

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ  
Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования  
«ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

---

**Л.М. Райская**

## **РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ**

*Рекомендовано в качестве учебного пособия  
Редакционно-издательским советом  
Томского политехнического университета*

Издательство  
Томского политехнического университета  
2009

УДК 808.2-06(075.8)  
ББК Ш141.2-923.7

**Райская Л.М.**

Р 185 Лекции по русскому языку и культуре речи / Л.М. Райская. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2009. – 148 с.

Учебное пособие построено в соответствии с новыми функциональными ориентирами дисциплины «Русский язык и культура речи» и ставит задачей не только развитие речевой компетенции студентов, но и расширение их представлений о русском языке, о современной речевой ситуации, о речевом поведении современного носителя языка. Пособие содержит теоретический материал для самостоятельной работы. Рассмотрены основные понятия языка и речи, актуальные аспекты культуры речи и ее нормы, основы функциональной стилистики и речевой коммуникации.

Пособие подготовлено на кафедре русского языка и литературы и адресовано студентам специальностей 140404 «Атомные электрические станции и установки», 140101 «Тепловые электрические станции», 140104 «Промышленная теплоэнергетика», 080507 «Менеджмент организации», 080502 «Экономика и управление на предприятии», 080109 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» ИДО.

**УДК 808.2-06(075.8)**  
**ББК Ш141.2-923.7**

*Рецензенты*

Кандидат исторических наук, ведущий научный сотрудник  
Института развития образовательных систем  
Российской академии образования  
*С.М. Малиновская*

Доктор педагогических наук, профессор, зав. кафедрой  
педагогики и методики начального образования ТГПУ  
*С.И. Поздеева*

© Райская Л.М., 2009

© Томский политехнический университет, 2009

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ЛЕКЦИЯ 1. СОВРЕМЕННЫЙ РУССКИЙ ЯЗЫК .....	5
1.1. Понятие языка, его функции .....	5
1.2. Национальные разновидности русского языка .....	7
1.3. Язык и речь. Понятие культуры речи .....	12
1.4. Понятие функциональных стилей .....	13
ЛЕКЦИЯ 2. СТИЛИ СОВРЕМЕННОГО РУССКОГО ЯЗЫКА .....	17
2.1. Научный стиль .....	17
2.2. Официально-деловой стиль .....	19
2.3. Публицистический стиль .....	23
2.4. Разговорный стиль .....	26
ЛЕКЦИЯ 3. ОРФОЭПИЧЕСКИЕ И ГРАММАТИЧЕСКИЕ НОРМЫ РУССКОГО ЛИТЕРАТУРНОГО ЯЗЫКА .....	29
3.1. Понятие языковой нормы русского литературного языка .....	29
3.2. Вариативность и динамический характер нормы .....	30
3.3. Основы русской орфоэпии и нормы ударения .....	32
3.4. Нормы употребления словоформ разных частей речи .....	40
3.5. Синтаксические нормы .....	47
ЛЕКЦИЯ 4. ЛЕКСИЧЕСКИЕ НОРМЫ РУССКОГО ЛИТЕРАТУРНОГО ЯЗЫКА ...	49
4.1. Слово и его значение. Способы формулирования значения слова ..	49
4.2. Нарушения в использовании слов и фразеологических оборотов ...	51
4.3. Многословие .....	58
4.4. Лексическая неполнота высказывания .....	61
4.5. Алогизм .....	61
4.6. Словари русского языка и речевая культура .....	63
ЛЕКЦИЯ 5. КУЛЬТУРА РЕЧЕВОГО ОБЩЕНИЯ .....	73
5.1. Речевой этикет. Назначение речевого этикета .....	73
5.2. Формулы речевого этикета .....	76
5.3. Обращение в русском речевом этикете .....	82
5.4. Речевая культура вопросов и ответов .....	86
5.5. Слушание и его активизация .....	90
ЛЕКЦИЯ 6. РЕЧЕВОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ .....	92
6.1. Эффективное общение и дружелюбное общение .....	92
6.2. Кооперативное и некооперативное поведение .....	93
6.3. Общие принципы коммуникации .....	95
6.4. Основные тактики общения .....	98
ЛЕКЦИЯ 7. ДИАЛОГИЧЕСКОЕ ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ .....	103
7.1. Особенности делового общения. Речевая самопрезентация .....	103
7.2. Деловая беседа .....	105

7.3. Деловые переговоры .....	108
ЛЕКЦИЯ 8. МОНОЛОГИЧЕСКОЕ ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ: УСТНОЕ ПУБЛИЧНОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ .....	115
8.1. Требования к публичной речи .....	115
8.2. Классификация речей .....	116
8.3. Выступление с публичной речью .....	121
8.4. Подготовка публичной речи .....	124
ЛЕКЦИЯ 9. ПИСЬМЕННАЯ ДЕЛОВАЯ РЕЧЬ .....	131
9.1. Деловая документация .....	131
9.2. Деловое письмо. Виды деловых писем .....	136
9.3. Особенности русской и зарубежной школ делового письма .....	138
9.4. Современные рекомендации по составлению деловых документов	141
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ .....	147

# Лекция 1

## СОВРЕМЕННЫЙ РУССКИЙ ЯЗЫК

### 1.1. Понятие языка, его функции

Язык – это естественно возникшая на определенной стадии развития человеческого общества и закономерно развивающаяся знаковая система, т. е. *упорядоченное множество многоуровневых звуковых единиц*. Знак – это материальный предмет, выступающий в качестве представителя другого предмета. Таковы знаки светофора, дорожные знаки. Каждый знак имеет две стороны: материальную оболочку (зрительный или слуховой образ) и внутреннюю (содержание – то, что он значит, то, с чем он соотносится в действительности). Минимальным знаком естественного языка (языковой единицей) является звук, который еще не выражает какого-либо смысла. Из звуков складываются уже значимые единицы – *морфемы* (корни, суффиксы, приставки и др.), которые являются «строительным материалом» слова как основного языкового знака. Например, суффикс *-енок-* обозначает детеныша существа, которое названо корнем слова (*медвеж-енок, слон-енок*).

У слова две стороны: внешняя (звуковой ряд, который может быть отражен графически – буквами) и внутренняя (то, что слово обозначает). Без означающего, без содержания – это просто звукоряд. Так, мы можем набрать ряд букв на клавиатуре “влок” и даже прочесть его слитно, как слово. Однако это не слово, не знак, т. к. оно не соотносено ни с одним предметом, явлением, действием или признаком в окружающем нас мире. Но и без означающего, без звуковой оболочки, знак также не существует. Основная функция слова – называть понятия, т. е. представления человека о классах предметов, действий, признаков и т. д.: *ягода, собирать, спелый*.

Из слов состоят *словосочетания и предложения*, которые в своей последовательности и связности составляют *текст* – сложнейшую языковую единицу.

Однотипные единицы объединяются в языковые уровни – все звуки, все морфемы, все слова, все предложения. В языке действует закон сочетаемости – объединяются единицы одного уровня: звук со звуком, слово со словом и т. д. В результате возникает единица более высокого уровня (объединение фонем создает морфемы, морфемы объединяются в слова, слова в предложения, а предложения в текст). Между единицами разных уровней устанавливается иерархический (от гр. *hieros* священный + *arche* власть) вид связи, подразумевающий расположение

элементов целого от высшего к низшему. Возможны два типа иерархии – подключение и подчинение. Иерархия подчинения заключается в том, что место в низших рядах определяет форма зависимости от верхнего (например, социальная иерархия). Возможна иерархия подключения: одна часть, подключаясь к другой, взаимодействует с ней и вместе образует целое. Язык – модель иерархии подключения: меньшее проявляет свои функции в большем.

Таким образом, ***сущность языка в том, что это сложная, иерархически организованная знаковая система.***

Язык сформировался в процессе взаимодействия людей и изначально использовался ими для общения и познания окружающего мира. Именно поэтому в качестве базовых выделяют две функции языка – *коммуникативную и когнитивную* (хотя лингвисты выделяют всего около 12 функций языка). Коммуникативная – функция общения, когнитивная – это функция порождения и выражения мысли.

*Коммуникативная* функция. Язык – важнейшее средство общения, но не единственное. Есть и другие средства передачи информации – невербальные: жесты, мимика, научные формулы. Но все это вспомогательные средства, их возможности ограничены: музыка передает чувства, а не мысли, математические символы передают содержание только математических понятий; язык же является универсальным средством общения. *Коммуникативная* функция проявляется в следующих видах человеческого взаимодействия: 1) установление контакта и обмен информацией разного рода, 2) сохранение и передача опыта и культуры народа, т. е. осуществление связи между поколениями, 3) воздействие на партнеров по общению.

*Когнитивная* функция обнаруживается: 1) в назывании предметов и явлений окружающего мира; 2) в установлении взаимосвязей и возможности оценки этих явлений, 3) в познании мира и самого человека.

К этим двум важнейшим добавляют: *эмотивную* функцию, которая проявляется в том, что язык является средством выражения чувств (*восхитительный, омерзение, ого! ай!*); *метаязыковую* функцию, которая состоит в том, что язык является средством обиходного и научного описания самого себя через толкование звуковой оболочки и значений языковых единиц. Чрезвычайно важной является *эстетическая* функция языка – способность текста и даже одного слова доставлять читателю или слушателю эстетическое наслаждение красотой и выразительностью языка: как писал замечательный русский писатель К.Г. Паустовский, «многие русские слова сами по себе источают поэзию, подобно тому, как драгоценные камни излучают таинственный блеск».

Язык – это общественное явление. Общественный характер языка проявляется в его функциях. Взаимодействие языка и общества обнаруживается в том, что язык возникает, функционирует и развивается только в обществе; кроме того, в языке отражается социальная дифференциация общества.

## 1.2. Национальные разновидности русского языка

Русский язык – язык русской нации, но в силу исторических процессов русский язык является родным и для людей, не являющихся русскими по национальной принадлежности. В нашем государстве много *билингвов*, имеющих два родных языка, на которых они могут думать и говорить одинаково легко. Исторически сложилось так, что на территории бывшей царской России русский язык стал выполнять роль языка межнационального общения. Кроме того, русский язык официально признан ООН одним из шести *мировых*, т. е. *международных*, языков, которые используются в работе международных организаций (другие международные языки – английский, французский, испанский, китайский и арабский).

На всем постсоветском пространстве русский язык используется или в качестве второго государственного языка (например, в Казахстане) или служит неофициально как язык межнационального общения.

В последние годы наблюдается заметный рост интереса к изучению русского языка как в ближнем, так и в дальнем зарубежье. Это связано не только с политическим и экономическим усилением России как мировой державы, но и с теми широкими возможностями, которые открываются человеку, владеющему русским языком: доступность сокровищ русской и мировой культуры, возможность получить хорошее образование и работу, наладить гуманитарные связи с носителями русского языка.

Кроме того, одной из важнейших функций русского языка в современном мире является поддержание языковой и культурной связи русскоязычной диаспоры со своей исторической родиной – Россией. Для многочисленных представителей русскоязычных групп за границей сохранение и развитие русского языка и речи не просто важно и полезно – это помогает им сохранить свою национальную и культурную идентичность, передать ее детям и внукам.

Русский язык входит в восточную группу славянских языков, общим предком которых был праславянский (общеславянский) язык. Ближайшие родственники русского языка – украинский и белорусский языки, которые входят в восточную группу славянских языков.

Каждый из говорящих на русском языке хорошо понимает, что его формы и варианты очень разнообразны. На «разных русских языках»

говорят не только различные группы людей, но и один человек в различных ситуациях общения. Сравните, например, речь современного студента и молодого специалиста на защите проекта, на собеседовании с потенциальным работодателем и в кругу приятелей и друзей.

Древнейшей формой русского языка являются *народные говоры, или территориальные диалекты*. В настоящее время носителями говоров остаются лишь определенные группы сельского населения. В разных регионах России по-разному называются одни и те же явления: *волк – бирюк, белка – векша, свекла – буряк*; до сих пор наблюдаются различия в произношении и в использовании грамматических форм: *жАлеть* и *жБлеть, скучаю по тебе* и *скучаю за тобой*.

С появлением городов на основе взаимовлияния разных говоров возникла новая форма национального языка – *городское просторечие*; сейчас просторечие функционирует как язык устного общения городского населения, обладающего низким образовательным и/или культурным уровнем и потому не владеющего нормами языка литературного: в просторечии используются ненормативные, с точки зрения литературной речи, формы: *ложить, малёхо, наяривать, нет время, свешать кило помидор*.

Социальные разновидности языка называются *жаргонами*. Это, например, молодежный и студенческий жаргон (*стенуха, герла, чувак, общага, препод* и пр.). Жаргон деклассированных элементов (воров, жуликов, мошенников) – *арго* – возникает в связи с тем, что у его носителей существует постоянная потребность в конспирации, а также стремление «узнать своих» по особенностям речи; таким образом, *арго* – это своеобразный код для посвященных. Все социальные жаргоны представляют собой искусственные образования, в формировании которых обязательно имеется элемент сознательного творчества. В отличие от общенародного языка они не обладают особым грамматическим строем и характеризуются лишь спецификой словаря, который создается за счет переосмысления слов общенародного языка, например: *собачка – замок, смыть – украсть, рог – предатель, доносчик*; использования заимствований: *бан – вокзал, фиш – рыба, штауб – мелкие деньги*; в отдельных случаях создаются и новые слова по законам грамматики национального языка: *штопорило – грабитель, штопорить – грабить, щипач – вор-карманник*. Все жаргонные слова представляют собой стилистически сниженную лексику и находятся за пределами литературного языка.

Жаргонизмы иногда встречаются и в речи людей, говорящих на литературном языке. Однако они не способствуют точности выражения мысли, не придают речи образности и выразительности. Наоборот, они



часто затемняют смысл речи и затрудняют восприятие мысли. Поэтому жаргонные слова недопустимы в литературном языке и могут использоваться лишь в стилистических целях для речевой характеристики персонажей – представителей определенной социальной среды.

Для людей одной и той же профессии существуют профессиональные языки, большую роль в которых играют термины, профессиональные слова: *баранка* – «руль» и т. п. Различается также речь мужчин и женщин. Так, для мужчин характерна растяжка согласных (*дур-р-рак*), а для женщин растяжка гласных (*Ну о-о-очень смешно*). Для речи женщин характерна многословность, большая по сравнению с мужской речью эмоциональность, склонность к гиперболизации. Для мужской речи свойственно использование бранной лексики для выражения положительной оценки, что для женщин нехарактерно; женщины чаще прибегают к эвфемизмам, женской речи свойственна уклончивость и сложность подтекста. Для выражения многих значений женщины чаще используют интонацию, а мужчины – лексику.

Язык – не единственное общественное явление. К общественным явлениям относят религию, политику, спорт, искусство и пр. Однако язык является самым демократичным из общественных явлений. Не все члены общества обязаны быть политиками, спортсменами, заниматься живописью и пр. Но незнание языка ставит перед человеком труднопреодолимые барьеры на пути успешной и эффективной коммуникации с другими людьми во всех сферах жизни, мешает не только профессиональной карьере, но и формированию полноценных личных отношений.

Таким образом, все языковые средства делятся на *общенародные*, те, которые входят в языковой запас большинства носителей языка, и языковые единицы *ограниченного употребления* – слова и речевые обороты, которые известны только людям, связанным неязыковой общностью (например, территорией, профессией, хобби, возрастом).

Не следует думать, что все в языке обусловлено его общественной природой. Общественные факторы влияют на язык, но опосредованно. Активнее всего общество может влиять на словарный состав (так, язык постоянно пополняется новыми словами: *гламурный, градоуправление, хакер, юзер* и пр.). А вот количество фонем, типов склонения, структурных типов предложения не зависит от общественных явлений, но регулируется внутренними законами языка.

*Современный русский литературный язык.* Термин «современный язык» понимается по-разному. Широкое понимание подразумевает язык от эпохи Пушкина до наших дней. Действительно, за последние 200 лет язык не претерпел существенных изменений в фонетическом, морфоло-

гическом и синтаксическом строе, а лексические изменения были не настолько существенными, чтобы мы нуждались в переводе литературы пушкинской поры. Вместе с тем язык живет и развивается, и живым языком наших современников является та форма, которая существует во второй половине XX – начале XXI веков. Поэтому узкое понимание «современный язык» – с 50-х годов XX века до наших дней.

«Литературный язык» – нормированный язык, высшая форма национального языка. Именно эта разновидность национального языка признана Конституцией РФ *государственным* языком, а потому является и языком культуры, науки, просвещения. Изучение литературного русского обязательно во всех учебных заведениях страны, а свободное владение им – неперемнное условие успехов специалиста в профессиональной, общественной, политической сферах деятельности. Литературный язык отличается универсальностью, на его базе создаются научные сочинения, публицистические работы, он лежит в основе деловой речи и беллетристики.

В основе литературного языка лежит понятие нормы. *Языковая норма – это языковые варианты, наиболее распространенные из числа существующих, закрепившиеся в практике образцового использования, наилучшим образом выполняющие свою функцию.* Нормативными считаются языковые средства, для которых характерна 1) регулярная употребляемость; 2) соответствие этого способа выражения возможностям системы русского языка; 3) общественное одобрение, причем в роли судей выступают писатели, ученые – наиболее образованная часть общества. Нормы подвижны, исторически изменчивы (например, слово «кофе» в XIX в. употреблялось в среднем роде, а в XX – в мужском роде, допустимо употребление и в среднем роде).

Литературный язык характеризуется рядом особенностей.

1. Это кодифицированная разновидность русского языка, обычно связанная с письменной формой общения; она ориентирована на фиксацию и рассчитана на запись и воспроизведение записанного. Ведущая форма литературного языка – письменная, хотя он используется и в устной форме.

2. Литературный язык служит средством реализации всего комплекса знаний, накопленных носителями русского языка в связи с прогрессом в области материальной и духовной культуры; именно поэтому литературная речь имеет все более расширяющуюся сферу применения: она используется во всех видах человеческой деятельности и тем самым служит средством общения на большей территории по сравнению с другими формами русского языка.

3. Литературный язык характеризуется такой системой норм, которые квалифицируются как образцовые; именно поэтому такие нормы

выступают в сознании носителей языка как общеобязательные, а литературный язык воспринимается как противопоставленный диалектам, просторечию и жаргонам.

4. Система норм русского языка подвергается кодификации; она прививается в процессе обучения, распространяется с помощью учебных пособий, словарей и грамматик.

Различают две формы языка – *устную и письменную*. Устная – исконная, это та форма, в которой первоначально существует любой язык. Письменная форма возникла из потребности общества передать информацию далеким собеседникам или другим поколениям. Устная форма речи характеризуется спонтанностью, неподготовленностью. Эта речь воспринимается сразу, непосредственно органами слуха, она существует как «говорение» со свойственной ему мелодикой, ритмикой, интонацией. Устная речь ориентирована на сиюминутное восприятие, на собеседника и строится с учетом его реакций. Устная речь непосредственна, экспрессивна, в ней используются разные средства выражения словесной формы: интонация, тембр и сила голоса, повторение, нарушение порядка слов, искажение звуковой стороны слова. Всё это направлено на то, чтобы усилить воздействие высказывания и поднять эмоциональный тонус речевой деятельности.

Письменная речь ориентирована на восприятие органами зрения, поэтому к этой речи можно не раз обращаться. Письменная речь отличается тем, что в самой форме речевой деятельности отражаются условия и цель общения. Отбор слов, выражений, синтаксических конструкций, расположение слов в структуре предложений – все это подчинено стилистическим ограничениям. Так, научные тексты отличаются тем, что им свойственно употребление терминов, развернутой структуры сложных предложений. В текстах официально-деловой переписки наблюдается стандартизация формы изложения.

Письменная и устная речь осуществляется в диалогической и монологической формах. Диалог предполагает спонтанность, непосредственную реакцию на слова собеседника, использование невербальных средств общения (жест, мимика, поза, выражение глаз), смену тем, использование коротких по объему и неполных предложений, возможность переспрашивания, уточнения по ходу общения. Монолог предполагает подготовленность, структурную организованность, отсутствие ориентации на собеседника, т. е. невозможность смены или перестройки темы.

### **1.3. Язык и речь. Понятие культуры речи**

Язык как знаковая самоорганизующаяся система развивается главным образом в соответствии со своими собственными внутренними за-

конами, и потому не следует питать никаких иллюзий о возможности регулировать механизмы его развития. Язык не нуждается ни в спасении, ни в исправлении, тем более что осуществить какие-либо мероприятия в этом направлении практически невозможно.

Иное дело *речь* как деятельность человека и общества в целом, деятельность, состоящая в использовании системы языка для достижения коммуникативных целей. Безусловно, речевая деятельность индивида может регулироваться социальными институтами и механизмами, однако опосредованно, через всемерное повышение уровня речевой и тесно связанной с ней языковой компетентности.

*Речь (речевая деятельность, речевое общение, коммуникативный акт)* имеет социальный характер, поскольку она – часть общественной деятельности человека. Ни один вид деятельности в социуме невозможен без общения. Кроме того, есть виды деятельности, основу которых составляет общение. Это деятельность педагогов, преподавателей, юристов, политиков, журналистов, менеджеров, многих работников сферы обслуживания.

Эффективность общения непосредственно зависит от того, насколько партнеры по речевой деятельности владеют *культурой речи*.

Профессором Е.Н. Ширяевым дано исчерпывающее определение культуры речи: *«Культура речи – это такой набор и такая организация языковых средств, которые в определенной ситуации общения при соблюдении современных языковых норм и этики общения позволяет обеспечить наибольший эффект в достижении поставленных коммуникативных задач»*. Культура речи, таким образом, – необходимое условие эффективного общения, которое ведет к достижению целей речевого взаимодействия. Культура речи предполагает следующие критерии.

*Коммуникативная целесообразность* как оптимальный выбор и организация языковых средств с учетом содержания речи, ситуации, аудитории, коммуникативной задачи, а также необходимости соблюдения этических и этикетных норм. Иными словами, умение выбрать стиль общения и использовать соответствующие этому стилю языковые единицы.

*Соблюдение современных языковых норм, т. е. собственно грамотность*. Не может быть высоким уровень культуры речевой деятельности при неправильной речи и безграмотном письме, поскольку в этом случае существенно затрудняется понимание.

*Понятность*. В сущности, этот критерий является следствием соблюдения первых двух – коммуникативной целесообразности и грамотности.

*Нестереотипность.* Выразительность, запоминаемость в процессе речевой коммуникации обусловлена не только высоким уровнем речевой культуры, но и личностными, интеллектуальными и психологическими свойствами языковой личности – умением находить образные и яркие речевые обороты, остроумные сравнения и другие средства языкового и речевого воздействия на слушателя или читателя.

*Богатство лексического запаса* для целенаправленного выбора языковых единиц, оптимальных для решения поставленной коммуникативной задачи. В процессе обогащения лексического запаса слова и фразеологизмы усваиваются человеком во всем богатстве их значений и выражаемых чувств. В результате существенно возрастает степень свободы партнеров в речевом общении и возможности эффективного общения.

*Допустимость/недопустимость тех или иных отклонений от норм.* Естественно, невозможно достичь речи, идеальной с точки зрения соблюдения всех литературных норм. К тому же особенность речевой деятельности состоит в том, что «идеальная речь», как правило, безвкусна и бесцветна, как дистиллированная вода. В связи с этим закономерно встает вопрос о том, какого рода ошибки являются «простительными», допустимыми и не снижающими оценку уровня культуры речи. Далеко не одинаково должны быть оценены, например, орфографические ошибки в словах *арамат* и *водиночку*; речевые ошибки *памятник Пушкина* и *я большой кумир творчества Есенина*.

#### **1.4. Понятие функциональных стилей**

Особенностью литературного языка является наличие *функциональных стилей*. Когда ученый читает лекцию, выступает с докладом на научной конференции, когда акционеры обсуждают проблемы своего общества на совещаниях, дипломаты участвуют в переговорах, студенты сдают экзамены в вузах, учащиеся отвечают на уроках, то их речь отличается от той, которая используется в неофициальной обстановке: за праздничным столом, в дружеской беседе, на пляже у моря.

В зависимости от целей и задач, которые ставятся и решаются во время общения, происходит отбор различных языковых средств и образуются своеобразные разновидности единого литературного языка, т. е. функциональные стили.

Термин *функциональный стиль* подчеркивает, что разновидности литературного языка выделяются на основе той функции (роли), которую выполняет язык в каждом конкретном случае. Таким образом, *функциональный стиль – это разновидность языка, традицией закрепленная в данном обществе за одной из наиболее общих сфер социальной*

жизни и частично отличающаяся от других разновидностей того же языка по всем основным параметрам – лексикой, грамматикой, фонетикой.

Так, по традиции (которая, в свою очередь, обусловлена целесообразностью), научные труды, учебники, доклады о различных экспедициях, находках и открытиях пишутся **научным стилем**; докладные о ходе работы, финансовые отчеты о командировке, приказы, распоряжения составляются в **официально-деловом стиле**; статьи в газетах, выступления журналистов по радио и телевидению в основном пишутся в **газетно-публицистическом стиле**; в любой неофициальной обстановке, когда обсуждают разнообразные бытовые темы, делятся впечатлениями о прошедшем дне, используется **разговорно-бытовой стиль**.

Внутри стилей существует деление на **жанры** – модели построения текстов, выполняющих конкретную коммуникативную задачу. Например, в научном стиле используются жанры лекции, статьи, монографии, конспекта, диссертации, курсовой и дипломной работ, аннотации, реферата, библиографического обзора и т. п. Тексты разных жанров одного стиля различаются прежде всего композицией и конкретной целью автора (например, жанр заявления служит для изъяснения просьбы или требования автора и имеет строго определенную структуру). Стили литературного языка чаще всего сопоставляются на основе анализа их лексического состава, т. к. именно в лексике заметнее всего проявляется различие между ними.

Закрепленность слов за определенным стилем речи объясняется тем, что в лексическое значение многих слов, помимо предметно-логического содержания, входит и эмоционально-стилистическая окраска. Ср.: *мать, мама, мамочка, мамуля, ма; отец, папа, папочка, папуля, па*. Слова каждого ряда имеют одно и то же значение, но различаются стилистически, поэтому используются в разных стилях. *Мать, отец* преимущественно употребляются в официально-деловом стиле, остальные слова – в разговорно-бытовом.

Помимо понятия стилистической окраски, слово способно выражать чувства, а также оценку различных явлений реальной действительности. Выделяются две группы эмоционально-экспрессивной лексики: слова с **положительной** и **отрицательной оценкой**. Ср.: *отличный, прекрасный, превосходный, чудесный, изумительный, роскошный, великолепный* (положительная оценка) и *скверный, гадкий, отвратительный, безобразный, наглый, нахальный, противный* (отрицательная оценка). Приведем слова с разной оценкой, которые характеризуют человека: *умница, герой, богатырь, орел, лев и глупец, пигмей, осел, корова, ворона*.

В зависимости от того, какая эмоционально-экспрессивная оценка выражается в слове, оно употребляется в различных стилях речи. Эмоционально-экспрессивная лексика наиболее полно представлена в разговорно-бытовой речи, которая отличается живостью и меткостью изложения. Характерны экспрессивно окрашенные слова и для публицистического стиля. Однако в научном и официально-деловом стилях речи эмоционально окрашенные слова, как правило, неуместны.

В отличие от разговорно-бытовой лексики, для которой характерна конкретность значения, книжная лексика является преимущественно абстрактной. Термины *книжная* и *разговорная* лексика являются условными, т. к. они не обязательно связываются с представлением только об какой-либо одной форме речи. Книжные слова, типичные для письменной речи, могут употребляться и в устной форме речи (научные доклады, публичные выступления и др.), а разговорные – в письменной (в дневниках, бытовой переписке и т. д.).

Однако не все слова распределяются между различными стилями речи. В русском языке имеется большая группа слов, употребляемых во всех стилях без исключения и характерных как для устной, так и для письменной речи. Такие слова образуют фон, на котором выделяется стилистически окрашенная лексика. Их называют стилистически *нейтральными* (межстилевыми). Если сопоставить синонимичные слова *обличье* – *облик*, *нехватка* – *дефицит*, *напасть* – *злоключение*, *потеха* – *развлечение*, *переделка* – *преобразование*, *войка* – *воин*, *глазник* – *окулист*, *врун* – *лжец*, *большущий* – *гигантский*, *растрянжирить* – *расточить*, *плакаться* – *сетовать*, то нетрудно заметить, что эти синонимы тоже отличаются друг от друга не столько по смыслу, сколько своей стилистической окраской. Первые слова каждой пары употребляются в разговорно-бытовой, а вторые – в научно-популярной, публицистической, официально-деловой речи.

Писатели в работе над своими художественными произведениями используют все ресурсы, всё богатство русского национального языка для создания впечатляющих художественных образов. Это не только литературные языковые средства, но и народные говоры, городское просторечие, жаргоны и даже арг. Поэтому большинство исследователей считают, что нельзя говорить о существовании особого *стиля художественной литературы*: художественная литература «всеядна» и берет из русского общенародного языка всё, что автор считает нужным для решения своих творческих задач.

## Лекция 2

# СТИЛИ СОВРЕМЕННОГО РУССКОГО ЯЗЫКА

### 2.1. Научный стиль

Научный стиль русского языка – это его разновидность, которая функционирует в сфере науки, техники и производства. Научный стиль существует в письменной и устной формах. Наиболее ярко все его черты проявляются в письменной форме.

Научный стиль имеет ряд черт, проявляющихся независимо от самих наук и различий между жанрами высказывания (монография, статья, доклад, учебник). Этот стиль характеризуется логичностью изложения, упорядоченной системой связей между частями. Он насыщен терминами, в частности интернациональными. Большую роль имеет использование абстрактной лексики. В области морфологии наблюдается использование более коротких вариантных форм. Часто встречается использование форм ед. ч. в обобщенном значении (*Волк – хищное животное*). Вещественные и отвлеченные существительные используются в форме множественного числа: *высококачественные стали, большие глубины, шумы*. При построении предложений заметно стремление употреблять меньше глаголов и больше существительных (*повышение температуры, перечисление признаков*). Широко используются имена прилагательные. Из синтаксических особенностей следует отметить тенденцию к сложным построениям – это предложения с однородными членами, сложные предложения, вставные конструкции. Характерно использование составных союзов: *вследствие того, что; между тем; несмотря на то, что*.

Главным образом в зависимости от предполагаемого адресата и до некоторой степени в зависимости от целей автора и назначения текста выделяют три *подстиля*: научно-исследовательский, научно-учебный и научно-популярный. В соответствии с этим все научные тексты подразделяются на виды: собственно научные, научно-технические, научно-деловые, научно-популярные, научно-публицистические, научно-учебные. Названные модификации показывают, что современный научный стиль – стиль открытый, он подвержен влиянию других стилей, например, наличие в литературе фантастических произведений позволяет говорить об особой разновидности стиля – научной фантастике, объединяющей научный стиль и художественную литературу. Научный стиль влияет на другие стили, т. е. научные достижения и новые технологии проникают в нашу жизнь, обогащая нас новыми смыслами, но-



выми знаниями и, следовательно, словами и словосочетаниями как способами их обозначения.

Тексты научного стиля отражают этапы и приемы научной мыслительной деятельности человека, который, опираясь на факты, выдвигает гипотезу, объясняющую какое-либо явление, находит способы ее проверки, доказательства, осмысляет общую систему научных знаний, складывающуюся с учетом результатов его научных изысканий.

В разной мере эти этапы отражаются в совокупности жанров научного стиля.

В письменной форме выделяется около 20 жанров научного текста, из которых наиболее востребованными в процессе обучения являются конспект, реферат, тезисы, статья, аннотация, отзыв. В устной научной речи основными жанрами являются доклад, выступление в дискуссии.

Научная коммуникация относительно других видов коммуникации обладает рядом содержательных признаков и способов изложения, основными из которых являются следующие:

- научная тематика;
- точное определение понятий;
- стремление к обобщению, к абстракции;
- логичность и доказательность изложения;
- объективный характер изложения;
- насыщенность фактической информацией;
- сжатость изложения.

Для научного стиля характерен особый лексический состав и структура предложений:

– термины – обозначение сути понятий, в основе которых лежит научно построенное определение (*сила, биогенный, внеклеточный и т. п.*);

– общенаучные слова – слова, с помощью которых описываются явления и процессы в различных областях науки и техники (*эксперимент, существовать, предполагать, идея, гипотеза*);

– общелитературные слова, преимущественно абстрактные (*особенность, характер, стремление*);

– большое количество причастий (*непроверенный источник, результаты проделанной работы, сложившееся определение, устоявшееся представление*);

– частотность краткой формы прилагательных и причастий (*работа интересна, результаты непредсказуемы*);

– сложные синтаксические конструкции: *Из полученного результата следует, что поле вне проводящей сферы не отличается от поля точечного заряда, сосредоточенного в месте расположения ее центра.*

– вводные слова и словосочетания, указывающие на источник сообщения (*по сообщению, по мнению, по данным* и др.), степень достоверности (*действительно, возможно, вероятно* и др.), порядок следования (*во-первых, затем, наконец*);

– безличные и обобщенно-личные предложения (*в статье рассматривается, были поставлены задачи*);

– употребительность понятийных и терминологических фразеологизмов и устойчивых выражений (*рациональное зерно, краеугольный камень, найти ключ к проблеме, демографический взрыв, солнечная корона, коэффициент полезного действия*);

– наличие речевых клише – словосочетаний, которые воспроизводятся в готовом и зачастую неизменном виде в большом массиве текстов научного характера (*следовать правилам, следовать примеру, иметь значение, оказывать влияние, выполнять функции, опираться на мнение, основываться на теории*).

## 2.2. Официально-деловой стиль

Официально-деловой стиль – это своего рода антипод разговорной речи. Общаясь в быту, мы находимся в стихии жизни, проявляем свои личностные качества. Вступая в область права, каждый из нас становится гражданином, подчиняющимся определенному регламенту. Официально-деловые тексты устанавливают правила общения, предписывают, как себя вести в обществе; эти правила являются содержанием самих текстов. Разговорная речь – это живое общение, и если существует речевой этикет, то лишь как внешняя ее сторона, «упаковка», оформление.

Различия между разговорной речью и официально-деловым стилем могут быть представлены в табл. 1.

Таблица 1

Различия между разговорной речью и официально-деловым стилем

Признаки	Разговорная речь	Официально-деловой стиль
1	2	3
1. Сфера общественной жизни	Быт	Административно-управленческая, правовая, дипломатическая
2. Доминирующая функция	Фактическая (поддержание общения)	Предписывающая (установление правил)
3. Роль, в которой выступают участники общения	Неповторимая индивидуальность со всеми характерными чертами (Андрей Астахов, Юлия Калинина)	Обобщенная социальная функция (исполнитель, заявитель, заказчик, истец)

1	2	3
4. Тип отношений между участниками речи	Неофициальные	Официальные
5. Степень подготовленности	Спонтанная, неподготовленная	Подготовленная
6. Наличие ограничений в выборе форм выражения	Свободная	Стандартизированная
7. Круг тем	Неограниченный	Ограниченный
8. Преобладающая форма речи	Устная	Письменная
9. Форма изложения	Личная	Безличная
10. Особенности значений слов	Размытость Многозначность Конкретность Зависимость от ситуации и контекста	Точность Однозначность Обобщенность
10. Степень эмоциональности	Максимальная	Минимальная
11. Степень экспрессивности	Высокая	Низкая

Большое значение для официально-делового стиля имеет традиция, которая складывалась на протяжении нескольких веков и закреплялась в системе формул, стандартных образцов, инструкций по составлению деловых бумаг. В любом государственном учреждении: нотариальной конторе, юридической консультации, РЭУ (ремонтно-эксплуатационном управлении), милиции – на стене можно увидеть образцы оформления документов. Часто используются готовые бланки с напечатанным стандартным текстом, куда гражданин вписывает необходимые сведения. Официальные отношения устанавливаются независимо от того, кто является адресатом речи – государственный служащий или близкий родственник. Примером могут служить тексты доверенности, завещания, дарственной. В разговорной речи могут одновременно совмещаться разные роли. Бытовые роли – отец, сын, муж, покупатель, пассажир, прохожий. Профессиональные роли – преподаватель, врач, водитель автобуса, военный. Социальные роли – интеллигент, крестьянин, бомж. Не исключаются и личностные, психологические характеристики. В ситуации официально-деловой речи роли строго фиксированы. Для их обозначения используют специальные правовые термины: *истец, ответчик, даритель, заявитель, доверенное лицо,*

*представитель, гражданин.* Прочие роли, если учитываются, то имеют другое, правовое значение. Например, в разговорной речи роли продавца и покупателя влияют на качество самой речи. В то же время ни тот, ни другой «не несут ответственности» за свой текст, их роли нигде не зафиксированы, они, как это ни парадоксально, не имеют прямого отношения к этому тексту, связаны с ним временно забыл. В официально-деловой речи в текстах определенного типа, например в торговой сделке, *продавец* и *покупатель* – роли, зафиксированные в самом тексте, они являются неотъемлемой его частью. Участники сделки удостоверяют свое участие в ней подписями. Они имеют непосредственное отношение к тексту, «остаются» в нем, пока он имеет силу. В этом смысле показательно, что в официально-деловых текстах особую роль играют даты, номера документов. Документальность этих текстов – главная их особенность, которая проявляется в унификации языка, в создании стандартных ситуаций. Существуют различные способы унификации текстов:

*Графарет* – фиксация информации в виде текста с пробелами, которые используются для заполнения их переменной информацией в зависимости от конкретной ситуации. Это бланки справок, командировочных удостоверений и других документов, о чем уже говорилось.

*Анкета* – способ пространственной организации текста, при котором постоянная информация дана в виде перечня вопросов, предполагающих определенный набор ответов. Это личный листок по учету кадров, личная карточка, справка о проверке жилищных условий и т. п.

*Тексты-аналоги* – тексты идентичного, сходного содержания и языкового оформления, например, решение коллегии министерства, циркулярное письмо.

*Типовой текст* – образцовый или стереотипный текст, на основе которого может быть построен текст нового документа.

Разрабатываются специальные государственные стандарты для составления документов: приказов, решений, договоров, уставов, инструкций, служебных писем. Каждый документ состоит из *реквизитов* – отдельных элементов. Совокупность реквизитов документа, расположенных в определенной последовательности на листе бумаги, называется его *формуляром*.

