстепенными по сравнению с предметным содержанием. Однако попытайтесь сравнить приведенное выше письмо и отредактированный его вариант:

Уважаемые коллеги!

Благодарим вас за предложение провести переговоры по обсуждению форм сотрудничества наших фирм.

Предлагаем вам до начала переговоров обменяться актуальной в данный момент информацией о деятельности фирм.

Готовы рассмотреть ваши предложения по проведению переговоров, месту, времени, составу делегаций.

Высылаем вам наши новые рекламные проспекты с самой свежей информацией о характере деятельности подразделений нашей фирмы.

Надеемся на плодотворное сотрудничество.

С уважением,

С.Б. Иванов

## § 2. Документы для внутреннего пользования

Документы для внутреннего пользования называются обычно управленческими или организационно-распорядительными (ОРД). Каждый документ должен иметь определенные реквизиты, или обязательные сведения, которые должны в нем содержаться для признания его действительным. ГОСТ 6.38-90, введенный с 1 января 1991 г., установил для ОРД 31 реквизит. Ниже (рис. 1, 2) приведены образцы расположения реквизитов на документе внутреннего пользования и комментариев к ним.

1. Государственный герб (для бланков государственных предприятий). Его изображение помещается на верхнем поле управленческих документов в соответствии с Положением о Государственном гербе Российской Федерации.

2. Эмблема организации. Ее изображение помещается также на верхнем поле документа, но ниже государственного герба.

3. Изображение наград. Этот реквизит пока не отменен, но в настоящее время его почти не используют.



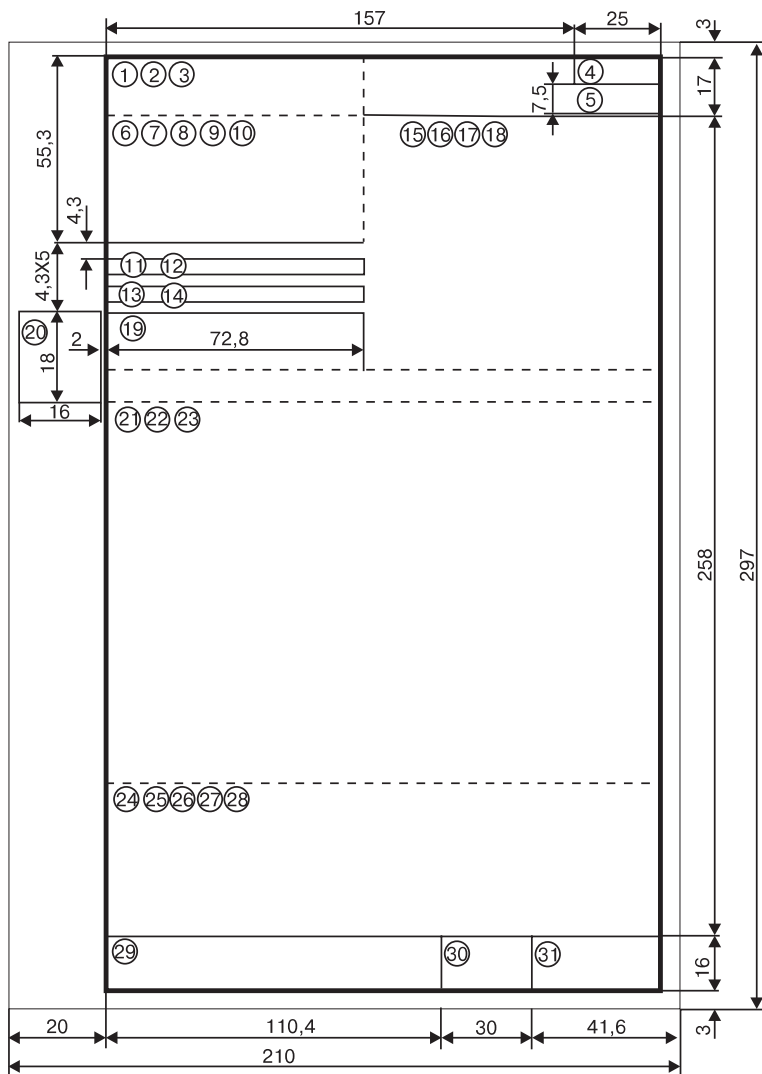


Рис. 1. Расположение и размеры реквизитов на бланке формата А4

4. Код организации по ОКПО — Общероссийскому классификатору предприятий и организаций. Изображается в виде цифр в правой верхней части документа.

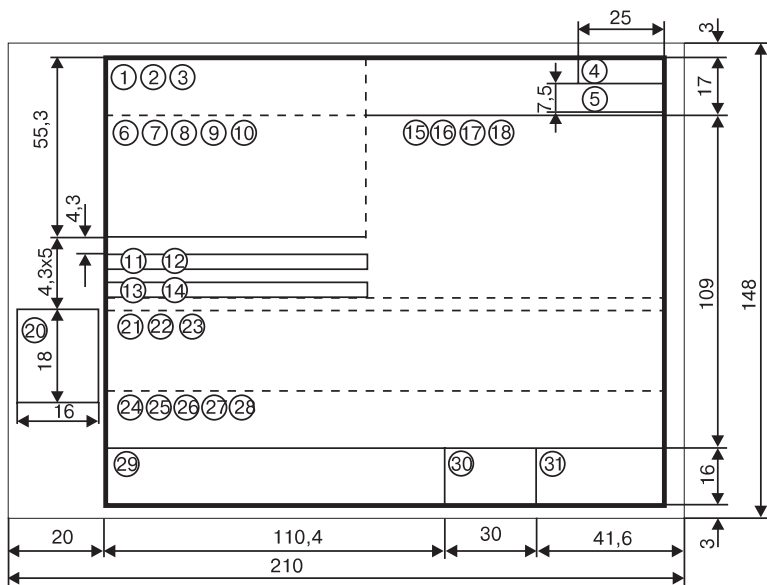


Рис. 2. Расположение и размеры реквизитов на бланке формата А5

5. Код документа по ОКУД — Общероссийскому классификатору управленческой документации. Изображается в виде цифр в правой верхней части документа.

6. Наименование министерства (ведомства). Помещается на бланках государственных предприятий, имеющих ведомственное подчинение.

7. Наименование организации (где составлен документ). Указывается в соответствии с Положением об этой организации.

8. Наименование структурного подразделения. Указывается, если соответствующее подразделение имеет право на издание документов рассматриваемого типа. Помещается ниже наименования организации.

9. Индекс предприятия связи, почтовый и телеграфный адрес, номер телетайпа, телефона, телефакса, счета в банке; адрес электронной почты (e-mail), страница в Интернете (web-site). Эти данные помещаются ниже наименования организации.

10. Название вида документа. Оно должно соответствовать содержанию документа. Указывается заглавными буквами.

11. **Дата.** Отмечается арабскими цифрами в день подписания или издания документа, его отправления или получения. Например: 22.06.98 (возможен вариант — 98.06.22). В финансовых документах использование словесно-цифровой передачи дат: 22 июня 1998 года.

12. **Индекс.** Состоит из порядкового номера, обновляющегося с начала календарного года. Этот номер может быть дополнен индексом по номенклатуре дел и индексом применяемого классификатора (вопросов деятельности корреспондентов). В случае составления документа несколькими организациями их регистрационные индексы проставляются через косую черту в порядке представления авторов в документе.

13. **Ссылка на индекс и дату входящего документа.** Обязательно дается в ответном письме.

14. **Место составления или издания документа.** Указывается на всех документах, кроме служебного письма: г. Санкт-Петербург; Ленинградская область, г. Луга.

15. **Гриф ограничения доступа к документу.** Указывается в правой стороне верхней части документа. При наличии такого грифа на документе им можно пользоваться только на работе. Гриф «Секретно» дает право на ознакомление с документом только узкому кругу работников, имеющих специальный допуск.

16. **Адресат.** Документ может адресоваться в организацию или конкретному должностному лицу. В первом случае должностное лицо не упоминается, а название предприятия пишется в именительном падеже. Например:

Министерство образования и науки  
Российской Федерации  
Управление по работе с иностранными учащимися

Если документ адресуется не только в определенную организацию, но и конкретному лицу, то название организации ставится в именительном падеже, а название должности и фамилия адресата — в дательном:

Министерство образования и науки  
Российской Федерации  
Управление по работе с иностранными учащимися  
Начальнику управления Н.П. Голубеву

Если документ адресуется лицу с указанием статуса, то название организации входит в состав наименования должности, но отдельно не указывается:

Начальнику Управления по работе с иностранными  
учащимися Министерства общего  
и профессионального образования  
Российской Федерации

Если документ направляется одновременно в несколько организаций, то их названия указываются обобщенно:

Начальникам управлений  
Министерства общего  
и профессионального образования  
Российской Федерации

Каждый экземпляр такого документа подписывается. Слово «копия» на втором, третьем и четвертом экземплярах не ставится.

При направлении документа разовым корреспондентам указывается их полный почтовый адрес:

113833 ГСП, Москва, М-93, ул. Люсиновская, д. 51.  
Министерство общего и профессионального  
образования Российской Федерации

Если документ рассылается более чем четырьмя адресатам, то должен быть составлен список на рассылку; на каждом экземпляре указывается только один адресат.

Если документ адресуется частному лицу, то вначале указывается его почтовый адрес, затем фамилия и инициалы:

194156, г. Санкт-Петербург, Большой  
Самсониевский пр., д. 81, кв. 35  
Шевякину В.П.

17. Гриф утверждения документа. Помещается в правой верхней части титульного листа и включает слово «УТВЕРЖДАЮ», наименование должности утверждающего лица, его личную подпись с расшифровкой и дату:

УТВЕРЖДАЮ

Начальник Управления по работе  
с иностранными учащимися

Подпись \_\_\_\_\_ Н.П. Иванов

«\_\_» \_\_\_\_\_ 200\_\_ г.

При утверждении документа постановлением, решением, протоколом гриф утверждения включает в себя слово «УТВЕРЖДЕНО», название документа в именительном падеже, дату и номер:

УТВЕРЖДЕНО

Приказ ректора Санкт-Петербургского государственного университета 10.06.03 № 538.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол собрания акционеров ОАО «Вымпел».

18. Резолюция. Должна содержать указание по исполнению приказа, постановления и т.д., заключенного в документе. В состав резолюции должны входить: фамилия исполнителя, содержание распоряжения, срок исполнения, подпись, дата. В простейшем случае ставятся фамилия исполнителя, подпись автора резолюции и дата.

19. Заголовок к тексту. Указывает на содержание документа с предлогом *о(об)* без кавычек: *Об утверждении графика погашения задолженности*. На документах формата А5 заголовок к тексту может отсутствовать.

20. Отметка о контроле. Если срок исполнения документа не указан в резолюции, то он определяется в один месяц или как отмечено в документе.

21. Текст — содержание письма, которое может оформляться в виде таблицы, анкеты или свободного (комбинированного) изложения сути вопроса. При увеличенном объеме текста и включении в него нескольких вопросов, решений или выводов целесообразно выделять в нем разделы, подразделы, пункты; нумеровать их следует арабскими цифрами. Обычно текст состоит из введения с объяснением причин, побудивших к составлению письма, и основной части с изложением сути дела (обращения).

В организационно-распорядительных документах содержание текста обычно излагается от первого лица единственного числа (*постановляю, предлагаю, прошу*). Если документ исходит от коллегиального органа, то принята форма изложения от третьего лица единст-

венного числа (*постановляет, решил*). В протоколах текст принято излагать от третьего лица множественного числа (*слушали, выступили, постановили*). Содержание письма излагается от первого лица единственного числа (*считаю необходимым, прошу выделить*) или множественного (*просим рассмотреть*), а также от третьего лица единственного числа (*администрации согласна принять, не возражает против направления, профком считает возможным*).

22. Отметка о наличии приложений. При наличии их в документе делается запись в форме:

Приложение: на 5 л. в 2 экз.

23. Подпись. Этот реквизит включает: наименование должности лица, подписывающего документ, и личную подпись с расшифровкой:

Ректор Санкт-Петербургской  
технической академии  
*Подпись* А.Н. Ковалев

Если документ подписывается двумя должностными лицами, их подписи располагаются одна под другой в соответствии с должностной иерархией:

Директор АОЗТ «Златоуст» *Подпись* С.Н. Голубев  
Главный бухгалтер *Подпись* А.Ф. Белкин

Если документ подписывается лицами, занимающими равные должности, то их подписи располагаются на одном уровне:

Начальник отдела снабжения *Подпись* В.Н. Гришечкин  
*Подпись* Б.Д. Малышев *Подпись* В.Н. Гришечкин

24. Гриф согласования. Включает слово «СОГЛАСОВАНО», наименование должности лица, с кем согласовывается документ, личную подпись с расшифровкой и дату:

СОГЛАСОВАНО  
Заместитель министра обороны РФ  
Министерства обороны РФ  
\_\_\_\_\_ Б.В. Яковлев  
*Подпись*  
17.12.10

Гриффы согласования располагаются ниже реквизита «Подпись».

В реквизитах 17, 23., 24 следует указывать фактическую должность лица, ставящего подпись. Нельзя ставить предлог *за* или косую черту перед наименованием должности.

25. В и з ы. При визировании документа необходимо ставить не только личную подпись с ее расшифровкой, но и дату:

а) \_\_\_\_\_ Д.А. Федоров  
*Подпись*  
18.12.10

б) Директор издательства «Нева»  
\_\_\_\_\_  
*Подпись*  
30.03.10  
*Р.О. Бугаев*

26. П е ч а т ь. В ряде специальных документов, связанных с расходованием денежных средств и материальных ценностей, а также иных, предусмотренных действующим законодательством, подпись ответственного лица должна быть заверена печатью (гербовой круглой).

27. Отметка о заверении копии документа. Отметка «Верно» указывается ниже реквизита «Подпись» и заверяется соответствующим должностным лицом, в подтверждении чего ставятся его личная подпись с расшифровкой и дата заверения:

Верно  
Начальник отдела кадров  
19.04.10

\_\_\_\_\_  
*Подпись*  
В.С. Шкаликов

В необходимых случаях (при выдаче копии документа на руки или пересылке ее в другие организации) на заверительной подписи ставится печать.

28. Фамилия исполнителя (составителя) и номер его телефона. Указывается на лицевой или оборотной стороне последнего листа документа в левом нижнем углу.

Григорьев 247-59-95

29. Отметка об исполнении документа и направлении его в дело. Содержит краткие сведения об исполнении; слова «В дело» и номер дела, в котором будет храниться документ.

30. Отметка о переносе данных на машинный носитель. Состоит из фразы «Информация перенесена на машинный носитель», подписанной ответственным за перенос лицом, и даты переноса.

31. **Отметка о поступлении документа.** Помещается в его нижней части и состоит из сокращенного наименования организации — получателя документа, даты поступления документа и его индекса.

Совокупность реквизитов в том или ином документе называется *формуляром*.

Текст документа на бланках формата А4 рекомендуется печатать через полтора междустрочных интервала, а на бланках А5 — через один. Все остальные реквизиты рекомендуется печатать через один междустрочный интервал (устанавливается в опции **Формат — Абзац**).

Сами реквизиты отделяются друг от друга 2—3 интервалами.

Название вида документа следует печатать прописными буквами, точку после заголовка не ставить.

Среди управленческих документов выделяют организационные и распорядительные (поэтому их называют также организационно-распорядительными). К *организационным* документам относятся: устав, структура и штатная численность аппарата управления, штатное расписание, правила внутреннего трудового распорядка или положения о персонале, положение о структурном подразделении предприятия, должностная инструкция; к *распорядительным* — приказ, распоряжение, указание, инструкция. Отдельно выделяют *информационно-справочные* документы (протокол, акт, докладная и объяснительная записки, справка и т.д.) и документы по персоналу предприятия (типовой трудовой договор, заявление, анкета, характеристика и т.д.). Далее мы остановимся только на основных документах, с которыми так или иначе сталкивается любой работник предприятия или учреждения.

### *Должностная инструкция*

В этом документе указываются функции, обязанности, права и ответственность сотрудника определенной категории. Положения должностной инструкции являются основой трудового соглашения с тем или иным работником. Она необходима также при возникновении трудовых споров, конфликтных ситуаций во взаимоотношениях между работниками и работодателями.

Не существует единой формы должностной инструкции для рабочих и служащих разных предприятий, хотя в специальных изданиях предлагаются типовые инструкции для разных должностей. Обычно конкретная инструкция создается работниками кадровой службы предприятия на основе типовой, согласовывается с юрисконсультлом и утверждается руководителем предприятия. При необходимости вне-



сения в нее существенных изменений издается соответствующий приказ руководителя предприятия.

