

Бастриков А.В., Бастрикова Е.М.
Культура речи и деловое общение (краткий конспект лекций)

Тема 1. Язык как знаковая система

Лекция 1

Язык как знаковая система. Функции языка. Язык и речь.

Формы существования национального языка

Культурному человеку невозможно не знать строя родного языка. Без этого нельзя перейти к изучению языка на следующей ступени – ступени употребления (функционирования).

Язык как знаковая система. Язык – это система знаков, способная передавать информацию. Признаки любой системы: а) она состоит из множества элементов (наличие элементов); б) элементы находятся в связи друг с другом; в) элементы образуют единство, одно целое.

Система языка – инвентарь его единиц, объединенных в категории и ярусы по типовым отношениям. *Структура языка* – отношения между ярусами и частями единиц. *Единицы языка* – это постоянные элементы, отличающиеся друг от друга назначением, строением и местом в системе языка. По своему назначению единицы языка: *номинативные, коммуникативные, строевые*. Единицы языка связаны друг с другом и распределяются по категориям и ярусам языка. *Категории языка* – это группы однородных единиц языка; объединяются категории на основе общего признака, обычно семантического. *Ярус языка* – совокупность однотипных единиц и категорий языка (фонетический, морфологический, лексический, синтаксический).

Язык – это возникающая в человеческом обществе система дискретных (раздельных) знаков, служащая для целей коммуникации и способная выразить совокупность знаний и представлений человека о мире. *Словесный знак* (в отличие от знаков природных систем) обладает цельностью, выделитостью, свободной воспроизводимостью в речи. Словесный знак содержит референциальный, ассоциативный, эмотивный компоненты.

Функции языка: коммуникативная, когнитивная (познавательная), номинативная (назывная), кумулятивная (функция накопления, сохранения информации), фатическая (контактоустанавливающая), метаязыковая, магическая, регулятивная, конативная (воздействия, манипуляции), эстетическая (поэтическая), этноконсолидирующая.

Язык и речь. Лингвистика всегда пользовалась термином *язык* и лишь со времен Ф. де Соссюра (начало XX в.) в науку вводится понятие *речь*. Язык и речь образуют в совокупности единое явление, но в то же время между ними имеются принципиальные различия.

Отличительные признаки языка и речи: 1. *Речь материальна*, т.к. может быть реализована в звуках, словах, словосочетаниях, предложениях, тексте; измерена на приборах (например, звуки измерить на осциллографе, сосчитать количество слов в предложении). *Язык идеален*. 2. *Речь индивидуальна*. *Язык коллективен*. 3. *Речь конкретна* – отражает определенную ситуацию, определенное время, место. На одном и том же языке создаются литературные шедевры и канцелярская речь, стихи и проза, доклады, судебная или научная речь. 4. *Речь бесконечна*. *Язык ограничен* набором составляющих его единиц. 5. *Речь динамична*. *Язык относительно стабилен*. Однако речевые изменения, постепенно накапливаясь и являясь незаметными невнимательному взгляду, меняют с течением времени и язык. Это касается всех уровней языка (произношения, лексики, фразеологии, грамматики).

Формы существования национального языка. Различаются две разновидности употребления языка: разговорный язык и литературный язык.

В основе разговорного языка лежит неподготовленный диалог. Разговорный язык имеет разновидности: «общий разговорный язык», территориальные диалекты, социально-профессиональные диалекты (жаргоны), просторечие.

Диалект (говор) – разновидность данного языка, употребляемая в качестве средства общения лицами, связанными тесной территориальной, социальной или профессиональной общностью.

Различаются территориальные и социальные диалекты.

Территориальные диалекты – совокупность более мелких единиц, которые имеют общие языковые черты и служат средством общения жителей рядом расположенных деревень, хуторов.

Социальные диалекты включают в себя язык определенных социальных групп: 1) профессиональные языки; 2) групповые, или корпоративные, жаргоны (= сленги); 3) тайные языки (арго).

Просторечие – одна из форм национального русского языка. Просторечие находится вне границ литературного языка, не имеет собственных признаков системной организации, характеризуется набором языковых форм, нарушающих нормы литературного языка. Просторечие используется людьми малообразованными.