Например, служебное *письмо-запрос* содержит следующие реквизиты: обоснование актуальности запроса; содержание запроса,

ожидаемый результат, если запрос будет удовлетворен; формулирование гарантии.

Все сказанное в равной степени относится ко всем разновидностям, *подстилям* официально-делового стиля: *законодательному, административному и дипломатическому*. Законодательный подстиль представлен такими жанрами, как кодекс, устав, инструкция, устные справки юридического характера, выступления на заседаниях суда.

*Административный подстиль* включает такие документы, как договор, приказ, акт, заявление, деловое письмо, указ, постановление. Ряд официальных текстов относится к так называемой справочной документации. Это акт, протокол, служебное письмо. *Дипломатический подстиль* реализуется в текстах международных договоров, нот, заявлений.

Язык дипломатии занимает особое место в системе подстилей официально-делового стиля. В дипломатии существует свой, особый речевой этикет, который является частью дипломатического протокола. В языке дипломатии используются специальные этикетные слова, обозначающие титулы и формы титулирования: *король, принц, шахиншах, Его Высочество, Его Превосходительство*.

Обращение *господин* и *госпожа* раньше употреблялись только в языке дипломатии, однако в последние годы они стали употребляться достаточно широко.

В дипломатическом подстиле ведется официальное дипломатическое общение, составляются документы и договоры. Дипломатический словарь включает специальные термины, выражения, условные фразы, например, *третейское разбирательство, статус кво, вето*.

Если политический деятель или дипломат заявляет другому правительству, что его правительство *не может безразлично относиться к какому-нибудь международному конфликту*, он при этом совершенно ясно дает понять, что правительство вмешается в конфликт. Если употреблены слова типа: *правительство считает необходимым сохранить за собой право...*, – следует читать: «Правительство не позволит...»

Посредством таких осторожных выражений политические деятели имеют возможность без прямых угроз сделать серьезное предостережение иностранному государству. В дипломатических документах используются образные средства, сближающие их с публицистическими текстами:

– топонимы (названия мест) в переносном значении, например, *Белый дом* - в значении «правительство США», *Уайтхолл* – правительство Великобритании;

– название столицы используется как обозначение правительства страны: «*У Москвы слова не расходятся с делом, - к такому выводу приходят в эти дни объективные наблюдатели на Западе*»;

– нередко употребляются устойчивые сочетания типа *дух Женевы, дух Бонна* в значении «основное направление, основные принципы международной политики, принятые на совещании, конференции в данном городе»;

– выразительные обозначения отдельных явлений международной политики, формулировки политических доктрин, сложившегося международного положения: *пакет мирных инициатив, акт доброй воли, политика большой дубинки, атомная дипломатия, имперские амбиции, политическая кухня*.

### 2.3. Публицистический стиль

Публицистический стиль ориентирован, с одной стороны, на сообщение информации, а с другой – на воздействие на читателя (зрителя, слушателя), т. е. осуществляет функции воздействия и передачи информации. Поэтому для него характерно сочетание экспрессивности (для максимального воздействия) и стандарта (для быстроты и точности передачи информации). Это стиль газетных и журнальных статей, интервью, репортажей, а также политических выступлений, радио- и телепередач. Для него характерны: 1) экономия языковых средств, лаконичность изложения при информативной насыщенности; 2) отбор языковых средств с установкой на их доходчивость; 3) жанровое разнообразие и связанное с этим разнообразие используемых языковых средств; 4) эклектизм – совмещение черт публицистического стиля с другими стилями; 5) использование изобразительно-выразительных средств; 6) синтаксис в основном книжный, с развернутыми синтаксическими конструкциями, часто используется инверсия – перестановка слов в предложении.

Поскольку публицистические произведения реализуют функцию воздействия, то им присуще использование изобразительно-выразительных средств языка (эпитеты, синонимы, антонимы, антитезы, метафоры, риторические вопросы и пр.).

Разнообразие жанров публицистики связано с тем, что произведения этого стиля не отличаются однородностью, они охватыва-

ют огромное разнообразие тем и сфер жизни общества, освещают практически все животрепещущие проблемы и новости.

Кроме нейтральных, в публицистическом стиле часто употребляются слова оценочные и эмоциональные (*амбиции, тоталитарный, громила, обывательщина*). Слова в переносном значении (*грязь* в значении «безнравственность», *акцентировать* в значении «выдвигать на первый план»). Характерно использование так называемой «политической» лексики: *президент, парламент, фракция, электорат, спикер, общественность, конституция*. Используется и высокая книжная лексика: *дерзать, воздвигать, ознаменовать*. Для этого стиля характерно употребление метафоры как способа оценки явлений окружающей действительности:

– «военные» метафоры – *круговая оборона, десант парламентариев*;

– «строительные» – *национальные квартиры, здание устаревшей политики*;

– «дорожные» – *корабль реформ, политическое бездорожье, выверенный курс*;

– «театральные» – *сценарий переговоров, политический балаган*;

В публицистике используются также разговорные слова и фразеологизмы (*размалевать, схлопотать, задним умом крепок, на голубом глазу*).

Часто встречаются прилагательные и наречия с оценочным значением (*серьезный, второстепенный, презрительно, великодержавный*). Ярко выраженная личная позиция автора предопределяет частотность личных местоимений, а сиюминутность, актуальность материала диктует необходимость использования форм глагола в настоящем времени.

Синтаксические особенности стиля связаны с необходимостью сочетания экспрессивности и информационной насыщенности: употребительны восклицательные предложения, вопросительные (в том числе риторические вопросы), повторы, изменение порядка слов в предложении для выделения какого-либо слова: *Это политика близорукая*.

Современные СМИ насыщены словами-заимствованиями, обозначающими новые общественно-экономические, политические, научно-технические, культурно-бытовые явления, такие, как *брокер, дистрибьютор, импичмент, инаугурация, киллер, крупье, дисплей*. Переосмысляются термины из различных областей знания,

чаще всего экономические, политические, «компьютерные»: *дикий рынок, стагнация, база данных*.

Всё более актуальным становится обращение к религиозной лексике: *праведник, православие, соборность, веротерпимость, воцерковление*. Используются книжные слова, которые раньше были малоупотребительны; именно через публицистику возвращаются к нам слова, называющие вечные духовные ценности – *милосердие, благотворительность, меценатство*.

Вместе с тем интенсивно (порой слишком интенсивно и неуместно) используется просторечная и жаргонная лексика, которая становится особым экспрессивным средством: *разборка, совок, беспредел, чернуха*.

Однако в целом публицистический стиль по-прежнему остается в основном стилем книжным, о чем свидетельствует не только словоупотребление, но и синтаксический строй, ориентированный на книжность.

Характерной языковой особенностью публицистики является широкое использование публицистических *стандартов*, которые необходимы в СМИ для того, чтобы читатель воспринимал текст блоками, затрачивая минимум времени и усилий для усвоения информации. Публицистические стандарты имеют двоякую природу. С одной стороны, это устойчивые словосочетания, близкие к официально-деловым штампам – *открывать блестящие перспективы, относиться с недоверием, стать ярким событием* – их употребление характерно для информационных текстов.

С другой стороны, в публицистических текстах используются стандарты, обладающие свойством экспрессивности: *погрозить пальцем, уйти в песок, кусать локти, хлопать глазами, лежать мертвым грузом*. Сочетание нейтральных и экспрессивных стандартов особенно характерно для текстов полемических, оценочных: «Провозгласив построение в России рыночной экономики, реформаторы палец о палец не ударили для приведения в действие рыночных механизмов, и прежде всего в “кровеносной системе экономики” – банковском секторе». В этом отрывке книжные слова (*провозгласить, построение, реформаторы*) описывают действие властей, а экспрессивное *палец о палец не ударили* дает авторскую оценку этих действий. Столкновение этих двух пластов лексики позволяет автору добиться особого стилистического эффекта: если заменить фразеологизм на нейтральное *не стали приводить в действие*, текст сразу приобретает описательный характер.



Публицистические экспрессивные стандарты в результате длительного и неумеренного употребления теряют выразительность и экспрессивность, «стираются», начинают раздражать и утомлять адресатов публицистических текстов. Таким образом стандарты превращаются в *штампы*, с которыми журналистам приходится бороться. Так произошло, например, с выражениями *шагает по планете* (*Новый Год, Первомай, праздник, весна*), *золото* (белое, черное, голубое) – о природных богатствах, *труженики* (полей, ферм, промышленных гигантов).

Другой особенностью публицистических текстов является *языковая игра*, используемая для привлечения внимания адресата, стимулирующая интерес к тексту. Языковая игра – это намеренное нарушение норм речевого поведения, искажение устойчивого оборота, что вызывает обычно смех, улыбку адресата. Языковая игра основана на эффекте обманутого ожидания, когда адресат вместо ожидаемого привычного оборота видит его остроумное, уместное «переиначивание». Является эффективным способом создания заголовков: *Время разбрасывать ядра* (статья о российских метательницах ядра) – Ср. известное библейское выражение *Время разбрасывать камни и время собирать камни*. Другой пример: *Полисы для полисов* (статья об отношениях городских властей к страхованию) – здесь обыгрывается столкновение в одном заголовке двух омонимов *полис* (‘страховой документ’ – ‘город’).

Изменения в системе стилей современного русского языка больше всего коснулись именно публицистического стиля, т. к. он обслуживает такую сферу общественной жизни, которая претерпела наибольшие преобразования – область политики, экономики, культуры, общественного сознания.

В практике речи обычно стили не встречаются в чистом виде, они, как правило, смешиваются в той или иной пропорции. Поэтому уместнее говорить о преобладании черт того или иного стиля в речевых отрезках.

Художественная литература дает пример такого эклектизма (смешения) разностилевых единиц: в зависимости от целей, которые ставит перед собой автор, в художественном произведении представлены образцы всех стилей – для речевой характеристики персонажей, для создания эстетического эффекта, для достоверности и убедительности повествования и т. д. Поэтому *язык художественной литературы* не является отдельным, самостоятельным стилем.

## 2.4. Разговорный стиль

Среди функциональных разновидностей языка особое место занимает разговорный стиль. Разговорной является такая речь носителей литературного языка, которая реализуется спонтанно (без всякого предварительного обдумывания) в неофициальной обстановке обиходно-бытового общения при непосредственном участии партнеров общения. Поскольку языковые особенности разговорной речи не зафиксированы в грамматиках и словарях, ее называют некодифицированной, противопоставляя тем самым кодифицированным функциональным разновидностям языка. Важно подчеркнуть, что *разговорная речь* – это особая функциональная разновидность именно *языка литературного* (а не какая-то нелитературная форма). Неверно думать, что языковые особенности разговорной речи – это речевые ошибки, которых следует избегать. Отсюда вытекает важное требование к культуре речи: в условиях проявления разговорной речи не следует стремиться говорить «по-письменному», хотя надо помнить, что и в разговорной речи могут быть речевые погрешности, их надо отличать от разговорных особенностей.

Разговорный стиль исторически сложился под влиянием правил языкового поведения людей в различных жизненных ситуациях, под влиянием условий коммуникативного взаимодействия людей. Говорящий человек всегда заявляет о себе как о личности, только в этом случае возможно установление контакта с другими людьми.

Если язык художественной литературы и функциональные стили имеют единую кодифицированную основу, то разговорная речь противопоставляется им как некодифицированная сфера общения. *Кодификация* – это фиксация в словарях и грамматике тех норм и правил, которые должны соблюдаться при создании текстов кодифицированных функциональных разновидностей. Нормы и правила разговорного общения не фиксируются. Второй отличительный признак разговорной речи состоит в том, что разговорное общение возможно только при неофициальных отношениях между говорящими. И, наконец, третьим признаком разговорной речи является то, что она может реализоваться только при непосредственном участии говорящих. Такое участие говорящих в коммуникации очевидно при диалогическом общении, но и при общении, когда говорит в основном один из собеседников (например, в разговорном рассказе), другой собеседник не остается пассивным; он, так сказать, имеет право (в отличие от условий реализации монологической официальной речи) постоянно «вмешиваться» в коммуникацию, соглашаясь или не соглашаясь со сказанным в форме реплик: *Да, Конечно, Хорошо, Нет, Ну это – уж совсем...* – или же просто демонстрируя

свое участие в коммуникации междометиями типа *Угу*. Особую роль в разговорном общении имеет прагматический фактор. *Прагматика* – это такие условия общения, которые включают определенные влияющие на языковую структуру коммуникации характеристики адресанта (говорящий, пишущий), адресата (слушающий, читающий) и ситуации. Разговорное неофициальное общение с непосредственным участием говорящих осуществляется обычно между хорошо знающими друг друга людьми в конкретной ситуации. Поэтому собеседники имеют определенный общий запас знаний. Эти знания называют *фоновыми*. Именно фоновые знания позволяют строить в разговорном общении такие сокращенные высказывания, которые вне этих фоновых знаний совершенно непонятны. Простейший пример: в вашей семье знают, что вы пошли сдавать экзамен, и волнуются за вас; вернувшись после экзамена домой вы можете сказать одно слово: «Отлично» – и всем все будет предельно ясно.

Однако такая свобода речевого поведения не означает, что в разговорном стиле отсутствует речевая норма, что нормы литературного языка здесь не обязательны. Что же такое норма разговорная? Нормой в разговорном стиле признается то, что постоянно употребляется в речи носителей литературного языка и не воспринимается при спонтанном восприятии речи как ошибка – «не режет слуха». В разговорной речи часто встречаются такие произношения, как *стоко* (вместо кодифицированного *столько*), *када, тада* (вместо кодифицированных *когда, тогда*), – и все это орфоэпическая разговорная норма. В разговорной речи более чем обычно особая усеченная морфологическая форма обращения – иногда с повтором: *Кать, Маиш, Володь, Маиш-а-Маиш, Лёнь-а-Лёнь* – и это морфологическая норма. В разговорной речи последовательно именительный падеж существительного употребляется там, где в кодифицированных текстах возможен только косвенный падеж: *У нас есть сахар большая пачка* (Ср. *У нас есть большая пачка сахара*) – и это синтаксическая норма.

В разговорной речи, особенно при быстром темпе произношения, возможна гораздо более сильная, чем в кодифицированном языке, редукция гласных звуков, вплоть до полного их выпадения (*скаварда, протвень*). В области согласных главная особенность разговорной речи – упрощение групп согласных (*безна, туриский*).

Основное отличие разговорной морфологии заключается даже не в том, что в ней есть особые звательные формы обращения типа *Маиш, Маиш-а-Маиш*, а в том, что некоторые явления в ней отсутствуют. Так, в разговорной речи крайне редко употребляются такие глагольные фор-

мы, как причастия и деепричастия в своих прямых функциях, связанных с созданием причастных и деепричастных оборотов.

Синтаксис – это та часть грамматики, в которой разговорные особенности проявляют себя наиболее ярко, последовательно. Широко представлены в разговорной речи такие бессоюзные сложные предложения, в которых обосновывается правомерность той или иной информации, вопроса и т. п.: *Елки уже продают / я проходил //* (Ср. *Я проходил там, где обычно торгуют елками, и поэтому могут сообщить, что елки уже продают*); *Елки продают? Ты ведь там был сегодня //* (Ср. *Ты был там, где обычно продают елки, и поэтому можешь ответить на вопрос, началась ли торговля елками*).

Характерны для разговорного стиля и неполные предложения: (на кухне кипит чайник) *Закипел //* *Выключи //*. При этом нетипичны для разговорной речи сложноподчиненные предложения с большим количеством придаточных.

В разговорной речи почти нет каких-то особых неизвестных в кодифицированном языке слов. Ее лексические особенности проявляются в другом: для разговорной речи характерна развитая система собственных способов номинации. К числу таких способов относятся:

– стяжения словосочетаний в одно слово с помощью суффиксов: *самоволка* (самовольная отлучка), *маршрутка* (маршрутное такси), *газировка* (газированная вода);

– стяжения способом устранения определяемого: *диплом* (дипломная работа), *мотор* (моторная лодка), *декрет* (декретный отпуск);

– семантические стяжения способом устранения определяющего: *вода* (минеральная вода), *Совет* (Ученый совет), *сад, садик* (детский сад), *песок* (сахарный песок), *комиссия* (Государственная аттестационная комиссия).

## Лекция 3

# ОРФОЭПИЧЕСКИЕ И ГРАММАТИЧЕСКИЕ НОРМЫ РУССКОГО ЛИТЕРАТУРНОГО ЯЗЫКА

### 3.1. Понятие языковой нормы русского литературного языка

Одна из главнейших функций литературного языка – быть языком всей нации, встать над отдельными локальными или социальными ограниченными языковыми образованиями. Литературный язык – это то, посредством чего создается, естественно, наряду с экономическими, политическими и другими факторами, единство нации. Без развитого литературного языка трудно представить себе единую сильную нацию. Литературный язык выполняет роль языка культуры, языка образованной части народа. Для того чтобы язык мог выполнять эту объединяющую роль в такой огромной стране, как Россия, необходима постоянная и сознательная нормирование языка, и это – прямая задача культуры речи: с появлением литературного языка появляется и «культура речи».

*Норма* – это принятые среди большинства говорящих на русском языке, сознательно поддерживаемые образованными людьми и предписываемые грамматиками и словарями образцовые модели и способы употребления языковых единиц всех уровней. Таким образом, норма – это необходимое условие не только сохранения, стабильности языка, но и успешной реализации основной – коммуникативной – функции языка и на всей территории России от Балтийского моря до Тихого океана, и на планете в целом. Любая грамматика современного русского литературного языка, любой его словарь есть не что иное, как фиксация, хранилище языковых норм. Утверждение о том, что существительное женского рода с окончанием *-а* в именительном падеже в предложном падеже имеет окончание *-е* (а не какое-то другое), – это утверждение о норме. Однако такие нормы для носителей русского языка естественны, их кодификация (выработка, формулирование) предельно проста, с такой кодификацией справляется любой грамматист, и специалисту по культуре речи здесь делать нечего. Культура речи начинается там, где язык как бы предлагает выбор для кодификации, и выбор этот далеко не однозначен. Часто можно услышать *килОметр*, но норма – только *киломЕтр*; не менее часто звучит *дОговор*, но норма – *договОр*, хотя сейчас уже не запрещается категорически и *дОговор*, тогда как тридцать лет назад такое ударение

запрещалось. Меняются и лексические нормы: так, изменилось значение слова *Абитуриент*. 1. *Устар.* Учащийся, оканчивающий среднее учебное заведение; выпускник. 2. Тот, кто поступает в высшее или среднее учебное заведение. *Списки абитуриентов. Консультации для абитуриентов.*

### 3.2. Вариативность и динамический характер нормы

Всё это свидетельствует еще и о том, что современный русский литературный язык, хотя и может рассматриваться как язык от Пушкина до наших дней, не остается неизменным. Он постоянно нуждается в пересмотре и обновлении норм. Таким образом, норма динамична и изменчива. Если же следовать раз и навсегда установленным нормам, т. е. опасность, что общество просто перестанет с ними считаться и будет стихийно устанавливать свои нормы. Стихийность же в таком деле – далеко не благо, поскольку то, что кажется приемлемым для одних, окажется неприемлемым для других. Поэтому постоянное наблюдение за развитием и изменением норм – одна из основных задач лингвистической науки о культуре речи.

Языковые нормы не выдумываются учеными. Они отражают закономерные процессы и явления, происходящие в языке, и поддерживаются речевой практикой. К основным источникам установления языковой нормы откосятся произведения писателей-классиков и современных писателей, анализ языка средств массовой информации, общепринятое современное употребление, данные живого и анкетного опросов, научные исследования ученых-языковедов. Однако новая, «младшая», норма не приходит на смену старой в одночасье – это, как правило, длительный процесс, поэтому какое-то время старая и новая нормы могут сосуществовать в языке, образуя варианты. Изменению норм предшествует появление их *вариантов*, которые реально существуют в языке на определенном этапе его развития, активно используются его носителями. Варианты представлены на всех уровнях языка (см. табл. 2).

Итак, нормы помогают литературному языку сохранять свою *целостность и общепонятность*. Они защищают литературный язык от потока диалектной речи, социальных и профессиональных жаргонов, просторечия. Литературная норма зависит от условий, в которых осуществляется речь. Языковые средства, уместные в одной ситуации (бытовое общение), могут оказаться нелепыми в другой (официально-деловое общение). *Норма не делит средства языка на хорошие и плохие, а указывает на их коммуникативную целесообразность*. Историческая смена норм литературного языка – закономерное, объективное явление. Оно не зависит от воли и желания отдельных носителей языка. Развитие общества, изменения социальных условий жизни, возникнове-

ние новых традиций, взаимоотношений между людьми, функционирование литературы, искусства приводят к постоянному обновлению литературного языка и его норм.

Таблица 2

Варианты по уровням языка

Уровень	Варианты
Фонетический	<i>Чтобы – чтоб, папоротник – папортник, уполномочивать – уполномачивать</i>
Словообразовательный	<i>Осмысление – осмысливание, слесарничать – слесарить, геройски – по-геройски, читальня – читалка, волчица – волчиха</i>
Грамматический	<i>Эта толь – этот толь, кофе остыл – кофе остыло, полотенец – полотенцев, в цехе – в цеху, поезжай – езжай, важнейший – самый важный – наиболее важный, в ста метрах – в сотне метрах – в стах метрах</i>
Синтаксический	<i>Ждать поезда – ждать поезд, купить хлеба – купить хлеб, ехать на поезде – ехать в поезде – ехать поездом, рекомендовать тренером – рекомендовать как тренера, рекомендовать в качестве тренера</i>
Фразеологический	<i>Язык прилип/присох к гортани, язык не повернется/не поворачивается сказать языком трепать/чесать/ болтать/молоть, будто/словно /точно корова языком слизнула</i>

Еще раз напомним, что соблюдение языковых норм обязательно только для устной и письменной речи носителя **литературного** языка, т. к. это единственная кодифицированная, нормированная разновидность русского национального языка. Носитель говора, просторечия или жаргона не должен следовать языковой норме, поскольку нормы здесь просто не существует. Однако современный специалист по своему социальному и профессиональному статусу должен быть носителем языка литературного, поэтому обязан знать, использовать в речи и сохранять систему норм.

Языковые разновидности образуют разные литературные стили, которые различаются не только с точки зрения лексики и фразеологии, но и с точки зрения произношения. **Стили произношения** связаны со стилями языка. Выделяют 3 стиля: *основной, высокий (книжный) и разговорный*. Нормы основного стиля не имеют соответствий в высоком или разговорном. Большая группа слов произносится одинаково во всех стилях. Для разговорного произносительного стиля характерна небрежность, меньшая артикуляционная четкость, быстрый темп. Для высокого

стиля – замедленность, повышенная четкость произнесения звуков, интонационное оформление речи. Просторечная манера произношения находится за пределами нормы.

### 3.3. Основы русской орфоэпии и нормы ударения

**Основы русской орфоэпии.** *Орфоэпия* – (от греч. orthos 'правильный' и epos 'речь') – правильное произношение (ср. *орфография* – правильное написание). Термин *орфоэпия* употребляется в двух значениях: 1) система единых норм произношения в литературном языке; 2) наука (раздел фонетики), занимающаяся нормами произношения, их обоснованием и установлением. *Орфоэпическая норма* – единственно возможный или предпочитаемый вариант правильного, образцового произношения и правильной постановки ударения. Соблюдение орфоэпических норм является наиболее явным и верным признаком культурной, грамотной речи. Не следует забывать, что голос – первое, что доносится до слушателя после зрительного восприятия собеседника. И то, как мы говорим, во многом определяет отношение к нам собеседника.

В основе русского литературного языка, а значит, и литературного произношения, лежит московское наречие (говор, диалект). Так сложилось исторически: именно Москва стала объединителем русских земель, центром русского государства. Поэтому фонетические черты московского наречия легли в основу орфоэпических норм. Если бы столицей русского государства стала не Москва, а, допустим, Новгород или Владимир, то литературной нормой было бы «оканье» (т. е. мы бы сейчас произносили *в[о]да*, а не *в[а]да*), а если бы столицей стала Рязань – «яканье» (т. е. мы говорили бы *в [л'а]су*, а не *в [л'и]су*). У человека, не владеющего литературным языком с детства, а сознательно осваивающего литературное произношение, в речи могут встретиться произносительные черты, свойственные местному говору, который он усвоил в детстве. Например, выходцы с юга России часто сохраняют особое произношение звука [г] – они произносят на его месте звонкий [х] (звук, в транскрипции обозначаемый знаком [g]). Сибиряки произносят *чо* вместо литературного *што*.

Важно понимать, что такого рода произносительные черты являются нарушением норм только в системе литературного языка, а в системе территориальных диалектов они нормальны и правильны и соответствуют фонетическим законам этих диалектов.

Есть и другие источники нелитературного произношения. Если человек впервые встретил слово в письменном языке, в художественной или другой литературе, а до этого он никогда не слышал, как оно произносится, он может неправильно его прочесть, озвучить: на произношение может повлиять буквенный облик слова. Именно под влиянием



написания появилось, например, произношение слова *чу[ф]ство* вместо правильного *чу[с]тво*, *[ч]то* вместо *[ш]то*, *помо[щ]ник* вместо *помо[ш]ник*.

### Важнейшие нормы произношения в современном русском языке

**Нормы произношения гласных звуков.** Московский говор – *акающий*, поэтому и современный русский язык характеризуется аканьем. В русской литературной речи безударный **О** не произносится, а заменяется в первом предударном слоге на **А**, а в остальных слогах произносится среднее **ы/а**. Для современной произносительной системы русского языка характерно не только аканье, но еще «*иканье*»: в безударном положении все гласные (кроме **у**), в первом предударном слоге после мягких согласных заменяются звуком **[и]** с призвуком **[э]**. Например, *лес* – *л'[и]сник*, *п'[а]ть* – *к п[и]ти*. После **ж, ш** на месте **А** произносится **А** или **Ы**: *жасмин*, *жакет*, *но жылеть*, *лошйдей*.

Сохранение произношения безударного **О** возможно в союзах, заимствованных словах *фор-пост*, *бомонд*, *Ромео* и др.

После **ж, ш, ц**, на месте **Е** в первом предударном слоге произносится **ы/э** – *жена*, *шептать*, в других безударных слогах произносится **ы/а** *шерстяной*, *целиком*.

Произношение гласных в заударных слогах аналогично безударным слогам кроме первого.

В абсолютном начале слова **Э** иноязычного происхождения произносится и в первом предударном слоге **э/и** *экран*, *этаж*, *эпоха*.

Сочетания **аа, оо, ао, оа** могут произноситься **АА** – *коала*, *евроазиатский*.

### Особенности перехода ударного **Е** в **О**

Произнесение звуков **[е]** или **[о]** после мягких согласных под ударением вызывает затруднения у многих носителей русского языка.

**Следует запомнить:** *Опека* – (не *опёка*), *афера* – (не *афёра*), *атлет* – (не *атлёт*), *бытие* – (не *бытиё*).

**НО!** В суффиксах страдательных причастий под ударением обычно произносится **[о]**: *углублЁнный* – (не *углУбленный*), *возбуждЁнное дело* – (не *возбУжденное*).

**Нормы произнесения согласных звуков.** Согласные звуки отчетливо произносятся перед гласными, сонорными согласными (**м, н, л, р**), перед звуком **в**, перед разделительными **ъ** и **ь** знаками. Во мно-

гих иностранных словах после согласных пишется **е**, а произносятся **твёрдые согласные**: *ателье* [тэ], *атеист* [тэ], *дэнди* [дэ], *кашине* [нэ], *кафе* [фэ], *партер* [тэ], *резюме* [мэ], *стенд* [тэ], *шедевр* [дэ];

В исконно русских словах или хорошо усвоенных иноязычных перед **е** обычно произносятся **мягкие согласные**: *б'елый*, *д'едушка*, *м'ебель*, *р'елигия*.

В некоторых словах возможны варианты: допустимо произнесение как **твёрдых**, так и **мягких** согласных: *артерия* [те] и [тэ], *кратер* [те] и [тэ], *конгресс* [ре] и [рэ], *экспресс* [ре] и [рэ].

Буква **г** на конце слова **бог** произносится как [х].

Вместо **г** в окончании **-ого-** нужно произносить [в]: *то[в]о*, *больше[в]о*, *ново[в]о*.

**Произношение сочетаний согласных звуков.** В сочетаниях **здн**, **стл** звук д/т не произносится (*позно*, *счастливый*), но в сочетаниях **нтк**, **ндк**, **стк**, **зdk** д/т произносится (*официантка*, *невестка*, *бороздка*). Сочетания **зч** и **сч** на стыке корня и суффикса произносятся как долгий мягкий звук [ш'] - *перепищик*, *вощик*. Сочетания **тч** и **дч** произносятся как долгий мягкий [ч']: *нала[ч']ик* (наладчик), *лёт[ч']ик* (лётчик).

На месте сочетания букв **чн** произносить [шн] в словах: *коне[шн]о*, *наро[шн]о*, *ску[шн]о*, *скворе[шн]ик*, *яи[шн]ица*, *пра-че[шн]ая*, *нове[чн]о*, *челове[чн]о* и др. По новой норме **чн** произносится сейчас в подавляющем большинстве слов.

Вместо сочетания **чт** произносить [шт]: *[шт]о*, *[шт]о-то*, *кое[шт]о*, *[шт]обы*, *[шт]о-либо*, *но нечто [чт]*.

Сочетания **зи** и **си** произносятся как долгий [ши]: *ра[ши]ить*, (расшить), *[ши]умом* (с шумом), *зале[ши]ий* (залезший), *бе[ши]инели* (без шинели).

Сочетания **сж** и **зж** произносятся как долгий [жж]: *[жж]ал* (*сжал*), *ра[жж]ег* (разжег), *бе[жж]алости* (без жалости).

Сочетания **дц** и **тц** произносятся как долгий [цц]: *коло[цц]а* (колодца), *моло[цц]а* (молодца), *бра[цц]а* (братца от брат).

Сочетание **-тсья** и **-тьсья** в конце глаголов произносится как [ца]: *беру[ца]* (берутся), *бере[ца]* (берется), *бра[ца]* (братсья).

**Понятие благозвучия.** Написанное должно быть удобочитаемо и удобопроизносимо. Таким образом, благозвучие предполагает наиболее совершенное сочетание звуков для говорящих на данном языке. Благозвучие должно соотноситься с фонетическими особенностями языка. Деление звуков на благозвучные и неблагозвучные оценивается как субъективное. Всё, что несвойственно конкретному языку, относят к

неблагозвучию – так, непривычно произносить 3 и более согласных подряд. Наиболее естественное звучание достигается чередованием согласных и гласных звуков и незначительным употреблением сочетаний согласных. Сочетание 4 и более согласных, которые могут появиться на стыке слов, нарушает благозвучие. Для русского языка не свойственно не только нагромождение согласных, но и гласных, хотя гласных всего 6. Для создания благозвучия важна и последовательность звуков. В нашем языке преобладает в слоге сочетание «согласный + гласный», поэтому нетипичным будет: *крендель, пломбир*. Чем больше гласных звуков, тем речь благозвучнее – это не совсем верно, т. к. сочетание нескольких гласных искажает русскую речь. Это сочетание называют **зиянием**: *Радиоузел аудио*. На благозвучие оказывает влияние чередование ударных и безударных слогов. Речь считается благозвучной, если многосложные слова чередуются с короткими.

#### **Устранение неблагозвучия:**

- Вместо сложносокращенных неблагозвучных наименований предпочтительно использовать полные: *УпрГлавсевморпуть* → *Управление Главного североморского пути*.

- Устранять скопления неблагозвучных причастий с суффиксами *вш, ущ, ющ, ащ, ящ*.

- Правильно употреблять предлоги, имеющие стилистические варианты: *о всем этом* → *обо всем этом*.

При неоправданном употреблении заимствованных слов с необычным звучанием заменять синонимами: *Оратор впадал в экзальтацию, демонстрировал свою эрудицию и выступал с большой аффектацией* → *Оратор говорил вдохновенно, с искусственным возбуждением, старался показать свою эрудицию*.

### **Трудности и особенности русского ударения**

**Ударение** – это выделение слога в слове. В русском языке ударный гласный в слог выделяется длительностью и интенсивностью (силой звука).

К особенностям (и трудностям) русского ударения относятся: 1) нефиксированность и подвижность, 2) наличие профессиональных и стилистически окрашенных типов произнесения слов, 3) наличие акцентологических вариантов, 4) колебания в постановке ударений, 5) ударение в именах собственных и др. Рассмотрим это на конкретных примерах.

1. В некоторых языках ударение фиксированное (например, на последнем слог – во французском языке). Русское ударение **нефиксированное (разноместное)** и **подвижное** (перемещается в разных грамма-

тических формах одного и того же слова: *доска* – *доски*). Вследствие этого могут возникать пары слов, в которых одно несет нормативное ударение и используется в литературном языке, а другое – ударение, встречающееся в профессиональной речи, например:

алкоголь – *алкоголь*, шприцы – *шприцы* (у медиков);

компас – *компас* (у моряков);

добыча – *добыча*, рудник – *рудник* (у горняков);

шасси – *шасси* (у летчиков);

2. Разное ударение имеют слова, принадлежащие разным стилям речи (просторечному, нейтральному, книжному):

кладбище (нейтр.) – *кладбище* (устар., поэтич.);

девица (нейтр.) – *девица* (народно-поэтич.);

шёлковый (нейтр.) – *шёлковый* (народно-поэтич.);

**Запомните!** Профессиональные, просторечные и устаревшие варианты не являются нормативными.

3. В русском языке существуют слова с так называемым двойным ударением, это **акцентологические варианты**. Иногда они **равноправны**, например: *пиццерия* и *пиццерия*. Но чаще один вариант становится предпочтительнее другого. Например:

творог – основной (предпочтительный) вариант, *творог* – дополнительный;

нет *творога* – нет *творога* (доп.);

тефтели – *тефтели* (доп.);

*искристый* – *искристый* (доп.);

*баржа* – *баржа* (доп.);

4. Во многих словах сегодня наблюдаются **колебания в постановке ударения**: *джинсовый* – *джинсовый*, *металлургия* – *металлургия*, *по волнам* – *волнам*, *петля* – *петля*, *сажень* – *сажень*.

Однако в подавляющем большинстве случаев в нарицательных существительных только один вариант произношения является нормативным: *агрономия*, *алфавит*, *баловать*, *валовой*, *вероисповедание*, *гражданство*, *дефис*, *диспансер*, *жалюзи*, *завидно*, *изыск*.

**Запомните!**

*валовой* (доход, продукт);

*уставный* (фонд, капитал);

опт – *оптом* – *оптовый* – *оптовик*;

*дебитор* – должник, *дебиторская* задолженность (сумма долгов);

*дебет* – левая сторона бухгалтерских счетов.

5. Следует помнить о правильном произношении общеизвестных **имен собственных**, таких, например, как *Сергий Радонежский*, *Сальвадор Дали*, *Пикассо*, *Алексий*, *Соколов-Микитов*, *Великий Устюг*, *Киж*, *Жи*,

*Ставропольский край, Никарагуа, Перу, Квебек, Сидней, Шри-Ланка, Флорида* и т. д.

В некоторых именах собственных допустимо вариативное ударение: *Ньютон* – *Ньюто́н*, *Рембрант* – *Рембра́нт*, *Линкольн* – *Линко́льн* и т. д. В именах собственных иноязычного происхождения ударение обычно неподвижно, например: *Мориак* – у *Мориака*. У *Бальзака*, в *Познани*.

В тех случаях, когда одно имя собственное относится к двум (или более) лицам, предметам, понятиям, нужно уточнить конкретное значение данного слова и, пользуясь словарями, выяснить правильное ударение. Например, *Джордж Вашингтон* (первый президент США) – *Вашингтон* (столица США); *Макбет* (персонаж одноименной трагедии Шекспира) – *Макбет* (название повести Н.С. Лескова «Леди Макбет Мценского уезда»).

6. В существительных иноязычного происхождения правильно поставить ударение можно, зная происхождение слова. Например, *пуловер*, потому что слово пришло из английского языка (*pullover* – «свитер, любая вязаная одежда, натягиваемая через голову»), *нувориш* – из французского (*nouveauriche* – букв. «новый богач»). Сравни также: *импичмент*, *дефис*, *саммит*, *маркетинг*, *диспансер*, *хаос* (беспорядок), *некролог*, *квартал*, *генезис*, *биогенез*, *феномен*, *эксперт*, *каталог*.

7. В глаголах на *-ировать* более продуктивным считается вариант с ударением на *и* (суффикс *-ир-* восходит к немецкому *-ieren*). В словах же, вошедших в русский язык только в прошлом веке, ударение часто падает на последний слог. Сравните:

*блокировать* – *маркировать*;  
*национализировать* – *премировать*;  
*приватизировать* – *нормировать*;  
*экспортировать* – *бомбардировать*.

8. В русском слове, как правило, одно ударение. Но в сложных словах, особенно в профессиональной речи, часто бывает два ударения: *главное* и *второстепенное*, т. е. побочное (на первой части длинного сложного слова): *картофелекопалка*, *суперобложка*, *энергосистема*, *телепередача*, *нефтепровод*, *машиностроение*, *среднесуточный*, *книгоиздательский*.

**Запомните!** *Нефте-* (*трубо-*, *газо-*) *провод* (название действия), но: *провод* (провода).

Среди сложных слов есть и одноударные: *самостоятельный*, *межреспубликанский* и др.

9. Ударение в русском языке может выполнять **смысловые и грамматические функции**. С его помощью различаются **омонимы** (разные по значению слова, совпавшие по написанию, но не по произ-

ношению): *ирис* – *ирис*, *замок* – *замок*, *мука* – *мука*, *угольный* – *уголь-ный*, *атлас* – *атлас*, *хлопок* – *хлопок*, *орган* – *орган*. Неправильная постановка ударения влечет за собой искажение смысла. **Сравните:** *ледник* (в горах) – *ледник* (погреб); *парить* (репу) – *парить* (в облаках); *рефлекторный* (от *рефлектор*) – *рефлекторный* (от *рефлекс*); *наголо* (держат шашки) – *наголо* (остричь); *броня* (защитная облицовка из стали) – *броня* (закрепление чего-либо, за кем-нибудь).