Образец

Наименование предприятия	УТВЕРЖДАЮ Руководитель предприятия	
ДОЛЖНОСТНАЯ ИНСТРУКЦИЯ	<i>Подпись</i>	Расшифровка подписи
00.00.00 № 00		
Москва		
Наименование должности работника		
Структура текста		
Общие положения		
Функции		
Должностные обязанности		
Права		
Ответственность		
Взаимоотношения (связи по должности)		
Руководитель структурного подразделения	<i>Подпись</i>	Расшифровка подписи
Визы согласования		
С инструкцией ознакомлен	<i>Подпись</i>	Расшифровка подписи

### *Приказ*

Самый распространенный вид распорядительного документа, встречающийся в практике управления — приказ — правовой акт, который издается руководителями предприятий, учреждений (или руководителями их подразделений), действующих на основе единоначалия. Приказ издается в целях проведения определенных мероприятий, направленных на совершенствование деятельности организации или решение кадровых вопросов. Образец см. на с. 317.

Заголовок приказа начинается с предлога *о (об)* с добавлением отглагольного существительного: *О назначении, Об утверждении*.

Приказ, как и другие управленческие документы, содержит обычно две части: констатирующую и распорядительную. Первая является введением в суть рассматриваемого вопроса, вторая начинается со слова ПРИКАЗЫВАЮ, которое печатается прописными буквами; затем с новой строки следует само распоряжение. Оно должно быть конкретным, четким, с формулировками, не допускающими различных толкований, с указанием исполнителей и сроков исполнения, а также лица, на которое возлагается контроль за исполнением распоряжения.

В состав реквизитов приказа входят: герб РФ (для коммерческих предприятий — товарный знак), наименование ведомства или организации, вида документа, а также дата, индекс, место составления, заголовок, текст, подпись, а при необходимости — отметка о согласовании.

### *Распоряжение*

По своему назначению и характеру этот документ близок к приказу, но обычно издается по оперативным вопросам каждодневной производственно-хозяйственной и административной деятельности предприятия. Его текст должен содержать: конкретное задание, указания на ответственного исполнителя и срок исполнения. Распоряжения следует оформлять на общем бланке предприятия, они подписываются руководителем или его заместителем. Образец см. на с.318.

### *Протокол*

Различают полные и краткие протоколы. Полный протокол составляют на особо важном заседании, совещании, собрании. Основную его часть занимают разделы, каждый из которых прямо соотносится с пунктом повестки дня, строится по схеме: СЛУШАЛИ, ВЫСТУПИЛИ, ПОСТАНОВИЛИ (РЕШИЛИ). Последний раздел является наи-

Образец

Министерство образования  
Российской Федерации

Санкт-Петербургский государственный тех-  
нический университет

## П Р И К А З

10.03.03 № 115-К

По профессорско-  
преподавательскому составу

В соответствии с представлениями  
П Р И К А З Ы В А Ю:

По гидротехническому факультету

1. ВОРОБЬЕВА Бориса Алексеевича, ст. преподавателя по совместительству кафедры ЭиПГС, уволить из университета 02.03.03 по п. 2 ст. 29 КЗоТ РФ в связи с истечением срока трудового договора, с выплатой компенсации за неиспользованный отпуск в размере 24 рабочих дней.

О с н о в а н и е: служебная записка заведующего кафедрой с резолюцией вице-президента по учебной работе.

По физико-механическому факультету

2. ТОЛСТЫХ Виктора Николаевича, 1952 года рождения, принять с 01.02.03 по 30.06.03 доцентом кафедры прикладной математики на 0,25 ставки с оплатой по 14-му разряду.

О с н о в а н и е: личное заявление с резолюцией вице-президента по учебной работе.

По факультету технологии и исследования материалов

3. КОСМЫНИНА Александра Ивановича, доцента кафедры общей химии, уволить из университета 31.03.03 по собственному желанию по ст. 31 КЗоТ РФ.

О с н о в а н и е: личное заявление с резолюцией вице-президента по учебной работе.

Первый вице-президент

*М.Л. Федоров*

Образец

Государственный комитет  
Российской Федерации  
по высшему образованию

Санкт-Петербургский государственный  
технический университет

## РАСПОРЯЖЕНИЕ

12.01.03 №3

Об упорядочении подготовки  
приказов по университету

В последнее время увеличилось количество приказов по университету, причем некоторые из них дублируют друг друга, отмечены случаи представления проектов приказов не уполномоченными на то лицами, возросло количество дополнений и изменений ранее изданных приказов.

С целью устранения отмеченных недостатков, сокращения общего количества приказов, повышения ответственности деканов и начальников управления в подчиненных подразделениях:

**ПРЕДЛАГАЮ:**

1. Право внесения проектов кадровых приказов предоставить исключительно:

— по кадрам профессорско-преподавательского состава — вице-президенту по учебной работе;

— по рабочим и служащим общеуниверситетских и факультетских подразделений — начальнику отдела кадров;

— по контингенту студентов — российских граждан дневной формы обучения — начальнику учебно-методического управления;

— по контингенту студентов — иностранных граждан — декану факультета иностранных граждан;

— по научно-производственному комплексу — генеральному директору.

2. Согласование приказа осуществляют:

— вице-президент по соответствующему направлению деятельности;

— начальник управления бухгалтерского учета и финансового контроля;

— старший юрисконсульт (кадровые приказы);

— помощник первого вице-президента (кроме кадровых).

3. Начальнику общего отдела настоящее распоряжение довести до вице-президентов, начальников управления и отделов.

Первый вице-президент  
Проект вносит вице-президент по учебной работе

*М.П. Федоров*  
*В.В. Глухов*

Образец

Наименование предприятия \_\_\_\_\_

**ПРОТОКОЛ**

00.00.03 № \_\_\_\_\_

собрания акционеров предприятия

Председатель — Ф.И.О. \_\_\_\_\_

Секретарь — Ф.И.О. \_\_\_\_\_

Присутствовали: \_\_\_\_\_  
(должности, фамилии, инициалы)Приглашенные: \_\_\_\_\_  
(должности, фамилии, инициалы)**ПОВЕСТКА ДНЯ:**

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

**1. СЛУШАЛИ:**\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О., должность) — \_\_\_\_\_  
(содержание выступления)**ВЫСТУПИЛИ:**\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О., должность) — \_\_\_\_\_  
(содержание выступления)\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О., должность) — \_\_\_\_\_  
(содержание выступления)**ПОСТАНОВИЛИ:**

1.1. \_\_\_\_\_

1.2. \_\_\_\_\_

**2. СЛУШАЛИ: (оформляется, как п. 1)**Председатель *Подпись* И.О. ФамилияСекретарь *Подпись* И.О. Фамилия

В дело № \_\_\_\_\_

Исполнитель *Подпись* Дата

более важным и должен содержать строгие, четкие формулировки, ориентирующие на выполнение рассматривавшихся вопросов.

В кратком протоколе отмечаются только рассматриваемые вопросы, фамилии выступавших и принятые коллективно решения. Лишь при особой необходимости в краткий протокол могут быть внесены полностью отдельные выступления или предложения.

Протокол должен быть подписан председателем и секретарем совещания (собрания). Образец см. на с. 319.

### *Акт*

Акт представляет собой документ, который составляется несколькими лицами в подтверждение установленного факта, действия, события. Обычно для составления акта создается комиссия (постоянная или временная) приказом руководителя организации. Оформляется он на общем бланке, часто имеющем унифицированную, трафаретную форму. Акты могут относиться к разным случаям: ликвидации какого-либо учреждения, приему-передаче каких-либо материальных ценностей, приему строительных объектов, инвентаризации, различного рода происшествиям. Акт сдачи-приемки составляется по завершении выполнения обязательств по договору; срочному трудовому соглашению.

Текст акта обычно содержит три части: 1) введение, где формализованно указывается основание для составления документа, перечисляются лица, участвующие в составлении акта; 2) констатирующую часть, где излагаются задачи и сущность проведенной членами комиссии работы, ее результаты; 3) заключительную (необязательную) часть с выводами или рекомендациями. Образец см. на с. 321—322.

### *Докладная записка*

Докладная записка представляет собой документ в адрес руководителя данного предприятия или вышестоящей организации с уведомлением о сложившейся тревожной ситуации, о каких-либо фактах или явлениях, мешающих производственной деятельности, и конкретными предложениями по исправлению положения. Докладные могут быть написаны по предложению руководства и по собственной инициативе работника.

Тексту докладной должен предшествовать заголовок, начинающийся с предлога *о* (*об*). Внутренняя докладная оформляется на простом листе бумаги с указанием основных реквизитов, подписывается составителем; внешняя — на общем бланке организации и подписывается ее руководителем. Образец см. на с. 322.

Образец 1

АКТ  
28.06.03 № 42  
г. Саратов

### О проверке сохранности документов в комитете

О с н о в а н и е: приказ председателя комитета от 28.06.03 № 202 «О проверке сохранности управленческих документов».

Составлен комиссией в составе:

*Председатель:* заместитель председателя комитета Р.В. Мешков

*Члены комиссии:*

1. Заведующий общим отделом В.И. Перьев
2. Инспектор отдела кадров Б.Б. Ладыгин
3. Зам. главного бухгалтера О.И. Линев
4. Референт Н.В. Летнева.

В период с 16 по 18 мая 2003 г. комиссия проверила организацию и условия хранения управленческих документов в комитете культуры. Документы хранятся в структурных подразделениях и в общем отделе.

Номенклатура дел ежегодно согласовывается с Саратовским областным архивом. Фактов гибели, утраты, порчи или незаконного уничтожения документов не установлено.

Комиссия рекомендует выделить и оборудовать специальное помещение для архива комитета.

Составлен в двух экземплярах:

1-й — в дело № 1—13.

2-й — в областной архив.

Председатель комиссии                      *Подпись*    И.О.Ф.

Члены комиссии                                      *Подписи*    И.О.Ф.

Образец 2

**АКТ**сдачи-приемки  
услуг по котировочной заявке

г. Санкт-Петербург

«14» декабря 2006 г.

Мы, нижеподписавшиеся, представитель Исполнителя в лице Генерального директора ЗАО «Омега» Петренко С.Н., с одной стороны, и представитель Заказчика в лице руководителя Комитета по инвестициям и стратегическим проектам Правительства Санкт-Петербурга, с другой, составили настоящий Акт в том, что согласно договору № 13/25 от 12 декабря 2006 г. Исполнитель выполнил, а Заказчик принял и оплатил расходы по счету № 123-Э от «14» декабря 2006 г. в полном объеме.

Стоимость услуг в пользу Заказчика составила: 249 000 рублей 00 копеек (Двести сорок девять тысяч рублей 00 копеек).

От Исполнителя

От Заказчика

\_\_\_\_\_  
М.П.\_\_\_\_\_  
М.П.

Образец

Учебный отдел

Заведующему кафедрой химии  
Г.В. Петушкову**ДОКЛАДНАЯ ЗАПИСКА**

17.09.03 № 17

г. Санкт-Петербург

О приобретении канцелярских принадлежностей  
Довожу до Вашего сведения, что канцелярские принадлежности, имевшиеся на кафедре, израсходованы.

Необходимо срочно приобрести писчую и копировальную бумагу, а также кнопки и скрепки.

Прошу рассмотреть также вопрос о приобретении нового компьютера.

Секретарь

*Подпись*

Г.С. Иванькова



### *Объяснительная записка*

Этот документ содержит указание адресата, текст, составляемый чаще всего в произвольной форме с объяснением причин какого-либо нарушения в производственном или учебном процессе, дату и подпись составителя.

Образец

Заведующему кафедрой биотехнологий  
Мешкову И.С.  
от студента группы И-4-195  
Воротникова Ю.Л.

### **ОБЪЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

12.11.07  
г. Санкт-Петербург

До 10 ноября я отсутствовал на лекциях по бионике в связи с отъездом домой по семейным обстоятельствам.

*Подпись*

Ю.Л. Воротников

### *Трудовой договор*

Как предписывает Трудовой кодекс Российской Федерации, с поступающим на работу должен заключаться трудовой договор, причем в письменном виде. В договоре обязательно должны быть указаны:

- место работы (наименование предприятия-работодателя, его адрес);
- конкретная работа по определенной специальности или должности;
- дата начала работы и ее окончание (при заключении срочного договора);
- условия оплаты труда;
- обязанности предприятия по обеспечению охраны труда.

В договоре могут быть указаны и дополнительные условия, которые конкретизируют обязательства сторон, например отпуск без сохранения заработной платы, повышение квалификации, различного рода надбавки к основной зарплате.

Договор составляется в двух экземплярах, один из которых хранится на предприятии, другой — у работника.

Образец

**ТРУДОВОЙ ДОГОВОР**

1. Закрытое акционерное общество «Полюс» в лице Генерального директора Сергеева Станислава Петровича, именуемое в дальнейшем «Предприятие», и гражданин Чернышова Алла Денисовна, именуемый в дальнейшем «Работник», заключили настоящий договор о нижеследующем.

2. Работник Чернышова Алла Денисовна принимается на работу в издательский (Ф.И.О.) (наименование структурного отдела подразделения предприятия) по профессии, должности главный редактор журнала (полное наименование профессии, «Русский язык для дошкольников» (должности))

3. Договор является договором по основной работе, договором по совместительству (нужное подчеркнуть)

4. Вид договора: на неопределенный срок (бессрочный), на определенный срок (указать причину заключения срочного договора), на время выполнения определенной работы (указать какой): подготовка 1—2 (2003 г.) номеров журнала «Русский язык для дошкольников».

5. Срок действия договора:  
начало работы 01.01.2003,  
окончание работы 30.06.2003.

6. Срок испытания:  
а) без испытания, б) 3 месяца.

7. Работник должен выполнять следующие обязанности: прием у авторов рукописей в журнал в твердой и электронной форме; составление плана очередного номера согласно графику, утвержденному редколлективом, и требованиям к содержанию, установленным редакционным советом; своевременная передача материала в издательство для литературного редактирования и корректуры; подписание отредактированных материалов в печать и обеспечение передачи издателю рукописей, фотографий авторов, предоставленного авторами компьютерного набора в полностью скомплектованном виде для очередного номера по следующему графику:

№ 1 — до 25.01.2003,  
№ 2 — до 01.04.2003,

точная дата передачи согласовывается с представителем издательства не позднее, чем за 7 дней до указанной в графике даты; после получения от издательства очередного номера обеспечение выдачи авторам в редакции авторских экземпляров журнала по списку; содействие распространению журнала, в том числе при обращении читателей в редакцию.

8. Предприятие обязано своевременно выплачивать обусловленную договором заработную плату.

9. Особенности режима рабочего времени: свободный график.

10. Работнику устанавливается тарифная ставка 3000 руб. за номер. Оплата производится в течение двух недель после передачи последней корректуры номера в издательство.

11. Другие условия договора, связанные со спецификой труда: в случае невыполнения графика сдачи работы в издательство договор может быть расторгнут досрочно по инициативе Предприятия, о чем Работник уведомляется в течение недели после очередного срока сдачи.

Адреса сторон и подписи:

РАБОТНИК

\_\_\_\_\_

ИНН \_\_\_\_\_

Адрес: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

ПРЕДПРИЯТИЕ

ЗАО «Полюс»  
Генеральный директор

С.П. Сергеев

### Личный листок по учету кадров

Бланк этого документа заполняется поступающим на работу. Производимые в нем записи подтверждаются документально, после чего работник кадровой службы удостоверяет их правильность подписью и печатью. Личный листок представляет собой составную часть личного дела (досье) работника.

### Заявление

**З а я в л е н и е** — это письменная просьба о чем-либо, направленная официальному лицу или в официальное учреждение.

Основные реквизиты заявления:

- адресат (в дательном падеже);
- должность, фамилия, инициалы заявителя (в родительном падеже);
- краткое изложение просьбы (текст начинается со слова *Прошу* + инфинитив — *предоставить, допустить, разрешить*);
- краткая аргументация просьбы (могут быть использованы обороты *ввиду того, что; в связи с тем, что; так как*);
- дата и подпись заявителя.

Образец 1

Ректору Санкт-Петербургского  
государственного университета

\_\_\_\_\_  
(фамилия, имя, отчество)  
(от студента 1-го курса кафедры  
русской литературы

\_\_\_\_\_  
(имя, фамилия, страна)

### ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу допустить меня к вступительным экзаменам в аспирантуру на филологическом факультете по специальности 13.00.02 — Методика преподавания русского языка как иностранного.

21 сентября 2006 г.

*Подпись*

(И.О.Ф.)

Образец 2

В ИФНС России по Всеволожскому району  
от гр. Гуриной Надежды Михайловны,  
проживающей по адресу:  
199004, СПб., 8-я линия 45/34, кв. 6  
10.09.2007

## ЗАЯВЛЕНИЕ

В связи с тем, что принадлежавшие мне на правах собственности садовый домик и земельный участок в садоводстве ВНИИМ им. Менделеева на ст. Пери был продан в ноябре 2006 года (копия договора купли-продажи и свидетельства о регистрации права нового собственника прилагаются), прошу произвести пересчет налога на имущество физических лиц за 2007 год согласно уведомлению № 92259 (прилагается).