Литературный язык – высшая форма национального русского языка. Литературный язык – основная форма исторического существования языка, принимаемая его носителями за образцовую и характеризующаяся обработанностью, полифункциональностью, стилистической дифференциацией и тенденцией к регламентации. По своему социальному и культурному статусу противостоит диалектам, жаргонам и просторечию.

Литературный язык имеет следующие признаки: письменная фиксация устной речи; нормированность; общеобязательность норм и их кодификация; разветвленная функционально-стилистическая система; диалектическое единство книжной и разговорной речи; тесная связь с языком художественной литературы.

Тема 2. Понятие о культуре речи

Лекция 2

Общая характеристика понятия «культура речи». Аспекты культуры речи.

Коммуникативные качества речи.

Термин «культура речи» многозначен. Его понимают в широком смысле, и тогда он имеет синоним «культура языка». В узком смысле, культура речи – это конкретная реализация языковых свойств и возможностей в условиях повседневного, устного и письменного, общения. Кроме того, культурой речи называется раздел филологической науки, изучающий речевую жизнь общества в определенную эпоху (точка зрения объективно-историческая) и устанавливающий на научной основе правила пользования языком как основным средством общения людей и орудием формирования и выражения мыслей.

Культура речи содержит три составляющих компонента: нормативный, коммуникативный, этический. *Нормативный* аспект культуры речи связан с таким коммуникативным качеством речи, как правильность речи. Он предполагает знание литературных норм и умение применять их в речи. Навыки отбора языковых средств в зависимости от ситуации общения, особенностей партнеров речевого взаимодействия составляют *коммуникативный* аспект культуры речи. Соблюдение норм поведения, уважение к участникам общения, доброжелательность, тактичность и деликатность составляют *этическую* сторону общения.

Коммуникативная компетенция – это совокупность знаний, умений и навыков адекватного отражения и восприятия действительности в различных ситуациях общения.

Тип речевой культуры личности тесно связан с типом общей культуры. Выделяются два сложившихся (элитарный и среднелитературный) и два складывающихся типа (литературно-разговорный и фамильярно-разговорный) (подробнее см.: Сиротинина О.Б. Основные критерии хорошей речи).

«Культура речи – это такой выбор и такая организация языковых средств, которые в определенной ситуации общения при соблюдении современных языковых норм и этики общения позволяют обеспечить наибольший эффект в достижении поставленных коммуникативных задач» (Ширяев Е.Н.).

Выделяется три уровня грамотности: языковая, профессионально-языковая, коммуникативная.

Коммуникативные качества речи. Понятие «коммуникативное качество» – основное теоретическое понятие учения о культуре речи. Под коммуникативными качествами речи понимаются такие ее особенности, которые оптимально обеспечивают потребности общения и свидетельствуют о высокой речевой культуре, ее совершенстве.

Правильность речи – одно из качеств речи, предполагающее следование нормам языка.

Логичность – владение логикой рассуждения, применение законов логики, н-р, а) подмены понятия; б) неоправданное расширение (сужение) понятия; в) смешение родовидовых отношений:

Уместность речи – одно из коммуникативных качеств речи, предполагающий правильный выбор языковых средств в отношении к предмету речи; это такая организация средств языка, которые делают речь отвечающей целям и условиям общения.

Точность речи – одно из коммуникативных качеств речи, характеризующее речь через соотношение, с одной стороны, с действительностью (предметная, фактическая точность), а с другой – с мыслительным содержанием (понятийная, смысловая точность).

Чистота речи – одно из коммуникативных качеств речи, характеризующее ее через соотношения с нравственно-эстетическими нормами, принятыми в данном обществе; это отсутствие в речи элементов, чуждых литературному языку и отвергаемых нормами нравственности.

Ясность – прозрачность и простота в выражении мысли.

Богатство (разнообразие) речи – это отсутствие одних и тех же знаков (слов) и цепочек знаков (предложений, текстов). Источником пополнения словарного запаса являются синонимия, фразеология, пословицы, поговорки, крылатые слова.

Выразительность речи – особенности структуры речи (тропы, фигуры), которые выполняют воздействующую функцию; одно из коммуникативных качеств речи, вызывающее и поддерживающее интерес адресата. Языковые средства выразительности: пословицы, поговорки, фразеологические сочетания, крылатые слова, тропы, фигуры речи.