### Ударение в отдельных грамматических формах

Определенную трудность (даже для образованного человека!) представляет сегодня правильная постановка ударения в отдельных грамматических формах. Обратите внимание на следующие основные правила.

1. **Ударение в кратких формах прилагательных и страдательных причастий** прошедшего времени всегда стоит на основе. И только в форме единственного числа женского рода оно переносится на окончание:

*создан* – *создана* – *созданы*;

*взят* – *взята* – *взяты*;

*занят* – *занята* – *заняты*;

*начат* – *начата* – *начаты*.

2. Во многих глаголах **в прошедшем времени** только в форме женского рода ударение стоит на окончании:

*отнять* – *отнял* – *отняла* – *отняли*;

*понять* – *понял* – *поняла* – *поняли*;

*начать* – *начал* – *начала* – *начали*;

но: *класть* – *клал* – *клала* – *клали*.

3. **Глаголы, образованные от прилагательных**, обычно имеют ударение на последнем слоге:

*глубокий* – *углубить*;

*легкий* – *облегчить*;

*бодрый* – *ободрить*, *подбодрить*.

4. Место ударения в отглагольных существительных обычно совпадает с местом ударения в исходном глаголе:

*обеспечивать* – *обеспечение*;

*сосредоточивать* – *сосредоточение*;

*упрочить* – *упрочение*;

*упорядочить* – *упорядочение*.

5. Место ударения в форме родительного падежа множественного числа может быть различным – на окончании либо на основе:

1) *область* – *областей*; *ведомость* – *ведомостей*; *ступень* – *ступеней* (в развитии чего-либо); но: *ступеней* (в лестнице);

2) *доска* – *досок*; *сирота* – *сирот*; *отрасль* – *отраслей*; *мощность* – *мощностей*; *прибыль* – *прибылей*; *дно* – *доньев*; *торт* – *тортов*; *порт* – *портов*.

**Запомните!** *Среда* – *среды* – по *средам*.

Ознакомьтесь с типами наиболее распространенных орфоэпических ошибок.

Таблица 3

Распространенные орфоэпические ошибки

Неправильно произносят	Следует произносить
*включим приемник	включим приемник (включу, включишь, включит, включим, включите, включат)
*возраста, возрастов	мн. ч. <b>возрасты</b> , -ов
*возвращение на круги своя	возвращение на круги своя
*вручат орден	вручат орден (вручу, вручишь, вручит, вручит, вручите, вручат)
*гражданство	гражданство
*2,2% – два и два десятых %	Два и две десятых %
*[жу]ри	жюри [ж'у]
*истёкшие сутки	истекшие сутки
*конкурентноспособный	конкурентоспособный
*красивее	красивее
*недуг	недуг
*отключено электричество	отключено электричество (отключённый, отключён, отключена, отключено, отключены)
*оторвало плотину	оторвало плотину (оторвал, оторвала, оторвало, оторвали)
*отставка принята	отставка принята (принят, принята, принято, приняты)
*сорвало переговорный процесс	сорвало переговорный процесс
*расценено	расценено (расценённый, расценён, расценена, расценено, расценены)
*сняты	сняты
*Кижы, Кижей (музей-заповедник деревянного зодчества)	Кижы, Кижей

### 3.4. Нормы употребления словоформ разных частей речи

Литературные нормы на грамматическом уровне, по сравнению с нормами на других уровнях языковой системы, обстоятельно изучены и кодифицированы. Однако и грамматические нормы подвержены историческим изменениям, которые приводят к сдвигам в нормах, их неустойчивости, возникновению разнообразных грамматических вариантов.

В грамматике различаются **равноценные нормативные** варианты: *ставень/ставня, цехи/цеха*; **стилистически неравноценные нормативные** варианты: *пять грамм/граммов* (первый книжный, второй разговорный); **современный и устаревший** (или устаревающий): *санаторий/санатория, профессоры/профессора*; **литературный и просторечный или диалектный**: *мурлычет/мурлыкает, ляг/ляжь, шоферы/шофера*. Немало колебаний и затруднений в области морфологии вызывает образование и употребление различных форм имен существительных, прилагательных, числительных, местоимений и глаголов.

**Колебания в грамматическом роде имен существительных.** Равноценных нормативных родовых вариантов в современном русском языке немного: *скирд/скирда, эполет/эполета, унт/унта* и др. Некоторые из них различаются степенью употребительности: *вольер/вольера, арабеск/арабеска, клипс/клипса* (чаще употребляются формы женского рода); *жираф/жирафа, бутс/бутса* (чаще мужского рода). В современной речевой практике нередко встречаются колебания, хотя нормативной является одна форма, а вторая противопоставлена ей как ненормативная (устаревшая или просторечная): *зал, рельс, плацкарта, санаторий, ботинок* **нормативные** формы; *зала, рельса, санатория* – **устаревшие**; *плацкарт, ботинка* – **просторечные**.

Распространенными являются колебания в грамматическом роде существительных, употребляющихся преимущественно во множественном числе (*туфли, сандалии, погоны* и т. д.); современной норме соответствует одна форма: *туфля, сандалия, погон*.

Родовые варианты охватывают некоторые имена существительные, употребляющиеся для обозначения лиц женского пола: *преподаватель/преподавательница, переводчик/переводчица, лаборант/лаборантка* и т. п. Данные параллельные формы стилистически нейтральны, однако в официальных документах, номенклатурных наименованиях для обозначения лиц женского пола следует использовать существительные мужского рода. Существительные женского рода с суффиксами **-и(а)** и **-их(а)** типа *инструкторша, кассирша, дворничиха, врачиха* ха-



рактируются стилистически сниженным, пренебрежительным оттенком и находятся за пределами литературного языка.

Колебания в роде неизменяемых имен существительных характерны прежде всего для иноязычных по происхождению слов, представляющих исключение из общих правил. Сюда относятся слова мужского рода, обозначающие названия языков (*хинди, суахили, урду, бенгали*), ветров (*сирокко, торнадо*), слово *пенальти*, а также такие существительные женского рода, как *кольраби, салями, авеню, иваси, цеце* и др. Исключения из правил объясняются здесь активным влиянием слова с родовым понятием: *хинди* (язык), *пенальти* (одиннадцатиметровый штрафной удар), *кольраби* (капуста) и т. д.

Неизменяемые заимствованные слова, обозначающие названия животных и птиц, обычно мужского рода, но если они указывают на самку, то в контексте употребляются как существительные женского рода: *Кенгуру прыгала медленно, так как в сумке у нее был детеныш*.

К числу исключений из правил относится слово *кофе*, попавшее в разряд существительных мужского рода благодаря своей связи с более старой формой *кофей*. В современной разговорной речи и даже в печати это слово употребляется в среднем роде: *бразильское кофе, сгущенное кофе с молоком*.

Колебаниям в роде подвержены отдельные аббревиатуры, оканчивающиеся на согласный и заключающие в себе стержневое слово женского или среднего рода (*ТАСС, НОТ, ЖЭК, ВТЭК*), а также инициального и смешанного типов с основой на гласную (*РОЭ, районо, облоно, гороно, сельно*). Норма для ряда аббревиатур данного типа неустойчива, здесь можно говорить лишь о тенденции ее развития. История языка показывает, что в подобных конфликтных ситуациях побеждает внешняя грамматическая форма. Примером могут служить аббревиатуры *вуз, загс, нэп, БАМ* и другие, прочно перешедшие в разряд слов мужского рода.

**Вариантность падежных окончаний.** Наиболее частотны колебания в падежных окончаниях имен существительных мужского рода на твердый согласный.

В предложном падеже единственного числа у существительных мужского рода основным является окончание *-е*. Вариантное окончание *-у* возможно лишь в сочетаниях с предлогами *в* и *на* в обстоятельном значении места, реже состояния или времени действия: *в цеху, в снегу, на берегу*. Затруднения обычно возникают в употреблении имен существительных, одинаково легко принимающих окончания *-е* и *-у*: *в отпуске/у, в цехе/у, в аэропорте/у* и др. Литературная норма в данном

случае допускает обе формы, однако формы *в цехе, в отпуске* имеют **нейтральную** окраску, а *в цеху, в отпуску* – **разговорную**; формы *на берегу, на бале, в саде, в стоге, на борте, на шкафе* и т. п. носят оттенок **устарелости**.

**Образование форм именительного падежа множественного числа.** Колебания чаще всего наблюдаются у двусложных заимствованных (и некоторых русских) слов: *катер, бункер, вексель, китель, тенор, крейсер, трактор, сектор, токарь* и т. д. Для большинства трехсложных слов нормативно традиционное окончание **-ы(-и)**; колебаниям подвергаются прежде всего слова латинского происхождения на **-тор** (*инспектор, корректор, прожектор*). Формы на **-а(-я)** у дву- и трехсложных существительных закрепляются в русском языке неравномерно, избирательно, норма должна проверяться по словарям. Поэтому не могут быть признаны нормативными встречающиеся в речи формы на **-а(-я)** существительных с неподвижным типом ударения. Сюда относятся слова с приставкой **вы-** (*выговор, выезд, выгон, выход* и т. д.) и слова французского происхождения на **-ер, -ёр** (*шофер, актер, режиссер, офицер* и др.). У односложных существительных варианты в пределах литературной нормы отмечаются лишь в отдельных словах: *цехи / цеха, годы / года*. У остальных же односложных слов нормативно либо окончание **-а** (*бока; дома, луга* и т. д.), либо **-ы** (*планы, торты, порты, фронты* и т. д.). У многосложных слов под действием тенденции к ритмическому равновесию, как правило, сохраняется традиционное окончание **-ы(-и)**: *архитекторы, библиотекари, трансформаторы, конденсаторы* и т. д.

**В родительном падеже множественного числа** нормативные варианты свойственны тем существительным, у которых родовые варианты являются равноправными: *скирд / скирдов* и *скирда / скирд*. Вариантные формы образуют и существительные, в роде которых наблюдаются колебания: *георгин / георгинов* и *георгина / георгин, рельс / рельсов* и *рельса / рельс* и т. д. Первые из этих форм общелитературные, сфера употребления вторых ограничивается просторечием, профессиональной речью.

Колебания в образовании форм родительного падежа множественного числа наблюдаются у отдельных групп существительных мужского рода на твердый согласный, служащих названиями мер и единиц измерения, овощей, фруктов, плодов, а также парных предметов. У большинства единиц измерения в родительном падеже прочно закрепилось нулевое окончание (*ампер, ватт, вольт, кулон, герц, эрг* и т. д.). Вариантные формы наблюдаются у существительных *грамм, килограмм,*

*гектар*. Формы на **-ов** употребляются преимущественно в письменной речи, нулевое же окончание допустимо в разговорной. Для существительных – названий овощей, фруктов, плодов общелитературным является окончание **-ов** (*апельсинов, баклажанов, бананов, лимонов* и т. д.). Однако в устной речи распространена нулевая форма, особенно у существительных *апельсин, мандарин, помидор*. Область ее употребления ограничивается разговорной речью, причем и здесь она допустима лишь в стандартных количественных сочетаниях со словами, обозначающими единицы измерения: *тонна помидор, килограмм апельсин*. В других же сочетаниях и в разговорной речи нормативным для данных слов является окончание **-ов**: *купи мандаринов, запах апельсинов, ящик из-под помидоров*.

Для существительных – названий парных предметов или предметов, состоящих из двух или нескольких частей, нормой является нулевое окончание: *ботинки / ботинок, погоны / погон, шорты / шорт* и т. д.; исключение *носки / носков*. В современной речи широко используется форма *носок*, которая не противоречит языковой системе, а поэтому может быть признана нормативной. На правах разговорного варианта она уже включена в некоторые словари.

**Ошибки в образовании и употреблении форм имен прилагательных.** Формы имен прилагательных богаты системой синонимических соответствий: синонимия простых (синтетических) и сложных (аналитических) форм сравнительной и превосходной степеней сравнения (*глубже – более глубокий, глубочайший – самый глубокий – глубже всех – наиболее глубокий*); притяжательных прилагательных и форм косвенных падежей существительных (*варенье из малины – малиновое варенье, ветер с севера – северный ветер*); синонимия притяжательных прилагательных, различающихся суффиксами (*отцов – отцовский, мужний – мужнин, вражий – вражеский*). При употреблении синонимичных форм в речи следует учитывать их семантические и стилистические оттенки. Так, простая форма сравнительной степени (*интереснее, сильнее*) стилистически нейтральна, она употребляется во всех стилях; сложная (*более интересный, более сильный*) свойственна книжной речи. Простая форма превосходной степени имеет книжную окраску, сложная – нейтральную. Сфера употребления конструкций типа *лермонтовские стихи, отцов наказ, мужнин костюм* ограничена разговорной речью, в нейтральной же, особенно в книжной, употребляются конструкции *стихи Лермонтова, отцовский наказ, мужний костюм*. Иногда параллельные обороты расходятся в своих значениях настолько, что взаимная их замена невозможна. Ср.: *семья старшего брата – брат-*

ская помощь, любовь матери к сыну – материнская любовь. Употребление параллельных оборотов без учета их семантических и стилистических различий приводит к речевым ошибкам. **За пределами литературной нормы** находятся встречающиеся в речи формы простой сравнительной степени типа *бойчее, звончее, богачее, слаже, сладче, красивше, длинше* и др. Это просторечные формы, литературные их варианты *бойче, звонче, богаче, слаще, красивее, длиннее*.

Формы сравнительной степени с приставкой **по-**, вносящей добавочное значение 'несколько, немного' (*побольше, посильнее, повыше*), допустимы лишь в разговорной речи, в книжной же следует употреблять конструкции *немного больше, несколько сильнее*.

При употреблении форм сравнительной степени должен быть указан объект сравнения: *И нет ничего сложнее внутреннего мира человека* (В. Тендряков). Предложения типа *Эта комната более чистая и светлая* не соответствуют нормам литературного языка.

**Распространенными ошибками является образование:**

1) сравнительной и превосходной степеней сравнения путем соединения аналитической и синтетической форм: *более сильнее, самый сильнейший*;

2) избыточных сочетаний типа *несколько поподробнее* (форма *поподробнее* уже имеет значение 'несколько, немного');

3) форм сравнительной степени от относительных прилагательных: *более синонимический ряд, более разговорный вариант*. Такие формы допускаются в произведениях художественной литературы, где их употребление стилистически мотивировано: *В такой непроглядный вьюжный вечер успех решался не тем, кто железней или метче, а удачливей кто* (Л. Леонов);

4) форм превосходной степени путем присоединения к прилагательным в форме положительной степени приставки **наи-**: *наивыгодный, наиприятный*.

**Вариантность в сочетаниях числительных с существительными.** В сочетаниях числительных с существительными варианты формы, различающиеся обычно стилистической окраской, и отступления от литературных норм наблюдаются в конструкциях: 1) «сложное количественное числительное с элементом *сто* в творительном падеже + существительное: *с двумястами (тремястами, четырьмястами* и т. д.) *жителями* (книжн.) – *жителей* (разг.);

2) «два (*три, четыре*) и более + существительное»: в соответствии с литературной нормой существительное зависит от числительного и употребляется в родительном падеже единственного, а не множествен-

ного числа: *два и более метра, три и более окна, четыре и более листа*. Возможны перестановки: *два метра и более, три окна и более*;

3) «составное числительное, оканчивающееся на *два, три, четыре* (22, 23, 24, 32, 33, 34 и т. д.) + существительное, которое имеет только форму мн. числа». В случае необходимости следует пользоваться синонимичными выражениями (*отремонтировали сани в количестве двадцати двух, истекли двадцать вторые сутки, прошло двадцать два дня* и т. д.), поскольку данные существительные употребляются лишь в сочетаниях с собирательными числительными (*двое суток, трое брюк, четверо джинсов*);

4) «собирательное числительное + существительное или субстантивированное прилагательное»: *двое раненых / два раненых, трое сыновей / три сына, четверо сирот / четыре сироты*.

В сочетаниях с прилагательными, образованными от существительных, существительными общего рода (при обозначении нескольких лиц мужского пола или лиц мужского и женского пола) и существительными мужского рода на *-а* в именительном падеже рекомендуется употреблять собирательные числительные: *двое прохожих, трое бродяг, четверо мужчин*. В косвенных падежах, наряду с собирательными, допустимо употребление количественных числительных: *двоих / двух мужчин, троих / трех детей, четверых / четырех отдыхающих*. В сочетании с существительными мужского рода со значением лица, оканчивающимися на согласный, употребляются как количественные, так и собирательные числительные: *два друга / двое друзей, семь / семеро командиров*. В некоторых случаях общелитературным является употребление только количественных числительных, т. к. собирательные вносят стилистически сниженный оттенок значения: *два маршала* (не *двое маршалов*), *три профессора* (не *трое профессоров*).

В сочетании с существительными, имеющими форму только множественного числа, в именительном падеже употребляется собирательное числительное (*двое перил, пятеро джинсов*), а в косвенных падежах количественное (*около двух суток, о трех джинсах, с четырьмя санями*).

В сочетаниях с существительными мужского рода, обозначающими животных, и существительными женского рода литературной нормой является употребление количественных числительных (*две подружки, три медведя, четыре волка*).

**Не соответствуют литературной норме** сочетания собирательных числительных с названиями молодых животных (*двое цыплят, трое волчат*), парных предметов в значении «столько-то пар» (*двое чулок, трое носков*), а также в косвенных падежах с названиями лиц жен-

ского пола (*двоих сестер, троих студенток*); они имеют разговорно-просторечную окраску.

**Ошибки в употреблении местоимений.** Нежелательно в речи дублирование одного и того же местоимения: *Когда он получил отпуск, он уехал в деревню* (лучше *Получив отпуск, он уехал...* или *Он получил отпуск и уехал...*).

Местоимение *они* не следует соотносить с собирательными или отвлеченными существительными, имеющими форму единственного числа. Например: *Юношество живо откликнулось на этот призыв, и вон они уже едут осваивать целинные земли; Студенческая молодежь отправилась на каникулы, там они будут отдыхать в течение двух месяцев*. В таких случаях целесообразно заменить собирательное или отвлеченное существительное конкретным (*студенты* вместо *студенческая молодежь*).

Распространенной ошибкой в речи является смешение притяжательных местоимений *мой, твой, его* и других с возвратно-притяжательным *свой*: *Я не находил применения моим рукам* (надо *своим*); *У матери всегда находилось доброе слово для ее дочерей и сыновей* (надо *своих*).

Избыточно употребление местоимений в случаях, когда указательные значения, выражаемые местоимениями, само собой понимаются: *У нее сложились хорошие отношения со всеми своими коллегами по работе; Перед своим уходом на работу мать разбудила сына*.

### Употребление глагольных форм

1. Глаголы *полоскать, колыхать, мурлыкать, плескать, рыскать* и некоторые другие образуют двоякие формы настоящего времени: с чередованием согласных (*полощет, колышет* и т. д.) и без чередования (*полоскает, колыхает* и т. д.). Первые общелитературные, вторые свойственны разговорному стилю.

Стилистически различаются также формы настоящего времени глаголов *мяукать* (*мяукает / мяучит*), *сыпать* (*сыплет / сыпет*), *щипать* (*щиплет / щипет*); повелительного наклонения глаголов *ехать* (*поезжай / езжай / едь*), *положить* (*положи / положишь*), *класть* (*клади / положи*), *лечь* (*ляг / ляжь*), *пойти* (*пойди / поди*) и др. Общелитературными являются первые из них, вторые имеют просторечный характер и в литературной речи не употребляются.

2. Варианты форм типа *обусловливать / обуславливать, сосредоточивать / сосредотачивать, уполномочивать / уполномочивать* различаются как книжные (с гласным *о* в корне) и разговорные (с гласным *а*).

### 3.5. Синтаксические нормы

Современными языковыми нормами на синтаксическом уровне допускается немало вариантных форм: *ждать отпуск / отпуски, не читал книгу / книги, двое пришло / пришли* и т. д. Хотя все они с достаточной полнотой и последовательностью описаны в справочной литературе, тем не менее в речевой практике возникает ряд трудностей при выборе нужной синтаксической конструкции. **Варианты согласования главных членов предложения.** Современные нормы координации главных членов предложения, как известно, часто допускают вариантные формы рода и числа сказуемого: *пять (большинство, несколько) студентов уехало / уехали; трое проголосовало / проголосовали; инженер выступил / выступила* и т. д. Выбор той или иной формы сказуемого зависит от ряда факторов, которые должны учитываться в каждом конкретном акте коммуникации.

**Использование деепричастного оборота.** Деепричастие в предложении обозначает *добавочное действие* существа или предмета, названного подлежащим в форме именительного падежа существительного или местоимения: *Бабушка, надев очки, прочитала письмо; Мяч, отскочив от стены, влетел в окно.*

Следовательно, **недопустимо использование одиночного деепричастия или деепричастного оборота**, в следующих случаях:

а) в предложениях без **подлежащего**, выраженного формой именительного падежа: *Бабушке стало грустно, прочитав письмо*; возможны варианты коррекции: *Бабушка загрустила, прочитав письмо, Когда бабушка прочитала письмо, ей стало грустно*;

б) если деепричастным оборотом обозначено действие не того существа или предмета, которое выражено подлежащим: *Даже имея в руках карту, маршрут нашелся с трудом* (подлежащее *маршрут*, а карту, очевидно, держал в руке путник, не обозначенный в предложении); вариант коррекции: *Даже имея карту в руках, мы с трудом нашли маршрут*;

в) если в предложении не названо основное действие предмета или существа: *Отметив семидесятилетний юбилей, наш ветеран подвижен и бодр* (основное действие ветерана не названо, вместо этого указаны признаки – *подвижен и бодр*). Вариант коррекции: *Отметив семидесятилетний юбилей, наш ветеран продолжает вести активную деятельность, он полон бодрости и сил.*

**Трудности в передаче чужой речи.** Чужая речь в общении чаще всего передается:

а) с помощью бессоюзного сложного предложения с особой интонацией – оформляется как прямая речь: *Студенты сказали профессору: «Нам нужна консультация перед экзаменом»;*

б) сложноподчиненным предложением – косвенной речью: *Студенты сказали профессору, что им нужна консультация перед экзаменом;*

в) точным цитированием или вводной конструкцией со значением источника информации (в книжных стилях);

г) несобственно-прямой речью (преимущественно в художественной литературе).

Чрезвычайно распространена при передаче чужой речи ошибка, вызванная **смещением прямой и косвенной речи**: *Студенты сказали профессору, что **нам** нужна консультация перед экзаменом; Родители сказали детям, что **мы** поедem на дачу.* Такие конструкции не только неправильны с точки зрения синтаксических норм, но и ведут к неясности, двусмысленности сообщения.



## Лекция 4

# ЛЕКСИЧЕСКИЕ НОРМЫ РУССКОГО ЛИТЕРАТУРНОГО ЯЗЫКА

### 4.1. Слово и его значение. Способы формулирования значения слова

Слово – основная единица языка, самая многообразная и сложная. Именно слово в первую очередь отражает все изменения, происходящие в жизни общества. Слово не только называет предмет или явление, но и, как мы уже отмечали, выполняет эмоционально-экспрессивную и эстетическую функции.

Вот почему, выбирая слова, мы должны обращать внимание на их значение, стилистическую окраску, употребительность, сочетаемость с другими словами: ведь нарушение хоть одного из этих критериев может привести к речевой ошибке.

**Значение слова – его предметно-логическая соотнесенность с каким-либо классом явлений внешнего или внутреннего мира.** В русском языке есть слова, называющие только один какой-либо предмет. Например, слово *карандаш* обозначает тонкую палочку графита, вделанную в деревянную или пластмассовую оболочку. Только этот предмет, которым мы пишем, рисуем, чертим, и называется карандашом. Никаких других значений у слова *карандаш* нет. То же самое можно сказать о словах *тротуар*, *велосипед*, *кефир* – они имеют только одно значение. Такие слова называются **однозначными**.

Эти слова противопоставляются другой группе слов, не менее обширной в современной лексике, – словам **многозначным**, а само свойство слов иметь несколько значений называется **многозначностью**, или **полисемией**. Например: *модель* – 1) образцовый экземпляр какого-либо изделия, а также образец для изготовления чего-либо (выставка *моделей* женского платья); 2) воспроизведение или схема чего-либо, обычно в измененном виде (*модель* станка); 3) тип, марка, образец, конструкция (новая *модель* автомобиля); 4) то, что служит материалом, натурой для художественного изображения, воспроизведения; 5) образец, с которого снимается форма для отливки или для воспроизведения в другом материале.

Многозначность – удобный способ хранения информации о мире, она представляет собой общий для всех языков закон. Полисемия более представлена в языках тех народов, которые достигли более высоких

ступеней прогресса: в языках наций полисемия представлена шире, чем в племенных языках.

Многозначность не только один из важнейших путей развития словарного состава языка, но и основа языковой образности и выразительности. Следует учитывать, однако, что возможности использования образных средств языка неодинаковы для разных языковых стилей. Образность, изобразительность, нестандартность языка – одно из главных достоинств произведений художественной литературы и некоторых видов публицистики. В деловой и научной речи иные традиции и нормы. Они ориентированы на однозначное употребление слов, на стандартизацию и терминологизацию языка.

Слово, взятое изолированно, всегда воспринимается в своем основном значении, в котором обычно чаще всего и употребляется в речи. Производные же значения выявляются только в сочетании с другими словами. Например, глагол *идти* может получать в речи более сорока различных значений, но главное – это то, которые первым приходит на ум, – «передвигаться, ступая ногами».

**Способы формулирования значения слова.** В процессе речевого общения очень важно договариваться с партнером о том, в каком именно значении вы используете то или иное слово: если участники коммуникации будут, не подозревая об этом, употреблять одно и то же слово, но в разных значениях, то процесс общения будет существенно осложнен. Партнеры думают, что говорят на одном языке, но не могут достичь взаимопонимания до тех пор, пока не выяснится, что в одну звуковую оболочку они вкладывают разные смыслы. Поэтому любой человек, стремящийся к эффективному, результативному общению, должен уметь сформулировать значение данного слова. Как писал известный философ Декарт: «Определяйте значения слов, и вы избавите мир от половины заблуждений».

**1. Логическое определение** предполагает две операции: а) соотнесение определяемого слова с более широким по смыслу, родовым понятием, например, *сосна* – это ‘дерево’, *стул* – это ‘предмет мебели’;

б) соотнесение определяемого слова внутри найденного родового с другими видовыми понятиями и выявление суммы признаков (или одного признака), который отличает определяемое понятие от всех остальных внутри родового, например, *сосна* – ‘хвойное вечнозеленое дерево с округлой кроной’, а *стул* – ‘предмет мебели для сидения на одно место со спинкой, без подлокотников’. Определения, сформулированные таким способом, соответствуют требованиям научно-учебного сти-

ля, они наиболее точные и исчерпывающие, не требующие дальнейшей конкретизации.

**2. Описательное определение** обычно сочетает первую операцию логического определения (соотнесение с родовым понятием) и перечисление признаков предмета, важных с точки зрения говорящего, например, *сосна* – ‘дерево с высоким стволом, длинной пушистой хвоей и ветвями, расположенными высоко от земли’; *стул* – ‘одноместный предмет мебели для сидения, с четырьмя ножками, с жестким или полумягким сиденьем’ и т. д. Если логическое определение самодостаточно, «закрыто», то описательное – «открыто», т. е. не исключает добавления других, в той или иной степени важных, признаков, не являющихся с логической точки зрения отличительными.

**3. Синонимический способ** определяет значение слова через указание на самый полный, точный синоним (если таковой имеется у данного слова и является языковым, а не контекстуальным, как, скажем, *трость* – ‘палка’), например, *смелый* – ‘храбрый’, *гиппопотам* – ‘бегемот’. Этот способ толкования экономичен, не требует обучения по специальной методике; особенно широко используется при характеристике оценочных слов, когда объем понятия невозможно определить точно. Однако весьма важно, чтобы синоним при определении значения не подменялся демонстрацией родовидовых связей: *ботинки* – ‘обувь’, *яблоко* – ‘фрукт’ (эти слова не синонимы).

**4. Антонимический способ** использует устойчивость связей слов по признаку лексической противоположности: *горячий* – ант. ‘холодный’, *верх* – ант. ‘низ’. Необходимо только, в отличие от синонимического толкования, указывать на характер отношений определяемого и определяющего слова посредством помет «ант.» (антоним) или «прот.» (противоположность).

**Этимологический способ** носит вспомогательный характер и применяется дополнительно к логическому или описательному, если этимологическое значение хотя бы частично совпадает с современным значением слова: *корноухий* – от древнерусс. *корный* ‘короткий’ и ‘ухо’; *гастроль* – от нем. *Gast* – ‘гость, приезжий’ и *Rolle* – ‘роль’.

## 4.2. Нарушения в использовании слов и фразеологических оборотов

Ошибки, связанные с неправильным выбором слова или фразеологизма, называются **лексическими**. Рассмотрим основные виды лексических ошибок.

**1. Употребление знаменательного слова в несвойственном ему значении.** Пример: *Костер все больше и больше распался, пылал.*

Ошибка заключается в неверном выборе слова *Распалиться* - 1. Нагреться до очень высокой температуры, раскалиться. 2. (перен.) Прийти в сильное возбуждение, стать охваченным каким-либо сильным чувством.

В этом примере уместнее слово *Разгораться* - начинать сильно или хорошо, ровно гореть.

**2. Употребление знаменательных и служебных слов без учета их значения.** Пример: *Благодаря пожару, вспыхнувшему от костра, сгорел большой участок леса.* В современном русском языке предлог *благодаря* сохраняет некоторую смысловую связь с глаголом *благодарить* и употребляется обычно лишь в тех случаях, когда говорится о причинах, вызывающих желательный результат: *благодаря чьей-нибудь помощи, поддержке.* Ошибка возникает в связи со смысловым отвлечением предлога от исходного глагола *благодарить*. В этом предложении предлог *благодаря* следует заменить на один из следующих: *из-за, в результате, вследствие.*

**3. Выбор слов-понятий с различным основанием деления (конкретная и отвлеченная лексика).** Пример: *Предлагаем полное излечение алкоголиков и других заболеваний.* Если речь идет о заболеваниях, то слово *алкоголики* следовало бы заменить на *алкоголизм*.

**4. Нарушение лексической сочетаемости слов.** При выборе слова следует учитывать не только значение, которое ему присуще в литературном языке, но и лексическую сочетаемость. Далеко не все слова могут сочетаться друг с другом даже в одном и том же значении: так, слово *глубокая* в значении '*достигающая предела в развитии, течении*' сочетается со словом *старость*, но не сочетается со словом *молодость*. Границы лексической сочетаемости определяются значением слов, их стилистической принадлежностью, эмоциональной окраской, грамматическими свойствами и т. д.

Пример: *Хороший руководитель должен во всем показывать образец своим подчиненным.* Показывать можно пример, но не образец. А образцом можно быть, например, для подражания.

Пример: *Этот архитектурный памятник в вопиющем состоянии.* Слово *вопиющий*, означающее '*вызывающий крайнее возмущение, совершенно недопустимый*', имеет ограниченные возможности лексической сочетаемости: можно сказать *вопиющая несправедливость* (*безобразия, обман*), но с существительным *состояние* это прилагательное не сочетается, следовало написать: *в аварийном (катастрофическом) состоянии.*

Нарушение лексической сочетаемости нередко возникает как ассоциативная ошибка: мы искажает словосочетание, поскольку ассоциация с близким по значению словосочетанием подсказывает нам то или иное

слово, оказывающееся в этом случае неуместным. Так, пишут: *За дуэль он был **произведен** из офицеров в солдаты* (по аналогии с выражением *произведен в офицеры*, однако в солдаты могут только *разжаловать*). Нарушение лексической сочетаемости часто возникает в тех случаях, когда не учитывается экспрессивная окраска слов, имеющих отрицательный оттенок, и когда они соединяются словами, обладающими положительной экспрессией. *Его неожиданно **постигла** слава; Новый фильм **обречен** на большой успех.*

Соединение в одном словосочетании слов с контрастной экспрессивной окраской порождает комизм высказывания: *закоренелый передовик, отъявленный специалист, скоропостижный успех, заклятый друг* и т. п.

Еще Аристотель предостерегал от логических ошибок в речи. Он утверждал: «Речь должна отвечать законам логики». Неправильный выбор слов порождает *нелогичность* высказывания: *Жидкость, не смачивающая стенки капилляра, **опускается** в нем **на высоту***, определяемую формулой... (следовало написать: *опускается... до уровня*).

В иных случаях возникает **абсурдность** и **комизм** высказывания: *Декада узбекской кухни будет проходить пять дней* (декада – от греческого *dekas* (decades) – десяток – *должна длиться десять дней*). *Скоро у куниц появится **наследство*** (вместо *потомство*).

Пародийное звучание тех или иных утверждений в подобных случаях сводит на нет их информативную ценность. Реклама, расхваливая таблетки для тех, кто хочет похудеть, утверждает: *Фирма гарантирует **уменьшение веса на сто процентов***.

От речевой ошибки следует отличать умышленное объединение, казалось бы, не сочетающихся между собой слов: *живой труп, обыкновенное чудо, весело грустить*. В этом случае перед нами один из ярких стилистических приемов – *оксюморон*.

В сложных случаях, когда трудно определить, можно ли употребить вместе те или иные слова, необходимо пользоваться словарем сочетаемости.

**5. Неточный выбор синонимов.** Синонимы обогащают язык, делают образной нашу речь. У синонимов может быть разная функционально-стилистическая окраска. Так, слова *ошибка, просчет, оплошность, погрешность* – стилистически нейтральны, общеупотребительны; *проруха, накладка* – просторечные; *оплошка* – разговорное; *ляп* – профессионально-жаргонное. Употребление одного из синонимов без учета его стилистической окраски может привести к речевой ошибке.

Пример: *Совершив **оплошку**, директор завода сразу же стал ее исправлять.*

При использовании синонимов часто не учитывается способность каждого из них в большей или меньшей степени избирательно сочетаться с другими словами. Различаясь оттенками лексического значения, синонимы могут выражать разную степень проявления признака, действия. Однако даже синонимы с одним и тем же значением не могут заменять друг друга в контексте любом - это ведет к речевой ошибке.

**6. Неправильное употребление паронимов.** *Паронимы* – однокоренные слова одной части речи, имеющие сходное звучание и строение, но различные по значению и сочетаемости.

Примеры: *Человек ведет **праздничную** жизнь. У меня сегодня **праздное** настроение.*

*Праздный* и *праздничный* – очень похожие слова, но значения имеют разные: **праздничный** – прилагательное к *праздник* (*праздничный ужин, праздничное настроение*); **праздный** – *не заполненный, не занятый делом, работой* (*праздная жизнь*). Чтобы восстановить смысл высказываний в примере, нужно поменять слова местами.

Чтобы в ходе письменного или устного общения различить паронимы и принять правильное решение о выборе одного из таких слов, можно использовать 3 способа:

1) сформулировать значения каждого из паронимов, желательно с использованием их общего корня, например, *экономный* – 'умеющий экономить', а *экономичный* – 'позволяющий экономить';

2) подобрать к каждому из паронимов синоним и антоним, если это возможно: *экономный* – *бережливый*, ант. – *расточительный*; *экономичный* – *выгодный*, *эффективный*, ант. – *невыгодный*;

3) составить с каждым из паронимов словосочетания: *экономный хозяин* – *экономичный способ расчета*.

Такие операции позволяют осознать различия в значениях и сочетаемости паронимов и выбрать нужный в каждом случае.

**7. Неуместная омонимия.** Благодаря контексту омонимы, как правило, понимаются верно. Но все же в определенных речевых ситуациях омонимы не могут быть поняты однозначно. Пример: *Экипаж находится в отличном состоянии. Экипаж* – это повозка или команда? Само слово *экипаж* употреблено правильно. Но для раскрытия смысла этого слова необходимо расширить контекст.

Очень часто к двусмысленности приводит употребление в речи, особенно устной, омофонов (одинаково звучащих, но по-разному пишущихся): так, у В.Я.Брюсова есть стихотворная строка ***И шаг твой землю тяготил***; иногда двусмысленность создают омографы (слова, совпадающие по написанию, но разные по звучанию): ***Все это знали*** (возникает двусмысленность: ВСЕ или ВСЁ?)

Так что, выбирая слова для какой-либо фразы, мы должны обращать внимание и на контекст, который в некоторых речевых ситуациях призван раскрывать смысл слов, а потому должен быть достаточно полным.

8. **Новые слова.** Неудачно образованные неологизмы являются речевыми ошибками. Пример: *Необходимо произвести **обрыбление** прудов и других водоемов.* Вместо нового, неблагозвучного и неуклюжего, слова с канцелярской стилиевой окраской уместнее использовать общеупотребительное и простое сочетание *разведение рыбы.*

В переводной медицинской статье читаем: *В результате происходит **испрямление** позвоночника* – здесь переводчик без всякой необходимости образовал новое слово по модели слова *искривление*; вместо этого следовало использовать общенародное слово *выпрямление.*

9. **Устаревшие слова.** *Архаизмы* – слова, называющие существующие реалии, но вытесненные по каким-либо причинам из активного употребления синонимичными лексическими единицами, - должны соответствовать стилистике текста, иначе они совершенно неуместны. Пример: *Молодой предприниматель быстро **узрел** деловитость своего менеджера* – здесь использование архаизма с высокой экспрессивной окраской неоправданно.

Пример: *Он пожал мне при встрече **длань*** – использование высокой лексики (особенно применительно к себе, к своей руке) также оценивается как пафосное и претенциозное. Среди слов, вышедших из активного употребления, выделяются еще и *историзмы* – слова, вышедшие из употребления в связи с исчезновением обозначавшихся ими понятий: *армяк, камзол, бурса, опричник* и т. п. Ошибки в употреблении историзмов часто связаны с незнанием их лексического значения, даже если историзмы вновь активно используются в языке.

Пример: *Крестьяне не выдерживают своей тяжелой жизни и идут к **главному губернатору** города.* *Губернатор* – 'начальник какой-нибудь области' (например, губернии в России, штата в США). Следовательно, главный губернатор – нелепость, к тому же в губернии мог быть только один губернатор, а его помощник назывался вице-губернатором.

10. **Неуместное употребление слов иноязычного происхождения.** Сейчас многие имеют пристрастие к иностранным словам, даже не зная иногда их точного значения. Однако в ряде случаев контекст не принимает иностранное слово.