*Подпись*

Содержание заявления может оформляться по-разному, например:

- Прошу принять меня на работу на должность системного администратора с 1 октября 2007 года.
- Прошу продлить срок регистрации паспорта на один месяц в связи с болезнью моей матери.
- Прошу оформить командировку в Москву с 1 по 5 апреля для участия в олимпиаде по русскому языку.
- Прошу разрешить мне пригласить мою подругу (имя, фамилия) из Лондона с 1.01. по 10.01.08 г. Жить будет в общежитии (согласие команданта имеется).
- Прошу предоставить мне академический отпуск с 1 сентября по 30 декабря 2008 г. в связи с рождением ребенка.
- Прошу продлить мне академический отпуск до 1 сентября 2009 г. по состоянию здоровья (по семейным обстоятельствам).
- Прошу считать меня вышедшим из академического отпуска с 21 декабря 2008 г.
- Прошу отчислить меня из колледжа с 1 сентября 2008 г. в связи с переездом в другой город для дальнейшего обучения (в связи с переводом на работу моего отца в другой город).

### *Резюме*

Резюме — краткое изложение претендентом на вакансию основных моментов его трудовой деятельности, составленное в обратном хронологи-

ческом порядке — начиная с последнего места работы. Резюме иногда называют также CV («сиви» — от *lat. curriculum vitae* — жизнеописание).

Образец 1

**РЕЗЮМЕ****Ф.И.О.:** Рыбкина Марина Петровна**Дата рождения:** 14.04.1985**Домашний тел.:** 845-16-09**Домашний адрес:** ул. Медиков, д. 79, кв. 60**Семейное положение:** не замужем**Образование:** среднее специальное**Навыки работы:** владею Word, Excel, Outlook; ведение делопроизводства, машинопись (150—190 зн./мин.)**Трудовой стаж** (место работы, специальность): ОАО «МЗ «Арсенал», с октября 2003 г. по настоящее время — секретарь**Желаемая з/плата:** 15000 рублей**Личные качества:** пунктуальность, аккуратность, коммуникабельность

Дата

Подпись

(Ф.И.О.)

Образец 2

**РЕЗЮМЕ**19.09.2005 15:46:00 | **Специалист по бюджетированию, финансовый менеджер****Раздел:** финансы, бухгалтерия, банк**Город:** Санкт-Петербург**Пол:** жен.**Возраст:** 26 лет**Образование:** высшее**Опыт работы:** свыше 5 лет**Занятость:** полная**Желаемый уровень зарплаты:** 15 тыс. руб. в месяц**Профессиональные навыки:** имею водительское удостоверение категории В. Знание английского языка — бытовой уровень, итальянского языка — начальный уровень. Опытный пользователь ПК.**Образование:** 1. БГТУ им. Д.Ф. Устинова «Военмех» Институт международного бизнеса и коммуникаций, специальность «Международный промышленный менеджмент». 2. БГТУ им. Д.Ф. Устинова «Военмех», специальность «Информационные системы управления».**Опыт работы:** 1. С марта 2005 г. по настоящее время — начальник финансовой группы ОАО «Октябрьский электровагоноремонтный завод». 2. 11.08.2003—04.02.2005: зам. главного бухгалтера ООО Трансгрузсервис. 3. 08.07.2002—04.08.2003: менеджер отдела привлечения клиентов ЗАО «Банк Русский Стандарт». 4. 01.12.1997—05.07.2002: бухгалтер ЗАО «Нулэйз».

ID Резюме: 14461891

**Контактное лицо:** Марина**Телефон:** 8-921-745-5358**E-Mail:** *bascova@mail.ru*

**РЕЗЮМЕ**

**Ф.И.О.:** Кривошеева Анна Ивановна

**Адрес:** 191180, Санкт-Петербург, ул. Садовая, д. 79, кв. 60.

**Телефон:** 189-42-58; 8-911-644-27-48

**Дата и место рождения:** 14 апреля 1983 г., г. Ленинград.

**Гражданство:** Российская Федерация.

**Семейное положение:** не замужем

**Образование:**

- 1989—1998 — средняя школа № 286 с углубленным изучением английского языка
- 1998—2000 — Петровский колледж по специальности «секретарь-референт» со знанием делопроизводства, машинописи и стенографии
- 2000—2003 — Петровский колледж по специальности «организатор туризма в сфере гостеприимства»
- С 2003 г. и по настоящее время студентка Государственного политехнического университета факультета экономики и управления на предприятиях туризма и гостиничного хозяйства по специальности «экономист-менеджер»

**Опыт работы:**

- гостиница «Адмиралтейская», специалист по бронированию и размещению гостей
- «Гелиос Отель», администратор службы размещения

**Проходила практику:**

- гостиница «Невский палас», в хозяйственном отделе
- гостиница «Россия», в службе бронирования, приема и размещения гостей
- тур. фирма «АЭР», помощник менеджера

**Дополнительные сведения:** имею опыт работы на персональном компьютере (Word, Excel, Power Point, IC), владею разговорным английским языком и французским на уровне школьной программы

**Личные качества:** доброжелательная, пунктуальная, общительная, целеустремленная, трудолюбивая. Хотелось бы работать в службе бронирования, приема и размещения гостей

*Подпись*

А.И. Кривошеева

### *Доверенность*

Доверенность — это документ, которым доверяется кому-либо действовать от имени лица, его выдавшего. Доверенность обязательно должна иметь срок действия и точно описывать предмет доверения. Для особо важных сделок (например продажи квартиры или машины) доверенность должна быть заверена нотариально, в других случаях (например, при доверении управления машиной) она может быть заверена по месту работы получающего доверенность или незаверенной, но обязательно подписанной рукой доверителя (не машинописно).

Образец

## ДОВЕРЕННОСТЬ

Я, Костикова Александра Сергеевна, проживающая по адресу: г. Санкт-Петербург, ул. Садовая, д. 25, кв. 41, (паспорт: 40 99 123456, выд. 22 марта 2004 г. 24-м отделением милиции г. Санкт-Петербурга), доверяю своему мужу, Костикову Игорю Алексеевичу, проживающему там же (паспорт 40 03 654321, выд. 21 апреля 2003 г. 14-м отделением милиции г. Санкт-Петербурга), получить причитающийся мне денежный перевод в сумме 35 000 (тридцати пяти тысяч) рублей.

Дата \_\_\_\_\_ Подпись \_\_\_\_\_ А.С. Костикова

Подпись гр. Костиковой А.С. заверяю.

Начальник отдела кадров ООО «Искра» \_\_\_\_\_ Подпись \_\_\_\_\_ Л.С. Дубровина

Печать \_\_\_\_\_

## Расписка

Расписка — это документ с подписью, удостоверяющий получение чего-либо. Особенности расписки, как и доверенности, — стандартизованность, точность, лаконизм изложения информации. Пишущему расписку необходимо указать фамилию, имя, отчество, адрес, паспортные данные.

Образец

Настоящим удостоверяю, что мной, \_\_\_\_\_  
(фамилия, имя, отчество)

проживающим по адресу: \_\_\_\_\_,  
(серия, номер, кем и когда выдан)

паспорт \_\_\_\_\_,

получено 35 000 (тридцать пять тысяч) рублей от \_\_\_\_\_,  
(фамилия, имя, отчество)

\_\_\_\_\_ на срок 3 (три) месяца.

Дата \_\_\_\_\_

Подпись \_\_\_\_\_

### § 3. Документы для внешнего пользования

Документы для внешнего пользования часто называют деловыми (официальными, коммерческими) письмами. Они служат важнейшим средством связи организации (предприятия, учреждения) с внешним миром. С их помощью устанавливают и поддерживают контакты, выясняют отношения, обмениваются информацией, ведут предварительные переговоры, уточняют детали намечающейся сделки, предъявляют претензии и т.д.

В зависимости от содержания и объема деловые (коммерческие) письма разделяют на *простые* и *контрактные*.

К простым деловым письмам относятся несложные по содержанию и небольшие по объему документы, рассылаемые в коммерческих целях. Обычно в них содержится просьба, сообщение, благодарность, приглашение, сопроводительная информация или подтверждение получения какой-либо информации или продукции. В них может отсутствовать заголовок к тексту, обращение, но широко используются стереотипные выражения.

#### *Простые деловые письма*

##### *Письмо-просьба*

Содержит просьбу о присылке образцов товара, каталогов, прайс-листов, какой-либо другой информации. При этом употребляются определенные стандартные выражения, например:

- Обращаемся (к Вам) с просьбой прислать...;
- Прошу (просим) Вас выслать...;
- Мы просили бы (Вас) направить (нам)...;
- Не могли бы Вы сообщить...;
- Мы будем благодарны, если Вы сможете подтвердить...;
- Мы хотели бы получить...;
- Желательно было бы ознакомиться с...;
- Сообщите (нам), пожалуйста... .

Если документ направляется в организацию в ответ на ее письмо или имевшие место предварительные разговоры, в письме-просьбе может быть соответствующая отсылка:

- Ссылаясь на Ваше письмо (Ваш факс, Ваш запрос) от...;
- В соответствии с нашей договоренностью... просим...;
- На основании нашего телефонного разговора... .



### Образцы писем-просьб:

1. Обращаемся к Вам с убедительной просьбой выслать комплектующие и дополнительное оборудование к присланным Вашим заводом двигателям по договору от... № ... .

2. К сожалению, нами не получены Ваши предложения по дальнейшему сотрудничеству, что затрудняет нашу подготовку к переговорам. Просим сообщить ориентировочный объем оборота между нашими предприятиями на ближайшие три года.

3. На основании нашего телефонного разговора 05.02.03 направляем наши предложения о поставках Вашему предприятию канцелярских товаров. Просьба в двухнедельный срок рассмотреть наши предложения и дать ответ.

4. В соответствии с договоренностью наших представителей создается группа по контролю над качеством взаимопоставляемой продукции. Не могли бы Вы в ближайшие дни сообщить, когда ожидать прибытия Вашего эксперта.

### *Отказ в просьбе*

Письмо, содержащее отказ в просьбе, состоит из трех частей: в первой повторяется просьба, на которую дается ответ; во второй дается обоснование отказа; в третьей приводится формулировка отказа. Например:

Мы получили Ваше письмо с просьбой о включении Вашей рукописи в тематический план нашего издательства.

По оценке рецензента, с которой редакция согласна, рукопись написана не в соответствии с заявленной темой и содержит большое количество фактических ошибок.

В таком виде рукопись не может быть принята к изданию. Мы возвращаем ее Вам вместе с рецензией и заключением редактора.

### *Письмо-сообщение*

Содержит извещение, уведомление, информацию о предмете, представляющем взаимный интерес. В таком письме обычно используются стандартные выражения, например:

Извещаем, уведомляем, информируем, сообщаем...;

Ставим Вас в известность, доводим до Вашего сведения...;

Нам приятно сообщить... .

Письмо-сообщение может быть реакцией на полученное письмо, содержать согласие или отказ от чего-либо. В этом случае уместна будет ссылка на предшествующую переписку или имевший место телефонный разговор:

В ответ на Ваше письмо (на Ваш факс)...;

В дополнение к нашему письму...;

В продолжение телефонного разговора извещаем (сообщаем, информируем, уведомляем)... .

#### Образцы писем-сообщений

1. Доводим до Вашего сведения, что последний срок оплаты предоставленных Вам фирмой услуг — 1 марта. По истечении этого срока мы будем вынуждены подать на Вас иск в судебные инстанции.

2. Напоминаем Вам (извещаем Вас), что общее собрание членов кооператива состоится... .

3. В продолжение нашей переписки высылаем каталоги выпускаемой нами продукции.

4. В ответ на Ваш факс от... сообщаем, что наша делегация выезжает для ознакомления с Вашим предприятием.

5. В дополнение к нашему телефонному разговору уведомляем, что согласны снизить тариф на автомобильные перевозки на 10%.

#### ***Письмо-приглашение***

Содержит приглашение на какое-либо мероприятие (выставку, ярмарку, предварительные переговоры и т.д.) и предполагает использование стереотипных выражений, например:

Приглашаем (Вас), имеем честь пригласить Вас на... (посетить..., принять участие в...);

Мы будем (Вам) благодарны, признательны, обязаны, если Вы сможете посетить... (принять участие в...);

При официальном приглашении могут использоваться письма, отпечатанные офсетным (типографским) способом, а также трафареты. *Трафарет* — это вид формализованного текста, в котором заранее предусмотрена типовая ситуация, использованы типовые языковые формы ее выражения и в то же время оставлены пробелы для заполнения их переменной информацией — конкретными данными (фамилия приглашаемого, дата и т.д.) — в напечатанном виде или от руки.

Образец

Государственный герб

Уважаемый \_\_\_\_\_

Правительство Российской Федерации просит Вас пожаловать на прием по случаю открытия XI Международного конгресса исследователей Арктики и Антарктиды, которое состоится в пятницу, 17 ноября 2007 года, в Государственном Кремлевском дворце с 20.00 до 22.00.

### ***Письмо-благодарность***

Содержит благодарность за что-либо (полученные образцы товара, каталог, информацию, приглашение, оказанное гостеприимство и т.д.). В таком письме употребляются определенные стандартные выражения, например:

Благодарим (Вас)...

Признательны Вам за...

Выражаем благодарность за...

Заранее благодарим (Вас)...

Выражая благодарность за Ваше письмо (приглашение) от..., сообщаем, что...;

Мы получили Ваш факс (сообщение по электронной почте...) от..., за который (Вас) благодарим (очень благодарны, признательны).

Образцы писем-благодарностей:

1. Мы признательны Вам за присланное приглашение принять участие в ярмарке. Наше представительство в Праге обязательно свяжется с Вами в ближайшее время относительно условий участия нашей фирмы в ярмарке.

2. Искренне благодарим Вас за ценную информацию относительно возможных каналов сбыта наших товаров. Готовы оказать Вам аналогичную услугу.

3. Мы получили от Вас статью экспресс-почтой. Она успеет в очередной номер журнала. Благодарим за оперативность.

4. Благодарим Вашу фирму за оказанное нашей делегации гостеприимство. Культурная программа была великолепна. Ждем ответного визита.

5. Заранее благодарим за своевременную отгрузку станков. Поточная линия вступает в действие по согласованному графику.

### ***Сопроводительное (препроводительное) письмо***

Содержит сообщение новое по сравнению с транспортными документами — о направлении адресату каких-либо материалов (контрактов), продукции, образцов товара, каталогов и т.д.

При этом используются некоторые стандартные выражения:

Направляем, посылаем, высылаем, препровождаем (Вам)...

Мы рады направить, послать, выслать, препроводить (Вам)...

Выражаем удовлетворение по поводу Вашего письма №... от... и направляем (посылаем, высылаем, препровождаем) (Вам)...

Направляем, посылаем, высылаем, препровождаем (Вам)... в приложении с этим письмом (отдельным пакетом, заказной бандеролью, экспресс-почтой, отдельной почтовой посылкой);

В связи с этим направляем (Вам) на утверждение (для сведения, на рассмотрение, на заключение, на подпись, для дальнейшей проработки)... .

В сопроводительном письме могут быть отсылки на предшествующие контакты:

В ответ на Ваш запрос (Ваше письмо №... от...);

В соответствии с нашей договоренностью (телефонным разговором, выраженной Вами просьбой, дополнительным протоколом) направляем (высылаем, отсылаем, сопровождаем) (Вам)... .

Образцы сопроводительных писем:

1. К письму прилагаем два оригинала и две копии контракта от... №... на закупку сельскохозяйственных удобрений.

Просим Вас в трехдневный срок подписать контракт и вернуть нам один оригинал.

Приложение: упомянутое на... листах.

2. Нами была произведена экспертиза алкогольной продукции, изъятой в складском помещении фирмы «Салун», не имеющей лицензии на продажу данной продукции. К акту об изъятии товара высылаем результаты анализа алкоголя и свидетельские показания.

### *Письмо-подтверждение*

Содержит подтверждение получения грузов, запрашивавшихся материалов (каталогов, прайс-листов, образцов изделий), в необходимых случаях — важной корреспонденции. В таких документах используются следующие стандартные выражения:

(С благодарностью) подтверждаем получение...;

Благодарим за письмо от... №... (факс, за присланные экземпляры рекламы)...;

Образцы товаров Вашего производства нами получены. Благодарим за оперативность и доброжелательность.

При необходимости подтвердить действие каких-либо договоренностей или ранее отправленных документов употребляются такие стереотипные выражения:

Мы подтверждаем действие...;

В подтверждение ранее принятых нами обязательств по договору от... №... .

Образцы писем-подтверждений:

1. Подтверждаем получение Вашего письма от... №... . Принимаем меры к выполнению заказа.

2. Подтверждаем итоги наших предварительных переговоров о поставке Вашему предприятию запланированного количества антрацита.

3. Подтверждаем действие дополнительного протокола от... №... к договору между нашими предприятиями от... №... .

4. В подтверждение наших переговоров с Вашим представителем отгружаем Вам до 1 июля первую партию новых машин.

5. Получили Ваш факс от... . Готовим предложения к предстоящим переговорам.

6. С благодарностью принимаем Ваше предложение встретиться для обсуждения перспектив нашего сотрудничества.

## ОСНОВНЫЕ КОНТРАКТНЫЕ ДОКУМЕНТЫ

В число основных контрактных документов входят: договор (контракт), рекламация (претензия), ответ на рекламацию, запрос, ответ на запрос, предложение (оферта), ответ на предложение.

### *Договор*

Важно помнить, что любой договор составляется не для проформы, а на случай неисполнения или неудовлетворительного исполнения одной из сторон своих обязательств, на случай конфликта. Неправильно составленный договор может повлечь за собой признание недействительности сделки или затруднит выставление претензий. Уметь читать договоры, находить в них существенные моменты и обсуждать их — важная квалификационная составляющая любого специалиста. Обычно текст договора готовит исполнитель. Но даже если у вас нет возможности изменить типовой договор, например при получении потребительского кредита в банке или оформлении услуг оператора мобильной связи), необходимо четко понимать, что вы получите в итоге и за какую цену. Поэтому остановимся на тексте договора подробнее.

К числу обязательных реквизитов договора относятся: дата и место его заключения, максимально полное именование сторон с подтверждением их полномочий (если договор подписан лицом, не имеющим на то формальных полномочий, он недействителен), собственно предмет договора. В договоре четко квалифицируется суть отношений, в которые вступают стороны (в соответствии с Гражданским кодексом РФ или иным законодательным актом), — договор купли-продажи, договор дарения, трудовой договор, авторский договор. В особых разделах оговариваются права и обязанности каждой стороны. Указывается порядок расчетов по договору (сроки, иногда оформляемые в отдельный график платежей, форма и валюта платежа, вид оплаты — наличный или безналичный). Определяются ответственность каждой из сторон в случае нарушения обязательств по до-

говору, условия расторжения договора, дополнительные условия. Оговариваются форсмажорные (не зависящие от воли участников договора) обстоятельства, которые могут привести к досрочному расторжению договора и не влекут за собой никаких санкций. В заключительной части договора указывается срок его действия, делается отсылка к действующему законодательству, называется орган разрешения конфликта при невозможности разрешить его путем переговоров между сторонами, указываются язык договора, количество экземпляров оригинала. Перечисляются приложения, банковские реквизиты для расчетов. Договор заверяется подписями каждой из сторон-участниц, при этом лица, чьи подписи стоят в конце договора, должны полностью соответствовать указанным в его начале в качестве заключающих договор.

Образцы типовых договоров разного содержания легко найти в Интернете.

Но бывает, что полученные товар или услуги не соответствуют описанным в договоре по качеству и/или количеству. В случае серьезных нарушений потребитель товара или услуг отправляет предприятию-поставщику рекламацию.

### ***Рекламация***

Рекламация (претензия) — документ, в котором содержится претензия к стороне, нарушившей принятые на себя по договору обязательства, и требование возмещения убытков. Нарушения договора могут относиться к разным пунктам, т.е. рекламации могут быть предъявлены к количеству товара, его качеству, срокам поставки, упаковке и маркировке, платежам и другим условиям контракта.

Рекламация обычно включает в себя три части:

- 1) основание для предъявления претензии;
- 2) доказательства (акт медицинской экспертизы, акт испытаний и т.д.);
- 3) конкретные требования пострадавшей стороны, например в случае недостачи товара — допоставка его или выплата определенной суммы за недостающее количество; в случае некачественности товара — замена его качественным или уценка уже полученного товара; в случае нанесения морального вреда (только физическому лицу!) — компенсация за понесенные физические или моральные страдания.

Рекламация предъявляется обязательно в письменном виде с приложением необходимых документов, которые в подтверждение требований пострадавшей стороны должны иметь полную доказательную силу для той и другой стороны. Сроки предъявления претензий опре-

деляются законом и зависят от характера последних: по отношению к количеству товара, его качеству, к товару, имеющему или не имеющему гарантийный срок, и т.д.

Если рекламация обоснована, то результатом может быть: доставка недостающего товара или снижение общей суммы его стоимости; замена некачественного товара качественным или его уценка; уплата денежного штрафа, пени или неустойки, если они предусмотрены контрактом; предупреждение и т.д.

В случае, если стороны не в состоянии договориться о возмещении ущерба, дело передается в предусмотренные контрактом судебные инстанции, чаще всего в арбитражный суд.

### ***Ответ на рекламацию***

При ответе на рекламацию могут иметь место следующие ситуации.

***Ситуация 1.*** Претензия признается справедливой и удовлетворяется полностью. Это находит отражение в ответе на рекламацию:

Подтверждаем получение Вашей рекламации № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_.

В удовлетворение Вашей претензии переводим на Ваш счет сумму \_\_\_\_\_.

***Ситуация 2.*** Претензия принимается к рассмотрению, решение по ней пока не принято, так как это требует времени:

Ваша рекламация № \_\_\_\_ от \_\_\_\_ получена и принята к рассмотрению.

О результатах рассмотрения нами указанной претензии сообщим Вам в ближайшее время.

***Ситуация 3.*** Претензия признается справедливой лишь в некоторой ее части или в некоторых частях. В этом случае указываются основания, по которым отвергаются другие требования, например:

Подтверждаем получение Вашей претензии № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_, где в частности, указывается на значительное опоздание с поставкой комплектующих к полученным ранее тракторам и выдвигается требование оплаты неустойки. Однако мы не можем согласиться с этим, так как по условиям контракта № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ при отправке комплектующих должен присутствовать Ваш представитель для выборочной проверки их качества и комплектности, что с Вашей стороны не было сделано.

***Ситуация 4.*** Претензия отклоняется полностью. В таком случае должны быть указаны мотивы отказа со ссылкой на соответствующие нормативные акты и документы, которые его обосновывают, например:

Ваше письмо № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ нами получено. Вы просите заменить двигатели указанного в контракте типа, новейшими. Однако Вашу претензию удовлетворить мы не можем, так как в соответствии с контрактом № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ замена двигателей указанного типа новыми может быть произведена, если последние по стоимости не превышают стоимости предыдущей партии.

\* \* \*

Таковы наши рекомендации по составлению основных простых и контрактных документов, которые чаще всего используются на предприятиях и в учреждениях Российской Федерации. В то же время сегодня ощущается необходимость дальнейшей унификации служебной документации на основе рекомендаций «Типовой инструкции по делопроизводству в министерствах, ведомствах Российской Федерации», сборника «Государственная система документального обеспечения управления. Основные положения» и других документов, подготовленных архивными службами государственных органов. В принципе, существуют три уровня стандартов: государственные (ГОСТ), отраслевые (ОСТ) и республиканские (РСТ), цель которых — сократить количество используемых документов, типизировать их формы, повысить качество, но при этом снизить трудоемкость их обработки. Необходима дальнейшая унификация и стандартизация управленческой и деловой документации с тем, чтобы она была на уровне современных требований.

При подготовке документов любого назначения важно помнить, что они всегда должны составляться на правовой основе, иначе они не будут обладать юридической силой и в случае конфликтных ситуаций суды могут не принять их к рассмотрению.

### Контрольные вопросы и задания

1. Что такое документ, бланк, реквизиты?
2. На какие две группы делятся документы в зависимости от нужд предприятия и сферы употребления?
3. Назовите и охарактеризуйте основные реквизиты документов для внутреннего пользования.
4. Назовите основные виды управленческих документов.
5. Для чего служат документы для внешнего пользования?
6. Назовите и охарактеризуйте основные реквизиты документов для внешнего пользования.
7. На какие две группы делятся деловые письма в зависимости от содержания и объема?



8. Назовите виды простых деловых писем.
9. Назовите основные типы контрактных документов.
10. Назовите основные вопросы, которые должны быть отражены в любом контракте.

### Литература

*Андреева, В. И.* Делопроизводство. Требования к документообороту фирмы (на основе ГОСТов РФ). М., 1994.

ГОСТ Рв.30-91. Унифицированные системы документации. Унифицированная система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов. М., 1997.

Государственная система документационного обеспечения управления: Основные положения: общие требования к документам и службам документационного обеспечения. М., 1991.

*Демидова, А. К., Смирнов, А. Э.* Русская коммерческая корреспонденция. М., 1985.

Документы и делопроизводство : справ. пособие / сост. М. Т. Лихачев. М., 1991.

*Еремченко, В. П.* Совершенствование документационного обеспечения управления в современных условиях // Использование принципов Единой государственной системы документационного обеспечения управления в работе с управленческими документами и обеспечении их сохранности в ведомственных архивах. Л., 1991.

*Кирсанова, М. В., Аксенов, Ю. М.* Курс делопроизводства. Документационное обеспечение управления. М.; Новосибирск, 1998.

*Лихачев, М. Т.* Документы и делопроизводство : справ. пособие. М., 1991. Общероссийский классификатор управленческой документации. ОК 011.93. М., 1995.

Российскому предпринимателю: советы, рекомендации, образцы документов. М, 1993.

Сборник типовых договоров, применяемых в различных сферах хозяйственной и иной деятельности. М., 1993.

Справочник по подготовке и оформлению официальных документов. М., 1993.

*Стенюков, М. В.* Справочник по делопроизводству. М., 1998.

Тарифно-квалификационные характеристики общепромышленных должностей служащих и общепромышленных профессий рабочих. М., 1996.

Типовая инструкция по делопроизводству в министерствах и ведомствах Российской Федерации. М., 1992.

Унифицированная система ОРД (УСОРД). Унифицированные формы, инструктивные и методические материалы по их применению. М., 1993.

### Практикум

Цель практических занятий к данной главе — научиться выделять основные реквизиты документов для внутреннего и внешнего пользования, а также составлять документы по имеющимся образцам.

Основные термины заданий:

*Акт* — документ, который составляется несколькими лицами в подтверждение установленного факта, действия, события.

*Бланк* — лист бумаги с воспроизведенными на нем типографским способом постоянными реквизитами или их частями.

*Доверенность* — документ, которым доверяется кому-либо действовать от имени лица, выдавшего этот документ.

*Докладная записка* — документ, который адресован руководителю данного предприятия или вышестоящей организации с уведомлением о сложившейся тревожной ситуации, о каких-либо фактах или явлениях, мешающих производственной деятельности, и содержит конкретные предложения по исправлению положения.

*Документ* — материальный объект с зафиксированной на нем информацией в виде текста, звукозаписи или изображения, предназначенный для передачи во времени и пространстве в целях хранения и общественного использования.

*Должностная инструкция* — документ, в котором указываются функции, обязанности, права и ответственность сотрудника определенной категории.

*Заявление* — письменная просьба о чем-либо, направленная официальному лицу или в официальное учреждение.

*Объяснительная записка* — документ в произвольной форме с объяснением причин какого-либо нарушения в производственном или учебном процессе, датой и подписью составителя.

*Приказ* — правовой акт, который издается руководителем предприятия или учреждения (или руководителями их подразделений), действующих на основе единоначалия в целях проведения определенных мероприятий, направленных на совершенствование деятельности организации или решение кадровых вопросов.

*Протокол* — документ, в котором фиксируются фактические обстоятельства: ход собрания, процессуальных или следственных действий, судебного заседания и т.д.

*Распоряжение* — документ, который издается по оперативным вопросам каждодневной производственно-хозяйственной и административной деятельности предприятия. Его текст должен содержать: конкретное задание, указания на ответственного исполнителя и срок исполнения.

*Резюме* — краткое изложение претендентом на вакансию основных моментов своей трудовой деятельности, составленное в обратном хронологическом порядке — начиная с последнего места работы.

*Реквизиты* — обязательные сведения, которые должны содержаться в документе.

*Рекламация* (претензия) — документ, в котором содержится претензия к стороне, нарушившей принятые на себя по договору обязательства, и требование возмещения убытков.

**Задание 1.** *Напишите письмо научному руководителю с просьбой назначить вам время консультации.*

**Задание 2.** *Используя приведенное ниже клише, напишите заявления о: 1) зачислении вас студентом первого курса педагогического колледжа; 2) о продлении вам регистрации; 3) об оформлении многоразовой визы; 4) о предоставлении вам академического отпуска в связи с болезнью; 5) об отчислении вас из лица в связи с невозможностью продолжать учебу по семейным обстоятельствам:*

Прошу	зачислить перевести оформить отчислить предоставить разрешить	меня    мне	в связи с тем, что... ввиду того, что... в связи с...
-------	--	-------------------------	---

*Внимание:* в официальных просьбах личное местоимение первого лица не употребляется.

**Задание 3.** *Напишите доверенность на получение стипендии.*

**Задание 4.** *Напишите объяснительную записку о пропуске практического занятия.*

**Задание 5.** *Напишите расписку о получении 50 тыс. рублей на покупку компьютера.*

**Задание 6.** *Напишите письмо-приглашение на открытие выставки: неопределенному лицу, конкретному лицу.*

**Задание 7.** *Напишите письмо с просьбой продлить вам сессию.*

**Задание 8.** *По данному образцу составьте другое гарантийное письмо.*

Прошу выслать на наш адрес по одному экземпляру учебных пособий, прорекламированных Вами на Международной выставке в апреле 2008 г. в Минске. Оплата по безналичному расчету гарантируется. Наши реквизиты для выставления счета:

Ректор

Подпись (Ф.И.О.)

**Задание 9.** *Напишите расписку в получении десяти журналов «Русская речь» от лаборанта кафедры.*

**Задание 10.** *Прочитайте следующие письма. Определите их вид.*

а) Уважаемый господин...!

Мне очень приятно узнать о Вашем новом назначении в правление директоров. Ваш многолетний труд в фирме достойно вознагражден. Я и мои коллеги шлем Вам пожелания успехов в дальнейшей работе...

С уважением...

б) Уважаемые коллеги!

Благодарю Вас за поздравления по случаю моего назначения на должность генерального директора. Ваше письмо доставило мне огромное удовольствие...

С уважением и наилучшими пожеланиями...

в) Многоуважаемый господин... !

Я имел удовольствие познакомиться с Вами во время моего визита в Москву на прошлой неделе и сейчас хотел бы поблагодарить Вас за внимание и гостеприимство, оказанное мне во время моего пребывания в Москве.

Надеюсь на продолжение нашего сотрудничества ...

**Задание 11.** *Составьте официальное и неофициальное приглашения своему коллеге для участия в конференции по вашей специальности.*

**Задание 12.** *Напишите резюме, которое может заинтересовать работодателя, на следующие вакансии: курьер, секретарь-референт, инженер, редактор технических текстов.*

**Задание 13.** *Составьте протокол собрания группы по вопросу оформления доверенности старосте группы на получение материальной помощи. Составьте текст доверенности.*

**Задание 14.** *Составьте трудовой договор между ООО «Олень» и работником, принимаемым на должность администратора офиса. Напишите заявление о приеме на работу от имени соискателя. Составьте соответствующий приказ.*

*Задание 15. Прочитайте должностную инструкцию инженера. Выделите в ней основные положения.*

Инженер (6—11-й разряды)

Должностные обязанности. Выполняет работы в области научно-технической деятельности по проектированию, строительству, информационному обслуживанию, организации производства, труда и управления, метрологическому обеспечению, техническому контролю и т.п. Разрабатывает методические и нормативные документы, техническую документацию, а также предложения и мероприятия по осуществлению разработанных проектов и программ. Проводит технико-экономический анализ, комплексно обосновывает принимаемые и реализуемые решения, ищет возможности сокращения цикла выполнения работ (услуг), содействует подготовке процесса их выполнения, обеспечению организации (цеха, участка и т.п.) необходимыми техническими данными, документами, материалами, оборудованием и т.п. Участвует в работах по исследованию, разработке проектов и программ организации (цеха, участка и т.п.) в проведении мероприятий, связанных с испытанием оборудования и внедрением его в эксплуатацию, а также выполнении работ по стандартизации технических средств, систем, процессов, оборудования и материалов, в рассмотрении технической документации. Подготавливает обзоры, отзывы, заключения по вопросам выполняемой работы. Изучает и анализирует информацию, технические данные, показатели и результаты работы, обобщает и систематизирует их, проводит расчеты, используя современные технические средства. Составляет графики работ, заказы, заявки, инструкции, пояснительные записки, карты, схемы и другую техническую документацию, а также установленную отчетность по утвержденным формам и в установленные сроки. Оказывает методическую и практическую помощь при реализации проектов и программ, планов и договоров. Осуществляет экспертизу технической документации, надзор и контроль за состоянием и эксплуатацией оборудования. Следит за соблюдением установленных требований, действующих норм, правил и стандартов. Организует работу по повышению научно-технических знаний работников. Способствует развитию творческой инициативы, рационализации, изобретательства, внедрению достижений отечественной и зарубежной науки, техники, использованию передового опыта, обеспечивающих эффективную работу организации.

Должен знать: постановления, распоряжения, приказы, другие руководящие и нормативные документы вышестоящих и других органов, касающиеся выполняемой работы; перспективы технического развития и особенности деятельности организации (цеха, участка и т.п.); принципы работы, технические характеристики, конструктивные особенности разрабатываемых и используемых технических средств, материалов и их свойства; методы исследования, правила и условия выполнения работ; основные требования, предъявляемые к технической документации, материалам, изделиям; действующие стандарты,

технические условия, положения и инструкции по составлению и оформлению технической документации, методы проведения творческих расчетов и определения экономической эффективности исследований и разработок; достижения науки и техники, передовой отечественный и зарубежный опыт в соответствующей области деятельности; основы экономики, организации труда и управления, законодательство о труде и охране труда Российской Федерации; правила внутреннего трудового распорядка; правила и нормы охраны труда, техники безопасности, производственной санитарии и противопожарной защиты.