Пример: *Работа конференции **лимитируется** из-за отсутствия ведущих специалистов.* *Лимитировать* – 'установить лимит чего-нибудь, ограничить'. Иностранное слово *лимитировать* в данном предложении следует заменить словами: *идет медленнее, приостановилась* и т. п.

Иногда в текстах наблюдается высокая концентрация иноязычных слов, еще практически не усвоенных русским языком (и даже ненужных, поскольку в русском языке уже есть слово для обозначения данного понятия). Это бывает связано с претензией автора на избранность, принадлежность к особой социальной группе.

Такое явление затрудняет общение и потому является нарушением лексических норм русского языка. Пример: *У топ-менеджера была интенция организовать брейн-сторминг, но помешал форс-мажор* Ср. *Директор собирался организовать мозговой штурм, но помешали форс-мажорные обстоятельства* – гораздо проще и яснее, если не стараться «щегольнуть» так называемыми «модными» словами.

**11. Нарушения в использовании фразеологизмов.** Нужно помнить, что фразеологизмы всегда имеют переносное значение. Украшая нашу речь, делая ее более живой, образной, яркой, фразеологизмы доставляют нам и немало трудностей – при неверном их употреблении появляются речевые ошибки. Рассмотрим виды нарушений в использовании фразеологизмов.

- Неверное понимание значения фразеологизмов. Существует опасность буквального понимания фразеологизмов, которые могут восприниматься как свободные объединения слов. Пример: *В этом году Аэрофлоту удалось удержать поток пассажиров на высоком уровне* - возникает неуместный комизм.

- Изменение значения фразеологизма. Пример: *Хлестаков все время мечет бисер перед свиньями, а ему все верят*. Здесь фразеологизм *мечтать бисер перед свиньями*, имеющий значение 'напрасно говорить о чем-либо или доказывать что-либо тому, кто не способен понять этого', употреблен неверно – в значении 'выдумывать, плести небылицы'.

- Ошибки в усвоении формы фразеологизма. Пример: *Я привык отдавать себе полные отчеты*. Здесь изменена форма числа в существующем фразеологизме *отдавать себе отчет*. Пример: *Он постоянно сидит сложив руки*. Фразеологизмы типа *сложив руки, сломя голову, очертя голову* сохраняют в своем составе старую форму деепричастия совершенного вида с суффиксом -а (-я).

- Лексическое видоизменение фразеологизма. Пример: *Пора уже тебе взяться за свой ум*. Большая часть фразеологизмов является непроницаемой: в состав фразеологизма нельзя ввести дополнительную единицу. Пример: *Все возвращается на спирали своя!* Есть фразеологизм *на кругу своя*. Замена слова недопустима.

- Контаминация, соединение компонентов двух синонимичных фразеологизмов, что вызывает появление «нового» выражения. Типичный пример: *Эти и другие вопросы имеют большую роль в развитии*



этой, еще молодой науки. Произошло смешение двух устойчивых оборотов: *играет роль* и *имеет значение*. Можно сказать так: *вопросы имеют большое значение...* или *вопросы играют большую роль*.

Иногда подобное смешение вызывает неуместный комизм. Пример из речи спортивного комментатора: *Да, не удалась попытка, и спортсменке осталось только **головой развести*** – соединены обороты *развести руками* и *покачать головой*.

**13. Разговорные и просторечные слова.** Разговорные слова входят в лексическую систему литературного языка, но употребляются преимущественно в устной речи, главным образом в сфере повседневного общения. Просторечия употребляются в литературном языке обычно в целях сниженной, грубоватой характеристики предмета речи. Разговорная и просторечная лексика, в отличие от диалектной, употребляется в речи всего народа. Пример: *У меня совсем **худая** куртка. Худой* (разг.) – '*дырявый, испорченный*' (*худой сапог*). Ошибки возникают в тех случаях, когда употребление разговорных и просторечных слов не мотивировано контекстом и ситуацией общения. Например, неуместно использование таких слов в учебной, официальной обстановке, в публицистике. Пример из газетной статьи: *И вот 1992 год... **Философы по-нёрли** из-под земли, как сыроежки*.

**14. Профессиональные жаргонизмы.** Профессионализмы выступают как принятые в определенной профессиональной группе просторечные эквиваленты терминов: опечатка – в речи журналистов *ляп*; руль – в речи шоферов *баранка*.

Но немотивированное перенесение профессионализмов в общелитературную речь нежелательно. Такие профессионализмы, как *пошить*, *пошив*, *заслушать* и другие, портят литературную речь.

По ограниченности употребления и характеру экспрессии (шутливая, сниженная и т. п.) профессионализмы сходны с жаргонизмами и являются составной частью жаргонов – своеобразных социальных диалектов, свойственных профессиональным или возрастным группам людей. *Жаргонизмы* – это обиходно-бытовая лексика и фразеология, наделенная сниженной экспрессией и характеризующаяся социально ограниченным употреблением.

Пример: ***Пескоструйка** дает возможность капитально окрашивать машины* (уместнее в официальном стиле – *пескоструйный аппарат*).

**15. Анахронизм.** Неправильное словоупотребление нередко становится причиной различных фактических и логических ошибок в речи. Например: *В Ленинграде в XVIII веке было открыто несколько типографий*. Употребив здесь название города на Неве, которое было ему присвоено в годы Советской власти, автор допустил *анахронизм* –

смешение событий, предметов, явлений разных эпох (следовало написать: *в Петербурге*). *В Древнем Риме недовольные законами плебеи устраивали митинги* (слово *митинг* появилось значительно позднее, причем в Англии).

А.С. Пушкин, прочитав думу К.Ф. Рыльева «Вещий Олег», пишет автору следующее: «Ты напрасно не поправил в Олеге *герба России*. Древний герб, святой Георгий, не мог находиться на щите язычника Олега, новейший, двуглавый орел есть герб византийский и принят у нас во времена Иоанна III, не прежде».

Анахронизмы объясняются небрежностью или некомпетентностью автора. Так, в очерке читаем: *Не помню имен и фамилий этих античных героев и богов, но их изваяния остались навсегда в моей памяти*. В наше время появилось множество анахронизмов в связи с переименованием городов, улиц и даже стран: *В Сталинграде будут выборы губернатора* (какое причудливое смешение реалий – *Сталинград* отошел в прошлое вместе с Советским Союзом, а *губернатор* вернулся к нам из небытия!);

### 4.3. Многословие

Точность словоупотребления помогает добиться ясности и краткости в выражении мысли, и, напротив, стилистическая беспомощность нередко приводит к *речевой избыточности* – многословию. Мы часто впадаем в этот грех, если не следим за речью. Французский ученый, философ и писатель Паскаль заметил: «Я пишу длинно, потому что у меня нет времени написать коротко». Многословие проявляется в различных формах. Нередко можно наблюдать навязчивое объяснение всем известных истин: *Потребление молока является хорошей традицией, молоком питаются не только дети, потребность в молоке, привычка к молоку сохраняются до глубокой старости. Плохая ли это привычка? Надо ли отказываться от этой привычки? Нет!*

Подобное *пустословие*, естественно, пресекается редактором, рассуждения, не представляющие информативной ценности, при литературном редактировании исключаются. Иногда проявление речевой избыточности граничит с абсурдностью: *Труп был мертв и не скрывал этого*. Такие примеры многословия называются *ляпалиссиадами*, которые придают речи неуместный комизм нередко в таких ситуациях, которые возникли в результате трагических ситуаций. Например: *Поскольку ответственный редактор сборника умер, необходимо ввести в состав редколлегии нового редактора из ныне живущих; Мертвый труп лежал без движения и не проявлял признаков жизни*.

Один из видов многословия – **плеоназм**, когда употребляются в речи близкие по смыслу и потому логически излишние слова: *Он крепко держит в своих руках штурвал руля.* (*Штурвал* – это и есть рулевое колесо, поворотом которого управляют движением судна, самолета; следовательно, слово *руль* лишнее); *Эта девочка оставила о себе очень прекрасное впечатление* (прилагательное, обозначающее признак в его предельно сильном и предельно слабом проявлении, не нуждается в уточнении степени признака).

Плеоназмы возникают при употреблении ненужных определений (*главная суть, ценные сокровища, повседневная обыденность, темный мрак*), лишних обстоятельств (*вернулся обратно, предчувствовать заранее, упал вниз*), а также в результате неоправданного нанизывания синонимов (*закончить, завершить, выполнить задание, мужественный и смелый, так например*). Зачем объяснять вещи, которые и без того понятны: *Он говорил, жестикулируя руками.*

Наличие плеоназмов в тексте принято рассматривать как речевой недостаток, неумение выразить мысль точно и лаконично. Действительно, когда мы говорим *в апреле*, зачем добавлять *месяце*? Когда говорим *1500 рублей*, то нужно ли разяснять *денег* или *денежных средств*?

Однако следует иметь в виду, что иногда автор сознательно использует плеонастические сочетания как стилистический прием. Герой повести А.П.Чехова мальчик Егорушка вспоминает бабушку: «*..До своей смерти она была жива и носила с базара мягкие бублики*». Плеоназм здесь позволяет взглянуть на мир глазами героя, характеризует особенности его детского мышления.

В условиях определенного стиля речи, например, в официальных текстах, плеоназм может приобрести форму устойчивого, фразеологического словосочетания: *целиком и полностью признать право народа на...* Подобные устойчивые обороты речи не противостоят повторам типа *сильно-пресильно, крепко-накрепко*, выполняют ту же экспрессивно-усилительную функцию, хотя и применительно к другому стилю речи. Их употребление не следует относить к числу нарушений стилистической нормы литературной речи.

С таким конструктивным применением плеоназма, конечно, ничего общего не имеет речевая избыточность в предложениях. Пример: *Загрязнение атмосферного воздуха – животрепещущая и актуальная проблема нашего современного века; Эта бригада по своему количественному составу еще малочисленна, но о ней отзываются лестно и хорошо.*

Разновидность речевой избыточности – **тавтология**. Тавтологическими ошибками «пестрят» не только работы учеников и студентов, но и печатные издания.

Речевую избыточность порождает соединение иноязычного слова с русским, дублирующим его значение (*памятные сувениры, необычный феномен, биография жизни, народный фольклор, демобилизовался из армии, своя автобиография*). В таких случаях говорят о **скрытой тавтологии**, т. к. русское слово повторяет значение заимствованного. Например, *сувенир* – французское слово, означающее «подарок на память», «вещь, связанная с воспоминаниями», и к нему еще добавляют *памятный*; *биография* – греческое слово, означающее «жизнеописание», *автобиография* – «жизнеописание какого-нибудь лица, составленное им самим», поэтому уточняющие слова при них неуместны.

Тавтология создает ненужное «топтание на месте» и отрицательно сказывается не только на стиле изложения, но и на содержании речи. Пример: *Истец доказывает свои требования бездоказательными доказательствами*.

Однако тавтологию не всегда следует рассматривать как стилистическую ошибку. Однокоренные слова могут быть единственными носителями соответствующих значений, и тогда близкое соседство их допустимо. (*Закрой плотнее крышку. Расцвели белые цветы. Варить варенье*).

Если родственные слова употребляются как термины, также приходится мириться с неизбежной в таких случаях тавтологией (*академик Академии наук; тренирует заслуженный тренер*). Из других, вначале избыточных, словосочетаний, закрепились в речи: *реальная действительность, экспонаты выставки, букинистическая книга, монументальный памятник*. В них определения перестали быть простым повторением основного признака, заключенного в существительном, и приобрели собственный смысл.

Не только скрытую, но и явную тавтологию порой приходится признать допустимой, потому что в речи могут столкнуться однокоренные слова, которые не имеют синонимов: *словарь иностранных слов, бригадир первой бригады, загадать загадку, постелить постель*.

Нельзя забывать о том, что тавтология может стать стилистическим приемом, усиливающим действенность речи. Экспрессивные тавтологические сочетания закрепились в языке как фразеологизмы (*горе горькое, пропади пропадом, ходить ходуном, есть поедом, сослужить службу, всякая всячина*).

Избежать повторения слов помогают синонимы и введение в текст местоимений. Пример: *Были получены результаты, близкие к резуль-*

*татам, полученным на модели корабля. Полученные результаты показали... Можно исправить так: Были получены результаты, близкие к тем, которые дало испытание модели корабля. Это свидетельствует о том, что...*

#### 4.4. Лексическая неполнота высказывания

Эта ошибка по характеру противоположна многословию. Неполнота высказывания заключается в пропуске необходимого в предложении слова, что ведет к неясности и двусмысленности.

Пример: *Достоинство Куприна в том, что ничего лишнего. У Куприна, может, и нет ничего лишнего, но в этом предложении не хватает (и даже не одного) слова. Или: «... не допускать на страницы печати и телевидения высказывания, способные разжечь межнациональную вражду».* Так получается – «страница телевидения».

Разновидностью неполноты является **двойное использование зависимого элемента** предложения. Пример: *Обязать всех владельцев собак держать на привязи.* Здесь слово *собак* используется автором дважды: и в сочетании *владельцев собак*, и в сочетании *собак держать на привязи*. Однако это делает фразу неясной и даже вызывает неуместный комизм из-за возникновения связи *владельцев держать на привязи*. Зависимое слово не может быть «службой двух господ», поэтому его необходимо «удвоить». Например, *Обязать всех владельцев собак держать их на привязи.*

#### 4.5. Алогизм

В числе логических ошибок, связанных с неправильным словоупотреблением, – **алогизм**, который чрезвычайно затрудняет понимание смысла высказывания, а порой даже делает правильное понимание невозможным. Назовем основные разновидности алогизма.

- Сопоставление несопоставимых понятий. Примеры: *Речь героев Шолохова отличается от всех других героев* (следовало написать: *от речи героев других авторов*); *Надо сравнить показатели пятой таблицы с первой таблицей*. Следовало: *Показатели пятой таблицы надо сравнить с показателями таблицы №1* или: *Надо сравнить показатели пятой и первой таблицы*.

Правка в таких случаях состоит во введении в текст слова, обозначающего сопоставимое понятие: *Поломку в машине можно сравнить с заболеванием человека, а слесаря – с врачом* → *Поломку в машине можно сравнить с заболевшим человеком, а слесаря – с врачом*.

- Различение тождественного. Если в тексте или предложении нужно несколько раз повторить одно и то же понятие, авторы стараются поочередно использовать синонимы, чтобы избежать, повторов, монотонности. Однако часто это приводит к тому, что читатель или слушатель воспринимает как совершенно разные те понятия, которые автор мыслил как тождественные. Пример: *Перед собранием Светлицкого вызвали в штаб. **Офицер** вернулся в разгар ужина.* Получается, что вызвали Светлицкого, а вернулся офицер.

Неоправданное варьирование наименований вызывает особые затруднения и при восприятии научных, технических текстов. Пример: название диссертации по психологии – «*Влияние общения **ребенка** со взрослыми на эффективность обучения **дошкольников***». Употребив два разных термина, автор создал два разных предмета мысли, тогда как в действительности речь идет только о дошкольниках.

В таких случаях нужно либо использовать личные местоимения, либо оставить повторы одного слова во избежание неясности и алогизма.

- Мнимое противопоставление. Пример из радиопередачи. Диктор: *Весна только входит во вкус. Изредка пахнёт с юга талым снегом. Набухают почки багульника. **И всё же** чувствуется, что весна не за горами.* Диктор говорит ...**и всё же**, как если бы части его описания противоречили друг другу, в то время как все признаки указывают на приближение весны. Возникает эффект обманутого ожидания: слушатели ждут сообщения, которое опровергло бы «перспективу наступления весны», но ничего подобного так и не было сказано. Следовательно, там, где в действительности нет противоречия, противопоставления, необходимо использовать такие средства связи, которые отражали отношения следования, вывода, например, ... **так что** весна не за горами.

- Подмена понятия – может быть вызвана неправильным выбором слова. Пример: *Плохо, когда во всех кинотеатрах города демонстрируется одно и то же **название** фильма.* Конечно, демонстрируется фильм, а не его название. Следовало: *Плохо, когда во всех кинотеатрах города демонстрируется один и тот же фильм* или: *Нельзя показывать во всех кинотеатрах города один и тот же фильм.*

Пример: *Радушные хозяева накормили нас разнообразным **подбором** национальных блюд.* Получается, что гостям предложили не национальные блюда, а их «разнообразный подбор».

Подобные ошибки в речи возникают и вследствие недостаточно четкой дифференциации понятия, например: *Приближения дня премьеры коллектив театра ждет с особым волнением* (ждут не приближения премьеры, а самой премьеры).

- Неоправданное расширение или сужение понятия. Его причиной может стать неправильное словоупотребление – смешения родовых и видовых категорий. Пример: *У нас в хозяйстве каждое животное дает по 12 кг молока* – очевидно, что это животное – корова, и не следовало заменять конкретное, видовое понятие слишком широким – родовым. Пример: *В любое время суток медицина должна прийти на помощь ребенку*. Однако в медицинской помощи нуждаются не только дети, поэтому уместнее – *В любое время суток медицина должна прийти на помощь больному*.

- Смещение конкретных и отвлеченных понятий

Примеры: *Вдали – проспект с высотными домами и озеленением* – следовало: *зеленью* или: *деревьями, зелеными насаждениям*;

*Однако сегодня сам процесс кампании влечет кандидатов к партийным крайностям, сжимая содержательную дискуссию до 30-секундных реплик или банальностей* – разделение этих понятий невозможно, т. к. первое конкретное, а второе – отвлеченное. Одно никак не исключает другое.

- Нарочитый алогизм может использоваться в качестве стилистического приема - *зевгм*. Пример: *Шел дождь и три студента, первый – в пальто, второй – в университет, третий – в плохом настроении*. В сочетании со словом *дождь* глагол *идти* приобретает процессуальное значение, со словом *студент* – значение движения и т. д., что делает фразу каламбурным объединением ряда семантически разнородных конструкций.

К числу фигур нарочитого алогизма принадлежит и *оксюморон*, который заключается в алогичном на первый взгляд сочетании прямо противоположных по смыслу слов. Оксюморон используется с целью показать противоположность, сложность ситуации, явлений, объекта. Например: *Наступило вечное мгновение*. (А. Блок); *Нагло скромн* дикий взор! (А. Блок).

#### 4.6. Словари русского языка и речевая культура

Любой языковой словарь – это историческая повесть о жизни людей, их думах, чаяниях, бедах и радостях; каждое слово, помещенное в словаре, связано с жизнью, деятельностью народа – творца языка.

Значение словарей в жизни каждого человека трудно переоценить. Чтение словарей, постоянное обращение к ним повышает культуру речи. Словари обогащают индивидуальный словарный и фразеологический запас, знакомят с нормами русского языка, предостерегают от неправильного употребления слов, их грамматических форм, произноше-

ния. Словари расширяют наше познание языка, углубляют понимание слова, способствуют развитию логического мышления.

Из биографий ученых, общественных деятелей, писателей, поэтов известно, что многие из них высоко ценили энциклопедические и филологические словари, обращались к ним за справками, читали словари как увлекательную литературу.

Н.В. Гоголь писал С.Т. Аксакову, автору книги «Детские годы Багрова-внука»: «Перед вами громада – русский язык. Наслаждение глубокое зовет вас, наслаждение погрузиться во всю неизмеримость его и изловить чудные законы его... Прочтите внимательно... академический словарь». Сам Гоголь часто обращался к словарям, из которых узнавал происхождение слова, его историю, значение, написание.

### Этимологические словари

Богатейший материал для познания, размышления содержат **этимологические словари**. Из них мы узнаем, как образовалось слово, каков его морфемный состав, с какими другими словами русского и иных языков оно связано. А если слово заимствовано, то когда и из какого языка оно пришло к нам.

Крупным по значению и объему научным словарем является «Этимологический словарь русского языка», составленный заслуженным преподавателем 4-й Московской гимназии А.Г. Преображенским (1850-1918). К сожалению, словарь неполный. В нем нет слов на буквы *ф* и *х*, отсутствуют словарные статьи на букву *с* после слова *суля* и первые словарные статьи на букву *т* (начинается со слова *тело*). Возможно, что эти статьи автор не успел написать или они были утеряны после его смерти.

Пример словарной статьи: ГАЗЕТА, газетный, газетчик, разносчик, *продавец газет*. Заимств. из фр. *gazette* [фр. из ит. *gazzetta*]. Вначале (первая газета появилась в Венеции в 1563 г.) слово это означало мелкую монету (вероятно, от *gaza сокровище*), за которую покупалась газета, или точнее – право прочесть ее, ибо газеты были писанные и предлагались для прочтения за известную плату; затем и самую газету. Такое объяснение предложили Menage Ferrari (XVII в.) и Gozzi (XVIII в.). Другие (Шелер) считают *fazzetta* уменьш. от *gazza сорока'*, первые газеты имели эмблемой сороку, как птицу болтливую по преимуществу. Ман придерживается первого объяснения, Диц – второго. Слово *газета* ставит современных исследователей перед дилеммой: или придерживаться точки зрения Мана, или согласиться с Дицем.



Наука не знает границ. Для нее совсем не важно, в какой стране живет ученый и какой он национальности, важны результаты его труда, тот вклад в науку, который он внес. Макс Фасмер, немецкий ученый, всю жизнь посвятил составлению этимологического словаря русского языка. Многое пришлось ему перенести при выполнении поставленной задачи, но упорство и целеустремленность помогли преодолеть все трудности. Не один год М. Фасмер собирал материалы для задуманного словаря, делал многочисленные выписки из всевозможных публикаций, сверял результаты исследований различных ученых, сам проводил сравнения, сопоставления, предлагал свою этимологию отдельных слов.

С каждым годом, с каждым месяцем картотека пополнялась новыми и новыми находками. Наконец в 1938 г. М. Фасмер приступил к написанию словарных статей. Работа кропотливая, сложная, ответственная длилась несколько лет. Уже была готова значительная часть словаря. И вдруг... В январе 1944 г., когда еще шла вторая мировая война и снаряды рвались уже на территории Германии, во время одной из бомбежек погибли все рукописи ученого и его библиотека.

Казалось бы, все кончено. Но упорство и труд совершают чудеса. М. Фасмер не опустил руки. В голодные послевоенные годы он по крупицам восстанавливает потерянное. Публикация словаря на немецком языке началась в 1950 г., а закончилась в 1958 г. выходом в свет третьего тома. Это крупнейший из законченных современных этимологических словарей. На русский язык словарь М. Фасмера перевел русский языковед, известный своими фундаментальными работами, многочисленными статьями по этимологии, О.Н. Трубачев. Он подошел к переводу творчески. Во многих статьях дал свои дополнения, уточнения. Важно еще то, что словарь расширен, в него введены новые словарные статьи. Всего в «Этимологическом словаре русского языка» М. Фасмера содержится более 18 тысяч словарных статей. Вот какое богатство собрал один человек!

Самый распространенный современный этимологический словарь – это «Краткий этимологический словарь русского языка» Н.М. Шанского, В.В. Иванова, Т.В. Шанской, изданный в 1961 г. и переизданный в 1975 г. (3-е издание). Словарь адресован в основном учителям-словесникам. В нем объясняется происхождение свыше 6 тысяч наиболее употребительных слов (в первом издании было 5 тысяч). Это первый научно-популярный этимологический справочник в русской лексикографии. Примеры словарных статей:

**Диван** (предмет мебели). Займет, из франц. яз. в XIX в. Франц. *divan* – «диван, софа» имеет своим первоисточником иран. *div-an* – «возвышенный пол, покрытый ковром».

**Кикимора** (нечистая сила). Собств. русск. Происхождение не выяснено. Возможно, по своему образованию является сложным. Первая часть неясного происхождения, может быть, связана с диал. *ки-кать* – «кричать, издавать звук *ки-ки*» (звукоподражательное); вторая же – общеслав. (ср. ст.-ел. *мора* – «ведьма», сербохорв. *мора* – «домовой», чешек, *mords* – «угрюмый», польск. *тога* – «кошмар», русск. диал. *мора* – «мрак, потемки», *мара* – «род домового»), имеющая соответствия в герм. яз. Этимологические словари – настоящая сокровищница истории языка, культуры, самого народа.

Большой интерес для тех, кто заботится о культуре речи, стремится расширить свой словарный запас, представляют **толковые словари**. Их основное назначение – объяснить слово, определить все его значения. Наиболее полный – «Словарь современного русского литературного языка». Он состоит из 17 томов. Первый том вышел в 1950 г., а семнадцатый – в 1965 г. Этот словарь – самое представительное лексикографическое издание. Он содержит около 120 тысяч слов; охватывает лексическое богатство русского литературного языка с грамматической его характеристикой от Пушкина до середины XX в.

Этот словарь – толково-исторический и нормативный. Значения, оттенки значений и особенности употребления слов богато иллюстрируются в словаре цитатами из художественной, научной и общественно-политической литературы XIX–XX вв. В справочном отделе словарной статьи на основании русских лексикографических трудов и других источников приводятся сведения по истории языка, словообразованию, правописанию, ударению слов и т. п.; в отдельных статьях даются справки об этимологическом составе слов, о заимствовании данного слова из другого языка.

На базе «Словаря современного русского литературного языка» был составлен «Словарь русского языка» в четырех томах, четвертое издание которого вышло в 1999 г. Словарь содержит более 90 тысяч слов современного русского литературного языка. При слове дается толкование его значений, приводятся основные грамматические формы, слово снабжено нормативным ударением, стилистическими пометами. Словарные статьи иллюстрированы. При словах иноязычного происхождения приводится этимологическая справка. В этом издании нашли отражение изменения в лексике за прошедшие 20 лет после выхода в свет первого издания.

Наиболее известен и более доступен «Словарь русского языка», составленный С.И. Ожеговым. Его 22-е издание было опубликовано в 1990г.

После кончины С.И. Ожегова (1964 г.) Н.Ю. Шведова продолжила работу над словарем, став его редактором. Постепенно количество слов увеличилось с 57 до 70 тысяч, расширилось описание многозначных слов, обогащалась иллюстративная часть. В соответствии с изменениями некоторых акцентологических, грамматических норм были внесены исправления. В результате в 1993 г. вышел новый «Толковый словарь русского языка» И.С. Ожегова и Н.Ю. Шведовой; его второе издание, исправленное и дополненное, датируется 1994 г.

В последние десятилетия значительно изменилось отношение ко многому тому, что культивировалось, пропагандировалось, составляло основу советского государства, советского строя, советского общества. Эти изменения отражены в словаре русского языка и в отношении к словам языка. В 1998 г. вышел «Толковый словарь языка Совдепии» В.М. Мокиенко, Т.Г. Никитиной. В предисловии авторы пишут, что «Толковый словарь языка Совдепии» должен «всесторонне представить советскую эпоху в лексическом отображении» и «раскрыть особенности «двойной жизни» советизмов при Советах, показать их постсоветскую судьбу».

Рекламно, остроумно написан последний абзац предисловия: «Авторы надеются, что путешествие по Совдепии с предлагаемым “путеводителем” ни для кого не будет утомительным или удручающим. Задача словаря – дать читателю возможность на какое-то время снова почувствовать себя “колесиком и винтиком одного-единого великого социал-демократического механизма”, а затем с позиций современности во всех деталях объективно оценить идеологизированную социалистическую картину мира и еще раз сделать “соответствующие выводы”. Ведь, говоря словами известного поэта, если словарь составляется, “значит, это кому-то нужно”».

Если вы интересуетесь историей нашей страны в XX в. или изучаете ее, если вы хотите выступить в своем университете на конференции с докладом о словах, возникших в советское время, или об их дальнейшей судьбе – этот словарь даст вам богатейший материал. Он расширит ваш кругозор, обогатит ваш словарный запас.

Не менее интересен «Толковый словарь русского языка конца XX в.» (СПб., 1998). Словарь отражает те изменения, которые произошли в русском языке за последние 12 лет (1985-1997). «Словарь, – как пишет его редактор, – включает разные группы слов: слова абсолютной новизны, не зафиксированные к настоящему моменту ни в одном словаре русского языка (*контактер, посткоммунистический*); слова относительной новизны, отличающиеся повышенной частотностью (*бартер, ваучер, бомж, имидж, инвалюта, приватизация*), наименования «вер-

нувшихся в жизнь нашего общества реалий (*губернатор, гимназия, гувернер*); слова высокой активности (*аренда, рынок, демократия, банк*); слова, которые в советский период стойко ассоциировались с жизнью капиталистических стран и имели соответствующие словарные характеристики, а теперь приложимы к реалиям нашей действительности (*инфляция, коррупция, многопартийность, забастовка, безработица, бизнес, банкир*); обозначения возрожденных понятий духовной жизни и нравственности (*благотворительность, милостыня, призрение, святой, праведник*)».

За всю историю существования русского языка в него вошло немало иноязычных слов, но особенно интенсивно этот процесс происходит в конце XX в. Читая газеты, журналы, книги, слушая передачи по радио и телевидению, мы нередко встречаем иностранные слова, значение которых не знаем. В таких случаях приходится обращаться к **толковым словарям заимствованных слов**. Таких словарей существует несколько. Наиболее интересны самые новые по времени издания. К ним относится «Современный словарь иностранных слов» (М., 1999). Словарь содержит около 20 тысяч слов, в разное время заимствованных русским языком из других языков, а также слов, образованных из элементов древнегреческого и латинского языков. Словарь включает общеупотребительную лексику, общераспространенные термины и терминологические сочетания по различным областям знаний. При каждом слове дается толкование и справка о его происхождении (этимология). В словаре учтены изменения, которые произошли в языке в последнее время; в него включены новые слова и значения, пересмотрены существующие толкования многих слов.

Среди разнообразных словарей русского языка особую группу составляют **семонимические словари**. Семонимическими (греч. *sema* – знак, *опута* – имя) называются такие словари, где собраны и толкуются не отдельные слова, а два и более, при объединении которых учитываются отношения между их звучанием и (или) значением. Эти объединения могут состоять из слов, сходных или близких по значению, но разных по звучанию (синонимы); имеющих противоположные значения (антонимы); сходных по звучанию, но разных по значению (омонимы) или не полностью сходных в звучании, имеющих разные значения и ошибочно употребляющихся одно вместо другого (паронимы).

Несомненный интерес представляет «Словарь синонимов русского языка» З.Е. Александровой под ред. Л.А. Чешко (М., 1968), в котором фиксируется около 9000 синонимических рядов.

Словарная статья словаря состоит из доминанты и синонимичных ей слов:

**ИНОСТРАНЕЦ**; иноземец, чужестранец, чужеземец, иноплеменник, немец (уст.); **ПОДГИБАТЬ**, подвертывать, подворачивать.

Значения синонимов в словаре не объясняются. Если многозначное слово образует несколько рядов синонимов или входит в разные ряды, то это показано цифрами и ссылками на доминанту:

**ВЫДЕРЖАТЬ** 1. выстоять, устоять; выдюжить, сдюжить (*прост.*)

2. об экзамене: сдать

3. см. вытерпеть 4. см. соблюсти.

Словарь указывает на стилистическую окраску синонимов, степень их распространенности:

Этот словарь неоднократно переиздавался. В 10-м издании (1999) в нем насчитывается около 11 тысяч синонимических рядов.

Самое полное описание синонимов находим в двухтомном «Словаре синонимов русского языка» под ред. А.П. Евгеньевой (Л., 1970-1971), содержащем около 4000 словарных статей.

Словарь раскрывает значение каждого синонима, указывает его стилистическую окраску, сферу употребления. Словарные статьи содержат богатый иллюстративный материал. Впервые в истории русской лексикографии этот словарь приводит антонимы. Во 2-м томе словаря имеется словоуказатель.

Другая группа слов – антонимы – частично представлена в толковых словарях. Они используются наряду с синонимами для разъяснения значения стержневого слова (антонимический способ толкования значений). Так, в «Толковом словаре русского языка» под ред. Д.Н. Ушакова (М., 1935–1940) в некоторых словарных статьях указываются слова с противоположным значением. Например: ВЕРХ 1. Верхняя оконечность, самая высокая часть чего-н.; *противоп.* низ.

Антонимы представлены и в двухтомном «Словаре синонимов русского языка» под ред. А.П. Евгеньевой. В первом томе этого словаря около двухсот словарных статей содержат антонимы. Например, к синонимам: *великан, исполин, гигант, богатырь, колосс, титан* в конце словарной статьи дается другой ряд синонимов, имеющих противоположное значение: *карлик, лилипут, пигмей*.

Конечно, словари, в которых антонимы используются только как дополнительное средство раскрытия смысла слов, не могут дать полного представления об антонимах. Выполнить эту задачу может только **специальный словарь антонимов русского языка**,

В 1971 г. почти одновременно вышли «Словарь антонимов русского языка», составленный Л.А. Введенской (Ростов н/Д), и «Словарь антонимов русского языка» Н.П. Колесникова (Тбилиси).

Имеется еще «Словарь антонимов русского языка» М.Р. Львова (М., 1978). В нем представлено 710 словарных статей. Каждая словарная статья может состоять из одной пары антонимов (*общий – частный, яд – противоядие*) и группы антонимов (*веселый – грустный, веселый – печальный, веселый – невеселый, веселый – тоскливый, веселый – угрюмый, веселый – хмурый, веселый – пасмурный*).

К каждой паре приводятся словосочетания, а затем иллюстрации, взятые из произведений художественной, публицистической, научной литературы, из периодики. После иллюстраций даются однокоренные антонимические пары.

В «Словаре омонимов русского языка», составленном О.С. Ахмановой (М., 1974), представлено свыше 2000 словарных статей, содержащих пары или группы омонимов. Каждый омоним переводится на английский, французский, немецкий языки. Если слово иностранное, то указывается первоисточник.

Наиболее полным словарем омонимов является «Словарь омонимов» Н.П. Колесникова, изданный в 1995 г. Это оригинальный лексикографический труд, в котором собраны и систематизированы слова-омонимы и омографы русского языка. Эти лексические единицы составили 3500 словарных гнезд. Все слова, входящие в словарную статью (гнездо омонимов), имеют объяснение их значения.

Из **фразеологических словарей** первый по времени выхода – «Фразеологический словарь русского языка» под ред. А.И. Молоткова (М., 1967). В нем описано свыше 4 тысяч фразеологизмов. Все они объясняются, приводятся их возможные варианты, употребление в речи фразеологизмов иллюстрируется примерами из художественной, публицистической литературы. Если фразеологизм имеет синонимы, антонимы, то они приводятся. В отдельных случаях сообщаются сведения о происхождении фразеологической единицы.

Из словарей, изданных в последнее десятилетие, назовем «Фразеологизмы в русской речи» (М., 1997). Его авторы – А.М. Мелерович, В.М. Мокиенко. Это первый в мировой лексикографической практике опыт описания идиом и пословиц в их вариантной многообразии. В конце словарной статьи имеется историко-этимологический комментарий. В словаре – 500 наиболее частотных фразеологизмов. Большая часть иллюстраций взята из текстов последних десятилетий, не отображенных другими русскими словарями.

Много познавательного содержат словари: «Энциклопедия мысли: Сборник афоризмов и изречений от древности до наших дней». (СПб, 1997); «Энциклопедия афоризмов (Мысль в слове)», составитель – Э. Ворохов (М., 1998). В книгах представлены афоризмы, изречения,

высказывания отечественных и зарубежных авторов, пословицы, отрывки из народного эпоса, литературных прозаических и поэтических произведений от античности до наших дней. Всего более 1600 словарных статей.

В отечественной лексикографии имеется несколько словарей, которые называются **словарями трудностей**. Знакомство с ними позволяет не только уяснить, в чем сложность русского языка, что вызывает затруднение при словесном оформлении мысли, но и понять, как не допустить ошибку, не нарушить ту или иную норму литературного языка. Такие словари должны быть настольными книгами для каждого, кто ответственно относится к своей речи.

Один из них – Словарь-справочник **«Трудности русского языка»**. Составители: В.Н. Вакуров, Л.И. Рахманова, Н.В. Толстой, Н.И. Формановская (М., 1993–1994). Статьи словаря объясняют трудные случаи различения слов с близкими значениями; новым словоупотреблением, часто встречающимся в газете, а также трудности, обусловленные наличием вариантных грамматических форм и синтаксической сочетаемостью. Иллюстративный материал взят из газет, общественно-политических и научно-популярных журналов, радио- и телепередач в основном за период с 1963 по 1992 г., а также текстов художественной литературы. В словаре содержится 858 словарных единиц.

Самый важный и необходимый словарь для каждого обучающегося – это **орфографический словарь**. Новый академический «Русский орфографический словарь» (М., 1999) содержит около 160 000 слов и словосочетаний. Это наиболее полный словарь. Каждое слово имеет ударение и необходимую информацию о грамматических особенностях. Новшеством, отличающим данный словарь от предыдущего, который издавался с 1950 по 1998 г., является включение слов, пишущихся с прописной буквы, и сочетаний с такими словами, в том числе слов, пишущихся в разных своих значениях и употреблениях как с прописной, так и со строчной буквы. Это нормативное общеобязательное справочное пособие.

Особый интерес представляют собой **словари-«библиотеки»**. В последние годы стали издавать такие словари, каждый из которых включает в себя несколько словарей. К такому типу словарей относится «Малый словарь русского языка» (М., 1999). В него вошли «Орфографический словарь», «Этимологический словарь» и «Словарь иностранных слов». Кроме того, «Орфографический словарь» дополнен небольшими словарями-справочниками о слитном или раздельном написании слов, о написании прописной или строчной буквы, **-н** или **-ни**, слов с

непроверяемыми или трудно проверяемыми гласными и согласными буквами и др.

Комплексный подход позволил поместить в словари материалы, взаимодополняющие друг друга. В результате читатель может получить о слове исчерпывающую информацию.

Комплексные словари сейчас стали доступными в сети Интернет. Особенно много их на лучшем в России образовательном портале «Грамота». Такими словарями очень удобно пользоваться: введение в окно справки интересующего вас слова дает возможность получить самые разнообразные сведения о слове: значение, стилистические и грамматические характеристики, происхождение, произнесение, наличие синонимов, антонимов и омонимов.