Требования к квалификации по разрядам оплаты.

6-й разряд (инженер) — высшее профессиональное образование без предъявления требований к стажу работы;

7—8-й разряды (инженер II категории) — высшее профессиональное образование и стаж работы в должности инженера не менее 3 лет;

8—9-й разряды (инженер I категории) — высшее профессиональное образование и стаж работы в должности инженера II категории не менее 3 лет.

10—11-й разряды (ведущий инженер) — высшее профессиональное образование и стаж работы в должности инженера I категории не менее 3 лет.

*Задание 16. Укажите части и реквизиты приведенного приказа.*

Министерство образования Российской Федерации  
Санкт-Петербургский  
государственный политехнический  
университет

### ПРИКАЗ

26.02.03 № 347

О праве подписи документов, заверяемых гербовой печатью

В связи с реорганизацией структуры управления вузом ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Предоставить право подписи приказов и всех внутривузовских и вневузовских документов первому вице-президенту М.П. Федорову.

2. Предоставить право подписи банковских и финансовых документов, а также других деловых бумаг, заверяемых гербовой печатью, касающихся рода деятельности соответствующего вице-президента, а в его отсутствие должностным лицам, временно назначенным на основании приказа по университету:

А.А. Башкареву — вице-президенту по научной работе,

В.Н. Воронину — вице-президенту по международным связям,

В.В. Глухову — вице-президенту по учебной работе.

2.1. Вышеуказанным лицам предоставить право подписи приказов по университету, если на одного из них временно возлагается исполнение обязанностей президента или первого вице-президента.

3. Вице-президентам по направлениям работы в срок до 14. 06. 03 представить на утверждение первому вице-президенту М.П. Федорову перечень до-

кументов, подписываемых должностными лицами, перечисленными в п. 2, которые необходимо заверять гербовой печатью.

4. Ранее изданные приказы по вопросам права подписи документов, заверяемых гербовой печатью университета, считать утратившими силу.

5. Начальнику общего отдела приказ довести до исполнителей.

Президент

*Ю.С. Васильев*

Проект вносит

помощник первого вице-президента

*В.А. Секачев*

**Задание 17. Напишите протоколы совещаний:**

А. Деканов факультетов на тему «Об учебной дисциплине студентов»;

Б. Начальников цехов (отделов) на тему «О трудовой дисциплине сотрудников».

**Задание 18. Вы поступаете после окончания высшего учебного заведения на работу. Напишите заявление, заполните трудовой договор:**

ТРУДОВОЙ ДОГОВОР № \_\_\_\_\_

Москва

Фирма (наименование) в лице директора \_\_\_\_\_, действующего на основании Устава, именуемая в дальнейшем «Наниматель», с одной стороны, и гражданин \_\_\_\_\_, действующий от своего имени, в дальнейшем именуемый «Работник», с другой стороны, заключили настоящий контракт о следующем.

1. Предмет контракта.

2. Условия труда.

3. Оплата труда.

4. Дисциплина труда.

5. Условия отдыха работника.

6. Социальное страхование и обеспечение.

7. Срок действия и порядок расторжения контракта.

8. \_\_\_\_\_

9. \_\_\_\_\_ (другие условия)

10. Юридические адреса сторон.

Наниматель: Юридический адрес \_\_\_\_\_

Директор фирмы

*Подпись*

(Ф.И.О.)

Дата

Работник: Домашний адрес, паспортные данные \_\_\_\_\_

*Подпись*

(Ф.И.О.)

Дата

Печать

# Приложения

## Приложение 1. Образцы курсовой и дипломной работ

### Образец курсовой работы

Северо-Западный институт печати  
Северо-Западной академии технологии и дизайна  
Кафедра издательского дела и книговедения

## КУРСОВАЯ РАБОТА

### Пояснительная записка

Тема: «Современные формы рекламы в книгоиздании России»

КП 021600 (книговедение)

Преподаватель                      Подпись                                      (имя, отчество, фамилия)

Студент    (имя, отчество, фамилия)

Санкт-Петербург  
2008



## С о д е р ж а н и е

Введение

Глава 1. Обзор современного состояния рекламы книг в России

1.1. Отраслевая печать

1.2. Реклама книг на телевидении и радио

1.3. Интернет как новый канал информации о книгах. Перспективы развития

Глава 2. Реклама в российской действительности (на примере рекламы книг для детей)

2.1. Состояние рынка российской детской литературы

2.2. Портрет покупателя книг для детей

2.3. Результаты исследования

Заключение

Список использованной литературы

## В в е д е н и е

Актуальность рекламы сегодня не вызывает сомнения — она играет ключевую роль в развитии рыночной экономики и является ее важным элементом. «Это самая рыночная отрасль, откликающаяся на запросы и настроения общества, во многом определяющая его потребительские стандарты. <...>

В настоящее время, когда книжный рынок перенасыщен, для достижения успеха необходима грамотная рекламная кампания, ставящая целью «проникновение на рынок и возбуждение интереса к книгам у лиц, принимающих решение об их приобретении».

В главе 1 «Обзор современного состояния рекламы книг в России» планируется провести анализ эффективности различных каналов информации о книгах с учетом их особенностей и перспектив развития именно в нашей стране. Будут рассмотрены такие каналы информации, как массовая пресса, отраслевая пресса, телевидение, радио, Интернет, книжные ярмарки...

Глава 2 курсового исследования — практическая. В ней будет показано, как действие современных форм рекламы влияет на продажу книг. А в качестве примера будет рассмотрен сегмент детской литературы.

Цель настоящего курсового исследования — выявление современных форм рекламы и определение их значимости для книгоиздания в России. Достижение поставленной цели требует решения следующих задач:

1) выявление современных форм рекламы;

2) анализ целей, методов и средств, применяемых в различных формах рекламы книг;

3) определение влияния каждой формы рекламы на современное книгоиздание;

4) выявление перспектив развития рекламы книг в России.

Объект дипломного исследования — современные формы рекламы в книгоиздании России.

Предмет курсовой работы — влияние современных форм рекламы на распространение книг.

Методы исследования: библиографическое разыскание с целью отбора источников информации, критическая оценка и содержательный анализ отобранных публикаций, проведение социологических исследований с дальнейшей оценкой и анализом полученных данных.

Структура работы: введение, две главы, заключение, список использованной литературы и приложения.

## Глава 1. Обзор современного состояния рекламы книг в России

### 1.1. Отраслевая печать

Из трех видов средств массовой информации (телевидение, радио, пресса) наибольшую эффективность, как показали исследования в России, имеет печатное слово. Публикация о книгах в специализированном издании, рассчитанном на конкретную аудиторию, при меньшей затрате средств дает значительно больший эффект, чем телевидение и радио.

### 1.2. Реклама книг на телевидение и радио

За рубежом телевидение и книгоиздание находятся в тесном контакте уже много лет. Существуют даже специальные телевизионные каналы, занимающиеся продажей книг. Наиболее распространенная рекламная продукция на телевидении, посвященная книге, в США, Германии — клипы по отдельным изданиям и сериям — возможным бестселлерам. <...>

### 1.3. Интернет как новый канал информации о книгах. Перспективы развития

В последнее время у телевидения и радио в области рекламы книг появился конкурент — Интернет как новый источник информации.

Интернет, используемый с двумя основными целями: для маркетинга и рекламы и в качестве средства реализации печатной продукции, может стать серьезным помощником в издательской и книгораспространительской деятельности. Книга оказалась как раз тем товаром, который может распространяться через Интернет с наибольшей эффективностью. <...>

## Глава 2. Реклама в российской действительности (на примере рекламы книг для детей)

### 2.1. Состояние рынка российской детской литературы

На сегодняшний день детскую книгу в России выпускают более 300 издательств, в том числе художественную и познавательную — более 150 издательств. Каждое из издательств имеет свои особенности в работе с детской литературой и занимает определенную нишу на книжном рынке. <...>

В целом многие издатели считают выпуск детской литературы наиболее выгодным и перспективным, делом постоянно развивающимся и открывающим издательствам новые возможности. <...>

### 2.2. Портрет покупателя книг для детей

Исходя из намеченной цели — нарисовать портрет потенциального покупателя детской книги, постараемся ответить на вопросы, ориентирующие на разработку дальнейшего плана действий: кем является потенциальный покупатель? где он находится? каково будет в таком случае книжное обращение? <...>

В крупных издательствах грамотное маркетинговое исследование позволяет правильно позиционировать любую книгу, определять ее аудиторию, планировать не только тираж, но и географию распространения. <...>

### 2.3. Результаты исследования

На основании исследования намеченного контингента посетительниц двух различных книготорговых организаций был выявлен общий портрет покупателя детской книги. Это родители, средний возраст которых 27—40 лет, образование — среднее специальное или высшее, имеющие 1—3 детей дошкольного и/или младшего школьного возраста. Для данного покупателя имеет значение содержательность и оформление книги, критерий цены стоит не на последнем месте, однако среднестатистический родитель готов купить дорогую, но качественную книгу для своего ребенка. Информацию о книгах покупатель получает от знакомых или из специализированной прессы для родителей. Гораздо реже — из телепередач или Интернета. <...>

## Заключение

Создание российской модели информационного обеспечения книгоиздания — задача не из легких. <...>

Большое значение в практике книгораспространения имеет Интернет. Во-первых, он является перспективным каналом продаж, а во-вторых — источником информации. <...>

Книжные радио- и телеобзоры имеют большое значение прежде всего как источники информации о новых книгах (так как охватывают практически все слои населения в самых разных регионах России). <...>

В заключение следует отметить, что система информационного обеспечения книготорговой деятельности еще не сформировалась окончательно.

#### Список использованной литературы

*Морозовский, М.А.* Современная книжная торговля // Книжное дело. 2001. № 1.

*Назайкин, А.* Рубричная реклама: практич. пособие. М., 2003.

*Песоцкий, Е.* Современная реклама: теория и практика. Ростов н/Д., 2001.

*Филин, В.* Интернет и пресса // Книжное обозрение. 2000. № 9.

#### Образец дипломной работы

Санкт-Петербургский государственный университет  
Высшая школа менеджмента  
Кафедра стратегического управления и маркетинга

### Разработка маркетинговой стратегии для издательства на примере издательства «Альфа»

Выпускная квалификационная  
работа студента 5-го курса  
дневного отделения

«ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ»

\_\_\_\_\_

(фамилия, имя, отчество)

\_\_\_\_\_

*Подпись научного руководителя*

\_\_\_\_\_

*Подпись*

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2006 г.

Научный руководитель:  
д.э.н., профессор \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(фамилия, имя, отчество)

\_\_\_\_\_

*Подпись*

Санкт-Петербург  
2008

## С о д е р ж а н и е

### Введение

#### Глава 1. Теоретические основы разработки маркетинговой стратегии на потребительском рынке

- 1.1. Сущность маркетинговой стратегии. Основные определения
- 1.2. Понятие и виды маркетинговой стратегии предприятия
- 1.3. Основные этапы разработки и реализации маркетинговой стратегии предприятия
- 1.4. Особенности разработки стратегии маркетинга для книжного рынка
  - 1.4.1. Структура книжного маркетинга и его особенности
  - 1.4.2. Исследование рынка для формирования идей
  - 1.4.3. Особенности издательского процесса
  - 1.4.4. Продажи книжной продукции

#### Глава 2. Стратегия маркетинга издательства «Альфа»

- 2.1. Специфика рынка
  - 2.1.1. Структура книжного рынка
  - 2.1.2. Специфика рынка, обусловленная особенностями производства, реализации и потребления товарной категории
  - 2.1.3. Продукция, область применения
- 2.2. Сегментация рынка
  - 2.2.1. Сегментация рынка по характеру потребителей
  - 2.2.2. Сегментация промежуточных потребителей (посредников)
  - 2.2.3. Выбор стратегии охвата рынка на основе сегментации
- 2.3. Содержание стратегического маркетингового плана
  - 2.3.1. Описание компании
  - 2.3.2. Миссия и стратегические цели

#### Глава 3. Ситуационный анализ

- 3.1. Внешний аудит: анализ привлекательности рынка
  - 3.1.1. SWOT-анализ компании
  - 3.1.2. Анализ рыночных тенденций
  - 3.1.3. Анализ покупательского поведения
  - 3.1.4. Мотивация потребления товарной категории (изучение русского языка)
  - 3.1.5. Анализ структуры сбыта
  - 3.1.6. Анализ текущей товарной политики
  - 3.1.7. Конкурентная среда
  - 3.1.8. Барьеры входа на рынок

- 3.1.9. Тенденции макросреды
  - 3.2. Внутренний аудит: анализ конкурентоспособности компании
    - 3.2.1. Текущая маркетинговая ситуация в компании
    - 3.2.2. Анализ приоритетных конкурентов
    - 3.2.3. Анализ коммуникационной программы
  - 3.4. Реклама
  - 3.5. Стимулирование сбыта
  - 3.6. PR
  - 3.7. Прямой (интерактивный) маркетинг
- Глава 4. Позиционирование
- Глава 5. Маркетинговая программа
- Заключение
- Список использованной литературы

## Введение

Данная работа посвящена изучению теоретических и практических аспектов формирования маркетинговой стратегии издательств России как важной составляющей общей стратегии развития фирмы.

В России сегодня выдано более 11 000 лицензий на осуществление издательской деятельности, хотя действующих издательств всего около 3500<sup>1</sup>. Каждое пытается найти свою нишу и заполучить читателей (потребителей книжной продукции). Это приводит к довольно жесткой конкуренции. Каждый год количество издательств в России увеличивается на полторы тысячи<sup>2</sup>. В то же время торговые точки физически не в состоянии вместить весь предлагаемый ассортимент.

В таких условиях важно для всех издательств, особенно не входящих в пантеон крупнейших, выбрать для себя такую стратегию развития, которая бы обеспечила им, с одной стороны, возможность сосуществовать с гигантами, с другой — уход в свою нишу с гарантией необходимого количества покупателей и уровня дохода.

«Альфа» является специализированным издательством, профиль — русский язык как иностранный (РКИ). Рынок РКИ представляется очень перспективным и емким за счет того, что у все большего количества иностранцев появляется интерес к России и русскому языку как предмету изучения. Тому причины будут подробно рассмотрены в работе. В теоретической ее части автор предлагает рассмотреть общие положе-

<sup>1</sup> Сухоруков, К. М. Московское и общенациональное книжное дело: сходство и различия в издательской и книготорговой политике, динамика взаимодействия. М., 2005. С. 107.

<sup>2</sup> Там же.

ния о разработке маркетинговой стратегии фирмы и определить, какие из них применимы к издательской деятельности и конкретно к издательству (название). Ограниченность ресурсов (финансовых и организационных) у предприятий малого и среднего бизнеса тоже заставляет более тщательно отбирать приемы и методы маркетинга. <...>

Книжная отрасль обладает собственными профессиональными периодическими изданиями (перечень), которые оперативно реагируют на изменение тенденций в книжном бизнесе. Поэтому основной акцент при написании работы делался на последние две группы источников с целью предоставить самую свежую и актуальную информацию об этом рынке.

Помимо этого автором был использован личный опыт работы в издательствах (названия).

Таким образом, целью данной дипломной работы является создание маркетинговой стратегии издательства (название), включающее подготовку программы для ведения целенаправленной и контролируемой маркетинговой деятельности компании, также определение возможных направлений дальнейшего функционирования на рынке.

Задачами дипломной работы являются:

- определение основных направлений развития компании и маркетинговых стратегий;
- анализ специфики отрасли;
- сбор и структурирование информации о действиях компании (название), имеющей отношение к мероприятиям комплекса маркетинга.

Данная работа основывается на исследованиях, проведенных ее автором и касающихся оценки потенциала рынка РКИ, анализа конкурентной среды, маркетинговых стратегий конкурентов, позиций их торговых марок на модном рынке, а также определения рыночных сегментов, на которые будет нацелена та или иная торговая марка. На основе результатов данных исследований была разработана стратегия сегментации, позиционирования и брендинга, предложены конкретные меры по реализации данных стратегий, входящие в комплекс marketing-mix.

## Глава 1. Теоретические основы разработки маркетинговой стратегии на потребительском рынке

### 1.1. Сущность маркетинговой стратегии. Основные определения

В данном параграфе представлены основные определения, которые будут использоваться в работе. Автор не стал включать базовые определения маркетинга и его элементов, чтобы не перегружать работу.

Операционный маркетинг — ориентированный на действия процесс, осуществляемый в течение кратко- или среднесрочного периода времени и направленный на существующие рынки или их сегменты. План операционного маркетинга содержит цели, описание позиции, тактики и бюджетов для каждой имеющейся у компании торговой марки на период времени в данном географическом регионе<sup>1</sup>.

Операционный маркетинг включает организацию дистрибьюторской, сбытовой и коммуникационной политики с целью информирования потенциальных покупателей и продвижения отличительных качеств товара с одновременным снижением информационных затрат.

Стратегический маркетинг обычно включает систематический и непрерывный анализ потребностей и запросов ключевых потребительских групп, а также разработку и производство товара, позволяющие компании обслуживать выбранные группы и сегменты более эффективно по сравнению с конкурентами. Достижение этих целей обеспечивает фирме устойчивое конкурентное преимущество<sup>2</sup>.

Вирусный маркетинг — стратегия, стимулирующая людей распространять маркетинговое сообщение, используя собственные связи и желательно собственные ресурсы<sup>3</sup>.

### 1.2. Понятие и виды маркетинговой стратегии предприятия

Маркетинговые стратегии в отличие от стратегического менеджмента в большей степени относятся к изучению потребностей потребителей и приспособлению к ним. Маркетинговые стратегии охватывают как корпоративные и общеорганизационные вопросы, так и вопросы маркетинговой проблематики. Разработка стратегий маркетинга ориентирована на достижение организационных целей, а также расширение продаж и разделение рынка для увеличения долгосрочной прибыли. <...>

### 1.3. Основные этапы разработки и реализации маркетинговой стратегии предприятия

Стратегическое планирование на фирме должно носить не разовый характер, а быть постоянной, текущей деятельностью топ-менеджеров. Стратегия компании должна использоваться как инструмент управления в ее повседневной деятельности — это обеспечит ей выживание в конкурентной среде и процветание в долгосрочной перспективе. Вне зависимости от масштабов бизнеса использование

<sup>1</sup> См.: Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / пер. с англ. под ред. В. Б. Калчанова. СПб., 2007. С. 35.

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> См.: Уилсон, Р. Планирование стратегии интернет-маркетинга. М., 2003. С. 187.



стратегического управления компанией позволит руководству свободно ориентироваться в кризисной ситуации, вселит в персонал уверенность в надежности бизнеса.

Стратегия должна быть не самоцелью компании, а лишь средством реализации будущих ее амбиций. Стратегия относится к тому, что должны делать менеджеры, а ее осуществление — к тому, как...<sup>1</sup>

1.4. Особенности разработки стратегии маркетинга для книжного рынка

1.4.1. Структура книжного маркетинга и его особенности

«Маркетинг вообще и книжный маркетинг в частности включает в себя весь процесс от идеи создания книги до ее продажи. Книжный маркетинг можно разделить на три этапа<sup>2</sup>:

1. Исследование рынка для формирования идей.
2. Издание книги (издательский процесс).
3. Продажа.

1.4.2. Исследование рынка для формирования идей

В настоящее время маркетинговые исследования рынка стали обычным делом во всех отраслях производства и торговли.

Для маркетинговых исследований, как и для маркетинга в целом, разработаны вполне определенные методы, общие для всех его отраслей. Используя эти методы, исследователи собирают информацию о том, кто является потребителем их товара (услуги), как они поступают в тех или иных условиях, как относятся к уже существующим товарам (услугам) и т.д. <...>

1.4.3. Особенности издательского процесса

Издательский процесс состоит из множества технических и нескольких творческих операций. Здесь мы хотели бы остановиться на одном из самых важных и, пожалуй, трудоемких этапов. Речь идет об оформлении книги (обложка, «упаковка»).

Как и текст, оформление самым прямым образом влияет на успех книги. Действительно, текст может быть великолепен, но если обложка не привлекает или отталкивает читателя, то сегодня успех такой книги маловероятен. В практике автора есть примеры, иллюстрирующие данное утверждение. <...>

1.4.4. Продажи книжной продукции

Способы продаж и методы стимуляции сбыта на книжном рынке те же, что и на любом другом. Они описаны во многих учебниках, по-

<sup>1</sup> См.: Дойль, П. Маркетинг-менеджмент и стратегии : учеб. пособие / под ред. Ю. Н. Каптуревского. СПб., 2002. С. 516.

<sup>2</sup> См.: Веденеев, Д. С. Книжный маркетинг [Электронный ресурс] // Маркетинг в России и за рубежом. 1998. № 3.

этому мы не будем на них останавливаться. Есть только один момент, который следует учитывать.

На книжном рынке всегда имеются три участника: издатель, некий посредник и читатель. Двое последних являются покупателями. Имеется следующая цепочка: посредник покупает книги у издателя, а читатель у посредника. Если посредник решит, что данная книга не будет пользоваться спросом, он ее не возьмет, а читатель — не увидит. Поэтому издатель должен разработать стратегию продаж и рекламную кампанию, чтобы убедить посредников в продаваемости книги. Но это еще не все. Посредники, как правило, берут книги небольшими партиями и часто «на реализацию». Если книга у них не будет продаваться, то больше они ее не возьмут. Поэтому издателю приходится также разрабатывать и проводить рекламные кампании, рассчитанные уже на читателей. Посредники могут только помочь, но сами делать ничего не будут<sup>1</sup>.

## Глава 2. Стратегия маркетинга издательства «Альфа»

<...> Для получения общей картины конъюнктуры книжного рынка, сведений о потенциальных покупателях мы использовали ежегодно публикуемые статистические отчеты, исследования и аналитические работы различных государственных и коммерческих социологических фондов. Однако относиться к ним надо настороженно и с определенным скепсисом. <...>

2.1.2. Специфика рынка, обусловленная особенностями производства, реализации и потребления товарной категории.

<...> Книжная продукция отличается особым разнообразием, что проявляется не только в тематике, принципах оформления, но и в ценовом аспекте. <...> Изменения ассортимента в нашем случае не поддаются четкому прогнозу, поскольку процесс реализации книги подвержен воздействию непредсказуемых факторов; книготорговая же статистика не является полной и точной. <...>

### 2.2. Сегментация рынка

#### 2.2.1. Сегментация рынка по характеру потребителей

Если проанализировать всех основных потребителей продукции (название), то это будут в основном студенты и преподаватели. Далее их можно подразделить на группы. <...>

#### 2.2.2. Сегментация промежуточных потребителей (посредников)

Деление посредников на группы во многом определило организационную систему отдела сбыта в компании. <...>

<sup>1</sup> См.: Веденеев, Д. С. Книжный маркетинг [Электронный ресурс] // Маркетинг в России и за рубежом. 1998. № 3.

Каждое из направлений в отделе сбыта имеет свою специфику, которая предполагает у менеджеров разносторонних способностей. Объем работы по каждому направлению достаточно велик. <...>

### 2.3. Содержание стратегического маркетингового плана

Смысл стратегического планирования заключается в формулировании основных стратегических направлений деятельности фирмы для обеспечения ее успешности в долгосрочной перспективе. Каждое такое направление должно быть представлено в виде конкретных решений и программ действий. Кроме того, стратегическое планирование предполагает межфункциональную координацию работ в компании.

#### 2.3.1. Описание компании

Издательство «Альфа» основано в 1990 г. в Санкт-Петербурге. Вот уже 17 лет оно является безусловным лидером в разработке и производстве новых учебных материалов для.... Суммарный тираж изданий превысил... экземпляров.

Ассортимент издательства составляют около 300 наименований (книги, аудио, видео, CD, DVD), ежегодно реализуется более 100 тыс. экземпляров учебных пособий. Издательство осуществляет прямые поставки более чем в 70 стран мира. <...>

## Глава 3. Ситуационный анализ

### 3.1. Внешний аудит: анализ привлекательности рынка

В данном параграфе мы рассмотрим основные рыночные тенденции, поведение покупателей, структуру сбыта на рынке. <...>

#### 3.1.3. Анализ покупательского поведения

В данном параграфе мы проанализируем поведение покупателей при покупке, использовании и владении товаром. <...>

#### 3.1.4. Мотивация потребления товарной категории (изучение русского языка)

Существует множество причин, по которым люди выбирают русский язык для изучения, мы приведем лишь наиболее типичные из них. <...>

#### 3.1.7. Конкурентная среда

Для успешного функционирования на рынке предприятия должны знать своих конкурентов и их успехи, особенно в ключевых моментах. Поскольку конкуренты прямо и косвенно влияют на сбыт продукции и прибыль предприятия, необходимо в ходе анализа рынка тщательно изучить их деятельность. <...>

#### 3.1.9. Тенденции макросреды

<...> Все технологические новшества в полиграфическом деле доступны всем участникам рынка. Передовые мультимедиа-технологии

ввиду высокой стоимости пока не находят широкого применения на российском рынке. Происходит постепенная замена аналоговых аудионосителей на цифровые.

### 3.2. Внутренний аудит: анализ конкурентоспособности компании

Цель внутреннего аудита, называемого также анализом сильных и слабых сторон компании, заключается в оценке ресурсов фирмы и определении типов устойчивого конкурентного преимущества, которое является основой стратегии развития.

#### 3.2.1. Текущая маркетинговая ситуация в компании

Можно сказать, что качество товаров компании находится на высоком уровне и большая часть ее ассортимента выгодно отличается от товаров конкурентов. Компания имеет характерный запоминающийся логотип и название, выделяющееся из ряда названий-клонов, эксплуатирующих словосочетание «русский язык». <...>

#### 3.2.2. Анализ приоритетных конкурентов

Точных значений долей рынка пока не известно. Можно лишь попытаться спрогнозировать их, зная ассортимент издательств и тиражи изданий. Все издательства находятся практически в равных условиях по издержкам. <...>

#### 3.2.3. Анализ коммуникационной программы

Объектом исследования и разработки коммуникационной политики предприятия являются маркетинговые коммуникации. Под маркетинговыми коммуникациями понимается поиск рыночной информации, выбор миссии предприятия, рыночного сегмента, каналов сбыта, определение оптимальных условий по реализации продукции, а также собственная реклама и создание положительного образа предприятия и его деятельности. <...>

### 3.4. Реклама

Реклама товаров узкого назначения отличается от рекламы потребительских товаров средствами, формами и методами воздействия на потребителей. <...>

### 3.5. Стимулирование сбыта

Поддержка продажи, стимулирование сбыта — это кратковременные побудительные меры поощрения покупки или продажи товара (услуги) с целью стимулировать немедленное совершение покупки и ускоренный сбыт продукции. На данный момент этот прием широко не используется. <...>

### 3.6. PR

Работа с общественностью, или паблик рилейшнз, — это планируемые продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между ор-

ганизацией и общественностью. Объект взаимодействия — внешняя и внутренняя среда организации: государство, местные органы управления, поставщики, клиенты, союзы потребителей, средства массовой информации, собственный персонал. <...>

### 3.7. Прямой (интерактивный) маркетинг

Прямой маркетинг заключается в установлении долгосрочного, взаимовыгодного и развивающегося партнерства производителя и персонально известных потребителей. Таким образом, происходит отказ от услуг розничных торговцев и применяется безмагазинная маркетинговая стратегия<sup>1</sup>.

Можно сказать, что издательство (название) практикует торговлю через каналы нулевого уровня в своих офисах. В качестве рекламных средств использует каталоги своей продукции, собственный веб-сайт, а также партнерскую программу с другими сайтами Рунета по схожей тематике (например: Грамота.ру). Об эффективности данного канала можно сказать, что в общих продажах он занимает около 16%. Основными плюсами для покупателей здесь являются: возможность покупки книг по оптовым ценам, постоянное присутствие всего ассортимента издательства, рекомендации сотрудников отдела продаж по выбору тех или иных пособий.

## Глава 4. Позиционирование

Итак, нам необходимо выбрать стратегию позиционирования в каждом целевом сегменте. Она будет являться обобщающей для последующих маркетинговых программ. <...>

Как уже отмечалось выше, в большей степени на принятие решения о покупке влияет рекомендация преподавателя (коллеги). Это связано с тем, что зачастую сложно, особенно, не будучи специалистом, оценить качество учебного издания. Исследования показали, что наиболее влиятельными факторами являются издания, оформление и только потом имя автора. Таким образом, мы определили для себя возможные направления для дифференциации перед конкурентами. Сюда можно еще отнести и стоимость книг, однако она напрямую связана с качеством книги (полиграфии).

## Глава 5. Маркетинговая программа

Уже несколько лет издательство планомерно вводит в свой ассортимент книги высокого качества и постепенно улучшает их оформле-

---

<sup>1</sup> Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. С. 585.

ние. Несомненно, высокое качество полиграфии вскоре позволит ему занять более высокие позиции на европейском рынке. В то же время в ассортименте еще сохраняются более простые в исполнении позиции для отдельных групп покупателей. <...>

### З а к л ю ч е н и е

Исследование маркетинговой деятельности любого предприятия — это комплексное рассмотрение всех факторов, оказывающих влияние на развитие предприятия, анализ стратегии его развития с учетом этих факторов и конкретных мероприятий по реализации этих стратегий. <...>

Исследование, проведенное автором дипломной работы, показало, что рынок РКИ является перспективным, в нем есть возможности для роста в плане развития производства и реализации он еще далек от насыщения, темпы роста невелики (он скорее стабилен).

Маркетинговая деятельность в издательстве (название) охватывает довольно большое поле деятельности: разнообразные исследования (конкурентов, потребителей и т.д.), разработка стратегий для самого предприятия и его марок, а также проведение тактических мероприятий и оперативных действий по реализации данных стратегий.

Для достижения максимальной эффективности маркетинговых мероприятий необходимо осуществлять контроль за ходом их реализации, постоянно сопоставлять достигнутый объем сбыта с затратами на маркетинг, следить за реакцией потребителей, их отношением к продвигаемому товару, что позволит заблаговременно принять необходимые меры.

### С п и с о к и с п о л ь з о в а н н о й л и т е р а т у р ы

*Айгистов, Р. А.* Московский книжный ассортимент: структура, ценообразование, культура издательского оформления // Московское книжное дело сегодня. М., 2005.

*Ассэль, Г.* Маркетинг: принципы и стратегия : учебник для вузов. М., 2001.

*Васькин, А. А.* Книготорговый бизнес в России и за рубежом. М., 2001.

*Вуль, В. А.* Совершенствование информационной структуры современного издательства // Проблемы информатизации. 2001. № 3.

*Голубков, Е. П.* Сегментация и позиционирование // Маркетинг в России и за рубежом. 2001. № 4.

*Голубков, Е. П.* Стратегическое планирование и роль маркетинга в организации // Маркетинг в России и за рубежом. 2000. № 3.

*Горшков, Ю. А.* Экономика российского книгоиздания в 1999—2001 годах: завершение переходного периода // Библиотека в эпоху перемен: Дайджест. 2002. Вып. 2.

## Приложение 2. Ключи

### К главе 4

#### Задание 1

- (1) Что-вопрос, неправильный, «деньги вкладывают».
- (2) Ли-вопрос, правильный, «все политики верят в то, что говорят».
- (3) Что-вопрос, правильный, «один из городов мира является центром российского бизнеса».
- (4) Что-вопрос, неправильный, «некто придумал товарно-денежные отношения».
- (5) Что-вопрос, неправильный, «расположение планет влияет на ставку рефинансирования».
- (6) Ли-вопрос, неправильный, «вы продолжаете утаивать налоги».

#### Задание 2.

- (1) Никакие.
- (2) Сформулирован неточно: не все альтернативы указаны в матрице вопроса.
- (3) В данном случае имеет место риторический вопрос.
- (4) Сформулирован неточно: не все альтернативы указаны в матрице вопроса.
- (5) Никакие.
- (6) Сформулирован неясно: кто имеется в виду под «он»?
- (7) Сформулирован неясно: что подразумевается под «старший»?
- (8) Вопрос не имеет смысла: ни в одной стране мира нет такой валюты, как луидор.

#### Задание 4

- (1) Тезис: «все люди Земли хотят счастья»; аргументы: «все жители Африки хотят счастья», «хотят того же и жители Северной и Южной Америки, Австралии, Новой Зеландии, исследователи Антарктиды».
- (2) Тезис: «логика тесно связана с грамматикой»; аргументы: «не существует мыслей вне языковой оболочки», «для того чтобы сообщить свою мысль другим людям, мы должны выразить ее в языковой форме», «и наоборот, всякое слово, всякая фраза выражает какую-то мысль».
- (3) Тезис: «Не стоит вызывать врача к больному и вообще что-то делать»; аргументы: «Всякому, кому суждено умереть, — умереть», «Вся-

кому, кому суждено выздороветь, — выздоровеет», «И умрет, и выздоровеет он независимо от того, будет к нему вызван врач или нет».

#### Задание 5

(1) Прямое доказательство, некорректно, так как аргумент «риск — благородное дело» является слишком широким.

(2) Прямое доказательство, корректно.

(3) Прямое доказательство, корректно.

(4) Косвенное доказательство (от противного), некорректно — произведена подмена тезиса в виде «довода к человеку».

(5) Прямое доказательство, некорректно — допущена ошибка в демонстрации «от сказанного с условием к сказанному безусловно».

(6) Прямое доказательство, некорректно — предвосхищается одно из оснований.