## Лекция 5

### КУЛЬТУРА РЕЧЕВОГО ОБЩЕНИЯ

#### 5.1. Речевой этикет. Назначение речевого этикета

*Этикет* по происхождению французское слово (*etiquette*). Первоначально оно обозначало товарную бирку, ярлык (ср. *этикетка*), а затем так стали называть придворный церемониал. Именно в этом значении, особенно после принятия французского церемониала при венском дворе, слово *этикет* получило распространение в немецком, польском, русском и других языках. Наряду с этим словом для обозначения совокупности принятых правил, определяющих порядок какой-либо деятельности, используется слово *регламентация* и словосочетание *дипломатический протокол*. Многие тонкости общения, представленные протоколом, учитываются и в других сферах деловых отношений. Все большее распространение в деловых кругах, особенно в последнее время, получает деловой этикет, отражающий опыт, нравственные представления и вкусы определенных социальных групп. Деловой этикет предусматривает соблюдение норм поведения и общения. Поскольку общение есть деятельность человека, процесс, в котором он участвует, то при общении в первую очередь учитываются особенности речевого этикета. Под речевым этикетом понимаются разработанные правила речевого поведения, система речевых формул общения. По тому, как человек знает этикет, соблюдает его, судят о нем самом, его воспитании, общей культуре, деловых качествах.

Владение речевым этикетом способствует приобретению авторитета, порождает доверие и уважение. Знание правил речевого этикета, их соблюдение позволяет человеку чувствовать себя уверенно и непринужденно, не испытывать неловкости из-за промашек и неправильных действий, избежать насмешек со стороны окружающих.

Соблюдение речевого этикета людьми так называемых лингвоинтенсивных профессий – чиновниками всех рангов, врачами, юристами, продавцами, работниками связи, транспорта, стражами порядка – имеет, кроме того, **воспитательное значение**, невольно способствует повышению как речевой, так и общей культуры общества.

Но наиболее важно то, что неукоснительное следование правилам речевого этикета членами коллектива того или иного учебного заведения, предприятия, производства, офиса оставляет у клиентов,

соучредителей, партнеров благоприятное впечатление, поддерживает *положительную репутацию* всей организации.

**Какие же факторы определяют формирование речевого этикета и его использование?**

Речевой этикет строится с учетом особенностей партнеров, вступающих в деловые отношения, ведущих деловой разговор: социального статуса субъекта и адресата общения, их места в служебной иерархии, их профессии, национальности, вероисповедания, возраста, пола, характера.

Речевой этикет определяется ситуацией, в которой происходит общение. Это может быть юбилей, выпускной вечер, посвящение в профессию, презентация, научная конференция, совещание, прием на работу и увольнение, деловые переговоры и др.

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

Например, В. Овчинников в книге «Ветка сакуры» так описывает *своеобразие японского этикета*:

В разговорах люди всячески избегают слов «нет», «не могу», «не знаю»: это как будто какие-то ругательства, нечто такое, что никак нельзя высказать прямо, а только иносказательно, обиняками.

Даже отказываясь от второй чашки чая, гость вместо «нет, спасибо» употребляет выражение, дословно обозначающее «мне уже и так прекрасно»...

Если токийский знакомый говорит: «*Прежде чем ответить на ваше предложение, я должен посоветоваться с женой*», то не нужно думать, что перед вами поборник женского равноправия. Это лишь один из способов не произнести слова «нет».

К примеру, вы звоните японцу и говорите, что хотели бы встретиться с ним в шесть вечера в пресс-клубе. Если он в ответ начинает переспрашивать: «*Ах, в шесть? Ах, в пресс-клубе?*» и произносить какие-то ничего не значащие звуки, вы должны тут же сказать; «*Впрочем, если вам это неудобно, можно побеседовать в другое время и в другом месте*».

И вот тут собеседник вместо «нет» с превеликой радостью скажет «да» и ухватится за первое же предложение, которое ему подходит.

О некоторых *особенностях речи французов* и французского языка свидетельствует И. Эренбург: в речах ораторы любят щеголять оборотами, взятыми у авторов XVIII века, а письмо, касающееся очередной биржевой сделки, маклер кончает, как его дедушка, обязательной формулой: «Благоволите, милостивый государь, принять уверения в моем глубоком к вам почтении». Французы любят конкретность, точность, ясность. Всего лучше об этом свидетельствует язык. По-французски не

скажешь «она в ответ усмехнулась» или «он тогда махнул рукой»: нужно объяснить, как она усмехнулась – злобно, печально, насмешливо или, может быть, добродушно; почему он махнул рукой – от досады, от огорчения, от безразличия? Французский язык долго именовали дипломатическим, а его употребление, наверно, затрудняло работу дипломатов: по-французски трудно замаскировать мысль, трудно говорить не договаривая.

Особенно детально рассматривается различие между речевыми этикетными различными народами в справочниках под общим названием «Речевой этикет». В них приводятся русско-английские, русско-французские, русско-немецкие соответствия устойчивых выражений этикета. Например, в справочнике «Русско-английские соответствия», составленном Н.И. Формановской и С.В. Шведовой (М., 1990), не только даются примеры приветствия, прощания, выражения благодарности, извинения, поздравления, обращения к знакомым и незнакомым людям на русском и английском языках, но и указываются особенности употребления тех или иных выражений в английском языке. Вот как объясняется своеобразие английского языка в использовании форм обращения – **ты и вы**:

В английском языке, в отличие от русского, нет формального разграничения между формами *ты* и *вы*. Весь спектр значений этих форм заключен в местоимении *you*. Местоимение *thou*, которое по идее соответствовало бы русскому *ты*, вышло из употребления в XVII веке, сохранившись лишь в поэзии и Библии. Все регистры контактов, от подчеркнуто официальных до грубо-фамильярных, передаются другими средствами языка – интонацией, выбором соответствующих слов и конструкций.

**Особенностью русского языка** является именно наличие в нем двух местоимений – *ты* и *вы*, которые могут восприниматься как формы второго лица единственного числа. Выбор той или иной формы зависит от социального положения собеседников, характера их отношений, от официальной / неофициальной обстановки.

Некоторые лица, особенно занимающие более высокое положение, чем их собеседник, используют при обращении форму *ты*, нарочито подчеркивая, демонстрируя свое «демократическое», «дружеское», покровительственное отношение. Чаще всего это ставит в неловкое положение адресата, воспринимается как знак пренебрежительного отношения, посягательство на человеческое достоинство, как оскорбление личности.

В официальной обстановке, когда в разговоре принимает участие несколько лиц, русский речевой этикет рекомендует даже с хорошо зна-

комым, с которым установлены дружеские отношения и обиходно-бытовое обращение на *ты*, перейти на *вы*.

Однако для всех ли ситуаций это обязательно? Иногда в передачах по телевидению, когда между известным телеведущим и не менее известным политиком, ученым, государственным деятелем ведется разговор на общественно значимую тему и ведущий, начиная его, как бы советуется с аудиторией, может ли он обращаться к собеседнику на *ты*, поскольку они связаны давней дружбой и для них такое обращение привычнее, после чего собеседники переходят на *ты*. Нарушается ли в данном случае речевой этикет? Допустимо ли это?

Считается, что нет правил без исключений. Да, такая передача предусматривает официальность отношений между ее участниками. Но телезрители воспринимают ее как нечто зрелищное. Переход на *ты* снижает официальность, разговор приобретает непринужденный характер, что облегчает восприятие, делает передачу более привлекательной.

Знание особенностей национального этикета, его речевых формул, понимание специфики делового общения той или иной страны, народа помогают при ведении переговоров, установлении контактов с зарубежными коллегами, партнерами.

## 5.2. Формулы речевого этикета

Любой акт общения имеет начало, основную часть и заключительную. Если адресат незнаком субъекту речи, то общение начинается со *знакомства*. При этом оно может происходить непосредственно и опосредованно. К сожалению, далеко не каждый человек в нашем обществе умеет знакомиться и знакомить, это ведет к неловкости и двусмысленности в дальнейшем, может вызывать трудности в общении. По правилам хорошего тона не принято вступать в разговор с незнакомым человеком и самому представляться. Однако бывают случаи, когда это необходимо сделать. Этикет предписывает следующие формулы:

- Разрешите(те) с вами (с тобой) познакомиться.
- Я хотел бы с вами (с тобой) познакомиться.
- Позвольте(те) с вами (с тобой) познакомиться.
- Позвольте(те) познакомиться.
- Давай(те) познакомимся.
- Будем знакомы.
- Хорошо бы познакомиться.

При посещении паспортного стола, общежития, приемной комиссии учебного заведения, какого-либо учреждения, конторы, когда предстоит разговор с официальным лицом, необходимо ему представиться, используя одну из формул:

– *Позвольте (разрешите) представиться.*

– *Моя фамилия Колесников.*

– *Я Павлов.*

– *Мое имя Юрий Владимирович.*

– *Николай Колесников.*

– *Анастасия Игоревна.*

Если же посетитель не называет себя, тогда тот, к кому пришли, сам спрашивает:

– *Как ваша (твоя) фамилия?*

– *Как ваше (твое) имя, отчество?*

– *Как ваше (твое) имя?*

– *Как вас (тебя) зовут?*

Официальные и неофициальные встречи знакомых, а иногда и незнакомых людей начинаются **приветствия**.

В русском языке основное приветствие – *здравствуйте*. Оно восходит к старославянскому глаголу *здравствовать*, что означает «быть здоровым», т. е. здоровым. Глагол *здравствовать* в давние времена имел и значение «приветствовать» (ср.: здороваться), о чем свидетельствует текст «Онежской былины»: «Как приходит Илья тут Муромец, а *здравствует* он князя с княгинею». Следовательно, в основе этого приветствия содержится пожелание здоровья.

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

– *Доброе утро!*

– *Добрый день!*

– *Добрый вечер!*

Помимо общеупотребительных приветствий существуют приветствия, которые подчеркивают радость от встречи, уважительное отношение, желание общения:

– *(Очень) рад вас видеть (приветствовать)!*

– *Разрешите (позвольте) вас приветствовать.*

– *Добро пожаловать!*

– *Мое почтение.*

Среди военнослужащих принято приветствовать словами:

– *Здравия желаю!*

По этому приветствию узнают военных в отставке.

Словесное приветствие часто сопровождается **рукопожатием**, которое может даже заменять вербально выраженное приветствие.

Однако следует знать: если встречаются мужчина и женщина, то мужчина должен выждать, когда женщина протянет руку для пожатия, иначе он только делает легкий поклон.

Невербальным эквивалентом приветствия, когда встретившиеся отдалены друг от друга, служит поклон головой; покачивание сжатыми в ладонях руками, слегка приподнятыми и вытянутыми перед грудью вперед; для мужчин – чуть-чуть приподнятая над головой шляпа.

Речевой этикет приветствий предусматривает и характер поведения, т. е, очередность приветствия. Первыми приветствуют:

- мужчина – женщину;
- младший (младшая) по возрасту – старшего (старшую);
- младшая по возрасту женщина – мужчину, который значительно старше ее;
- младший по должности – старшего;
- член делегации – ее руководителя (независимо от того, делегация своя или зарубежная).

Начальным формулам общения противостоят формулы, используемые в конце общения. Это **формулы расставания, прекращения общения**. Они выражают:

- пожелание: *Всего вам доброго (хорошего)! До свидания;*
- надежду на новую встречу: *До вечера (завтра, субботы). Надеюсь, мы расстаемся ненадолго. Надеюсь на скорую встречу;*
- сомнение в возможности еще раз встретиться; понимание, что расставание будет надолго: *Прощайте! Вряд ли удастся еще раз встретиться. Не поминайте лихом.*

После приветствия обычно завязывается деловой разговор. Речевой этикет предусматривает несколько зачинов, которые обусловлены ситуацией.

Наиболее типичны три ситуации: 1) торжественная; 2) скорбная; 3) рабочая, деловая. К первой относятся государственные праздники, юбилеи предприятия и сотрудников; получение наград; открытие спортивного зала; презентация и т. д.

По любому торжественному поводу, знаменательному событию следуют **приглашения и поздравления**. В зависимости от обстановки (официальной, полуофициальной, неофициальной) пригласительные и поздравительные клише меняются. **Приглашение:**

- *Позвольте (разрешите) пригласить вас...*
- *Приходите на праздник (юбилей, встречу...), будем рады (встретить вас)...*
- *Приглашаю вас (тебя)...*

Если необходимо выразить неуверенность в уместности приглашения или неуверенность в принятии адресатом приглашения, тогда оно выражается вопросительным предложением:

– Я могу (могу ли, не могу ли, можно ли, нельзя ли) пригласить вас... **Поздравление:**

– Разрешите (позвольте) поздравить вас с...

– Примите мои (самые) сердечные (теплые, горячие, искренние) поздравления...

– От имени (по поручению)... поздравляем...

– От (всей) души (всего сердца) поздравляю...

– Сердечно (горячо) поздравляю...

**Скорбная ситуация** связана со смертью, гибелью, убийством, стихийным бедствием, терактами, разорением, ограблением и другими событиями, приносящими несчастье, горе. В таком случае выражается **соболезнование**. Оно не должно быть сухим, казенным. Формулы соболезнования, как правило, стилистически приподняты, эмоционально окрашены:

– Разрешите (позвольте) выразить (вам) мои глубокие (искренние) соболезнования.

– Приношу (вам) мои (примите мои, прошу принять мои) глубокие (искренние) соболезнования.

– Я вам искренне (глубоко, сердечно, от всей души) соболезную.

– Скорблю вместе с вами.

– Разделяю (понимаю) вашу печаль (ваше горе, несчастье).

Наиболее эмоционально-экспрессивны выражения:

– Какое (большое, непоправимое, ужасное) горе (несчастье) обрушилось на вас!

– Какая большая (невосполнимая, ужасная) утрата постигла вас!

– Какое горе (несчастье) обрушилось на вас!

В трагической, скорбной или неприятной ситуации люди нуждаются в сочувствии, утешении. Не нужно думать, что ваше участие не поможет, что человеку в таком горе не до вас. Уместные, от души сказанные слова поддерживают человека, и он навсегда остается благодарен тому, кто разделил с ним тяжкие переживания.

Этикетные формулы **сочувствия, утешения** рассчитаны на разные случаи и имеют различное назначение. Утешение выражает сопереживание:

– (Как) я вам сочувствую!

– (Как) я вас понимаю!

Утешение сопровождается уверением в благополучном исходе:

– Я вам (так) сочувствую, но, поверьте мне (но я так уверен), что все кончится хорошо!

– Не впадайте в отчаяние (не падайте духом). Все (еще) изменится (к лучшему).

– *Все будет в порядке!*

– *Все это изменится (обойдется, пройдет)! Утешение сопровождается советом:*

– *Не нужно (надо) (так) волноваться (беспокоиться, расстраиваться, огорчаться, переживать, страдать).*

– *Вы не должны терять самообладание (голову, выдержку).*

– *Нужно (надо) успокоиться (держаться в руках, взять себя в руки).*

– *Вы должны надеяться на лучшее (выбросить это из головы).*

Перечисленные зачины (приглашение, поздравление, соболезнование, утешение, выражение сочувствия) не всегда переходят в деловое общение, иногда ими разговор и заканчивается.

В повседневной деловой обстановке (**деловая, рабочая ситуация**) также используются формулы речевого этикета. Например, при подведении итогов учебного года, при определении результатов участия в выставках, при организации различных мероприятий, встреч возникает необходимость кого-то поблагодарить или, наоборот, вынести порицание, сделать замечание. На любой работе, в любой организации у кого-то может появиться необходимость дать совет, высказать предложение, обратиться с просьбой, выразить согласие, разрешить, запретить, отказать кому-то.

Приведем речевые клише, которые используются в данных ситуациях.

**Выражение благодарности:**

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

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

– *Должен выразить студентам группы 930 (свою) благодарность за...*

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

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

– *Я благодарен вам за то, что...*

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

– *(Я) очень (так) благодарен вам!* Эмоциональность, экспрессивность выражения благодарности усиливается, если сказать:

– *Нет слов, чтобы выразить вам (мою) благодарность!*

– *Я до такой степени благодарен вам, что мне трудно найти слова!*

– *Вы не можете себе представить, как я благодарен вам!*

– *Моя благодарность не имеет (не знает) границ!*



### **Совет, предложение:**

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

- *Все (вы) обязаны (должны)...*
- *Вам непременно следует поступить так...*
- *Категорически (настойчиво) советую (предлагаю) сделать...*

Советы, предложения, высказанные в такой форме, похожи на приказание или распоряжение и не всегда рождают желание следовать им, особенно если разговор происходит между коллегами одного ранга. Побуждение к действию советом, предложением может быть выражено в деликатной, вежливой или нейтральной форме:

- *Разрешите (позвольте) дать вам совет (посоветовать вам)...*
- *Разрешите предложить вам...*
- *(Я) хочу (мне хотелось бы, мне хочется) посоветовать (предложить) вам...*
- *Я посоветовал бы (предложил бы) вам...*
- *Я советую (предлагаю) вам...*

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

- *Сделайте одолжение, выполните (мою) просьбу...*
- *Если вам не трудно (вас это не затруднит)...*
- *Не сочтите за труд, пожалуйста, отнесите...*
- *(Не) могу ли я попросить вас...*
- *(Пожалуйста), (очень вас прошу) разрешите мне....* Просьба может быть выражена с некоторой категоричностью:

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

**Согласие, разрешение** формулируется следующим образом:

- *(Сейчас, незамедлительно) будет сделано (выполнено).*
- *Пожалуйста (разрешаю, не возражаю).*
- *Согласен отпустить вас.*
- *Согласен, поступайте (делайте) так, как вы считаете нужным.*

При **отказе** используются выражения:

- *(Я) не могу (не в силах, не в состоянии) помочь (разрешить, оказать содействие)...*
- *(Я) не могу (не в силах, не в состоянии) выполнить вашу просьбу.*
- *В настоящее время это (сделать) невозможно.*
- *Поймите, сейчас не время просить (обращаться с такой просьбой).*
- *Простите, ко мы (я) не можем (могу) выполнить вашу просьбу.*
- *Я вынужден запретить (отказать, не разрешить).*

**Немаловажным компонентом речевого этикета является комплимент.** Тактично и вовремя сказанный, он поднимает настроение у

адресата, настраивает его на положительное отношение к оппоненту. Комплимент говорится в начале разговора, при встрече, знакомстве или во время беседы, при расставании. Комплимент приятен, когда содержит лишь легкое преувеличение, акцентирует внимание на каком-либо реальном достоинстве собеседника. Опасен только неискренний комплимент, комплимент ради комплимента, чрезмерно восторженный комплимент.

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

– *Вы хорошо (отлично, прекрасно, превосходно, великолепно, молодого) выглядите.*

– *Вы (так, очень) обаятельны (умны, сообразительны, находчивы, рассудительны, практичны).*

– *Вы хороший (отличный, прекрасный, превосходный) партнер (компаньон).*

– *Вы умеете хорошо (прекрасно) руководить (управлять) людьми, организовывать их.*

**Эвфемизмы** являются в речи культурных партнеров одним из средств реализации ситуативной уместности речи.

**Эвфемизмы** – слова и выражения, смягчающие грубый смысл речи, удерживающие речь в рамках регламентирования, этикета. Эвфемичность речи нередко объясняется стремлением автора притупить критическую остроту высказывания при описании негативных явлений нашей жизни. Например, в местной газете корреспондент сообщал: *Администрация уделяла мало внимания охране труда сотрудников предприятия* – в то время как следовало бы признать, что *администрация безответственно отнеслась к охране труда сотрудников (или закрывала глаза на нарушения правил техники безопасности)*. Неточность речи в подобных случаях уводит читателя от истины, искажает смысл.

### **5.3. Обращение в русском речевом этикете**

Обращение предполагает наличие еще одного слагаемого, еще одного компонента, который проявляет себя на всем протяжении общения, является его неотъемлемой частью, служит перекидным мостиком от одной реплики к другой. И в то же время норма употребления и сама форма обращения окончательно не установлены, вызывают разногласия, являются больным местом русского речевого этикета. Обращение испокон веков выполняло несколько функций. Главная из них – привлечь внимание собеседника. Это – **вокативная** функция.

Поскольку в качестве обращений используются как собственные имена (*Анна Сергеевна, Игорь, Саша*), так и названия людей по степени родства (*отец, дядя, дедушка*), по положению в обществе, по профессии, должности (*президент, генерал, министр, директор, бухгалтер*); по возрасту и полу (*старик, мальчик, девочка*), то обращение помимо вокативной функции **указывает на соответствующий признак**.

Наконец, обращения могут быть **экспрессивно и эмоционально окрашенными, содержать оценку, отношение говорящего к партнеру**: *Любочка, Маринуся, Петька, болван, остолоп, недотепа, шалопай, умница, красавица*. Особенность таких обращений заключается в том, что они характеризуют как адресата, так и самого адресанта, степень его воспитанности, отношение к собеседнику, эмоциональное состояние, культурноречевой уровень.

Приведенные слова-обращения используются в неофициальной ситуации; только некоторые из них, например собственные имена (в их основной форме), названия профессий, должностей, служат обращениями и в официальной речи.

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

Поэтому в русском языке корень *чин* оказался плодовитым, дав жизнь словам, устойчивым словосочетаниям и пословицам: *чиновник, чиновничество, чинопочитание, бесчинствовать, не по чину, раздать по чинам, чин чином; Чин чина почитай, а меньшей садись на край; Пуля чинов не разбирает; Дураку, что большому чину, везде простор*.

Социальное расслоение общества, неравенство существовавшие в России несколько веков, нашли отражение в системе официальных обращений.

Во-первых, существовал документ «Табель о рангах», изданный в 1717–1721 гг., который затем переиздавался в несколько измененном виде. В нем перечислялись военные (армейские и флотские), гражданские и придворные чины. Каждая категория чинов подразделялась на 14 классов. Так, к 3-му классу относились *генерал-поручик, генерал-лейтенант, вице-адмирал, тайный советник, гофмаршал, италмейстер, егермейстер, гофмейстер, обер-церемонимейстер*; к 6-му классу – *полковник, капитан 1-го ранга, коллежский советник, камер-фурьер*; к 12-му классу – *корнет, хорунжий, мичман, губернский секретарь*.

Помимо названных чинов, которые определяли систему обращений, существовали обращения *ваше высокопревосходительство, ваше превосходительство, ваше сиятельство, ваше высочество, ваше величество, милостивейший (милостивый) государь* и др.

Во-вторых, монархический строй в России до XX в. сохранял разделение людей на сословия. Для сословно организованного общества характерны были иерархия в правах и обязанностях, сословное неравенство и привилегии. Выделялись сословия: дворяне, духовенство, разночинцы, купцы, мещане, крестьяне. Отсюда обращения *господин, госпожа* по отношению к людям привилегированных социальных групп; *сударь, сударыня* – для среднего сословия или *барин, барыня* для тех и других и отсутствие единого обращения к представителям низшего сословия.

В языках других цивилизованных стран, в отличие от русского, существовали обращения, которые использовались как по отношению к человеку, занимающему высокое положение в обществе, так и к рядовому гражданину: *мистер, миссис, мисс* (Англия, США); *сеньор, сеньора, сеньорита* (Испания); *синьор, синьора, синьорина* (Италия); *пан, пани* (Польша, Чехия, Словакия).

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

Вместо всех существовавших в России обращений, начиная с 1917-1918 гг. получают распространение обращения ***гражданин и товарищ***.

Однако такое общественно значимое слово, как ***гражданин***, не стало в XX в. общеупотребительным обращением людей друг к другу. Почему же этого не произошло? Дело в том, что в 20–30-е гг. появился обычай, а затем стало нормой при обращении арестованных, заключенных, судимых к работникам органов правопорядка и наоборот не говорить *товарищ*, только *гражданин*: *гражданин подследственный, гражданин судья, гражданин прокурор*.

В результате слово *гражданин* для многих стало ассоциироваться с задержанием, арестом, милицией, прокуратурой. Негативная ассоциация постепенно так «приросла» к слову, что стала его неотъемлемой частью; так укоренилась в сознании людей, что стало невозможным использовать слово *гражданин* в качестве общеупотребительного обращения.

Несколько иначе сложилась судьба слова *товарищ*. Оно зафиксировано в памятниках XV в. В славянские языки это слово пришло из тюркского, в котором корень *tavar* означало «имущество, скот, товар».

Вероятно, первоначально слово *товарищ* имело значение «компаньон в торговле». Затем значение этого слова расширяется: *товарищ* – не только «компаньон», но и «друг». Об этом свидетельствуют пословицы: *В дороге сын отцу товарищ; Умный товарищ – половина дороги; От товарища отстать – без товарища стать; Бедный богатому не товарищ; Слуга барину не товарищ.*

С ростом революционного движения в России в начале XIX в. слово *товарищ*, как в свое время слово *гражданин*, приобретает новое общественно-политическое значение: «единомышленник, борющийся за интересы народа».

Происходит четкое разграничение: *товарищи* – это большевики, это те, кто верит в резолюцию. Остальные – не *товарищи*, значит, враги.

Так даже обращение приобретало идеологический смысл, становилось социально значимым.

После Великой Отечественной войны слово *товарищ* постепенно начинает выходить из повседневного неофициального обращения людей друг к другу.

Возникает проблема: как обратиться к незнакомому человеку? Вопрос начинают обсуждать на страницах печати, в передачах по радио. Высказывают свое мнение филологи, писатели, общественные деятели. Предлагают возродить обращения *сударь, сударыня*.

На улице, в магазине, в городском транспорте все чаще слышатся обращения *мужчина, женщина, дед, отец, бабуля, парень, тетенька, дяденька*.

Подобные обращения не являются нейтральными. Они могут восприниматься адресатом как неуважение к нему, даже оскорбление, недопустимое фамильярничание. Отсюда возможны грубость в ответ, выражение обиды, ссора.

Начиная с конца 80-х гг. в официальной обстановке стали возрождать обращения *сударь, сударыня, господин, госпожа*.

В последнее время обращение *господин, госпожа* воспринимается как норма на заседаниях Думы, в передачах по телевидению, на различных симпозиумах, конференциях. Параллельно с этим на встречах представителей власти, политических деятелей с народом, а также на митингах выступающие с речью стали использовать обращения *россияне, сограждане, соотечественники*. В среде государственных служащих, бизнесменов, предпринимателей, преподавателей вузов нормой становится обращение *господин, госпожа* в сочетании с фамилией, названием должности, звания. Трудности возникают в том случае, если директор, профессор – женщина. Как в таком случае обратиться: *господин профессор* или *госпожа профессор*!

Обращение *товарищ* продолжают использовать военные и члены партий коммунистического направления. Ученые, преподаватели, врачи, юристы отдают предпочтение словам *коллеги, друзья*. Обращение *уважаемый – уважаемая* встречается в речи старшего поколения.

Слова *женщина, мужчина*, получившие распространение в последнее время в роли обращений, **нарушают** норму речевого этикета, свидетельствуют о недостаточной культуре говорящего. В таком случае предпочтительнее начинать разговор без обращений, используя этикетные формулы: *будьте любезны..., будьте добры..., извините..., простите...*

**Таким образом, проблема общеупотребительного обращения в неофициальной обстановке остается открытой.**

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

#### **5.4. Речевая культура вопросов и ответов**

Великий немецкий философ И. Кант замечал: «Умение ставить вопросы есть уже важный и необходимый признак ума или проницательности. Если вопрос сам по себе бессмыслен и требует бесполезных ответов, то кроме стыда для вопрошающего он имеет иногда еще тот недостаток, что побуждает неосмотрительного слушателя к нелепым ответам и создает смешное зрелище один (по выражению древних) доит козла, а другой держит под ним решетом».

Пример неумения задавать вопрос: двое туристов долго бродят по Бостону в поисках Гарвардской школы бизнеса. Наконец, отчаявшись сами найти, спрашивают у первого попавшегося студента: «Как нам попасть в Гарвард?» Тот, подумав, отвечает: «Учиться надо, вот что. Учиться, учиться и учиться».

Не умеющий задавать вопросы партнер заставляет собеседников угадывать его намерения и ожидания.

**Вопрос представляет собой одну из логических форм.**

Он включает прежде всего исходную информацию, а также указание на ее недостаточность и необходимость дальнейшего пополнения и уточнения, позволяют направить переговоры, беседу в нужное русло, получить нужную информацию. Значение вопросов:

- Удобная форма побуждения: *Не могли бы Вы помочь нам в разработке проекта?*

• привлечение внимания: *Не могли бы Вы уделить мне несколько минут?*

• несут информацию: *Вы слышали о проходившем в нашем городе саммите России и Германии?*

• можно наводить партнера на нужный ответ: *Не правда ли, это вполне реалистичные сроки?*

• после задавания вопроса очень показательна невербалика партнера (изменение выражения лица, тембра голоса, невольные жесты и вазомоторные реакции: бледность, румянец, дрожь)

• помогают разговорить партнера, раскрыть его

• исправить ошибку в аргументации или в поведении

• создают основу для доверительных отношений.

Некоторые люди считают, что, задавая вопросы, рискуешь прослыть некомпетентным, непрофессиональным или невежливым, и стараются задавать вопросы как можно реже.

Тем самым человек упускает не только важную информацию, но и возможности общения, взаимопонимания, влияния на решения и поступки адресанта, поскольку, по выражению Тома Дж. Коннелли, «Тот, кто спрашивает, выглядит дураком всего 5 минут. Тот, кто этого не делает, остается дураком на всю жизнь».

**Типы вопросов.** Выделяют несколько оснований, по которым вопросы подразделяются на группы. Наиболее важными для эффективного общения являются три признака:

– коммуникативная цель спрашивающего,

– характер ожидаемого ответа,

– общая, некоммуникативная цель спрашивающего.

По характеру ожидаемого ответа выделяют **открытые**, **полуоткрытые (альтернативные)** и **закрытые** вопросы. **Закрытые** вопросы предполагают ответы **да** или **нет**: *Вы согласны с нашими предложениями?* Безусловно, отвечающий не обязательно должен отвечать **да** или **нет**, он может выбрать и другой ответ, но сама формулировка вопроса показывает, что спрашивающий ожидает именно утвердительного или отрицательного ответа. **Открытые** вопросы предполагают другие ответы. В одних случаях это тоже односложные реплики: *- Когда вы вернетесь? – Завтра.* Другие открытые вопросы требуют развернутого, обстоятельного ответа: *Какие характеристики ситуации Вы считаете наиболее существенными в данном случае?*

Максимально открытый вопрос – *Не могли бы вы... (рассказать, пояснить, добавить)?* **Альтернативные** вопросы предлагают два (реже три) варианта ответа, из которых отвечающий должен выбрать лишь

один, по замыслу спрашивающего: *Можем мы считать этот вопрос решенным или следует уточнить какие-то детали?*

Неопытный собеседник, не владеющий техникой расспрашивания, иногда задает закрытый вопрос вместо открытого и, получив краткий ответ **да** или **нет**, раздражается и еще более затрудняет ситуацию общения.

Вопросы могут преследовать **позитивную или негативную цель**.

**Позитивные** вопросы – *Что представляет собой эта проблема с вашей точки зрения?* **Негативные** – *Для чего вы пять семестров изучали психологию, если считаете своих сокурсников идиотами?*

**По коммуникативной цели спрашивающего** выделяют вопросы:

- **информационные** – для сбора сведений
- **контрольные** – убедиться, следит ли партнер за ходом вашей мысли

- **ориентационные** – придерживается ли партнер ранее высказываемого мнения

- **подтверждающие** - добиться одобрения

- **ознакомительные** – узнать цели, мнение партнера

- **однополюсные** – повторение вопроса партнера (чтобы он понял, что вы его поняли и для выигрыша времени)

- **встречные** – при правильной постановке ведут к сужению разговора и подводят партнеров ближе к согласию

- **направляющие** – если партнер отклоняется от темы

- **провокационные** – установить, чего действительно хочет партнер и верно ли он понимает ситуацию; сбить с толку, обвинить, разоблачить

- **вступительные** – заинтересовать партнера в разговоре; могут содержать указание на возможное решение проблемы

- **заключающие** – для подведения итогов делового взаимодействия.

- **вопросы-сценарии** – с их помощью спрашивающий выстраивает гипотетическую последовательность фиктивных событий. Задается предположительная ситуация, якобы не связанная реальностью И в этой якобы ситуации действует отвечающий (*предположим, что...; представим, что..*). Получение информации здесь не главное: терапевтическая цель – в снятии психологических барьеров или в призыве к собеседнику изменить свое мнение вследствие того, что его вынудили по-иному взглянуть на ситуацию. Негативные цели – поставить человека в тупик или заставить негативно отзываться о других.



Пример позитивного вопроса-сценария: *Представим такую ситуацию: мы согласны принять ваше условие. Когда в таком случае вы готовы начать работу?*

Пример негативного: *Предположим, что перед вами сейчас – тот же самый выбор, который привел к роковой ошибке тогда: как бы вы поступили сейчас?*

• **определятельные вопросы** – требуют сужения некоего обобщенного понятия или перевода специального термина на общепонятный язык. *Как бы вы определили понятие «плохая организация отчетности»?; Как по мнению человека, не явившегося на защиту проекта, следует определить понятие «ответственность»?*

• **вопросы-мостики** – помимо собственно вопроса содержат какого-либо утверждение – констатацию фактов или даже оскорбление, и это развернутое высказывание определяет содержание ответа. Таким образом, разговор фиксируется на определенных темах, а дискуссии идет вокруг содержания заданного опроса: *Вы – эксперт в области антикризисного управления. Как вы считаете, мы учли все необходимые критерии?*

*Негативный – «Что касается проектов, то некоторые из них вы уже провалили, а вам уже удалось найти финансирование для новых?»*

• **психологические вопросы** – заставляют собеседника раскрывать сознательные и бессознательные переживания и чувства, скрытые мотивы своих действий. Позитивная цель – придать сказанному эмоциональную окраску, дать партнеру возможность описать пережитое им состояние: *Как вы пережили потерю работы?* Негативная – привести в беседу эмоции, чтобы заставить собеседника оправдываться: *После того как вас так раскритиковали, как на это реагировало ваше окружение?*

### **Перспективная стратегия ответов на вопросы**

1. Прежде чем отвечать, сделайте паузу не менее 8 сек.

2. **Если вопрос оказался сложным по составу**, то сначала разделите его на составляющие вопросы, а потом спросите, на какой из них отвечать вначале. Т. е. выясните, что партнера интересует в первую очередь. Возможно, после ответа на главный вопрос не придется отвечать на остальные.

3. **Если вопрос труден по содержанию**, то:

• Повторите сами вопрос так, как вы его поняли. Это, скорее всего заставит партнера внести поправки в ваши поправки, и у вас будет время на обдумывание ответа.

Попросите несколько минут на размышление. За это время о вопросе могут просто забыть.

- Если вы правильно поняли вопрос, попробуйте в качестве ответа привести аналогичный пример из своего опыта. Это позволит избежать углубления в проблему, в которой вы недостаточно глубоко разбираетесь.

**4. Если вам задают вопрос открытого типа**, то сначала уточните, какого типа информация интересует спрашивающего. Это поможет сэкономить время, не сказать лишнего и более точно оправдать ожидания партнера

**5. Если заданный вопрос уводит от темы**, то ни в коем случае не поддавайтесь провокации, вернитесь к сути своего выступления – всего каких-нибудь две-три фразы, но ответ должен вернуть к обсуждаемой теме.

**6. Если при ответе вас неправильно поняли**, немедленно признайте свою вину, сообщив партнерам, что, по-видимому, вы не очень удачно сформулировали свою мысль, и попробуйте сделать это еще раз, с учетом особенностей понимания и восприятия информации партнером.

### **5.5. Слушание и его активизация**

Согласно одному весьма распространенному мифу, умение слушать – это навык, который, подобно навыку дыхания, человек получает при рождении и затем эксплуатирует всю жизнь. На этом этапе ваше умение слушать оказывается более полезным, чем умение красноречиво говорить и убеждать. Если вы умело задаете вопросы, но не умеете слушать ответы, то цена этому невелика. Необходимо научиться слышать свое слушание.

Например, слушание продавца направлено на то, чтобы понять потребности клиента и оценить его готовность сделать покупку. Умение слушать непредвзято, открыто; слушать, давая знать другому человеку, что он услышан, – не менее важный навык, чем умение задавать вопросы.

Во время слушания следует **избегать ловушек негативного, предвзятого, избирательного и безразличного слушания.**

**Предвзятое слушание:** вы заранее знаете (или вам кажется, что знаете), что хочет сказать человек. При этом вашу реакцию даже и помимо вашей воли будет определять некоторое заранее установленное (и нередко негативное) отношение к сказанному. **Избирательное слушание:** вы слышите только то, что хотите услышать; все остальное как бы отфильтровывается. **Отвлеченное слушание:** вы не проявляете эмоций, выглядите как человек, думающий о чем-то другом.

### **Основные приемы активного слушания.**

Прием «**Эхо**»: дословное повторение вами основных положений, высказанных собеседником. Повторению высказывания должны предшествовать вводные фразы типа: *«Насколько я Вас понял...», «Вы считаете, что...»*.

Прием «**Резюме**»: воспроизведение сути высказываний собеседника в сжатом и обобщенном виде. При этом можно использовать такие вводные фразы, как: *«Итак, Вас интересует...», «Самыми важными критериями выбора являются...»*.

Прием «**Логическое следствие**»: вы выводите логическое следствие из высказываний собеседника. Например, *«Если исходить из того, что Вы сказали, Вас интересуют повышенные сроки гарантии»*. При повторении слов собеседника желательно проявить позитивную эмоциональность.

Прием «**Уточнение**»: вы просите уточнить отдельные положения высказываний собеседника. Например, вы говорите собеседнику: *«Это очень интересно; не могли бы Вы уточнить...»*.

**Невербальное сопровождение.** Активное слушание включает также соответствующее невербальное поведение: вы смотрите на собеседника, ваша поза выражает внимание, вы готовы записывать и фиксировать самые важные моменты беседы, вы киваете головой и издаете звуки одобрения.

**Эмоциональное повторение услышанного.** Краткое повторение услышанного, желательно с ключевыми словами и оборотами собеседника. Иногда уместно выразить энтузиазм. Заключительный вопрос: *«Правильно ли я Вас понял?»* или *«Не так ли?»* От этой формулы вы получаете тройную выгоду: а) собеседник счастлив, что правильно услышан; б) вы лучше запомнили сказанное собеседником; в) на вопрос *«Правильно ли я понял?»* собеседник, весьма вероятно, скажет «да».

То, как мы слушаем говорящего и реагируем на его сообщение, оказывает влияние на реакции других людей и их восприятие нашей реакции, будут ли они настроены продолжать разговор или почувствуют наше отторжение, или станут испытывать напряженность, или расслабленность и т. д.

Это означает, что от сформировавшихся навыков слушающего поведения зависит характер дальнейшего взаимодействия с собеседником.

## Лекция 6 РЕЧЕВОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ

### 6.1. Эффективное общение и дружелюбное общение

Как мы уже отмечали, помимо информационной, важнейшая функция языка – коммуникативная: общение, установление и поддержание контакта между членами общества. Первые слова, которые мы выучиваем на иностранном языке, – это именно контактоустанавливающие слова: *Здравствуйте!*, *До свидания!*, *Спасибо!*, *Пожалуйста!*, *Извините!* Разрыв контакта, нежелание одной из сторон продолжать общение прерывает передачу информации.

Иногда общение (выражение симпатии, сочувствия, просто установление или подтверждение контакта: «Я тебя слышу, я с тобой») оказывается важнее получения новых сведений.

Неслучайно сейчас в нашем распоряжении огромное количество учебной и популярной литературы, посвященной проблемам эффективного общения. К сожалению, в большинстве из них эффективность общения понимается чересчур утилитарно, исключительно с точки зрения выгоды общения для партнера. Сами названия: «Как заводить знакомства и оказывать влияние на людей», «Как стать хозяином положения (анатомия эффективного общения)», «Выиграть может каждый» и т. п. – наводят на мысль о том, что общение – это не диалог уважающих друг друга, позитивных собеседников, а состязание, в котором цель – выиграть, стать хозяином положения.

Под таким углом зрения целесообразно рассматривать деловую коммуникацию, прежде всего в бизнесе, и, возможно, коммуникацию политическую. Но общение людей не сводится только к оказанию влияния друг на друга для достижения практических целей.

Ежедневно мы вступаем в разговор с самыми разными собеседниками на бытовые, профессиональные, специальные (медицинские, социальные и т. п.) темы вовсе не с целью победить, убедить, подчинить себе оппонента. Значительную долю наших коммуникативных взаимодействий с другими людьми – и долю совершенно необходимую для психологического здоровья личности – составляет «бесцельное» свободное общение ради удовольствия, отдыха, обмена положительной энергией с хорошо знакомыми или порой вовсе не знакомыми людьми. Долгий ночной разговор на кухне не об обыденном, не о деньгах и бытовых мелочах, а о душе, о жизни, о судьбе – типично русский жанр общения. А «вагонные споры», многократно воспетые в

современной рок – и бардовской поэзии: когда «поезд идет, в окошке стемнело, и тянет поговорить» (А. Макаревич), когда «Давай с тобой поговорим... Прости не знаю, как зовут...» (О. Митяев)? Здесь, конечно, сыграла роль и географическая протяженность России, опутанной железными дорогами, и купейная система, когда оказываются в замкнутом пространстве чужие друг другу люди и нечего им делать, кроме как разговаривать.

***Но важнее всего то, что способность и тяга к свободному, не направленному на узкопрактическую цель общению, – одна из традиционных и высоко ценимых черт русской языковой личности.***

Русскому человеку всегда хотелось поговорить, и в современных условиях ему предоставляется для этого еще одна возможность – виртуальное общение в Интернете.

Дружелюбный, ровный, бесконфликтный характер непрофессионального повседневного общения может намного облегчить нашу жизнь, наше настроение, самооценку и отношение к миру, тогда как коммуникативные столкновения, напряжение, необходимость нападать или защищаться в простейших ситуациях оказывает противоположное воздействие. ***Доброжелательный и вежливый человек способен наладить контакт с собеседником***, даже если тот изначально настроен против него в силу личных предрассудков и стереотипов или просто из-за плохого настроения. Иногда хорошая коммуникативная атмосфера создается за счет высказываний, стандартных для данной ситуации; иногда – через речевое творчество культурных говорящих, вкладывающих в свои слова немного больше дружелюбия, чем предполагает обычный этикет. Плохая коммуникативная атмосфера возникает при нежелании или неспособности говорящих выбрать соответствующую ситуации степень вежливости, а иногда и просто – промолчать, не выразить свои негативные эмоции, не выплеснуть недовольство, сдержать гнев там, где повышенная эмоциональность не требуется, чтобы защитить свои права.

## **6.2. Кооперативное и некооперативное поведение**

Вот реальная ситуация. Директор крупной компании несколько раз в день обходил офисы сотрудников. Каждый раз, заходя в комнату, он приветствовал своих подчиненных: «Здравствуйте!» Как-то один из служащих поинтересовался: «Шеф! Почему вы это делаете? Мы ведь уже виделись». Руководитель объяснил: «Поскольку исторически слово “Здравствуйте!” – это пожелание здоровья, чрезмерным оно быть не может. Мне нетрудно и приятно пожелать вам здоровья “лишний” раз». И сотрудникам это тоже было приятно. Здесь мы имеем дело с ситуаци-

ей коммуникативного выбора: приветствовать снова или не приветствовать человека, с которым ты встречаешься несколько раз в день? Таких ситуаций, в которых мы не знаем точно, как было бы вежливо поступить, великое множество. **При сомнениях следует выбрать наиболее кооперативный вариант поведения** – тот, который «скажет» собеседнику: *Я готов к сотрудничеству*. «Сотрудничество» здесь понимается в самом широком смысле слова: как общение, позитивное взаимодействие, готовность адекватно реагировать на ситуацию. Известный американский психотерапевт Эрик Берн – автор замечательной книги «Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры» – пишет: «Как вы говорите “Здравствуйте”? В этом вопросе заключен секрет многих религий (христианства, иудаизма, буддизма и др.). Но прежде всего в нем содержится один из принципов гуманизма. Правильно сказать «здравствуйте» – это значит увидеть другого человека, почувствовать как явление, воспринять его и быть готовым к тому, что у него будет адекватная реакция. **Обнаруживают эту способность в высшей степени те люди, которые обладают одной из высших драгоценностей мира – настоящей естественной улыбкой.** Она обычно возникает постепенно, освещая все лицо, и длится недолго, но вполне достаточно, чтобы быть ясно увиденной. Исчезает она с таинственной медлительностью, как будто бы тает... Для того чтобы научиться говорить *Здравствуйте*, необходимо избавиться от «мусора», скопившегося у вас в голове с тех самых пор, как вы прибыли из родильного дома. Но чтобы этому научиться, могут потребоваться годы. Для того чтобы ответить на приветствие, также необходимо избавиться от мусора в своей голове. Могут потребоваться годы, чтобы научиться приветствовать человека, который идет вам навстречу и которому вы должны ответить на его приветствие...»

Что же за «мусор» скапливается у нас в голове и мешает доброжелательно общаться? Проанализируем один пример. В переполненном салоне троллейбуса или маршрутного автобуса мы протискиваемся к двери: некоторые делают это молча, некоторые пользуются этикетными формулами: *Вы будете выходить? Давайте поменяемся (местами). Разрешите (пройти), пожалуйста. Простите, вы позволите?* «Молчуны» в данном случае руководствуются одним из самых вредных коммуникативных факторов – обычной ленью. Им проще протолкнуться через толпу, чем попросить, спросить, извиниться. Вот он – «мусор» в общении. Те же «молчуны» в ответ на вопрос «Вы выходите?» не разожмут губы, отделаются легким кивком, не поворачивая головы к спросившему, пренебрегая стоящим рядом человеком, заставляя его чувствовать себя назойливым.

Иначе как некооперативным такое поведение не назовешь: во-первых, оно хуже решает коммуникативную задачу, чем нормальный ответ на вопрос (часто оказывается трудно понять: кивнул человек или помотал головой – и вообще, к тебе ли относилось это неопределенное движение); во-вторых, у пассажира, задавшего вопрос, возникают ненужные негативные эмоции.

Желание эффективно организовать речевое взаимодействие для достижения своих целей вполне оправдано. Для этого и разработаны разнообразные тактики переговоров, делового общения, слушания и т. д. Для успешной коммуникации требуется знание некоторых общих принципов общения, конкретных приемов и сознательная тренировка навыков эффективного слушания, аргументации, использования невербальных средств коммуникации.

### **6.3. Общие принципы коммуникации**

Среди общих принципов, обеспечивающих успех коммуникации, важнейшими являются два, сформулированные американскими лингвистами второй половины XX века в рамках *теории речевых актов* (иначе называемой «Слово как действие» – по работе одного из основоположников теории Дж. Остина). Это принцип кооперации и принцип вежливости.

**Принцип кооперации** указывает на необходимость собеседников относиться к общению как к сотрудничеству, вносить в него добросовестный вклад. Он заставляет нас задуматься не только над тем, что именно нам говорят, но и над тем, **как** и, главное, **зачем** нам это говорят, т. е. помогает разглядеть **коммуникативную цель** собеседника. Американский лингвист Г. Грайс, сформулировавший этот принцип, утверждал: «...От всякого, кто стремится к достижению конечных целей речевого общения / коммуникации (это может быть передача и получение информации, оказание влияния на других и подчинение себя чьему-то влиянию и т. п.), ожидается, что он заинтересован в этом общении; речевое общение, в свою очередь, может быть выгодно и полезно только при условии, что соблюдается принцип кооперации...»

**Принцип кооперации состоит из нескольких правил, которые называются также «Максимы Грайса»:**

1. **Правило количества:** давайте нужное количество информации. Ваш информационный вклад в разговор должен быть не большим и не меньшим, чем требуется.

2. **Правило качества:** старайтесь сделать ваш вклад в разговор правдивым. Не говорите того, что вы считаете лживым. Не говорите того, чему у вас недостаточно свидетельств.

3. **Правило релевантности:** говорите то, что имеет отношение к теме разговора, будьте последовательны.

4. **Правило способа выражения:** избегайте двусмысленности и неопределенности, говорите коротко и упорядоченно.

Следует отметить, что максимы Грайса углубляют представления о традиционных критериях речевой культуры (правильности, точности, уместности, выразительности, лаконичности), хотя и нетождественны им: это не только правила культуры речи, но и эстетические, нравственные, социальные постулаты.

**Правила Грайса** – это прежде всего защита прав адресата, слушающего. Однако в реальном речевом общении (и в разговорной речи, и в художественном тексте) максимы Грайса нарушаются. Относительность максим Грайса обусловлена во многом тем, что нельзя устанавливать правила речевого общения в одностороннем порядке, понимать их только как защиту прав адресата. По мнению известного лингвиста Н.Д.Арутюновой, многое дурное в языке (например, грубые, бранные слова, штампы и др.) лежат на совести не только говорящего, но и слушающего.

Так, склонность ораторов к проявлению речевой агрессии провоцируется склонностью их аудитории к внушению. Нередко современный оратор вполне сознательно делает «установку на внушение»: *Политику нужно иметь лицо и уметь говорить! Я способен овладеть аудиторией – не каждому это дано. Я завораживаю зал – люди хлопают на каждую хорошую фразу* (В. Жириновский).

Однако несмотря на внушаемость современной аудитории и отдельных адресатов, им во всё большей степени свойственны и критичность восприятия, и осознание стратегий манипулирования общественным сознанием, понимание того, что «с нами что-то делают при помощи речи».

**Правило релевантности** помогает нам интерпретировать косвенные высказывания, например:

А.: *У меня в комнате была коробка с конфетами.*

В.: *Дети заходили к тебе после обеда.*

На первый взгляд, говорящий А. сделал утверждение. Но В. совершенно правильно задумался о том, почему это утверждение сделано, и пришел к выводу, что по сути оно являет собой вопрос: *Куда пропала коробка?* Отвечает В. так же косвенно, как А. «спрашивает», намекая на причастность детей к исчезновению конфет. А., учитывая кооператив-



ность Б. и используя правило релевантности, поймет высказывание собеседника правильно.

Нарушения правила релевантности используются как способ резко прервать коммуникацию (1) или в целях речевой игры (2):

1) – *У меня в комнате была коробка с конфетами.*

– *Я опаздываю.*

2) Преподаватель: – *Кого сегодня не было на занятиях?* Староста:

– *Джорджа Вашингтона и Льва Толстого.*

### **Принцип вежливости включает такие правила:**

1. **Правило такта:** уважайте границы личной сферы собеседника. Например, из возможных способов выражения побуждения выбирайте тот, в котором подчеркивается выгода для собеседника: сформулируйте побуждение не как команду, а как совет.

2. **Правило великодушия:** из возможных способов выражения выбирайте тот, в котором минимизируется ваша личная выгода. Не обременяйте собеседника, не вынуждайте его связывать себя обещаниями, клятвами, не требуйте извинений и покаяний.

3. **Правило одобрения:** больше хвалите собеседника, будьте позитивны в своей оценке собеседника, других людей, мира. Однако будьте и сдержанны в оценочных суждениях: если ваша оценка (положительная и отрицательная) того или иного предмета не совпадает с оценкой собеседника, это создает трудности в коммуникации.

4. **Правило скромности:** меньше хвалите себя и тактично отказывайтесь от похвал в свой адрес. Ваши высказывания должны содержать объективную – не завышенную, но и ни в коем случае не заниженную (см. ниже о принижающе-уступчивом общении) – самооценку.

5. **Правило согласия:** выражайте согласие с собеседником, минимизируйте несогласие. Не вставайте в оппозицию к собеседнику без веских оснований. Умейте отказаться от конфликта в пользу решения более серьезной задачи – сохранения коммуникации.

6. **Правило симпатии:** выражайте симпатию к собеседнику, минимизируйте антипатию. Будьте благожелательны. Не будьте неблагоприятны, не будьте безучастны.

**Правило такта** иногда называют правилом обратной вежливости: вежливость, вложенная в побудительное высказывание, обратно пропорциональна выгоде для адресата того действия, к которому его побуждают. Так, пожелание *Отдыхай хорошо!* и формула угощения *Съешь еще конфетку* – требуют гораздо меньше вежливости, чем запрещения *Не ставь сюда свою сумку* и просьбы типа *Почисти картошку*.

Преподаватель в школе и университете скажет: *Откройте тетради, запишите тему занятия...*, и никто не обвинит его в недостаточной вежливости, в том, что он забыл слово *пожалуйста*. Ведь эти действия – к выгоде студентов.

Но если преподаватель хочет попросить что-то, выходящее за рамки учебной деятельности, за пределы обычных обязанностей студента, то он вложит в свое побуждение больше вежливости: *Принесите, пожалуйста, мел или Вы не могли бы сходить на кафедру и предупредить лаборанта, чтобы, если для меня принесут курсовые работы, она сложила их на столе?*

**Принцип кооперации и принцип вежливости взаимодействуют.**

Согласие выполнить чью-то просьбу или распоряжение не нуждается в обосновании, тогда как отказ требует объяснения причин, ср. 1. и 2.:

1. – *Ты pomoжeшь мне накрыть на стол?* – *Хорошо*. Этот ответ не нуждается в пояснении, например: «...потому что у меня есть свободное время».)

2. – *Ты pomoжeшь мне накрыть на стол?*

– *Ты не управишься сама, а? Мне еще надо пропылесосить комнату.*

(Ответить просто «нет» в данном случае было бы грубо.)

Иногда принцип кооперации и принцип вежливости могут конфликтовать. Так, в парикмахерской, формулируя свои представления о новой прическе в форме вопросов *Можно ли сделать так-то и так-то? А что, если...?*, вы следуете правилам, составляющим принцип вежливости. Но если в этих высказываниях выражаются уже принятые вами, совершенно определенные решения, то вопросительная форма нарушает правило количества информации. Мастер принимает за сомнения или просьбу о совете то, что фактически является уже информацией к исполнению.

Сравним также два способа отдать распоряжение подчиненному:

1. – *Мне бы хотелось, чтобы вы сделали X;*

2. – *Нужно, чтобы вы сделали X.*

Первая фраза нарушает правило количества. Требуемое действие представляется как личное желание говорящего, а не как «производственная необходимость». Второе высказывание построено правильно: оно понимается именно как распоряжение.

#### **6.4. Основные тактики общения**

Помимо указанных принципов, полезно знать основные тактики общения:

- понимающее общение;

- принижающе-уступчивое общение;
- директивное общение;
- защитно-агрессивное общение.

Основными условиями эффективности любого практического общения являются умения и навыки человека в использовании так называемых понимающих и директивных приемов реагирования при взаимодействии с другими людьми. Основными причинами неэффективности любого общения являются склонности и привычки человека прибегать во взаимодействии с собеседником к принижающе-уступчивой и защитно-агрессивной формам поведения как неадекватным заместителям понимающего и директивного общения.

**Понимающее общение** – это целенаправленное взаимодействие, ориентированное на понимание собеседника и проявление уважения к его личности в форме неоценочных реакций на его высказывания и эмоциональные состояния.

**Принижающе-уступчивое** – это целенаправленное взаимодействие, ориентированное на понимание собеседника, но содержащее реакции неуместного принижения своих чувств, стремлений и целей, а также неоправданные уступки собеседнику.

**Директивное общение** – это целенаправленное взаимодействие, ориентированное на оказание прямого психологического воздействия на человека для достижения своих целей и состоящее из реакции, выражающих собственные оценки, стремления и цели. Эти цели как в личной жизни, так и в профессиональной деятельности могут в широком смысле состоять в достижении взаимовыгодных соглашений с партнером, в психологическом воздействии на него, в отстаивании своих интересов в условиях разногласий и конфликтов или в собственной защите от агрессивных нападков и угроз со стороны собеседника.

**Защитно-агрессивное общение** – это целенаправленное взаимодействие, ориентированное на оказание прямого психологического воздействия на собеседника для достижения своих целей, но осуществляемое в такой форме, которая может унижить его чувство собственного достоинства.

**Понимающий стиль общения** включает следующие установки:

1. Установка на понимающее реагирование, т. е. ориентация на систему отсчета собеседника, а не на свою собственную; осознанное стремление реагировать на мысли и чувства партнера по общению с целью увидеть мир его глазами; способность понимать и предсказывать реакции собеседника, ставя себя на его место.

Понимающее реагирование не означает согласия со всем, что скажет партнер, оно является проявлением нашей непредвзятости, помогает собеседнику раскрыться, ощутить доверие к нам и желание взаимодействовать. Такое реагирование намного эффективнее оценивающего реагирования, но встречается гораздо реже его.

2. Установка на принятие личности собеседника, на проявление уважения к нему, вне зависимости от его достоинств и недостатков; признание его права быть таким, каков он есть; умение создать для него «климат безопасности».

3. Установка на согласованность своего поведения с поведением собеседника, т. е. искренность в общении; допуск собеседника к «обмену доверием», разрешение в некоторой степени заглянуть «внутрь себя». Конечно, выполнение этой установки в общении со всеми людьми во всех жизненных ситуациях невозможно, а порой и нежелательно. Но она жизненно важна в тех случаях, когда партнеры действительно хотят понять друг друга и стремятся к развитию взаимоотношений.

***Понимающее реагирование включает:***

- простые фразы, подтверждающие контакт с собеседником (*верно, да-да, так-так* и т. п.);
- перефразирование мыслей и чувств собеседника, выраженных открыто (чтобы сообщить ему, что мы понимаем, о чем он говорит, или чтобы проверить нашу интерпретацию сказанного им);
- выяснение скрытых или даже неосознанных мыслей и чувств собеседника (предполагающее внимательное отношение к интонациям, паузам в разговоре, мимике и жестам говорящего);
- подбадривание собеседника, заверения в своем сочувствии;
- понимающее молчание и ободряющие невербальные реакции (поглаживание по плечу, сочувственный кивок, изумленно раскрытые глаза и т. п.);
- вопросы с точки зрения собеседника, проясняющие его точку зрения (*Значит, вы считаете, что... Я правильно понимаю?*) или «зондирующие» его чувства (*Вас это сильно тревожит, да?*).

Для говорящего, принявшего понимающий стиль общения, ***очень важно не стать простым зеркалом партнера***. Нужно выбрать правильный баланс между сочувственным реагированием и «подталкиванием» разговора, чтобы не произошло того, что психологи называют «зацикливанием» на одной и той же теме. Сказанное партнером надо не просто повторять, но углублять, прояснять, развивать. Необходимо правильно определить глубину, или силу, реагирования и его время: наши реакции не должны запаздывать, но и не должны нарушать поток размышлений партнера.

**Еще одно правило понимающего общения** – следует избегать стереотипных реакций, использования одних и тех же сигналов понимания и сочувствия снова и снова. Постоянное повторение стандартных вводных фраз типа *Значит, вы полагаете, что...* или подтверждений контакта *Я вас слушаю внимательно* лишает вас доверия собеседника: он начинает подозревать, что вы играете с ним в какую-то игру либо разговариваете механически, не вникая в суть дела.

Не получится ли так, что при понимающем общении мы «утратим себя», не реализуем своих коммуникативных целей? Нет, если мы будем четко **осознавать границу между поведением понимающим и принижающе-уступчивым**. В большинстве ситуаций, когда нам надо достигнуть взаимопонимания с другим человеком, понимающее общение при правильном (подкрепленном тренировкой) использовании является: самым эффективным. Но, безусловно, это не универсальная тактика. Есть случаи, когда мы должны прибегать к директивному общению.

**Директивный стиль общения** основывается на следующих установках:

1. Установка на открытое поведение, активные действия по достижению своих целей. Когда вы ведете себя директивно, вы прямо и ясно выражаете свои намерения, аргументы и оценки, позволяете собеседнику узнать, к чему вы стремитесь, четко формулируете свои позиции, защищаете свои права, свои убеждения. Это позволяет вашему собеседнику четко представить себе вашу позицию и освобождает его от необходимости домысливать ваши слова; лишает ситуацию неопределенности.

2. Установка на прямой и открытый отказ выполнить действия, которые с вашей точки зрения не служат вашим значимым интересам и целям или которые кажутся вам неприемлемыми этически либо по другим причинам. Но директивность не подразумевает эгоистичности, игнорирования интересов других людей. Директивность только подразумевает, что вы не игнорируете **своих** интересов в угоду другим, умеете сказать «нет», если это требуется.

3. Установка на эффективную и решительную защиту себя от агрессивного поведения партнера по общению и личных нападков (угроз, критики, оскорблений); способность защищать себя без того, чтобы самому становиться враждебным или защитно-агрессивным по отношению к оппоненту.

4. Установка на достижение своих целей во взаимодействии с партнером, с учетом его интересов и потребностей. Эта установка предполагает контроль за своим эмоциональным состоянием, стремление

связать свои цели с целями собеседника, отказ от оценочных высказываний в пользу «объективных», неоценочных.

Так, директивная критика ошибки, допущенной собеседником, не содержит принижения его личности, в отличие от защитно-агрессивной критики, ср.: *Ты все время опаздываешь, когда мы встречаемся. Для меня это неудобно. Мы этот вопрос уже обсуждали, и я категорически требую, чтобы ты приходил вовремя* (директивная реакция) и *Ты все время опаздываешь. Как можно быть таким безответственным и ненадежным человеком? Тебе невозможно доверять. Если еще раз опоздаешь, я больше с тобой не буду ни о чем договариваться* (защитно-агрессивная реакция).

**Следует помнить:**

- любой вопрос можно сформулировать в оценочной и неоценочной форме, ср.: *Что я забыл купить?* (неоценочная форма) и *Судя по твоему лицу, я все сделал не так. Что это такое важное я забыл купить, что ты так недовольна?* (оценочная форма);

- любую критику можно отнести к данной конкретной ситуации или распространить (оправданно или неоправданно) на человека в целом, ср.: 1) *В вашем отчете мало цифровой информации. Он не дает представления о результатах деятельности отдела* и 2) *У вас абсолютно неорганизованный ум. Вы, как обычно, не позаботились снабдить отчет цифровой информацией. Для вас вообще характерна такая расплывчатость, недопустимая для менеджера высшего звена.*

Неоценочная форма вопроса и критика, направленная на конкретную ситуацию, более эффективны, не вызывают лишней агрессии или защитной реакции со стороны адресата.

В **директивной форме** могут быть выражены совет, предложение, разъяснение, предупреждение, убеждение, принуждение, директивный вопрос – вопрос, задаваемый не с позиции собеседника (для прояснения его точки зрения), а с собственной позиции – для того, чтобы перевести разговор на другую тему, вызвать у собеседника сомнение в его точке зрения, направить его мысли в русло, необходимое нам.

**Директивная тактика может сочетаться с понимающей** даже в пределах одной реплики: *Понимаете, я бы предпочел действовать по-другому при решении этой проблемы. Однако мне хотелось бы полнее услышать о вашем подходе, который по ряду позиций отличается от моего.* Высказывая таким образом несогласие с собеседником, вы выражаете эффективную директивную реакцию (прямое неоценочное заявление своей позиции) и одновременно понимающую (проявление интереса к точке зрения партнера).

## Лекция 7

### ДИАЛОГИЧЕСКОЕ ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ

#### 7.1. Особенности делового общения. Речевая самопрезентация

Деловое общение – это процесс взаимосвязи и взаимодействия, в ходе которого происходит обмен деятельностью, информацией и опытом. Процесс делового общения предполагает достижение определенного результата, решение конкретной проблемы или реализацию определенной цели.

Деловое общение можно условно рассматривать как **прямое** (непосредственный контакт) или **косвенное** (когда между партнерами существует пространственно-временная дистанция).

Выделяют также **устную** и **письменную формы** делового общения.

Прямое деловое общение обладает большей результативностью, силой эмоционального воздействия и внушения, чем косвенное, в нем непосредственно действуют социально-психологические механизмы в сочетании с языковыми. **Деловое общение** отличается от **обыденного** (неформального) тем, что в его процессе ставятся цель и конкретные задачи, которые требуют своего решения. В деловом общении мы не можем прекратить взаимодействие с партнером (по крайней мере, без потерь для обеих сторон). В обычном дружеском общении чаще всего не ставятся конкретные задачи, не преследуются определенные цели. Такое общение можно прекратить (по желанию участников) в любой момент.

Деловое общение реализуется в различных формах:

- деловая беседа;
- интервью;
- собеседование;
- деловые переговоры;
- деловые совещания;
- публичные выступления.

**Речевая самопрезентация.** В процессе делового общения партнеры сознательно или бессознательно постоянно формируют свой облик в восприятии коммуникантов – тот портрет, который мы показываем окружающим. И этот портрет, наш **вербальный имидж**, должен работать на нас, должен правдиво отображать лучшие качества и быть при этом простым и искренним. Как утверждают специалисты, в настоящее время борьба на рынке в основном ведется не между фирмами, а между их имиджами. При общении с представителями фирмы, знакомстве с ее то-

варами, услугами в восприятии партнеров, хотим мы этого или не хотим, складывается определенный образ. **Вербальный имидж** – мнение, сложившееся о вас на основании информации: прямой или косвенной; осознанной или неосознанной; вербальной или невербальной.

**Вербальный имидж формируется только через речь** (устную или письменную). Если есть проблемы с речью (не все умеют достаточно четко и ясно излагать свои мысли в экспромт-речи), то здесь уместна поговорка «Слово – серебро, а молчание – золото». В ряде случаев молчание действительно имеет преимущество перед речью.

**Основные техники формирования вербального имиджа** в деловом общении:

- о.з.итивнее с людьми разговаривать, а не говорить;
- о.об.х.одимо учитывать личные интересы собеседников;
- не забывать при разговоре с собеседником инициировать улыбку и называть собеседника по имени;
- работать над техникой речи.

Необходимо помнить и о диагностической роли и значении употребления некоторых достаточно распространенных в обыденной речи вводных слов и негативное их влияние на имидж человека. Так, злоупотребление оборотом **как бы** свидетельствует о неуверенности человека в правильности, точности формулировок и, к конечному счету, о неумении выражать свои мысли и чувства.

Проследите, есть ли у вас отклонения в темпе речи? Если есть, их надо откорректировать. Не забывайте о роли интонирования и о психологической функции пауз в речи.

Назвать человека по имени – проявить интерес к его личности, а не к социальной или иной функции данного человека.. Вы произнесли вслух имя Вашего собеседника, следовательно, проявили внимание к его личности, следовательно, утвердили его (в глазах) как личность, следовательно, вызвали у него (помимо его воли) положительные эмоции, следовательно, сформировали у него невольную тягу к себе.

Если кто-то плохо запоминает имена людей вообще – дело не в склерозе, а в... психологической отчужденности этого человека от людей вообще; люди – как часть окружающего мира занимают в его жизни далеко не первое место.

Большую роль в формировании вербального имиджа играет **умение модулировать интонацию**. Человека, говорящего монотонно, неинтересно и утомительно слушать. Кроме того, он не использует богатейшие выразительные и информационные возможности тона.

Например, научитесь произносить одну и ту же фразу, придавая ей прямой и противоположный смысл: *Рад вас видеть! Спасибо за работу.*



*Приходите завтра. Ценю вашу настойчивость.* Очень полезно произносить фразу с разными заданными интонациями: *Я этого никогда не забуду* (с признательностью, с обидой, с восхищением, с гневом).

*Ничем не могу вам помочь* (искренне, с сочувствием, давая понять бестактность просьбы). Всего четыре секунды нужно для того, чтобы произвести на партнера первое впечатление, а сколько времени понадобится, чтобы изменить его?!

В практике делового общения особое внимание уделяется такой личностной характеристике, как **способность вызывать доверие**. Обманчиво первое впечатление или нет, деловой человек должен сделать все, чтобы понравиться своему деловому партнеру с первого раза.

## 7.2. Деловая беседа

Практика деловых отношений показывает, что в решении проблем, связанных с межличностным контактом, многое зависит от того, как партнеры (собеседники) умеют налаживать взаимодействие друг с другом. При всем многообразии форм делового общения деловая беседа является наиболее распространенной и чаще всего применяемой.

Понятие «деловая беседа» весьма широко и достаточно неопределенно: это и просто деловой разговор заинтересованных лиц, и устный контакт между партнерами, связанными деловыми отношениями.

Под деловой беседой понимают речевое общение между собеседниками, которые имеют необходимые полномочия от своих организаций и фирм для установления деловых отношений, разрешения деловых проблем или выработки конструктивного подхода к их решению.

Деловая беседа является наиболее благоприятной, зачастую единственной возможностью убедить собеседника в обоснованности вашей позиции с тем, чтобы он согласился и поддержал ее. Таким образом, одна из главных задач деловой беседы – убедить партнера принять конкретные предложения.

Деловая беседа выполняет ряд важнейших **функций**:

- взаимное общение работников из одной деловой сферы;
- совместный поиск, выдвижение и оперативная разработка рабочих идей и замыслов;
- контроль и координирование уже начатых деловых мероприятий;
- поддержание деловых контактов;
- стимулирование деловой активности.

**Основными этапами деловой беседы являются:**

- начало беседы;
- информирование партнеров;
- аргументирование выдвигаемых положений;

- принятие решения;
- завершение беседы.

Максимальную трудность представляет для собеседников **начало** беседы. Партнеры очень хорошо знают суть предмета, цель, которую они преследуют в данном общении, четко представляют результаты, которые они хотят получить. Но практически всегда появляется «внутренний тормоз», когда речь идет о начале беседы. Как начинать? С чего начинать? Какие фразы более всего подходят? Некоторые партнеры допускают ошибку, игнорируя этот этап, переходят сразу к сути проблемы. Можно, образно говоря, сказать, что они переходят к началу поражения. В любом случае на этом этапе беседы нужно выработать правильное и корректное отношение к собеседнику. Ведь начало беседы – это своеобразный мостик между нами и собеседником.

На первой фазе беседы ставятся следующие задачи:

- установить контакт с собеседником;
- создать благоприятную атмосферу для беседы;
- привлечь внимание к теме разговора;
- пробудить интерес собеседника.

Как ни странно, многие беседы заканчиваются, так и не успев начаться, особенно если собеседники находятся на разных социальных уровнях (по положению, образованию, и т. д.). Причина заключается в том, что первые фразы беседы оказываются слишком незначительными. Следует иметь в виду, что **именно несколько первых предложений часто решающим образом воздействуют на собеседника**, т. е. на его решение выслушать нас или нет. Собеседники обычно более внимательно слушают именно начало разговора – часто из любопытства или ожидания чего-то нового. Именно первые два-три предложения создают внутреннее отношение собеседника к нам и к беседе, по первым фразам, у собеседника складывается впечатление о нас. Ниже приведены несколько типичных примеров так называемого

#### **самоубийственного начала беседы:**

1) следует всегда избегать извинений, проявления признаков неуверенности. Негативные примеры: *«Извините, если я помешал...»*; *«Я бы хотел еще раз услышать...»*; *«Пожалуйста, если у вас есть время меня выслушать...»*;

2) нужно избегать любых проявлений неуважения и пренебрежения к собеседнику, о чем говорят следующие фразы: *«Давайте с вами быстро рассмотрим...»*, *«Я как раз случайно проходил мимо и заскокчил к вам...»*; *«А у меня на этот счет другое мнение...»*;

3) не следует своими первыми вопросами вынуждать собеседника подыскивать контраргументы и занимать оборонительную позицию: хо-

тя это логичная и совершенно нормальная реакция, в то же время с точки зрения психологии это промах.

Возможные методы начала беседы.

1. Метод **снятия напряженности** позволяет установить тесный контакт с собеседником. Достаточно сказать несколько теплых слов – и вы этого легко добьетесь. Нужно только задаться вопросом: как бы хотели чувствовать себя в вашем обществе собеседники? Шутка, которая вызовет улыбку или смех присутствующих, также во многом способствует разрядке первоначальной напряженности и созданию дружеской обстановки для беседы.

2. Метод **«зацепки»** позволяет кратко изложить ситуацию или проблему, увязав ее с содержанием беседы. В этих целях можно с успехом использовать какое-то небольшое событие, сравнение, личные впечатления, анекдотичный случай или необычный вопрос.

3. Метод **прямого подхода** означает непосредственный переход к делу, без какого бы то ни было вступления. Схематично это выглядит следующим образом: мы вкратце сообщаем причины, по которым была назначена беседа, быстро переходим от общих вопросов к частному и приступаем к теме беседы. Этот прием является «холодным» и рациональным, он имеет прямой характер и больше всего подходит для кратковременных и не слишком важных деловых контактов.

Очень важно помнить о нашем **личном подходе к беседе**.

Основное правило заключается в том, что беседа должна начинаться с так называемого **«ВЫ-подхода»**. «ВЫ-подход» – это умение человека, ведущего беседу, поставить себя на место собеседника, чтобы лучше его понять. Зададим себе следующие вопросы: «Что бы нас интересовало, будь мы на месте нашего собеседника?»; «Как бы мы реагировали на его месте?». Это уже первые шаги в направлении «ВЫ-подхода». Мы даем собеседнику почувствовать, что мы его уважаем и ценим как специалиста.

Конечно, трудностей в начале беседы не избежать. Любой человек, живущий в гуще событий и общающийся со множеством людей, постепенно накапливает опыт, формирует свои представления о приемах общения с людьми. Это следует иметь в виду, если возникают сложности в начале беседы, особенно с незнакомыми собеседниками. Типичным примером является спонтанное возникновение симпатии или антипатии, в основе которых лежит личное впечатление, вызванное тем, что наш собеседник нам кого-то напоминает.

Это может оказать позитивное, нейтральное или даже негативное воздействие на ход беседы. Особенно опасно, если случайное впечатление подкрепится схематичным мышлением. Таким образом возникают

предубеждения и предрассудки. В подобных случаях нужно действовать осмотрительно, не торопясь.

### 7.3. Деловые переговоры

Современная Россия проходит этап бурного развития и регулирования рыночных отношений. В этих условиях деловые переговоры занимают всё более значительное место в деловой жизни не только частных, но и государственных фирм, компаний, учреждений.

Однако проблема переговоров в западном мире ощущается до сих пор как более важная, чем, например, в России, поскольку там серьезно стоит проблема *согласования поведения различных социальных групп и интересов*. Мы же привыкли жить (и, вероятно, продолжаем это делать) в рамках *иерархического слова*, когда мнение одного партнера, занимающего "командное кресло", признается единственно возможным и непрекаемым. Наше дальнейшее движение в сторону демократизации общества будет все более настоятельно требовать умений согласовывать интересы разнородных слоев общества, различных организаций, кооперации на международном уровне, где, как известно, отсутствует единоначалие и единственным методом достижения согласия являются переговоры.

*Переговоры предназначены для достижения соглашения, когда обе стороны имеют совпадающие, различные либо противоположные интересы.* Они являются неотъемлемой частью делового общения. Деловые переговоры предназначены в основном для того, чтобы с помощью взаимного обмена мнениями (в форме различных предложений по решению поставленной на обсуждение проблемы) получить отвечающее интересам обеих сторон соглашение и достичь результатов, которые бы устроили всех его участников. Переговоры – это менеджмент в действии. Они состоят из выступлений и ответных выступлений, вопросов и ответов, возражений и доказательств. Специалисты выделяют как противоположные **мягкий и жесткий подходы к ведению переговоров**. Их различия показаны в табл. 4.

Однако наиболее успешная модель переговоров была предложена в рамках **Гарвардского проекта по переговорам**.

В систему Гарвардской программы были заложены четыре базисных пункта, все остальное является как бы их расширением.

1. Делайте разграничение между участниками и предметом переговоров.
2. Сосредоточьтесь на интересах, а не на позициях.
3. Разрабатывайте взаимовыгодные варианты.
4. Настаивайте на использовании объективных критериев.

## Мягкий и жесткий подходы к ведению переговоров

Мягкий подход	Жесткий подход
Участники – друзья	Участники – противники
Цель – соглашение	Цель – победа
Делать уступки	Требовать уступок
Придерживаться мягкого курса	Придерживаться жесткого курса
Доверять другим	Не доверять другим
Легко менять свою позицию	Твердо придерживаться своей позиции
Делать предложения	Угрожать
Допускать односторонние потери ради соглашения	Требовать односторонних дивидендов в качестве платы за соглашение
Настаивать на соглашении	Настаивать на своей позиции
Поддаваться давлению	Применять давление

Сама программа выросла из попытки уйти от идеи борьбы за выигрыш, при которой выигрыш одной из сторон автоматически означает проигрыш другой. Вторая сторона, естественно, также будет изо всех сил бороться за выигрыш, и конфликт перейдет в затяжной кризис. Но вместе с тем и более мягкий подход, где мы только отступаем, не является альтернативой. Психологически мягкий подход очень трудно выдержать. Поэтому и в этом случае мы вновь не приходим к решению, нужному обоим.