#### Задание 6

(1) Один из аргументов выдается за истинный — неверно, что заинтересованность, ответственность и самостоятельность никак не связаны между собой.

(2) Совершена подмена понятия: «юридическое лицо» («компания») подменяется совокупностью «физических лиц» — бывших членов правления этой компании.

(3) Совершена подмена понятий: свойства частей переносятся на целое.

(4) Дочь так формулирует вопрос (в данном случае доводя дело до абсурда), что положительный ответ на него будет нежелательным.

(5) Используется аргумент, требующий доказательства, при этом ссылка на «современную экономическую теорию» неправомерна, так как не содержит однозначную оценку «ограниченной эмиссии».

#### Задание 7

(1) Убедительно.

(2) Неубедительно — допущена ошибка «мнимое следование».

(3) Неубедительно — допущена ошибка «мнимое следование».

(4) Неубедительно — свойства частей переносятся на целое.

(5) Неубедительно — допущена ошибка «мнимое следование».

(6) Неубедительно — допущена ошибка «мнимое следование».

(7) Неубедительно — указаны не все возможные альтернативы.

#### Задание 8

А. а) необходимость проведения в Москве летом 1998 г. Всемирных юношеских игр; б) в первой позиции утверждается отсутствие такой необходимости, во второй — наоборот.

Б. а) введение в школьную программу новой дисциплины «Сексуальное воспитание»; б) отрицательная позиция А. Макашова и Н. Мор-



дюковой необоснованна; позиция К. Эрнста — доказательство обратного; позиция Н. Варлей — сомнение в необходимости введения такого предмета.

### Задание 9

А. а) является ли астрология наукой; б) позиция А. Зараева — доказательство того, что астрология является наукой, а значит, способна принести немалую пользу человеку; позиция Ф. Кондратьева — обоснование того, что астрология — не наука и от нее исходит больше вреда, чем пользы; в) А. Зараев главным образом использует подтверждение, Ф. Кондратьев — опровержение в виде доказательства истинности антитезиса и критики аргументов противной стороны.

Б. а) плюсы и минусы служебного романа.

## К главе 8

### Чаааіеа 1

Тәеі ес тәаііуо аусаае о і аіу іподіе ідепсі іагааеһе. О і аня было какое-то мальчишеское чувство сожаления, что я его допрашиваю, а он мне отвечает и что все это происходит здесь и сейчас, в лагере военнопленных, а не десять лет назад где-нибудь на перемене на школьном дворе. С каким наслаждением, услышав тогда то, что он мне говорил сейчас, я расквасил бы его наглуую физиономию!

Это был нахальный голубоглазый парень, фельдфебель со сбитого самолета. Он не показался мне ни глупым, ни ничтожным, но он был человеком, чьи суждения, мнения, представления, размышления раз навсегда замкнуты в один навсегда установившийся круг, из которого наружу не вылезает ничего — ни одна мысль, ни одно чувство. В пределах этого круга он размышлял, т.е. был даже изворотлив. Он не говорил, что Россия напала на Германию, он говорил, что Германия сама напала. Но напала потому, что она точно знала — Россия через десять дней нападет на нее. В пределах этого круга он был образован, т.е. читал несколько стихотворений Гёте и Шиллера, читал «Майн кампф» и был вполне грамотен. В пределах этого круга он был не лишен чувств, т.е. чувства патриотизма, товарищества и так далее.

Но все, что выходило за пределы этого круга, его не интересовало. Он не знал этого. Не хотел и не умел знать. Словом, это была отличная машина, приспособленная для того, чтобы наилучшим образом убивать людей.

## Приложение 3. Фонетические и диалектные нормы

### Фонетические нормы

Еще в начале XIX в. образцом служило московское произношение. Многие его черты оказались устойчивыми и сохранились до настоящего времени в литературном языке. В произношении гласных, например, наиболее характерной чертой является изменение в зависимости от их положения (позиции) в ударном или безударных слогах. Так, русскому литературному языку свойственно аканье, т.е. произношение *о* и *а* в безударном слоге, стоящем перед ударным, после твердых согласных звука, близкого к [а]: *к[а́]рова* — *корова*, *с[а́]бака* — *собака*, *ст[а́]ю* — *стою*. В остальных безударных слогах, независимо от того, находятся они до или после ударного слога, заметно изменяется произношение не только [о], но и [а]. Оба звука произносятся как неясный, в большей или меньшей степени сокращенный (редуцированный) *ы*-образный звук, средний между [а] и [ы], условно обозначаемый знаком [ɔ̣] — ер. Например, пишем: *сковорода*, *провода*, а произносим [*скɔ̣врɔ̣дɔ̣*], [*прɔ̣влɔ̣кɔ̣*]. При произношении слов с неясными, по большей части сокращенными (редуцированными) гласными, что отличает южнорусскую речь, а в последние десятилетия и речь молодого поколения, есть одна опасность, о которой надо постоянно помнить. Если мы будем слишком сокращать [а], некоторые слова могут звучать так, как звучат слова с другими значениями. Тогда наши собеседники могут не все понять из услышанного. Так, слово *голова* [*гɔ̣лɔ̣вɔ̣*] может звучать как *глава* [*глɔ̣вɔ̣*], *пароход* [*пɔ̣рɔ̣хɔ̣т*] — как *проход* [*прɔ̣хɔ̣т*], *паравоз* [*пɔ̣рɔ̣вɔ̣т*] — как *провоз* [*прɔ̣вɔ̣т*], *сторона* [*стɔ̣рɔ̣нɔ̣*] — как *страна* [*стрɔ̣нɔ̣*].

При произнесении согласных в литературном языке происходит оглушение звонких согласных на конце слова и перед глухими и, наоборот, озвончение глухих перед звонкими: *дуб* — *ду[п]*, *любовь* — *любо[ф']*, *круг* — *кру[к]*, *площадь* — *площа[т']*, *дорожка* — *доро[ш]ка*, *алмаз* — *алма[с]*, *вокзал* — *во[з]зал*, *футбол* — *фу[д]бол*, *дать* — [з]дать.

Однако некоторые говорящие при оглушении звонкого [з] на конце слова используют не парный ему глухой [к], что соответствовало бы орфоэпической норме, а согласный [х]. Говорят, например, *вра[х]* — *враг*, *вдру[х]* — *вдруг*, *сне[х]* — *снег*, *фла[х]* — *флаг*, что соответствует диалектному произношению. Еще одно отступление от нормы — отсутствие оглушения на конце слова в речи людей, свободно владеющих некоторыми европейскими языками, особенно в заимствованных словах — такая «русская» речь звучит претенциозно и манерно.

В настоящее время трудно говорить о каких-то серьезных различиях в московском и петербургском произношении. Но продолжают оставаться актуальными интонационные различия в речи жителей отдельных регионов России, привлекает внимание и злоупотребление интонацией английского языка в речи некоторых телеведущих и даже политиков.

К сказанному о современном русском литературном произношении звуков и их комбинаций следует добавить, что в отличие от исконно русских слов, в которых перед *e* согласные смягчаются обязательно (*дело, свет* [*д'эль, св'эт*]), заимствованные слова ведут себя по-разному. Одни сохраняют твердое произношение согласного перед *e*, как в языке, из которого они заимствованы: *ан[тэ]на, а[тыэ]лье*. Другие оказались более податливыми и под влиянием исконно русских слов стали произноситься со смягченными согласными: *аг[р'е]ссия, ъа[í'е]ра*. К сожалению, какие-либо правила, касающиеся употребления твердых и мягких вариантов, отсутствуют. Однако следует иметь в виду, что чем больше то или иное заимствованное слово осваивается русским языком, тем вероятнее произношение его с мягким согласным перед *e*, т.е. произношение в соответствии с написанием; для примера сравним произношение слова *пионер* как *пио[нэ]р* в 1930-е гг. и *пио[н'е]р* в настоящее время.

В русском языке ударение служит для выделения в слове того или иного слога при помощи большей силы, длительности, напряжения голоса. Трудность вызывают такие характеристики ударения, как разноместность и подвижность. Разноместным русское ударение называют потому, что оно может быть на любом (первом, втором, последнем) слоге, даже в родственных словах: *состо́ит — вы́стоит — состо́ав*. Подвижным его называют потому, что в одних грамматических формах какого-либо слова оно может стоять на одном слоге, в других — на другом; *не́сти — не́с — несла́; сестра́ — се́стры — сестёр*. В словах, кроме основного ударения, может быть еще одно, ослабленное (второстепенное, побочное): *ра́зномéстный, ру́ско-англи́йский*. Ударение в русских словах при необходимости (например, в словарях) обозначается особым знаком [']. Слог, на котором оно стоит, называется ударным, остальные слоги — безударными. Знака ударения не ставится в словах, состоящих из одного слога: *клип, мэ, путч*.

Русское ударение играет важную смысловоразличительную роль. Оно используется в ряде случаев для различения слов (*хло́пок — волокно и хлопóк — удар в ладоши*), их форм (*разре́зал — сов. вид глагола и разреза́л — несов. вид*) и стилистической окраски (*звони́т — нейтральное и звони́т — разговорное*).

В русском литературном произношении существуют варианты ударения, например: *на́ берег* или *на бе́рег*. Широко известны строчки из песни М. Исаковского «Катюша»: «Выходила *на́ берег* Катюша, *на* высокий *бе́рег* на крутой». Но как все же правильнее произносить: *на́ берег* или *на бе́рег*? Конкуренция между существительными и предлогами (*до, за, из, на об, по, под*) в перетягивании ударения имеет давнюю историю. Переносу ударения на предлог еще в начале века отдавалось предпочтение. Однако сейчас ударение все чаще стали переносить на существительное.

В настоящее время для литературного языка в целом допустимы оба варианта ударения: *по́ боку, по́д бо́ком, по́д бо́к, за́ бо́к; за́ бо́рт, на́ бо́рт; за́ во́рот; с гла́зу на́ глаз (на гла́з); на́ го́ру, по́д го́ру; по́ двору́; на́ ду́шу; на́ зе́млю; на́ зи́му, за́ зи́му*. Однако для обычной (не поэтической), повседневной речи более характерны сейчас безударные предлоги: *на во́ду, под водóй; год от го́да, из го́да в год; ко дну́, по дну́*. Правда, из общего правила бывают исключения, например, когда место ударения служит различителем смысла высказывания. Можно сказать *жить за́ городом* и *за го́родом*, что одинаково значит «в пригородной местности». Но если мы хотим указать, что какой-то предмет распложен по ту сторону города, мы предпочтем вариант с ударением на существительном: *Лес находится за го́родом*.

Чаще сохраняется ударение на предлоге в устойчивых сочетаниях: *бок о́ бок; без году неделя; за́ душу берет (хватает), зуб на́ зуб не попадет*. В наречиях типа *на́бок* в повседневной речи также предпочитается ударение на приставке.

Вариантные ударения нередко встречаются в стихотворных текстах. Некоторые авторы придерживаются поэтической традиции. Но бывают случаи, когда постановку ударения определяет размер стихотворной строки, как это видно на примере песни «Катюша».

В постановке ударения все же лучше ориентироваться не на поэтическую речь, а на орфоэпические словари.

Вы познакомились с основными правилами русского литературного произношения. Остается добавить, что, кроме особо оговоренных случаев, они относятся к так называемому *н е й т р а л ь н о м у* стилю произношения, т.е. речи в нормальной, обычной обстановке, в среднем темпе, при спокойном состоянии говорящего, который хочет передать или получить какую-либо информацию, не ставя перед собой каких-то дополнительных задач: выразить свои чувства, что-либо подчеркнуть.

По отношению к нейтральному выделяются еще два стиля: *сниженный* и *высокий*. К *с н и ж е н н о м у* стилю (его еще называют неполным) относится небрежная речь, при убыстренном темпе говоре-

ния — из-за волнения или по другим причинам. Высокый (полный) стиль используется в торжественных случаях; для него характерны замедленный темп, тщательное проговаривание. Говорящий при этом обычно ставит перед собой какие-то особые, дополнительные задачи, стремится подчеркнуть важность сообщаемого, привлечь внимание слушателей, например при передаче официальных сообщений по телевидению.

Ī īđōīēīāē:āñēēā íīđī ū

Ŋōŭāñōāēōāēūí ūā

1. Сложнокращенные слова, составленные из первых букв (*СНГ* — эсэнгэ) или звуков (*ИТАР*) тех слов, от которых они образованы, имеют род главного слова. *СНГ* — это *Содружество* Независимых Государств, стержневое слово *содружество* относится к среднему роду, поэтому говорят *СНГ возникло*. *ИТАР* — это Информационное телеграфное *агентство* России, поэтому говорят *ИТАР сообщило*. Но если в сознании людей не осталось ассоциаций аббревиатуры с производящими словами, она, как обычное слово, получает род по формальному показателю и относится к мужскому роду в случае нулевого окончания (*ТАСС уполномочен заявить* — несмотря на то, что это *агентство*), к среднему роду — в случае окончания *-о* (*РОНО* — хотя это районный *отдел* народного образования).

2. Несклоняемые имена существительные, обозначающие профессию, должность, звание, традиционно связанные с мужским трудом (типа *атташе, рефери*), относятся к мужскому роду. Род несклоняемых географических наименований определяется по роду соответствующего родового существительного: *Карачи* относится к мужскому роду, как и соответствующее родовое слово *город*; *Уэмбли* — тоже к мужскому роду (*стадион*); *Миссури* — к женскому роду (*река*); *Онтарио* — к среднему роду (*озеро*).

3. Существительные с отвлеченным (абстрактным) значением, называющие какое-либо действие или какой-либо признак и не связанные с конкретными предметами или лицами (*реструктуризация, деноминация, довыборы; федерализм, фермерство*) не могут иметь при себе количественное числительное и обычно употребляются в форме только одного числа, единственного (*красота*) или множественного (*перевыборы*). Но при изменении прямого лексического значения некоторые из отвлеченных существительных могут получать форму множественного числа: *В горах мы столкнулись с такими красотоми природы, которые, живя в городе, и вообразить не могли*. Здесь *красоты* означают «красивые места».

4. Вещественные существительные, т.е. существительные, обозначающие вещество, однородную массу (*духи, молоко, железо*), употребляются только в форме одного числа: единственного (*глина, цемент*) или множественного (*консервы, опилки*). Однако, употребляясь в специальном значении, они могут иметь форму множественного числа: *По химическому составу различают углеродистую и легированную стали, по назначению — конструкционные и инструментальные стали.*

5. Ряд существительных мужского рода в именительном падеже множественного числа имеет ударные окончания *-а(-я)*: *адрес — адреса́, тополь — тополя́*. Наиболее употребительными существительными, получающими эту форму, являются: *бок, берег, век, вечер, глаз, голос, директор, дом, доктор, корпус, край, лагерь, мастер, номер, орден, остров, паспорт, поезд, профессор, том, цвет*. В случае колебаний в выборе окончаний *-ы(-и)* или *-а(-я)* последние более свойственны бытовой и профессиональной речи: *годы — года, инспекторы — инспектора, прожекторы — прожектора, секторы — сектора, слесари — слесаря, токари — токаря, тополи — тополя, тракторы — трактора, якоря — якоря*. В то же время следует иметь в виду, что некоторые вариантные формы различаются значением, например: *образы* (художественно-литературные) и *образа* (иконы), *учители* (идейные руководители) и *учителя* (преподаватели), *цветы* (растения) — *цвета* (окраска).

6. Некоторые группы существительных мужского рода в родительном падеже множественного числа имеют форму именительного падежа единственного числа (без окончания). Такими группами являются: 1) отдельные названия лиц по национальной принадлежности (*бурят, грузин, лезгин, турок, цыган, но арабов, монголов*); 2) отдельные названия лиц, связанных с воинской службой (*гусар, партизан, солдат, но капитанов, полковников*); 3) отдельные названия парных предметов (*ботинок, валенок, погон, сапог, чулок, но носков*); 4) отдельные названия единиц измерения при указании их количества (*ампер, ватт, вольт, герц, ом, рентген*).

В случае колебаний при выборе форм с нулевым окончанием и с *-ов* первые свойственны разговорной речи, а последние — литературному языку (*гектар — гектаров, апельсин — апельсинов*).

7. Одушевленными являются существительные мужского и женского рода, обозначающие живые существа — людей, животных — и мифические (*дьявол, домовый*). Однако к одушевленным существительным относятся также такие слова, как *кукла, мертвец, покойник, утопленник*, и некоторые существительные среднего рода (*дитя, животное, лицо* в значении «человек», *млекопитающее, насекомое, страшилище, чудовище*). У одушевленных существительных всех родов во множест-

венном числе и мужского рода 1-го склонения в единственном числе окончания винительного и родительного падежей совпадают: *В зоопарке дети увидели слона (белого медведя, экзотических животных, других детей)*. Неодушевленные существительные, употребляемые в переносном значении, воспринимаются как одушевленные, ср.: *При дневном свете невозможно увидеть звезды и На гала-концерте мы увидели настоящих звезд*.