Гарвардский проект рассматривает оба варианта подхода к переговорам – мягкий и жесткий – как неинтересные и бесперспективные. Предлагается особый вариант, основанный на приведенных выше базовых принципах двух подходов. Он получает название – **принципиальные переговоры**.

Перед переговорщиками стоит проблема эффективного общения.

Двигаясь к цели, мы должны стремиться к тому, чтобы убрать все мешающие нам преграды. Поэтому в общении было обнаружено три такие «мешающие» проблемы:

**1. Люди часто говорят непонятно.** Разъяснение: переговорщики могут стараться поймать собеседника в ловушку, они могут постараться произвести определенное впечатление.

**2. Люди часто не обращают внимания на ваши слова.** Разъяснение: вы можете думать над своим выступлением и практически не слушать своего оппонента. Но если вы не слышите, о чем говорит другая сторона, никакого общения нет.

**3. Люди часто понимают не то, что на самом деле было сказано.**

Пример: в персидском языке значение слова «посредник» состоит в определении его как непрошеного и назойливого человека. Когда в 1980 г. Генеральный секретарь ООН К. Вальдхайм прибыл, чтобы вести переговоры о захваченных в качестве заложников сотрудниках посольства США в Тегеране, он сказал, что приехал в качестве посредника для выработки компромисса. Через час после телепередачи его машину забросали камнями разгневанные иранцы.

В переговорах активные позиции занимает не только говорящий, но и слушающий. В противном случае переговорный процесс обязательно начинает пробуксовывать. Эффективный переговорщик умеет хорошо слушать, и его основная работа часто состоит именно в слушании.

Разрешив в ходе переговоров проблему эффективной коммуникации, можно перейти к следующей фазе, от которой зависит решение – **анализу существующих интересов**. Позиции – это жестко сформулированные условия, от которых из-за их фиксированности уже невозможно отойти. Но за каждой позицией стоят те или иные интересы, причем ваш противник иногда может и не знать о ваших интересах, поэтому их следует сформулировать и показать их важность для вас. Без этого ваши интересы не будут удовлетворены. **Работа на уровне интересов, а не позиций, эффективнее** еще и потому, что: 1) каждый интерес можно удовлетворить исходя из нескольких возможных позиций, что сразу увеличивает число вариантов; 2) противоположные позиции содержат в себе гораздо больше совпадающих интересов, чем те, которые вошли в непосредственное противоречие.

Таким образом, принципиальные переговоры, предложенные Гарвардской школой, интересны этим сочетанием твердости и мягкости, которого не было в иных реализациях. Одно из правил даже выносит именно этот аспект на первое место:

***Будьте тверды, говоря о проблеме, но мягки с людьми.***

Твердость, которая так импонирует каждому участнику, присутствует в этом варианте переговоров, но эта твердость концентрируется только на принципиальных участках. Все остальные составляющие конфликтной коммуникации, наоборот, избегаются от примет конфликтности всеми возможными способами.

Мы говорили о согласовании интересов, но одновременно следует подумать и о том, что в принципе возможны и просто общие интересы.

Гарвардский проект подробно разрабатывает **стратегию переговоров с трудным противником**. В наличии такого оппонента нет ничего страшного. Называется пять возможных барьеров на пути к сотрудничеству: *Ваша реакция, Их эмоции, Их позиция, Их неудовлетворенность, Их сила*. Обратите внимание, что только один из этих барьеров касается

вас самих. Это определенная человеческая эмоциональность, о которой мы говорили выше. Остальные четыре барьера относятся к вашему партнеру. И именно с этими барьерами надо помочь бороться вашему оппоненту, даже в том случае, когда он их не замечает.

Таковыми путями к их преодолению являются: *Станьте на их сторону, Переформулируйте, Постройте золотой мост, Используйте силу для воспитания.*

Попытаемся остановиться подробнее на некоторых из его методик преодоления подобных барьеров.

Чтобы привлечь на свою сторону партнера, *следует уделять пристальное внимание ему и его интересам.* Кстати, фальшивая игра в этом плане часто выходит наружу. Поэтому старайтесь быть искренним. Какие речевые приемы могут нам помочь?

1. *Активное слушание* – осуществляется как на вербальном (переспрашивание, подтверждение и т. п.), так и на невербальном уровне.

2. *Подтверждайте точку зрения партнера* – это означает: вы должны подтвердить, что вы поняли услышанное, даже если вы не согласны с предложенной позицией. Это отнюдь не означает согласия, просто речь идет об эффективности коммуникации, где следует демонстрировать понимание услышанного.

3. *Выражайте сопереживание их чувствам.* Вы должны выразить понимание их чувств. Это обезоруживает и располагает, и тогда в ответ вы можете ожидать то же самое.

4. *Предложите вариант извинения.* Извинение часто создает очень хорошие условия для последующего конструктивного разрешения спора.

5. Демонстрируйте ваше согласие, где это возможно: один американский сенатор требовал от штата своих сотрудников говорить с избирателями только по тем проблемам, по которым у него имеется согласие со своим электоратом.

Переговоры могут протекать легко или напряженно, партнеры могут договориться между собой без труда, или с большим трудом, или вообще не прийти к согласию. Поэтому для каждого переговоров необходимо разрабатывать и применять специальную тактику и технику их ведения.

В связи с разнообразием переговоров невозможно предложить их точную модель. Но, бесспорно, существуют некоторые тактики и приемы, которые помогут сделать ваши переговоры наиболее успешными.

Успех переговоров во многом зависит от того, насколько хорошо вы к ним подготовились. До начала переговоров необходимо иметь их *разработанную модель:*

- четко представлять себе предмет переговоров и обсуждаемую проблему: инициатива на переговорах будет у того, кто лучше знает и понимает проблему;
- обязательно составить примерную программу, сценарий хода переговоров. В зависимости от трудности переговоров может быть несколько проектов;
- наметить моменты своей неуступчивости, а также проблемы, где можно уступить, если неожиданно возникает тупик в переговорах;
- определить для себя верхний и нижний уровень компромиссов по вопросам, которые, на ваш взгляд, вызовут наиболее жаркую дискуссию.

## **Основные методы проведения переговоров**

### ***Вариационный метод***

При подготовке к сложным переговорам (например, если уже заранее можно предвидеть негативную реакцию противной стороны) ответьте себе на следующие вопросы:

- в чем заключается идеальное (независимо от условий реализации) решение поставленной проблемы в комплексе?
- от каких аспектов идеального решения (с учетом всей проблемы в комплексе, партнера и его предположительной реакции) можно отказаться?
- в чем следует видеть оптимальное (высокая степень вероятности реализации) решение проблемы при дифференцированном подходе к ожидаемым последствиям, трудностям, помехам?
- какие аргументы необходимы для того, чтобы должным образом отреагировать, на ожидаемое предположение партнера, обусловленное несовпадением интересов и их односторонним осуществлением (сужение или соответственно расширение предложения при обеспечении взаимной выгоды, новые аспекты материального, финансового, юридического характера и т. д.)?
- какое вынужденное решение можно принять на переговорах на ограниченный срок?
- какие экстремальные предложения партнера следует обязательно отклонить и с помощью каких аргументов?

Такие рассуждения выходят за рамки чисто альтернативного рассмотрения предмета переговоров. Они требуют обзора всего предмета деятельности, творчества и реалистичных оценок.



### ***Метод интеграции***

Он предназначен для того, чтобы убедить партнера в необходимости оценивать проблематику переговоров с учетом общественных взаимосвязей и вытекающих отсюда потребностей развития кооперации. Применение этого метода, конечно же, не гарантирует достижения соглашения в деталях; пользоваться им следует в тех случаях, когда, например, партнер игнорирует общественные взаимосвязи и подходит к осуществлению своих интересов с узковедомственных позиций.

Пытаясь добиться того, чтобы партнер осознал необходимость интеграции, не упускайте, однако, из виду его законные интересы. Поэтому избегайте нравоучительных призывов, оторванных от интересов партнера и не связанных с конкретным предметом обсуждения. Наоборот, изложите партнеру свою позицию и подчеркните, каких действий в рамках совместной ответственности за результаты переговоров Вы от него ожидаете.

### ***Метод уравнивания***

Используя данный метод, определите, какие доказательства и аргументы (факты, результаты расчетов, статистические данные, цифры и т. д.) целесообразно использовать, чтобы побудить партнера принять Ваше предложение.

Рассмотрите комплекс проблем с точки зрения ожидаемых от партнера аргументов «за» и доведите до сознания собеседника связанные, с этим преимущества.

Обдумайте также возможные контраргументы партнера, соответственно настройтесь на них и приготовьтесь использовать их в процессе аргументации.

Бессмысленно пытаться игнорировать выдвинутые на переговорах контраргументы партнера: последний ждет от вас реакции на свои возражения, оговорки, опасения и т. д. Прежде чем перейти к этому, выясните, что именно послужило причиной такого поведения партнера (не совсем правильное понимание Ваших высказываний, недостаточная компетентность).

### ***Компромиссный метод***

Участники переговоров должны обнаруживать готовность к компромиссам: в случае несовпадений интересов партнера следует добиваться соглашения поэтапно. При компромиссном решении согласие достигается за счет того, что партнеры после неудавшейся попытки до-

говориться между собой частично отходят от своих требований с учетом новых соображений.

Может случиться, что предложенное компромиссное решение превышает вашу компетенцию. В интересах сохранения контакта с партнером Вы тут можете пойти на так называемое условное соглашение (например, сослаться на принципиальное согласие компетентного руководителя).

Трудно быстро прийти к согласию путем уступок, приемлемых для обеих сторон (например, в отличие от полного отказа одного из партнеров от своих требований или так называемого «гнилого» компромисса); партнеры по инерции будут упорствовать в своем мнении. Здесь необходимы терпение, соответствующая мотивация и умение «поколебать» партнера с помощью новых, аргументов и способов рассмотрения проблемы при использовании всех вытекающих из переговоров возможностей.

Соглашение на основе компромиссов заключается в тех случаях, когда необходимо достичь общей цели переговоров, когда их срыв будет иметь для партнеров неблагоприятные последствия.

## Лекция 8

# МОНОЛОГИЧЕСКОЕ ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ: УСТНОЕ ПУБЛИЧНОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ

### 8.1. Требования к публичной речи

Публичные речи могут быть включены в другие формы деловой коммуникации, такие, как деловые совещания, конференции, дискуссии, презентации, а могут иметь и самостоятельное значение. Речь в деловой среде направлена на достижение прагматических целей, например, речь адвоката – чтобы эффективно защитить клиента, речь руководителя на совещании – чтобы стимулировать высокую продуктивность работы его участников, для информирования, речь на митинге – чтобы убедить участников, склонить их к действию и т. п.

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

1. ***Речь должна быть с начала и до конца захватывающе интересной и полезной.*** Французская поговорка гласит: «Хороший оратор должен иметь голову, а не только глотку!». Слушатели намного чаще, чем думают иные, точно чувствуют, на самом ли деле мельница речи перемалывает зерно, или она трещит так громко лишь оттого, что внутри пусто.

2. ***Она должна быть составлена правильно*** в композиционном отношении и содержать вступление, основную часть и заключение.

У любой речи должна быть тщательно продумана внутренняя структура.

3. ***Речь должна быть ориентирована на слушателей*** в зависимости от того, предназначена она для индивидуального собеседования или для выступления перед большой аудиторией. Она может быть обращена к разнородной аудитории.

Сэр Гамильтон думал лаконично и связно, оставив нам пять заповедей искусства речи:

- Понять, что следует сказать;
- Упорядочить: что по делу, а что шутки ради;
- Облечь в слова и украсить слогом;
- Запечатлеть в памяти;
- Приятно и достойно изложить.

Поль Л. Сопер в книге «Основы искусства речи. Книга о науке убеждать» дает следующие советы начинающим ораторам:

**1. Выбирайте тему, соответствующую вашим познаниям и интересам.** Выбирайте круг вопросов, подготовка по которым может дать вам больше знаний, чем обладают ваши потенциальные слушатели, или тему из такой области, в которой у вас по крайней мере не меньший опыт, чем у слушателей. Выступающий должен иметь общественные интересы и широкий кругозор.

**2. Подбирайте уместную тему.** Выбор темы зависит от места, времени и настроения публики, от актуальности конкретного момента. Официальный повод следует иногда использовать как исходный пункт для развития выбранной вами темы, которая, в свою очередь, может стать интересней и важней.

**3. Выбирайте тему, соответствующую аудитории.** Тема должна быть интересна, важна и понятна для слушателя. Это зависит, главным образом, от следующих факторов: а) основных интересов аудитории;

б) групповых интересов; в) злободневных интересов; г) конкретных интересов; д) новизны темы; е) заложенных в теме полярных мнений.

## 8.2. Классификация речей

Для эффективного выступления с речью деловому человеку недостаточно только выбрать ее тему, необходимо подумать и о назначении речи. Если человек берет слово, затем встает и начинает говорить, не имея ясного представления о том, чего ради он говорит и что хочет сказать, то для такого выступления, несомненно, нет достаточного основания и оно недопустимо, т. к. отсутствует предмет речи.

*Информационная речь* имеет целью обогатить аудиторию слушателей новыми знаниями, дать новое представление о предмете, процессе, явлении, пробудить любознательность. Это может быть повествование, описание, объяснение. Повествование – связный рассказ; описание – расчленяет предмет, показывает частности и придает им наглядный вид, как на картине; объяснение – показывает, каков предмет в действии или каково его устройство. Во всех информационных речах преобладает какая-либо одна из этих характерных черт. Например,

*Повествование:* Рост и упадок корпорации. Компьютеризация труда менеджера. Микроэлектроника и ее перспективы.

*Описание:* Дом сибирского крестьянина. Наш город с высоты птичьего полета. Жизнь в стратосфере.

*Объяснение:* Что вдохновляет политика. Смысл феминизма. Деловые игры как методика обучения.

Информационная речь должна отвечать следующим требованиям:

- А) в ней не должно быть ничего спорного;
- Б) она должна пробуждать любознательность слушателя;
- В) она должна удовлетворять запросы слушателя;
- Г) сообщение должно быть сделано на актуальную тему.

*Убеждающая речь* – в ней любыми методами – логическими и иными – оратор убеждает согласиться с ним в сложном вопросе, по которому в обществе нет единой точки зрения. Вместе с тем, хотя такая речь стремится определить образ мышления и поведения, она не представляет собой призыва к непосредственному действию. Во время убеждающей речи доказываются или опровергаются какие-либо положения, вызываются у слушателей те или иные чувства. Предмет убеждающей речи – вопросы, факты, свидетельствующие о том, что представляет истинную правду, а что нет, или вопросы поведения, т. е. что следует предпринимать, а какие действия недопустимы.

Интерес аудитории к предмету речи стимулируется самой спорностью вопроса, и от оратора требуются ответы на вопросы: «Чему же верить?» или «Что делать?». Если предмет речи не вызывает у аудитории реального или потенциального интереса, или нельзя при обсуждении проблемы предложить ее решение (или хотя бы помочь в этом), то такая тема выступления не подходит для убеждающей речи. Чтобы избежать подобного рода ошибок необходимы следующие шаги.

1. *Выбирать действительно спорный и актуальный вопрос.* Следует помнить, что многие актуальные темы устаревают, их острота снижается, и в определенный период времени она может уже не вызывать интереса. Поэтому для речи убеждающего характера лучше всего брать темы по политическим и социальным вопросам, например: торговля спиртными напитками, служба молодых людей в армии, безработица, детская преступность, коммунальная реформа и ее проблемы и т. п. Эти темы вызывают живой интерес у слушателей, оратор несомненно по каждой из них может предложить какие-то варианты решений, что-то конструктивное и новое, о чем уже давно не слышала аудитория.

2. *Выбирать содержательную тему.* Даже если речь будет остроумна и увлекательна по форме, необходимо, чтобы обсуждаемый вопрос непосредственно касался слушателей и затрагивал их интересы.

3. *Выбирать разрешимый вопрос.* Несомненно, сама речь не может практически решить тот или иной вопрос, но продемонстрировать возможные пути, подходы к решению, обозначить те иные варианты действий – это сделать оратору необходимо.

*Призывающая к действию речь* относится к числу агитационных, а следовательно, она должна содержать необходимые факты, пробуждать

психическую восприимчивость, приводить к согласию, Но главное – **призывать к конкретному действию**: к новому, к продолжению или прекращению прежнего. Призыв к действию бывает прямым и косвенным; действие может наступить когда-нибудь или немедленно; речь направлена именно на тех слушателей, которые сидят в аудитории.

Оратор в этом случае должен быть настолько убедительным, чтобы у слушателей появилась потребность именно здесь и сейчас сделать то, о чем их просит оратор.

При выборе темы для речи, призывающей к действию, необходимо:

1. Проверить, **вызовет ли тема достаточный интерес у слушателя**. Самая трудная аудитория для побуждающих речей – это равнодушная аудитория. Поэтому очень важно, как и в речах, описанных выше, выбрать волнующую слушателей тему, задевающую их интересы, провоцирующую потребность поддержать оратора. Это зависит, в свою очередь, от того, способен ли выступающий дать почувствовать слушателю, что вопрос идет о срочных, полезных и желательных действиях.

2. Выяснить, **способны ли слушатели к действию**. Для ответа на этот вопрос необходимо соотнести не только интересы аудитории, но и ее особенности, например какой смысл предлагать слушателям приобрести что-либо, если у них нет средств или они уже сделали то, о чем их просят?

3. Уточнить, **не слишком ли сильна оппозиция**. В некоторых аудиториях прямой призыв к действиям может не найти отклика по причине внутреннего противодействия, наличия оппозиции. Поэтому важно убедить хотя бы некоторых слушателей. Как известно, слушателей побуждают к действию материальные, нравственные или общественные блага, поэтому следует уяснить для себя и объяснить это слушателям, сколько времени, энергии, денег затратят они, следуя вашему призыву, будут ли их действия сопровождаться психологическими травмами, и если - да, то пойдут ли они на это.

Оратору во время агитационной речи следует контролировать ситуацию, и если анализ свидетельствует, что своими призывами вы только обострите оппозицию, то необходимо на данный момент пожертвовать агитационной целью в пользу чисто информационной беседы. В реальной практике можно столкнуться с ситуацией, когда определенная ораторская смелость также может быть уместна. Речи подобного типа обычно не планируются заранее и не готовятся длительное время, тематика их может меняться в зависимости от актуальных событий. Они представляют собой как бы «оперативные» речи, поэтому **важными требованиями для них являются:**

- излагать мысли таким образом, чтобы слушатели отождествляли получаемую информацию со своими проблемами и размышлениями;
- задевать личные мотивы слушателей, их интересы;
- кратко и эмоционально выражать мысли;
- ориентировать аудиторию на конкретные прагматические действия;

– пользоваться логически безупречной аргументацией, учитывая при этом эмоциональную культуру слушателей и их убеждения.

*Речь по специальному поводу* обращены, как правило, гораздо более к чувству, чем к разуму. Они имеют четыре основные формы:

- Протокольная (рамочная) речь – приветствие, благодарность и т. д.
- Траурная речь.
- Торжественная речь.
- Речь в дружеском кругу.

Произнесение речей по специальному поводу для многих людей представляет трудности, вызванные тем, что:

- а) нужно выбрать ситуативно уместный момент;
- б) необходимо уловить основное настроение собравшихся и отразить это в речи;
- в) требуется выразить глубокие чувства простым языком;
- г) надо говорить как можно короче;
- д) сказанные слова, речь должны быть неповторимы;
- е) использование цитат допустимо, но коротких и с глубоким смыслом.

**Протокольная (рамочная) речь** не является центром мероприятия, но обрамляет событие. Это речи по поводу открытия, презентации, приветственные и благодарственные речи.

В приветственной речи кратко представляются основной выступающий (при этом считается нецелесообразным слишком говорить в его адрес много комплиментов). Тот, кто предоставляет слово выступающему, должен помнить, что основную речь держит оратор, поэтому нельзя у него, как говорится, «отнимать хлеб».

*Начиная приветственную речь, необходимо соблюдать следующую последовательность:*

- открыть встречу, собрание и приветствовать слушателей;
- поприветствовать или представить докладчика (докладчиков);
- предоставить слово докладчику.

*Заканчивая приветственную речь, следует:*

- сказать слова благодарности оратору;
- кратко обосновать эту благодарность;
- попрощаться со слушателями.

Организатору таких собраний для демонстрации конструктивной коммуникации целесообразно: избегать стереотипов типа *мне выпала особая честь* или *аплодисменты показывают, что...*; тему выступления обрисовать двумя-тремя фразами (и то в случае необходимости), а не сообщать краткое содержание доклада; не использовать чрезмерные тирады с превосходными степенями в адрес выступающего, но вместе с тем вполне уместно кое-что сказать о личности докладчика, сделав это изобретательно, ярко, с юмором. Вообще уместны простые, деловые и в то же время сердечные слова. По завершении доклада его оценку также можно сделать двумя-тремя фразами по поводу самых существенных моментов.

*Торжественная речь* – это, как правило, эмоциональное высказывание по торжественному поводу. Цель такой речи: создать праздничное настроение, согреть сердца слушателей, удовлетворить их ожидания. Для такой речи уместны красивые слова, эпитеты, художественные, образные высказывания, авансированная похвала, эмоциональная поддержка. Если речи говорят последовательно несколько ораторов, например на юбилее, тогда они должны быть непременно короткими и оригинальными. *Речь по случаю юбилея заслуженного человека*, например, может включать в себя следующие составляющие:

- приветствие;
- повод для произнесения речи;
- перечисление важных моментов жизненного пути юбиляра;
- краткая характеристика наиболее существенных его черт;
- акцент на положительных, хороших сторонах его личности;
- приведение ярких примеров из его жизни;
- рассказ о событиях, в которых выступающий лично взаимодействовал с юбиляром;
- рассказ о значении юбиляра для организации (фирмы), в которой он работает;
- выражение благодарности за участие, вклад во что-то значимое;
- высказывание добрых пожеланий на будущее.

*Речь в дружеском кругу*. В неформальном общении используются речи разнообразной формы. Это могут быть застольные речи (тосты по случаю) или речь руководителя предприятия, члена коллектива во время торжественного мероприятия, например, презентации проекта, новых товаров или услуг. При произнесении таких речей необходимо отражать следующие моменты:

- приветствие и указание на смысл мероприятия;
- ретроспективный обзор проделанной работы, остроумно приправленный упоминанием какого-либо происшествия;



- выражение надежды на дальнейшее сотрудничество;
- объявление программы и пожелание радостного времяпрепровождения.

Высказывания, в которые заложен такой смысл, должны быть краткими, энергичными и целеустремленными.

Во время застолья в деловом общении используются также *развлекательные речи*, их цель – развлечь и развеселить слушателей. В такой речи уместны шутка и серьезная мысль, правда и вымысел. Это может быть связное повествование, а может быть дайджест из анекдотов. Юмор, кое-что личное, ирония, насмешливая серьезность, карикатура и преувеличения, шуточные выпады против той или иной группы, нападки на противоположный пол или отдельных людей – и все это на дружественной ноте – это типичные составляющие развлекательной речи. Если речь не юмористическая, в ней должны быть новизна, конкретность, по возможности конфликтные, драматические моменты, контрасты, действие. В юмористической речи, наоборот: нелишни преувеличения в описании обычных ситуаций или личных качеств; уместен иронический показ оборотной стороны того, о чем говорит оратор; целесообразно прибегать к умолчанию и внезапной развязке, показывать людей в нелепом или неловком положении. Таким образом, добрая шутка и благожелательный тон – это неотъемлемые черты речей в дружеском кругу, в неформальном деловом застолье. Главная характеристика таких речей – это лаконичность.

### **8.3. Выступление с публичной речью**

Когда Нельсон Мандела совершал свой «победный тур» по Соединенным Штатам после двадцатисемилетнего тюремного заключения в ЮАР, он и президент США Джордж Буш обменялись речами, стоя рядом на лужайке перед Белым Домом.

Президент Буш выступал, как обычно в таких случаях, по готовому тексту, но получалось это у него естественно и чуть ли не небрежно. Мандела, которому было уже за семьдесят, говорил торжественно, но ни разу не опустил глаз, чтобы свериться с бумажкой! Его английский язык был безупречным, речь – четкой и поразительно искренней. Джордж Буш был поражен тем, что Мандела говорил, не прибегая к заранее подготовленному тексту. Когда они направились к Белому Дому, параболические микрофоны прессы уловили его слова: "Отличная речь. И без бумажки. Просто удивительно".

Это всегда производит на людей впечатление – когда кто-то говорит гладко и четко, не заглядывая в бумажку. Но это возможно только в

том случае, когда человек мысленно видит то, что говорит. Как правило, его речь течет так легко именно благодаря этой воображаемой картине.

Своеобразие речи состоит в том, что она воздействует на слушателей не только словами, использованными при построении фразы, но и тем, *как именно эти слова сказаны* (интонация, сила, высота звука и пр.). Эффективное воздействие на аудиторию происходит не столько из-за того, *что* говорят, сколько из-за того, *как* это сказано. Одно и то же слово *НЕТ* может быть сказано повелительно или равнодушно, задумчиво или колюче, категорично или нерешительно.

*На слушателей действует также обстановка*, в которой произносится речь: помещение, состав слушателей, наличие или отсутствие свежего воздуха, освещение, технические средства, личность самого оратора, его внешний вид и многое другое.

*Речь воздействует через структуру и способ произнесения*: «Зачастую в тоне голоса, в слезах и во всей атмосфере, которую оратор распространяет вокруг себя, так же много красноречия, как в выборе слова» (Ларошфуко).

К сожалению, в реальной практике деловой коммуникации очень мало пока таких выступающих, которые говорят перед аудиторией, не задумываясь над тем, как они это делают. А.П. Чехов писал: «Лектор медленно засыпал, аудитория namного его опередила».

Чтобы прийти к успеху, оратору необходимо каждый раз помнить о следующем:

1. Выступающий принимает на себя некое обязательство перед публикой. Он старается доказать нечто такое, что должно получить поддержку слушателей и вылиться в некое действие.

2. Слушатели молча оценивают выполнение этого обязательства («Есть ли в этом смысл?», «Точны ли эти факты?», «Внушает ли мне доверие этот человек?»). А после окончания речи публика, как правило, выносит приговор. Опытный оратор не допустит отрицательного результата, он хорошо подготовится к встрече и будет постоянно следить за тем, как его выступление воспринимается аудиторией, по невербальным сигналам: когда выступление не нравится, слушатели начинают менять положение тела, смотреть на часы, разворачивать ноги в сторону двери, поворачиваться к оратору боком, спиной, зевать, закрывать лоб руками, опираться головой на обе руки, разговаривать с соседом, всячески показывая нежелание слушать оратора.

*Как произвести положительное впечатление.* В.О. Ключевский писал: «Сидящих в зале слушателей можно сравнить лишь с голодными гостями, уставившимися на вас». Помня об этом, следует уже на подходе к трибуне *держаться уверенно*, производить хорошее впечатление.

Психологи утверждают: большинство слушателей в течение первых минут выступления уделяют оратору все свое внимание. Они внимательно присматриваются к нему: как он идет, как начинает говорить, как ведет себя за трибуной. Кроме демонстрации жестов уверенности, **необходимо установить со слушателями контакт глаз**, демонстрировать уверенный, прямой взгляд. Социологи установили, что если оратор только два-три раза украдкой посмотрит на присутствующих, его рейтинг значительно снизится. То же самое происходит, если говорящий смотрит поверх головы сидящего в последнем ряду или непродолжительное время смотрит в окно. Во всех этих случаях аудитория не доверяет оратору, решает, что выступающий неискренен или неуверен. **Необходимо обращать свой взгляд сразу же на нескольких слушателей**, желательна в разных концах аудитории, охватывая как бы всех сразу и никого при этом не оставляя без внимания. Взгляд должен быть теплым, доброжелательным, дружеским. Избегайте при этом смотреть на кого-либо искоса, поворачивайте голову, переводя взгляд с одного на другого.

Для установления психологического контакта с аудиторией **используйте улыбку**. «Улыбка, – пишет Д. Карнеги, – ничего не стоит, но много дает. Она обогащает тех, кто ее получает, не обедняя при этом тех, кто ею одаривает. Она длится мгновение, а в памяти остается порой навсегда. Никто не богат настолько, чтобы обойтись без нее, и нет такого бедняка, который не стал бы от нее богаче. Она создает счастье в доме, порождает атмосферу доброжелательности в деловых взаимоотношениях и служит паролем для друзей».

Специалисты по речевой коммуникации советуют:

- **Исключайте безличные предложения**. Например, *было проведено..., было изучено..., были спланированы перспективные направления...* Широко используйте форму первого лица: *мы спланировали..., я изучил...* и "ВЫ-подход": *вам будет интересно узнать..., это поможет вам..., для вас важно...*

- **Говорите не слишком быстро**, даже если времени на выступление мало, говорите в умеренном темпе.

- **Голосом выделяйте существенные моменты** вашей речи: слова, понятия, части предложений, цифры.

- **Не перегружайте свою речь иностранными словами**, придавая ей тем самым важность или научность. Например, *Амбивалентность конструкции редуцируется за счет контракции ее редундантных элементов*. Чтобы разобраться в смысле подобной фразы слушателю необходимо обратиться к лингвистическому словарю, из которого выяснится, что *амбивалентность* – это *двусмысленность*; *редуцироваться* – *сокращаться*; *контракция* – *стяжение*; *редундантный* – *избыточный*.

Таким образом, на русском языке это предложение звучит просто и понятно.

Вместе с тем бывают ситуации, когда **выступающий преднамеренно использует иностранные слова, чтобы ввести в заблуждение слушателей**. Известен такой, например, случай. Один из противников сенатора К. Паппера, выступая перед аудиторией, заявил: «...всё ФБР и каждый член конгресса знают, что Клод Паппер бесстыдный *экстраверт*. Более того, есть основания считать, что он практикует *непотизм* по отношению к свояченице, сестра его была *фестианкой* в греховном Нью-Йорке. Наконец, и этому трудно поверить, хорошо известно, что до женитьбы Паппер практиковал *целибат*». Избиратели возмутились, и К. Паппер потерял место в сенате. Не владеющий подобным лексиконным слушатель попался в ловушку. На самом деле эти слова означают: *экстраверт* – общительный человек; *непотизм* – покровительство родственникам; *фестианка* – поклонница драматического искусства; *целибат* – безбрачие.

• **Обращайте внимание на ваши жесты**, пользуйтесь ими с учетом их информативности и ситуативно уместно.

#### 8.4. Подготовка публичной речи

Публичная речь требует даже от опытных ораторов тщательной подготовки, а для начинающих деловых людей, молодых специалистов, это обязательное требование. Подготовка речи является творческой работой, доставляющей автору радость и импровизационный азарт. К такой подготовке относится прежде всего обдуманная последовательность всех этапов работы.

Принято выделять следующие этапы подготовки речи к произнесению

1. Сбор материала.
2. Отбор материала и его организация.
3. Обдумывание материала (связка деталей).
4. Первая редакция ключевых слов (предварительная редакция).
5. Стилистическое оформление главной части (упражнение в словесном оформлении).
6. Формулирование вступления и заключения.
7. Общий контроль.
8. Вторая редакция ключевых слов (окончательная редакция).
9. Мысленное освоение.
10. Риторическое освоение (проба речи).

Иногда короткие деловые сообщения не требуют тщательной подготовки. В этом случае можно использовать следующую схему.

1. Выбор темы и формулирование рабочего названия выступления → 2. Сбор материала → 3. Рабочий план → 4. Введение и заключение → 5. Краткий просмотр целого (для проверки логики и достижения целей выступления, а также правильности расчета времени).

**Запомните!** Чтение вслух одной страницы печатного текста занимает в среднем 2 мин.

Если тема выступления задана заранее (информативное выступление на семинаре; убеждающая речь в конфликтной ситуации и т. п.), подумайте, как лучше преподнести ее аудитории. **Только вы определяете, каким образом и на каком материале будут раскрыты основные положения предложенной темы.**

Выбрав тему, сформулируйте «рабочее» название вашего выступления (см. Табл. 5).

Таблица 5

Требования к названию

Название должно	Название не должно
1. Быть ясным 2. Отражать содержание выступления (по названию можно предположить, о чем пойдет речь) 3. Привлекать внимание слушателей	1. Содержать общие формулировки 2. Быть длинным и наукообразным

### **Работа над основной частью выступления**

Выступление должно состоять из трех частей: **вступление, основная часть и заключение**. Однако необходимо помнить о **рамочных компонентах** речи:

А) приветствие – факультативно и уместно, если оратор только что появился в аудитории;

Б) обращение – обязательно в любой ситуации и должно быть тщательно продумано, чтобы объединяло присутствующих и относилось к каждому;

В) благодарность за внимание – произносится после заключения и служит сигналом полного окончания речи.

### **Цели основной части выступления**

- \* сформулировать общие положения;
- \* сообщить слушателям новую информацию;
- \* последовательно разъяснить выдвинутые положения;
- \* доказать правильность выдвинутых положений;
- \* подвести слушателей к необходимым выводам.

При написании основной части выступления сначала составляют *рабочий план*. При составлении рабочего плана необходимо определить, в какой последовательности будут изложены основные вопросы, – композицию текста.

**Основное требование к композиции** – логическая последовательность и стройность изложения материала. Важно расположить материал таким образом, чтобы он помог раскрыть *главную мысль* выступления.

При составлении рабочего плана выступления можно:

а) сохранить композицию исходного текста, если выступление представляет собой пересказ какой-либо одной статьи, книги т. п.;

б) изменить композицию исходного текста (текстов), выбрав способ изложения материала, который в наибольшей степени соответствует цели выступления, аудитории, перед которой вы будете выступать, продолжительности выступления и другим факторам.

### **Возможные способы изложения материала**

*Индуктивный способ* – изложение материала от частного к общему.

*Дедуктивный способ* – изложение материала от общего к частному (от тезиса к его доказательству).

*Метод аналогии* – изложение от частного к частному (переход от известного к новому на основе сопоставления различных явлений, событий, фактов, рассуждение или описание по аналогии с известным).

*Ступенчатый способ* – последовательное изложение одной темы за другой без возврата к предыдущей.

*Исторический способ* – изложение материала в хронологической последовательности (разновидность ступенчатого).

*Концентрический способ* – расположение материала вокруг главной проблемы, переход от общего рассмотрения центрального вопроса к более конкретному его рассмотрению.

Использование различных способов изложения материала в одном и том же выступлении позволяет сделать структуру главной части более оригинальной, нестандартной.

### **Тезис и аргументация в основной части убеждающего выступления**

Если выступление убеждающее (т. е. направлено на защиту вашей точки зрения), то следует продумать систему аргументации в основной части.

**Тезис** – мысль или положение, истинность которого требуется доказать.

Успех доказательства зависит от выполнения ряда правил представления тезиса.

1. Тезис должен быть суждением ясным и точно определенным.
2. Тезис должен оставаться тождественным, т. е. одним и тем же на протяжении всего доказательства.
3. Тезис не должен содержать в себе логическое противоречие.
4. Тезис не должен находиться в логическом противоречии с суждениями по данному вопросу, высказанными ранее.
5. Тезис должен быть обоснован фактами.
6. Тезисом не должно быть суждение очевидное, поскольку то, что достоверно само по себе, не требует доказательств.
7. Тезис должен определить собою весь ход доказательства так, чтобы то, что в результате будет доказано, было именно тем, что требовалось доказать.

**Аргументация** – система доказательств тезиса, аргументов, приводимых в его защиту или опровержение

**Аргументы** бывают *сильные, слабые и несостоятельные*.

**Сильные** аргументы не вызывают критики, их невозможно опровергнуть, разрушить, не принять во внимание. **Слабые** аргументы могут вызвать сомнения оппонентов. **Несостоятельные** аргументы позволяют разоблачить, дискредитировать соперника, применившего их.

**Сила и слабость аргументов** должна определяться не с точки зрения выступающего, а с точки зрения слушателя (оппонента).

### **Составление вступительной и заключительной части текста выступления**

Следует помнить, что:

- 1) существует **эффект края**: люди запоминают первое и последнее из того, что вы сказали (т. е. вступление и заключение вашей речи);
- 2) **вступление и заключение** пишут и шлифуют тогда, *когда основная часть подготовлена* и все свои идеи оратор отчетливо понимает и ясно изложил в основной части.
- 3) вступление и заключение всегда следует **писать полностью**.

### **Вступление**

Во вступлении оратор может ставить перед собой следующие цели:

- установить контакт с аудиторией, вызвав расположение и доверие к себе;

- заинтересовать слушателей;
- подготовить слушателей к восприятию выступления;
- обосновать постановку вопроса.

### *Заключение*

В заключении оратор может ставить перед собой следующие *цели*:

- суммировать сказанное, обобщить информацию;
- способствовать запоминанию основных положений, выдвинутых в выступлении, и др.;
- сделать выступление менее официальным и тем самым повысить благожелательное отношение аудитории к себе как оратору и к тексту своего выступления;
- повысить убедительность речи, используя дополнительные сильные аргументы;
- вновь привлечь внимание к проблеме, о которой идет речь;
- повысить значимость своего выступления (перевести выступление в более высокий стиль);
- призвать слушателей к выполнению тех или иных задач.

Как и начало речи, концовку нужно тщательно продумать, обязательно записать и отрепетировать. ***Концовка должна быть короткой.***



## Лекция 9 ПИСЬМЕННАЯ ДЕЛОВАЯ РЕЧЬ

### 9.1. Деловая документация

Формирование официально-деловой письменной речи во всех языковых культурах обусловлено развитием государственности, аппарата управления и связано с необходимостью документально закреплять правовые отношения юридических и частных лиц. Интернациональные свойства делового письма – следствие универсальности задач, которые оно призвано решать, а именно – служить инструментом делового общения, языковым средством фиксации (документирования) управленческой, деловой, служебной информации.

**К служебной информации предъявляются общие требования:**

- достоверность (объективность),
- актуальность (необходимость, новизна, своевременность),
- убедительность (аргументированность),
- полнота (достаточность информации).