8. Среди имен существительных имеются существительные несклоняемые, т.е. сохраняющие начальную форму во всех падежах. К ним принадлежат:

- 1) иноязычные по происхождению слова, которые оканчиваются на гласный: *меню, метро*;
- 2) иноязычные названия женского пола: *леди, мисс, фрау*;
- 3) русские фамилии на *-аго, -яго; -ово; -ых, -их*: *Живаго, Дурново, Теплых, Долгих*;
- 4) некоторые сложносокращенные слова: *РФ (Российская Федерация), замдиректора, миннауки*.

Если несклоняемые существительные называют предметы, они относятся к среднему роду, кроме *кофе (кимоно, домино)*, если живые существа — их род зависит от пола последних: *молодой — молодая кенгуру, Дурново сообщил(-а)*.

При отсутствии указаний на пол названия животных относятся к мужскому роду.

## Прилагательные

1. При возможности образования от прилагательных на *-енный* кратких форм на *-ен* и *-енен* (*безнравственный — безнравствен, безнравственен*) нужно иметь в виду, что, хотя обе формы являются литературными, последняя более свойственна книжной речи.

2. Из двух вариантов простой сравнительной степени качественных прилагательных на *-ее* и *-ей* (*активнее — активной*) последний свойствен разговорной речи.

Нельзя соединять в одном качественном прилагательном простую и сложную формы степеней сравнения. Сочетания типа *менее (более) активнее* являются ошибочными. То же самое следует сказать о соединении в одном качественном прилагательном простой и сложной формы превосходной степени (*самая красивейшая*).

## Числительные

1. Собирательные числительные сочетаются с существительными мужского рода со значением лица (*двое школьников, трое учителей*); с названиями детенышей (*четверо медвежат*); с существительными, имеющими форму только множественного числа (*двое ножниц*) или обозначающими парные предметы (*двое носков*); с существительными общего рода (*пятеро судей*) и личными местоимениями (*их было шестеро*). С остальными существительными собирательные числительные не сочетаются.

Особняком стоят собирательные числительные *оба* (муж. и ср. р.) и *обе* (жен. Р.), которые имеют формы рода. При склонении числительного *оба* основа оканчивается на *-о* (*обо-их*), числительного *обе* — на *-е* (*обе-их*).

2. В составных количественных числительных склоняется каждое слово. Слово *тысяча* в сочетании со словом *один* в творительном падеже имеет форму *тысячью*, а не *тысячей*: *одной тысячью двумястами тридцатью тремя*.

Склонение составных числительных в устной речи нередко упрощается: а) могут склоняться только их начальные и конечные компоненты (*поселок с тремя тысячами пятьсот пятью жителями*); б) может склоняться только их последний компонент (*лаборатория размещалась в двадцать трех кабинетах*). Такое употребление нельзя считать литературным.

## Местоимения

1. Если в роли подлежащего выступает существительное или местоимение 3-го лица, то принадлежность действующему лицу может выражаться только местоимением *свой*: *Кто-то из пассажиров (пассажир) забыл свой зонтик в вагоне метро*.

Если в роли подлежащего выступают личные местоимения 1-го и 2-го лица (*я, ты, мы, вы*), то принадлежность кого-, чего-либо действующему лицу может выражаться местоимением *свой* и местоимениями *мой, твой, наш, ваш*, хотя в живой речи предпочитается первое: *За городом я встретил своих (моих) товарищей*.

2. Следует различать в употреблении местоимения *сам* и *самый*. Первое означает «самостоятельно» и употребляется с личными местоимениями и одушевленными существительными: *Ректор сам (он сам) решил провести совещание*. При неодушевленных существительных местоимение *сам* может употребляться в целях уточнения, подчерки-



вания чего-либо, выделения: *Само совещание прошло удачно*. Местоимение *самый* употребляется, чтобы обратить внимание на какую-либо особенность предмета: *Совещание приступило к рассмотрению самого существа проблемы*. Местоимение *сама* в винительном падеже имеет две формы: *самое* (которая является книжной и к тому же устаревающей) и *саму* (которая воспринимается как более современная).

3. Различие местоимений *такой* и *таков* состоит в том, что первое используется чаще всего в роли определения и имеет оттенок усиления: *Такой прием был оказан нам впервые*, а второе — в роли сказуемого, в частности в устойчивых оборотах типа *и был таков*: *Такова была его история*; *Сыр выпал, с ним была плутовка такова*.

4. Местоимения *каждый*, *всякий* и прилагательное *любой* близки по значению, но не взаимозаменяемы. Ср.: *Спортсмены готовились к соревнованиям каждый день* (т.е. все дни без исключения); *Тем летом проходили всякие соревнования* (т.е. различные); *Спортсмены готовы были соревноваться в любой день* (т.е. в один из дней, в какой угодно, безразлично какой).

5. Винительный падеж возвратного местоимения *себя* может относиться к разным лицам, упоминаемым в предложении: *Друзья не разрешают мне шутить над собой*. Здесь *над собой* может относиться по смыслу к *друзьям* и ко *мне*. Следует избегать подобной двусмысленности. Данное предложение лучше построить по-другому: *Друзья не разрешают, чтобы я шутил над ними* (если речь идет о шутке по адресу друзей) и *Друзья не разрешают, чтобы я шутил над собой* (если речь идет о шутке по моему адресу).

6. После предлогов у личных местоимений 3-го лица появляется *и* (*их — в них, его — около него*).

7. Местоимения *вы* и *ваш* могут употребляться как форма вежливости обращения к одному лицу, старшему по возрасту или положению, и только в этом случае пишутся с прописной буквы: *Почему Вы думаете, что Ваше выступление понравится публике?*

## Глаголы

При образовании от глаголов совершенного вида форм несовершенного вида при помощи суффикса *-ыва-* (*-ива-*) может происходить чередование звуков *о* — *а* в основе. Если при этом образуются параллельные формы (*обусловить* — *обуславливать*, *уполномочить* — *уполномачивать*), то первые из них соответствуют литературному употреблению, а вторые устарели и употребительны в разговорной речи. В сомнительных случаях следует обращаться к словарю.

## Синтаксис

Синтаксис представляет собой средства и правила соединения слов и форм слов в словосочетания и предложения, простых предложений в сложные и в сложные синтаксические целые. В то же время синтаксисом называют раздел грамматики, который изучает эти средства и правила.

Синтаксические нормы исторически так же изменчивы, как и морфологические хотя это менее заметно. Например, сейчас не говорят, как во времена Пушкина: *Бежал он их беседы шумной*.

Ниже мы отметим только те варианты синтаксических норм, которые у говорящих могут вызвать затруднения.

В простом предложении:

1. При существительных мужского рода, называющих профессию, должность, звание, но обозначающих женщину, сказуемое в книжных стилях чаще ставится в форме мужского рода, а в разговорном — женского: *Ректор университета регулярно выступал перед сотрудниками*.

2. Согласование с такими существительными определений в женском роде (*Наша референт...*) носит разговорный характер.

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

4. При подлежащем, выраженном неизменяемой частью речи (наречием, союзом, частицей, междометием), сказуемое ставится в форме единственного числа, прошедшего времени, среднего рода: «*Э-э-э*» часто *слышится в ответах интервьюируемых*; «*Зачем*» *звучало чаще всего в его вопросах*.

5. При подлежащем, выраженном сложным существительным типа *кресло-кровать*, *роман-газета*, сказуемое согласуется со словом, обозначающим более широкое понятие: *В магазине продавалось кресло-кровать новой модели*; *Роман-газета распространялась через киоски*.

6. При вопросительных, отрицательных и неопределенных местоимениях типа *кто* (*никто*, *некто*, *кто-то*) сказуемое ставится в форме единственного числа мужского рода, даже если речь идет о многих лицах или лице женского пола: *Кто из них (женщин) первым поднял вопрос о равноправии?* *Некто в черной шляпе заглянул в кабинет*; *Что случилось? — Что-то (чашка или блюдце) упало с полки*.

7. При подлежащем, выраженном сочетанием числительного с существительным в родительном падеже или счетными словами типа *несколько*, *много*, сказуемое употребляется во множественном числе, если надо подчеркнуть активность каждого субъекта (*В тренировке*

*участвовали 22 футболиста*), и в единственном числе, если надо подчеркнуть нерасчлененность, цельность всех субъектов, безличность всего высказывания (*В тренировке участвовало 22 футболиста*). Бывает также согласование по форме (*Несколько человек не работало*) и по смыслу, т.е. с учетом того, что слова обозначают множественность (*Несколько человек не работали*).

8. При подлежащем, выраженном сочетанием существительного или местоимения в именительном падеже с существительным или местоимением в творительном падеже, сказуемое всегда стоит во множественном числе: *Тренер со своим подопечным проводили на стадионе целые дни*. Постановка сказуемого в единственном числе означает, что подлежащим является только существительное в именительном падеже, а существительное (или местоимение) в творительном падеже выступает в роли дополнения.

9. Во многих случаях возможна взаимозамена кратких и полных прилагательных в именной части составного сказуемого: *Ваше предложение заманчивое (заманчиво)*. Краткая форма обычно более выразительна, экспрессивна, свойственна книжным стилям речи, в то время как полные прилагательные более присущи разговорному стилю.

В определенных случаях отмечаются различия в употреблении кратких и полных форм прилагательных в составном сказуемом. Так, первая из них используется (с глаголом-связкой *быть* или без него): 1) когда прилагательное имеет распространитель: *Мальчик был болен гриппом*; нельзя сказать: *Мальчик был больной гриппом*; 2) когда в качестве субъекта выступают местоимения *это, все, все это, что*: *Все это старо как мир; Я уже не знаю, что полезно и что вредно*; 3) когда при подлежащем имеются определения *всякий, аналогичный, каждый, любой, подобный, такой*: *Не всякий закон эффективен*.

Полное прилагательное обязательно употребляется в сказуемом тогда, когда в предложении имеется глагол-связка: *Прошедшая презентация оказалась успешной; Книга представляется занимательной*.

Различия между полными и краткими прилагательными могут быть стилистического характера, ср.: *Ты, Ира, ветренная* (смягченность окраски) и *Ты, Ира, ветрена* (категоричность оценки).

10. При переходных глаголах, которые употреблены с отрицанием *не*, прямое дополнение может выражаться не только винительным падежом, но и родительным. В винительном падеже чаще употребляются существительные, обозначающие конкретные предметы (*не вскрывайте письмо, не читайте телеграмму*), а в родительном — существительные, обозначающие отвлеченные понятия (*не обращайтесь внимания, не бойтесь угроз*).

Однако в некоторых случаях употребляется только один падеж. Так, родительный падеж используется в случае: 1) если отрицание не усиливается при помощи отрицательных местоимений типа *никакой, никто, ничто* (*При решении этого вопроса председательствующий не выдвинул никаких аргументов*); 2) если в роли сказуемого выступает глагол с частицей *не*, сочетающийся с отвлеченным существительным: *Собрание не приняло предложения председательствующего*.

Только винительный падеж употребляется, если отрицание не стоит перед личной формой глагола, далее следует инфинитив, затем прямое дополнение: *Собрание не могло принять такое решение*.

11. Различие предлогов *среди* (*посреди*) и *между* состоит в том, что первый указывает на место в центре какого-либо пространства, нахождение в числе других аналогичных предметов и требует после себя родительного падежа: *среди* (*посреди*) *поляны, среди людей*; второй — на положение предмета посреди чего-либо и требует творительного падежа: *между палатками, между людьми*.

12. Следует различать в употреблении некоторые предлоги с причинным значением.

Различие предлогов *благодаря* + дательный падеж и *из-за* + родительный падеж заключается в том, что первый используется для обозначения причины, положительно влияющей на что-либо (*Благодаря помощи населения последствия аварии были быстро ликвидированы*), а второй — для указания причины, отрицательно влияющей на что-либо (*Из-за отсутствия помощи населения последствия аварии не могли быть ликвидированы быстро*).

Предлоги *из* + родительный падеж и *по* + дательный падеж обычно различаются тем, что первый используется при указании на причину, которая поддается контролю, а второй — при его отсутствии, ср.: *поступил так из неосторожности — по неосторожности*.

Предлоги *из* + родительный падеж и *от* + родительный падеж различаются, как правило, тем, что первый используется при глаголах, обозначающих статическое состояние (*хранил молчание из страха*), а второй — при глаголах, обозначающих изменение состояния действующего лица (*убежал со страху*).

Различие предлогов *по* и *из-за* состоит в том, что первый обозначает причину, связанную с поведением, действием кого-либо, а второй — с этим не связанную, ср.: *По рассеянности я забыл взять студенческий билет и Из-за отсутствия комплектующих многие станки не работали*. В отличие от этих предлогов предлог *за* употребляется после глаголов, обозначающих отношение к кому-, чему-либо, для ука-

зания на причину того или иного отношения: *Сотрудники уважали руководителя за справедливость.*

13. Необходимо различать употребление некоторых предлогов, выражающих условие. Так, предлог *при* употребляется с существительными *наличие* или *отсутствие*: *При наличии (отсутствии) серьезных аргументов предложенный тезис трудно доказать.* Предлог *в случае* употребляется с существительными, называющими неожиданное действие: *В случае дорожного происшествия вызовите машину технической помощи.* Предлог *в зависимости* употребляется с существительными, называющими какой-либо обуславливающий фактор: *В зависимости от погоды урожай будет собран или не собран вовремя.* Предлог *с* используется с отглагольными существительными: *С усилением мороза в доме становилось прохладнее.* Кроме того, следует иметь в виду, что предлог *при* обозначает условие с временным оттенком: *При усилении мороза в доме становилось прохладнее.*

14. Имеются различия и при употреблении целевых предлогов. В нейтральной речи употребляются предлоги *для*, *за*: *Для реализации программы необходимы соответствующие ресурсы; Зайди в библиотеку за книгами.* Последний предлог используется только после глаголов движения (*ходить*, *сбежать* и т.п.).

В книжной речи употребляются предлоги *в целях* и *с целью*. Первый сочетается только с отглагольными существительными (*в целях реализации, уточнения*), а второй — с отглагольными существительными (*с целью реализации, уточнения*) и с инфинитивом (*с целью реализовать, уточнить*).

14. Предлоги *от*, *у*, *из* в сочетании с родительным падежом существительных указывают на источник информации. Предлог *от* употребляется для обозначения активного отношения действующего лица к источнику информации (*узнать от отца*), предлог *у* — пассивного (*узнать у отца*), а предлог *из* — при неодушевленных существительных (*узнать из беседы с отцом*).

15. Предлоги *о* + предложный падеж, *относительно* + родительный падеж, *про* + винительный падеж имеют объектное значение, т.е. указывают на объект речи или мысли. Однако первый из них носит нейтральный характер, второй — книжный, третий — разговорный: *В прессе неоднократно высказывались соображения о роли (относительно роли) России в современной Европе; Мы наслышались в детстве сказок про волшебников.*

16. Различается употребление конструкции с предлогом *с* + творительный падеж и *с* + творительный падеж без предлога. Первая может обозначать действие, сопровождающее другое действие: *С принятием*

*поправок оппозиции не осталось оснований заблокировать закон в Думе; вторая — действие, с помощью которого осуществляется основное действие: **Принятием поправок оппозиции было снято последнее препятствие к принятию закона в Думе.***

17. При изменении прямого порядка слов составное сказуемое обычно переносится в начало предложения. Этим достигается и перенос на него логического ударения: **Чудесна, проникновенна была эта песня гор.** Особый стилистический эффект достигается говорящим и при употреблении определений после определяемого слова: **Эта встреча чудесная до сих пор хранится в моей памяти.** Журналисты используют в стилистических целях постановку существительного в родительном падеже перед господствующим существительным, чтобы привлечь внимание к заголовку: **Цветов цветенье, Звезд движенье.**

В сложном предложении:

1. Существуют некоторые смысловые различия в употреблении союзов *перед тем как* и *прежде чем* в придаточных предложениях времени. Первый употребляется, когда действие главного и придаточного предложений весьма близки по времени и тесно связаны между собой: **Перед тем как идти на экзамены, повторите хотя бы лекционный материал;** второй при желании обратить внимание на то, что действие придаточного предложения непосредственно обусловлено действием главного: **Прежде чем идти на экзамены, повторите лекционный материал.**

2. Если надо выделить причину или цель, первая часть составного союза остается в главном предложении, а вторая переносится в придаточное. Ср.: **Большинство депутатов Госдумы не проголосовало за предложенный законопроект, потому что посчитало его противоречащим Конституции.** — **Большинство депутатов Госдумы не проголосовало за предложенный законопроект потому, что посчитало его противоречащим Конституции; Законопроект был направлен в согласительную комиссию, для того чтобы устранить в нем противоречащие Конституции статьи.** — **Законопроект был направлен в согласительную комиссию для того, чтобы устранить в нем противоречащие Конституции статьи.**

3. Союзы *как* и *будто* (*как будто, словно*) в придаточных предложениях сравнения различаются тем, что первый указывает на сравнение как на реальный факт, а второй — как на факт недостоверный, условный. Ср.: **Все лето лил дождь, как это бывает только осенью.** — **Все лето лил дождь, будто (как будто, словно) небо опрокинулось на землю.**