**Документирование** – регламентированный процесс записи информации на бумаге или ином носителе, обеспечивающий ее юридическую силу. В деловом общении документирование имеет особое значение. Действительно, ссылка на какую-либо устную договоренность или распоряжение может быть опровергнута или подвергнута сомнению, но если данная договоренность или распоряжение имеют форму документа, то ссылка на него обоснована юридически. Правила документирования устанавливаются правовыми актами каждого государства или вырабатываются традицией.

Итог документирования – создание документа. В социальном плане любой официальный документ **полифункционален**, т. е. одновременно выполняет несколько функций, что и позволяет ему удовлетворять различные общественные и личные потребности.

Слово *документ* происходит от латинского слова *documentum* (доказательство, свидетельство). В русский язык слово вошло в Петровскую эпоху: документами стали называть деловые бумаги, имевшие правовую значимость. В дальнейшем у слова *документ* развились два новых значения: 1) узкое, бытовое: *паспорт, удостоверение*; 2) переносное, расширительное: *все то, что может свидетельствовать о чем-либо, подтверждать что-либо* (произведение искусства – *документ* эпохи и т. п.).

Определение **служебный документ** разграничивает две сферы общественной практики: административно-управленческую, где исполь-

зуются служебные документы, и научно-техническую, где применяется техническая или научная документация.

Существует около 60 видов управленческих документов. Служебные документы делятся на несколько больших групп по своему функциональному значению: личные, директивные и распорядительные, административно-организационные, информационно-справочные, деловые письма, финансовые и учетные документы. Каждый документ имеет определенную текстовую форму.

***Различаются пять типов записи текстов:***

- линейная запись (автобиография, заявление, доверенность и др.),
- трафарет (справки, контракты, договоры и др.),
- таблица (финансовые ведомости и др.),
- анкета (личный листок по учету кадров и др.),
- тексты-аналоги (приказы, решения, постановления и др.).

Образцы управленческих документов, их композиция и оформление закреплены в государственном стандарте «Организационно-распорядительная документация. Основные положения».

Среди **функций** документа выделяют **общие** и **специальные**

**Общие** функции документа:

- информационная: любой документ создается для сохранения информации;
- социальная: документ является социально значимым объектом, поскольку порожден той или иной социальной потребностью;
- коммуникативная: документ выступает в качестве средства связи между отдельными элементами общественной структуры, в частности между учреждениями;
- культурная: документ – средство закрепления и передачи культурных традиций, этапов развития цивилизации. Так, в научно-технической документации находит отражение уровень научного и технического развития общества.

**Специальные** функции документа:

- управленческая: документ является инструментом управления; этой функцией наделены так называемые управленческие документы (плановые, отчетные, организационно-распорядительные документы и др.), специально создаваемые для целей управления;
- правовая: документ является средством закрепления и изменения правовых норм и правоотношений в обществе. Правовую функцию выполняют законодательные и правовые нормативные акты, а также документы, приобретающие правовую функцию на время. Так, для использования в качестве судебного доказательства это может быть любой документ;

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

### **Личные документы**

*Заявление* – документ, содержащий просьбу какого-либо лица, адресованный организации или должностному лицу учреждения.

1. Расположение частей заявления:

1) наименование пишется вверху с отступом в треть строки;

2) фамилия, имя и отчество заявителя – под адресатом, с предлогом *от* или без него;

3) после слова заявление ставится точка, если нет предлога *от*;

4) текст заявления пишется с красной строки;

5) дата ставится слева; подпись – справа.

Оформление наименования адресата: если оно представляет собой название организации, то ставится в винительном падеже; если это название должностного лица - в дательном падеже.

2. Клишированные формы:

1) просьба выражается: *Прошу + инфинитив (разрешить, допустить и т. п.). Прошу Вашего разрешения (согласия) + на что? (на зачисление, на выезд и т. д.).*

2) конструкции для ввода аргументации: *ввиду того что...; в связи с тем, что...; на основании того, что; потому что...; так как...; учитывая (что?)...*

*Доверенность* – документ, с помощью которого одно лицо предоставляет другому лицу полномочия предпринять за него какое-либо действие (чаще всего – получить что-либо).

1. Расположение частей доверенности:

1) наименование документа пишется в центре строки;

2) текст начинается с красной строки;

3) дата – слева, подпись – справа;

4) под датой и подписью необходимо предусмотреть место, чтобы заверить документ.

2. Клишированные формы:

*Кто? + доверяю + кому? инфинитив (получить, управлять, представлять мои интересы).*

### **Распорядительные документы**

*Постановление* – правовой акт, принимаемый высшими и некоторыми центральными органами коллегиального управления в целях разрешения наиболее важных и принципиальных задач, стоящих перед данными органами.

**Распоряжение** – акт управления государственного органа, имеющий властный характер, изданный в рамках присвоенной должностному лицу, государственному органу компетенции, имеющий обязательную силу для граждан и организаций, которым распоряжение адресовано. Распоряжения являются *подзаконными актами* и делятся на две группы: распоряжения общего и конкретного характера длительного действия и распоряжения, касающиеся конкретного узкого вопроса, разового случая.

**Приказ** является самым распространенным видом распорядительного документа, применяемого в практике управления. Он издается для регулирования отношений по основным вопросам, а именно: по вопросам внутренней жизни учреждения, организации, предприятия, по вопросам создания, ликвидации, реорганизации учреждений или их структурных частей; утверждения положений, инструкций, правил и т. п. документов, требующих утверждения, а также по кадровым вопросам приема, перемещения, увольнения работников и др.

### **Структура и содержание распорядительного документа**

1. Текст распорядительного документа должен иметь заголовок. Заголовок начинается с предлога *о (об)* и формулируется при помощи существительных, называющих основную тему документа.

Например: *О назначении...; Об утверждении...; Об итогах...; О мерах... и т. п.*

2. Текст состоит из двух взаимозависимых частей – *констатирующей и распорядительной*.

*Констатирующая часть* – это введение в существо рассматриваемого вопроса. В ней могут быть перечислены факты, события, дана им оценка. Нередко в констатирующей части дается пересказ акта вышестоящего органа, во исполнение которого издается данный распорядительный документ. В этом случае указывается вид акта, его автор, полное название, номер и дата, т. е. приводятся все выходные данные. Констатирующая часть необязательна, она может и отсутствовать, если нет необходимости давать разъяснения.

*Распорядительная часть* несет основную нагрузку в распорядительных документах, а потому излагается в повелительной форме. В зависимости от вида документа она начинается словами: *постановляет* – в постановлении; *решает (решил)* – в решении; *предлагаю* – в распоряжении; *приказываю* – в приказе. Вид распорядительного документа предопределяет и характер изложения его текста. Слова *постановляет, решает (решил), предлагаю, приказываю* печатаются прописными буквами или строчными в разрядку, т. е. они зрительно выделяются и таким

образом отделяют констатирующую часть документа от распорядительной. Располагаются эти слова с отдельной строки от нулевого положения табулятора. В постановлениях и решениях перед словами *постановляет* и *решает* указывается название органа учреждения, имеющего соответствующие полномочия.

*Постановляющая часть.* Если предполагаются различные по характеру действия коллективного органа и нескольких исполнителей, эта часть делится на пункты, которые нумеруются арабскими цифрами. В каждом пункте указываются исполнитель (организация, структурное подразделение, конкретное должностное лицо), предписываемое действие и срок исполнения. Исполнитель указывается в дательном падеже. Можно указывать и обобщенно. Например: *Директорам заводов...; Руководителям архивов...* Предписываемое действие выражается глаголом в неопределенной форме. Например: *Кому? что сделать? – подготовить; зачислить; организовать; обеспечить* и т. д.

К **административно-организационным** документам относятся: планы, уставы, правила, отчеты, контракты, договоры и др. На примере контракта можно проследить различные языковые особенности, характерные для служебных документов: употребление специальных терминов, отыменных предлогов, слов, принадлежащих канцелярской речи; преимущественное использование страдательных конструкций, трафаретность в изложении текста и многое другое.

*Контракт, или договор,* – соглашение двух или более сторон, направленное на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей. Он заключается как между отдельными гражданами, между гражданами и организациями, так и между организациями.

По согласованию сторон контракт может быть расторгнут в любое время. Если одна из сторон письменно не заявит о прекращении договора за истечением обусловленного срока, контракт каждый раз автоматически продлевается на такой же срок. По инициативе Фирмы контракт-трудовое соглашение может быть досрочно расторгнут без каких бы то ни было дополнительных выплат и компенсаций, в случае: а) прогула сотрудника, б) двукратного грубого нарушения трудовой дисциплины в течение 30 дней, в) появления на работе в нетрезвом состоянии.

В административно-организационных документах широко применяется *рубрицирование*, необходимое при перечислении положений устава, пунктов плана и отчета, обязательств и прав договора и контракта.

К **информационно-справочным** документам относятся прежде всего *справки* – документы, содержащие описание и подтверждение тех или иных фактов и событий. *Справки* обычно делят на две группы: ин-

формация о фактах и событиях служебного характера и справки, выдаваемые заинтересованным гражданам и учреждениям, удостоверяющие какой-либо юридический факт. Это справки о подтверждении места учебы и работы, занимаемой должности, заработной плате, месте проживания и т. п.

*Докладная записка* – документ, адресованный руководителю данного или вышестоящего учреждения и информирующий его о сложившейся ситуации, имевшем место явлении или факте, содержащий выводы и предложения составителя. Текст докладной записки делится на две части: констатирующая, где излагаются факты или описывается ситуация, и вторая – где излагаются предложения, просьбы.

1. Тексту докладной записки обязательно предшествует заголовок.

2. Внутренние докладные записки, подаваемые руководителю структурного подразделения или руководителю учреждения, оформляются на простом листке бумаги. Машинописным способом воспроизводятся реквизиты бланка; наименование структурного подразделения, вид документа, дата. Подписывает документ его составитель.

3. Внешняя докладная записка, адресуемая в вышестоящие инстанции, оформляется на общем бланке учреждения и подписывается руководством.

Как и во всяком документе, в докладной записке заголовок начинается с предлога *о* и формулируется с помощью отглагольного существительного: *О назначении...*, *О проверке* и т. п.

## **9.2. Деловое письмо. Виды деловых писем**

*Деловое письмо* – документ, который подготавливает заключение сделок, важные встречи, содержит служебную информацию, претензии, предложения и т. д. Таким образом, деловое письмо – письменный диалог юридических лиц, в котором решаются важнейшие вопросы экономико-правовой или дипломатической деятельности организации.

Текст письма должен соответствовать конкретному типу письма.

По содержанию и назначению выделяются следующие **виды**:

- письмо-сообщение (информационное);
- сопроводительное письмо;
- письмо-инструкция;
- гарантийное письмо;
- письмо-просьба;
- письмо-запрос;
- оферта (письмо-предложение);
- письмо-напоминание;

- письмо-приглашение;
- рекламация (письмо-претензия);
- письмо-подтверждение;
- письмо-благодарность;
- письмо-ответ

Таблица 6

Композиция и речевые формулы делового письма

Структура текста	Речевые конструкции	
<p><b>1. Обращение</b> Используется стандартное обращение (должность, фамилия, имя, отчество). Возможно использование прилагательных. Если не предполагается конкретное лицо, обращение можно опустить.</p>	<p><i>Уважаемый</i> <i>(многоуважаемый, высокоуважаемый</i> <i>(к высокопоставленным чиновникам)</i> <i>Дорогой (к хорошо знакомому адресату)</i> <i>Уважаемые</i></p>	<p><i>господин Иванов!</i> <i>господин директор!</i></p> <p><i>Фридрих!</i></p> <p><i>господа!</i> <i>дамы и господа!</i> <i>коллеги!</i></p>
<p><b>2. Вводная часть</b> Излагается повод для письма</p>	<p><i>В связи с ...</i> <i>Согласно контракту от 21.01.02 № 15/10...</i> <i>Нами рассмотрены Ваши предложения</i></p>	
<p><b>3. Основная часть.</b> Формулируется главная цель письма: сообщение; предложение; отказ; ответ; запрос; просьба; гарантия; напоминание; приглашение; благодарность; рекламация. Суть дела излагается от первого лица в ед.ч. или мн.ч., а также от третьего лица. Необходимо четкое деление на абзацы (абзац — замкнутая смысловая единица)</p>	<p><i>Рады сообщить Вам...</i> <i>Информируем Вас о том, что...</i> <i>Извещаю, что...</i> <i>Ставлю Вас в известность, что...</i> <i>Сообщаю Вам, что...</i> <i>Имеем честь предложить Вам...</i> <i>К сожалению, мы не можем принять...</i> <i>Компания не может принять Ваши условия...</i> <i>Со своей стороны хотели бы попросить Вас...</i> <i>Просим рассмотреть вопрос/ подтвердить заказ/ сообщить о решении...</i> <i>Прошу ответить...</i> <i>Просим выслать...</i> <i>Направляем Вам...</i> <i>Высылаем Вам...</i> <i>Напоминаем Вам...</i> <i>Подтверждаю, что...</i></p>	
<p><b>4. Заключение</b> Выражается надежда на ответ, на положительное решение вопроса, выражается признательность, пожелание, чтобы переписка была продолжена и т. п.</p>	<p><i>Надеемся получить ответ в ближайшее время...</i> <i>Просим ответить в двухнедельный срок...</i> <i>Ожидаем Вашего согласия...</i> <i>Выражаем надежду (надеемся) на дальнейшее сотрудничество (продолжение нашего сотрудничества)...</i> <i>Заранее благодарны...</i> <i>Искренне Ваш...</i> <i>С уважением...</i></p>	

### 9.3. Особенности русской и зарубежной школ делового письма

В значительной степени новые тенденции в русском деловом письме обусловлены расширением деловых связей с зарубежными партнерами. Знакомство с зарубежной школой делового письма становится необходимостью, поскольку эффективность письменного диалога во многом зависит от знания речевых оборотов, формул, особенностей стиля, принятых в практике деловой переписки страны получателя корреспонденции.

*Главной особенностью русской официально-деловой письменной речи* все еще остается строгая функциональность, так называемый *«телеграфный» стиль*.

Одновременно в *западной и американской деловой переписке* к письму предъявляются те же требования, что и к разработкам *рекламного характера*. В американской деловой корреспонденции, в частных деловых письмах нередко встречаются цитаты из Библии, из работ западных и американских философов, отрывки из стихов, народная мудрость, используемые с целью продемонстрировать красноречие и эрудицию автора.

В книге известного американского специалиста в области маркетинга и делового письма Рона Теппера «250 писем и записок в помощь менеджеру» формулируется основной принцип составления деловых писем.

Его суть выражается формулой: **Внимание – Интерес – Просьба – Действие** (сравните с формулой построения рекламных текстов: **Внимание – Интерес – Желание – Действие**).

Следуя этому принципу, авторы деловых писем должны постоянно думать о средствах привлечения внимания, пробуждения и удержания интереса к излагаемому в письме вопросу, просьбе, чтобы побудить адресата к действию.

В качестве таких средств документации рекомендуются:

– *апелляция к человеческим инстинктам* (например, самосохранения, продолжения рода : *Вы хотите, чтобы ваши дети на улицах не подвергались опасностям?*)

– *тактика шока, например*, «*Забудьте все, что слышали раньше о...*»; «*Сейчас Вы прочитаете нечто, что может резко изменить Вашу жизнь в следующем году...*», «*Если Вы работаете не там, где хотели бы, значит, Вы предлагали свои услуги не так, как следовало бы*».

– *так называемые «магические слова»*: существует набор магических слов, которые, как считается, всем бизнесменам следует использо-



вать в деловых письмах и записках, чтобы усилить убедительность письма и записки. К ним можно отнести слова *изумительный, вдохновляющий, драматический, очаровательный, поразительный, чарующий, незабываемый*.

Все эти слова должны убедить читающего в том, что компания стоит на страже своих интересов, помочь установить взаимосвязь между бизнесменом и клиентом. Для отечественной деловой переписки подобные модели вступлений непродуктивны, поскольку не отвечают традиционно сложившимся представлениям о стиле и этике деловых отношений.

Однако Р. Теппер подчеркивает, что магические слова приобретают силу только в том случае, если они используются в соответствующем контексте. При правильном употреблении они могут существенно изменить тон и воздействующую силу письма.

Встретить подобные слова в отечественной деловой переписке практически невозможно, т. к. согласно традиции эмоционально-оценочная лексика исключена из лексикона русской деловой речи. Требования предельной точности формулировок делового письма реализуются в использовании стандартных, клишированных фраз, цель которых – сообщение информации, а не эмоционально-экспрессивное воздействие на адресата.

Специфика письменного делового диалога состоит еще и в том, что в нем исключается все личное, индивидуально значимое, не относящееся к делу.

Содержание деловых писем отличается не только своеобразным «канцелярским» стилем изложения, но и обилием в тексте письма словесных штампов – устоявшихся общепринятых сочетаний слов, оборотов, некоторых терминов и т. п. Попытки «изобрести велосипед» в деле составления таких писем, как правило, ни к чему хорошему не ведут: смысл послания становится туманным (или искажается), восприятие содержания затруднено.

Основным условием убедительности любого делового документа является его *доказательность*. Доказательность же обеспечивается в первую очередь точными, *бесспорными фактами*. Такое понимание убедительности официального послания является общепризнанным и обязательным для всех культур делового письма.

Однако в практике западной и американской деловой переписки принято считать, что убедительность письма зависит прежде всего от умения его составителей выразить интересы того предприятия, в адрес которого оно направлено. Коммерческое письмо составлено правильно, если в нем говорится *о потребностях клиента*, а не о ваших собственных. Автор должен попытаться поставить себя на место адресата.

Обобщив практические рекомендации по составлению деловых писем, Р. Теппер выразил их в пяти основных правилах

1. Пишите коротко и просто.
2. Пишите простыми словами. Не придумывайте новых слов.
3. Обращайтесь к конкретному лицу, а не к определенной группе лиц.
4. Для выражения своих мыслей пользуйтесь принципом *Внимание – Интерес – Просьба – Действие*.
5. Используйте в письмах разговорную речь.

Сопоставление этих правил с требованиями, предъявляемыми к официальному письму в отечественной практике деловой переписки, позволяет выделить общие и принципиально различные подходы к письменному деловому общению в русской и зарубежной школах. Так, если по первым двум пунктам эти подходы совпадают (требования лаконичности, точности и понятности деловой письменной речи), то по трем последующим они существенно расходятся.

Для отечественной практики деловой переписки характерен так называемый «**МЫ-подход**» в подаче информации, т. е. адресант и адресат делового послания рассматриваются как «коллективные» субъекты. При этом приоритетными являются фирмы множественного числа *предлагаем, сообщаем, направляем*; собирательные существительные *администрация, дирекция, правление* используются, в частности, и в тех случаях, когда письмо подписывается конкретным должностным лицом. Это объясняется тем, что, принимая то или иное решение, автор документа представляет интересы всего предприятия, фирмы, выступает представителем организации в целом. В качестве нормы деловой переписки отмечается утрата местоимения *я*. Вместо *я прошу* пишут *прошу*, вместо *я выполнил* пишут *мною выполнено*.

В западной и американской школах делового письма представлен как «**МЫ-подход**» (например: «*Мы были огорчены, узнав, что у Вас возникли проблемы с зубной пастой, произведенной нашей компанией...*») (письмо-извинение), так и «**Я-подход**» (например: «*Я благодарен Вам за сообщение о том, что Вы так и не получили 14 тонн угля по заказу на поставку № 1234 от 15 ноября 1997 года ...*») (письмо-извинение). Оба письма подписаны конкретными должностными лицами, выступающими от лица фирмы, однако во втором случае создается еще ощущение личной ответственности и заинтересованности автора письма в разрешении конфликтной ситуации. Западные специалисты по составлению деловых писем рекомендуют чаще использовать местоимение *я*.

«**МЫ** – затертое слово с довольно туманным значением, – пишет Р. Теппер. – Кто это *мы*? *Мы* – это сотрудники фирмы? Автор письма?

Все вместе? Используйте местоимение *я* там, где это соответствует стилю письма, да и везде, где только возможно».

**Обращение** не всегда предшествует тексту письма в практике отечественной деловой переписки. Без обращений обычно составляются тексты сопроводительных писем, писем-напоминаний, договорных писем, писем-подтверждений и др. Следует заметить, что в последнее время обращение все чаще включается в текст официального послания и становится важным элементом русского делового письма. Отсутствие обращения допустимо, если адресат – коллективный субъект, а также, если послание представляет собой трафаретное письмо.

Обращение в традиции западного письма обязательно. После обращения ставится запятая (в Европе) или двоеточие (в США). При обращении к отдельному лицу обычно употребляется неформальное *Dear (Дорогой)*, при обращении к фирме – более формальная модель *Dear Sirs* (в Европе), *Gentlemen* (в США). Если письмо адресовано фирме, возглавляемой женщинами, употребляется обращение *Ladies*, если же оно направлено одной женщине, используется форма *Madame*. Однако более предпочтительным считается обращение с указанием имени адресата.

Сегодня как никогда важно личностное обращение. Людям нравится слышать свое имя. Подобное обращение вызывает у адресата повышенное внимание. Поставьте себя на его место. Если вы получаете два письма, одно из которых адресовано лично вам, а другое обращено к «жильцам», то, без сомнения, вы в первую очередь распечатаете конверт, на котором указано ваше имя. То же самое относится и к деловым письмам.

В случае, когда получатель письма имеет почетное звание, должность или титул, рекомендуется указывать его в обращении: *Уважаемый доктор...; Уважаемый мэр...; Уважаемый сенатор...; Уважаемый судья...; Уважаемый епископ...; Уважаемый граф...* и др.

**Заключение** как особая этикетная формула вежливости, завершающая официальное послание, также еще не стала общепринятой и обязательной для всех типов деловой корреспонденции в отечественной практике деловой переписки. Заключающие этикетные фразы типа *С уважением ...; С наилучшими пожеланиями ...; С пожеланиями успехов* чаще всего встречаются в нерегламентированных письмах, адресованных конкретному официальному или частному лицу.

По стандартам западноевропейского и американского делового письма заключение является обязательным элементом официального послания любого типа.

К оформлению заключения предъявляются следующие требования:

- заключение должно начинаться с заглавной буквы,
- не должно содержать никаких сокращений,
- оно не должно присоединяться к последнему предложению текста или следовать за шаблонными предложениями, например:

**НЕПРАВИЛЬНО**

*Надеюсь на скорый ответ,  
искренне Ваш...*

*Буду рад скорой встрече,  
с уважением...*

**ПРАВИЛЬНО**

*Надеюсь на скорый ответ.  
Искренне Ваш     подпись*

*Буду рад скорой встрече.  
С уважением     подпись*

**Соответствие форм приветствия и прощания по степени официальности/неофициальности** также является обязательным условием делового письма. В западном деловом письме существуют языковые формулы, соответствующие официальному, полуофициальному и неофициальному заключению официальных посланий.

Степень проявления учтивости (любезности) в разных национальных культурах деловой переписки различна. Для русского официально-делового письма проявление любезности и сердечности в целом не характерно (а в официальном документе – недопустимо). Западное и американское деловое письмо основывается на признании того, что с выражения почтения и уважения к клиенту (деловому партнеру) начинается успех дела, а формулы любезности и сердечности позволяют установить с ним более тесный контакт.

**Различия в стиле сообщения.** Для отечественной деловой переписки традиционным является *надличностный* характер изложения, отличающийся предельной рациональностью, жесткостью используемых языковых форм и моделей, и этим, как считают отечественные специалисты, принципиально отличающийся от так называемых «**доверительных писем**», в которых авторы выступают как личности. Исследователи отмечают, что в сфере делового стиля действуют несколько иные речевые нормы, чем в сфере общелитературного языка. Это объясняется тем, что составитель официального письма стремится, прежде всего, с протокольной точностью передать смысл той или иной **управленческой ситуации**.

#### 9.4. Современные рекомендации по составлению деловых документов

В современном мире нарастает степень интернационализации как гуманитарных, так и профессиональных связей. Уже обычным явлением стала международная деловая переписка, и многие особенности западной школы делового письма усваиваются российскими корреспондентами, стремящимися к налаживанию эффективных, взаимовыгодных отношений с западными партнерами.

Однако многим специалистам, как показывают многочисленные опросы и исследования, часто не хватает умения четко и убедительно излагать свои мысли в письменном виде. Поэтому особую актуальность приобретают рекомендации опытных менеджеров, специально обучавшихся искусству делового письма и успешно применяющих это искусство на практике.

##### *Цели пишущего деловое письмо:*

– привлечь внимание читающего к какой-либо ситуации или проблеме;

– дать читающему возможность без труда понять написанное;

– побудить читающего действовать так, а не иначе.

Это явные цели. Они лежат на поверхности. Но есть еще одна цель, о которой пишущий чаще всего не задумывается на уровне сознания. Эта цель – **лучше уяснить проблему**, составить стройное логическое представление о новой идее.

Известный американский менеджер Ли Якокка в своей книге «Карьера менеджера» считает, что *подготовка делового письма (доклада) – это лучший метод познания менеджерских тайн*. «Регулярно, – пишет он, – раз в три месяца каждый менеджер садится за стол рядом со своим непосредственным начальником, чтобы обсудить итоги сделанного и наметить цели на следующий квартал. Если у него с начальником достигнуто полное согласие относительно намеченных целей, менеджер оформляет их в виде письменного документа, который начальник визирует своей подписью».

Бесспорно, человеку чаще всего значительно легче объясниться на словах, чем выражать свои мысли письменно. Однако действительность такова, что все специалисты, работающие в любой профессиональной сфере, должны уметь писать.

Письменная речь имеет свои сильные и слабые стороны.

##### *Достоинства:*

– пишущий имеет возможность спланировать содержание и форму своего письма;

- читающему легче понять детали сообщения, особенно цифровой материал;
- имеется возможность тщательно проверить написанное;
- читающий может перечитать места, трудные для понимания;
- письменное сообщение может стать основой для групповой дискуссии;
- печатное слово сохраняется для грядущих поколений;

*Недостатки:*

- пишущий лишен возможности украсить свою речь мимикой и жестами;
- читающий может легко отвлечься от текста;
- пишущий не имеет возможности точно знать, кто будет знакомиться с его материалом.

Письменная речь рождается в больших муках и требует значительного времени для шлифовки текста.

***Подготовительный этап работы над текстом***

Любой вид общения требует целенаправленной подготовительной работы. При составлении делового письма обдумывается цель сообщения, уточняется личность адресата, подбирается нужный материал, определяется форма подачи сообщения.

*Цель сообщения.* Пишущий должен четко представлять себе, для чего он готовит деловое письмо, чего он хочет добиться. Пишущий должен определить, что он делает: научное ли это сообщение, выдвижение ли какой-либо точки зрения или побуждение читающего к конкретным действиям. Следует дать совет: воздержитесь от написаний делового письма, если нечего сказать.

Иногда пишущие встречаются с трудностями в самом начале работы над письмом. Часто такие трудности преодолеваются после того, как пишущий спросит себя:

- О чем я пишу?
- Что мне хочется сказать адресату?
- Что я хочу, чтобы адресат сделал?

*Читатель.* Как известно, слово, а тем более фраза, имеют свой смысл и значение. В связи с этим каждый человек понимает написанное по-своему. Поэтому прежде, чем писать, надо прояснить сведения о читателе.

*По заголовку* читатель должен прогнозировать содержание текста.

*Аннотация* представляет собою краткое изложение текста. Она должна уместиться в одном предложении. Предназначение аннотации –

ознакомить с содержанием текста занятого читателя, дать ему сведения о тексте без тщательной работы над ним.

*Введение* – это «лицо» письма (доклада). Здесь обосновываются актуальность и новизна изложения, дается краткий обзор материалов. Если судить по опыту подготовки деловых писем нашими хозяйственными руководителями, введение часто пишут после того, как написана основная часть и выводы. Однако такая последовательность работы над текстом нежелательна: страдает логика изложения. Написание введения при завершении работы оправдано при подготовке публицистических статей, когда пишущий меняет характер изложения, исходя из вдохновения.

*Основная часть* – это главный компонент письма (доклада). Он начинен фактами, идеями, рекомендациями. Как все они будут расставлены, зависит от их природы. Однако в деловой переписке (или при составлении доклада) часто применяются наработанные и апробированные правила:

- проанализируй все собранные факты. Отбрось все приходящее, если есть необходимость;
- сгруппируй факты по выбранному основанию. Выбери подзаголовки для каждого раздела;
- напиши каждый заголовок на отдельном листе бумаги и составь к нему список кратких памяток;
- обдумай порядок изложения каждого раздела;
- наметь логику изложения. Исходи из принципа: от известного к неизвестному;
- не вдавайся в детали. Не пытайся останавливаться на банальностях;
- используй графики, схемы, таблицы, фотографии и т. д.;
- старайся сделать текст удобочитаемым, для этого не бойся поработать над черновиками.

*Выводы и рекомендации* должны вытекать из содержания основной части. Нередко эта часть делового письма (доклада) бывает плохо связана с предыдущим содержанием.

**Написание текста** начинается, когда все приготовления завершены. Теперь нужны хороший стиль и умение превратить имеющийся материал в удобочитаемый текст. У каждого есть свой опыт работы над письмом, и различные методы могут быть одинаково успешными. Строгое регламентирование манеры написания текста обычно мало что дает, тем не менее существуют несколько правил, которые следует выполнять, и несколько ловушек, которые надо обходить.

*Подбор слов.* Люди обычно применяют один набор слов для ведения беседы, а другой – когда излагают свои мысли письменно. Это вполне объяснимо. Ведь в беседе слова дополняются тоном голоса, мимикой и жестами.

При чтении читатель лишается всей этой невербальной информации. Таким образом, пишущий должен быть более требовательным к себе при выборе слов.

Вместе с тем деловое письмо не терпит витиеватого литературного оформления текста: оно должно быть ясным, понятным, экспрессивным. Не вдаваясь в детали сложнейшей техники сочинительства, можно все же посоветовать пишущему следовать четырем правилам подбора слов:

– *используйте больше глаголов в форме активного залога* (старайтесь меньше использовать причастий и деепричастий). Как известно, глагол обозначает действие, а причастие – признак предмета: *Кто-то делает что-то* ↔ *Что-то сделано кем-то*. В первом случае глагол употребляется в активном залоге, во втором – в форме причастия. Глагол активного залога создает яркие, запоминающиеся ощущения. «*Я подготовил доклад!*» – в этой фразе нарисована целая картина упорной работы человека над созданием сложного произведения. Однако если мы прочитаем «*Доклад был подготовлен мною*», то увидим, что подчеркивается лишь субъект деятельности – доклад. Впечатляющей картины не создается.

Кроме того, во втором случае увеличилось количество слов, намного стало больше букв и звуков. А ведь нам известно: «Краткость – сестра таланта!»

– *подыскивайте конкретные, а не абстрактные имена существительные;*

– *умеренно насыщайте текст наречиями;*

– *подбирайте короткие слова, т. к. обилие многосложных слов затрудняет и замедляет чтение.*

Нужно сказать, что подбор слов – весьма тонкая и трудоемкая процедура. Это, по-видимому, связано с тем, что, как писал польский писатель Ян Парандовский, «слово – великая тайна». «Магическая сила слова, – подчеркивал он, – заключается в его способности вызывать представления, образы... По его заклинанию появляются люди, предметы, далекие или не существующие вовсе. А близкие и присутствующие делаются по-настоящему реальными, лишь будучи названными... Народ не терпит предметов, оторванных от действительности, поэтому произвольно он живет не среди деревьев, а среди дубов, буков, берез, а злаки должны быть или рожью, или пшеницей».



**Стиль.** Когда мы пишем, у нас возникает желание рассказать читателю о каких-то событиях или предметах на понятном ему языке. Мы стараемся не только подбирать нужные слова, но и объединять их в предложения. Кроме того, мы соединяем эти предложения в группы, получая логически связанные синтаксические единства.

Грамматически предложение – это последовательность слов, выражающая законченную мысль. Оно бывает коротким, длинным и очень длинным. Человек, не умудренный опытом делового письма, имеет тягу к длиннотам, чем вызывает неудовольствие читателя. Сегодня в популярной прессе, которую читают все, независимо от возраста и уровня развития, предложения создаются из 12–14 слов. В текстах по экономическим вопросам, а также по проблемам управления **оптимальный объем предложения – 18–20 слов.** Установлено, что когда человек сталкивается с фразой, превышающей 20 слов, у него возникает желание вернуться назад и перечитать фразу еще раз. Здесь следует подчеркнуть, что цифры 18-20 слов являются средними. В тексте могут быть фразы и в 30 слов. Стремление к одинаковым по длине фразам вызывает у читателя раздражение монотонностью конструкций. Кроме того, люди даже при чтении документов склонны **лучше воспринимать простые предложения.** Однако текст нельзя лишить и сложных предложений. При этом пишущий должен помнить, что в предложении должна быть заключена только одна мысль - тогда будет легче воспринять написанное.

**Требования к связному тексту:**

- в одну фразу нельзя включать слишком много информации;
- вся информация в тексте должна быть объединена одной темой;
- фразы должны быть компактными («не растекайся по дереву»);
- при составлении фраз придерживайся цифры 18: таким должно быть количество слов в предложении;
- необходимо «одушевлять», т. е. иллюстрировать и пояснять, даже самую сухую информацию.

Последнее правило следует подчеркнуть особо. Ведь многие хозяйственные руководители искренне считают, что деловой документ не должен «дышать эмоциями». Они утверждают, что деловое письмо – это не сочинение и даже не публицистическая статья. Эти люди во многом заблуждаются. Деловое письмо (доклад, инструкция, информационное сообщение и т. д.), если оно подготовлено с учетом хотя бы элементарных правил стилистики, будет восприниматься читателем без отторжения.

Пишущий должен стремиться отразить в деловом письме человеческие натуры, показать отношение людей к реалиям дня. Здесь много способов и приемов. Например, «Я» или «Мы» воспринимаются теплее, чем «фирма», «компания», «завод» и т. д. В Японии, правда, все наоборот. Если кто-нибудь спрашивает японского работника, кем тот работает, последний отвечает: «На Тойота», «На Хонда», «На Сони» и т. д. В остальном мире имя собственное представляет самую значительную социальную ценность человека.

**Редактирование и оформление.** Имеются различные методы количественной и качественной оценки текста делового письма. Однако почти все они рассчитаны на специалистов, с ними трудно работать.

**Полезные советы:**

1. После завершения письма прочитайте внимательно весь текст. Сформулируйте (словами) общее впечатление о документе (докладе, сообщении).

2. Определите среднее количество слов в предложении (если эта цифра близка к 18 – все нормально).

3. Определите общее количество имен существительных. Определите число абстрактных и конкретных. Вторых должно быть не менее 60%.

Короткие слова должны преобладать над длинными.

После просмотра проведите тщательное редактирование текста, обратив внимание на точность выражения и ясность при восприятии, проверьте грамматику, правописание, пунктуацию, подбор слов, стиль.

Сверьте цифровой материал, проверьте таблицы, сноски, цитаты.

**Оформление.** Внешний вид делового письма (доклада) создает у читающего первое впечатление – составленный вами документ влияет на ваш вербальный имидж. Поэтому нужно обратить внимание на такие детали:

- наличие полей справа, слева, сверху, снизу;
- выделение абзацев в тексте;
- четкий и понятный заголовок;
- хорошее качество печати;
- список литературы (если это информационное сообщение).

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бадмаев Б.Ц., Малышев А.А. Психология обучения речевому мастерству. – М.: ВЛАДОС, 1999. – 224 с.
2. Бредемайер К. Искусство словесной атаки. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 178 с.
3. Введенская Л.А., Павлова Л.Г. Культура и искусство речи: Современная риторика. – Ростов н/Д: Феникс, 1995. – 332 с.
4. Голуб И.Б. Стилистика русского языка. – Изд. 3. – М.: Айрис-Пресс, 2001. – 448 с.
5. Денни Р. Есть контакт! Приёмы деловых коммуникаций. – СПб.: Питер, 2002. – 128 с.
6. Колесников Н.П. Культура письменной речи. – Ростов н/Д: Феникс, 1984. – 200 с.
7. Кузина Ю.И., Малервейн С.В. Деловая письменная коммуникация. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2007. – 159 с.
8. Львов М.Р. Основы теории речи. – М.: Академия, 2000. – 248 с.
9. Культура русской речи: учебник для вузов / под ред. Л.К. Граудиной и Е.Н. Ширяева. – М.: НОРМА-ИНФРА, 1998. – 549 с.
10. Педагогическое речеведение. Словарь-справочник / под ред. Т.А. Ладыженской и А.К. Михальской. – М.: Флинта, Наука, 1998. – 312 с.
11. Розенталь Д.Э., Голуб И.Б. Секреты стилистики. – М.: Айрис Рольф, 1996. – 208 с.
12. Русский язык и культура речи / под ред. В.Д. Черняк. – М.: Высшая школа, 2002. – 509 с.
13. Русский язык и культура речи / под ред. О.Я. Гойхмана. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 238 с.
14. Селезнева Л.Б. Современное русское письмо. – М.: Высшая школа, 2004. – 224 с.
15. Сидорова М.Ю., Савельев В.С. Русский язык. Культура речи: Конспект лекций. – М.: Айрис-пресс, 2005. – 208 с.
16. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожинной. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 696 с.
17. Сопер П. Основы искусства речи. – М.: Прогресс; Прогресс-Академия, 1992. – 416 с.
18. Уэстон Э. Аргументация: Десять уроков для начинающих авторов. – М.: Флинта: Наука, 2005. – 96 с.

Учебное издание

Райская Лариса Матвеевна

РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ

Учебное пособие

Редактор

О.А. Казакова

Верстка

Л.А. Егорова

Подписано к печати 28.04.2009. Формат 60x84/16.

Бумага «Снегурочка». Печать Хероx.


Усл.печ.л. 8,6. Уч.-изд.л. 7,79.

Заказ 474-09. Тираж 150 экз.



Томский политехнический университет  
Система менеджмента качества  
Томского политехнического университета  
сертифицирована  
NATIONAL QUALITY ASSURANCE  
по стандарту ISO 9001:2000



**ИЗДАТЕЛЬСТВО**  **ТПУ**. 634050, г. Томск, пр. Ленина, 30.