Понятность речи – доходчивость, доступность речи для тех, кому она адресована. Регулируется соотношением лексики неограниченного и ограниченного употребления.

Лаконичность – одно из коммуникативных качеств речи, характеризующее краткость и четкость в словесном выражении речи.

Целесообразность речи – соответствие выбора языковых средств условиям речевой ситуации.

Эффективность речи – одно из коммуникативных качеств речи, определяющееся характером и степенью достижения коммуникативной цели говорящего, а также успешностью его контакта с адресатом.

Тема 3. Понятие о языковой норме. Типология норм

Лекция 3

Нормативный аспект культуры речи

Норма – это относительно устойчивый способ выражения, исторически принятый в языковом коллективе на основе выбора одного из вариантов употребления как обязательного для образованной части общества.

Особенности языковой нормы: устойчивость (консерватизм) и стабильность; общераспространенность и общеобязательность соблюдения нормативных правил;

соответствие употреблению, обычаю (узусу) и возможностям системы языка; функциональная и стилистическая дифференциация языковых средств; отражение тенденций развития языка; динамический характер (изменяемость), обусловленный развитием всей системы языка, реализующейся в живой речи; сосуществование вариантов, признающихся нормативными.

Варианты (или дублиеты) – это разновидности одной и той же языковой единицы, обладающие одинаковым значением, но различающиеся по форме. Классифицируются варианты в зависимости от разных признаков. Возможны три степени соотношения «норма – вариант»: 1) норма обязательна, а вариант (прежде всего – разговорный) запрещен; 2) норма обязательна, а вариант допустим, хотя и не желателен; 3) норма и вариант равноправны.

С точки зрения обязательности/необязательности различают два типа норм: императивные и диспозитивные. Императивные (строго обязательные) – это такие нормы, нарушение которых расценивается как слабое владение русским языком (например, нарушение норм склонения, спряжения или принадлежности к грамматическому роду). Эти нормы не допускают вариантов, любые другие их реализации рассматриваются как неправильные, как речевые ошибки. Диспозитивные (не строго обязательные) нормы допускают стилистически различающиеся или нейтральные варианты.

Сознательная забота о языке называется кодификацией. Кодификация – упорядочение, приведение фактов и явлений языка в единство, в систему, в целостный непротиворечивый свод (кодекс). *Кодификация* нормы осуществляется: в толковых словарях (*лексическая кодификация*), в учебниках, пособиях, справочниках (*грамматическая*); в орфоэпических словарях, словарях ударений (*орфоэпическая*); в орфографических словарях (*орфографическая*).

Лекция 4

Виды языковых норм

Языковые нормы: фонетические (орфоэпические, акцентологические) – нормы произношения, ударения; словообразовательные (нормы образования слов); лексические (нормы словоупотребления, сочетаемость слов); морфологические (правила образования форм слова); синтаксические (правила согласования слов в предложении).

Орфоэпические нормы (*от греч.* правильная речь) – нормы произношения и ударения. Особенности русского ударения и произношения. Стили произношения: нейтральный, высокий, сниженный.

Лексические нормы русского языка основаны на знании лексического значения слова и лексической сочетаемости слова с другими словами в предложении. Типы лексических ошибок.

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

Синтаксические нормы – это правила соединения слов в предложении.

Тема 4. Орфографический и пунктуационный практикум (теоретический аспект)

1. Орфографические нормы

Орфография – (orthos – правильно, grapho – пишу) – это исторически сложившаяся система единообразных написаний, которая используется в письменной речи; раздел языкознания, изучающий и разрабатывающий систему правил, обеспечивающих единообразие написаний. Орфография определяет выбор одного из написаний там, где возможны варианты отражения на письме звуковой оболочки слова, т.е. там, где есть орфограмма.

Орфограмма – это написание, выбранное из ряда написаний и отвечающее правилам русского языка, используемое для фиксации на письме звуковой оболочки слова.

Разделы современной русской орфографии.

Принципы русской орфографии: морфологический, фонетический, традиционный принцип. Дифференцирующие написание слов.

2. Пунктуационные нормы

Пунктуационная норма – это узаконенное специальным правилом употребление или неупотребление на письме знака или знаков препинания в предложении и в тексте.

Пунктуационное правило – это инструкция, на основании которой ученик должен выбрать правильный знак препинания для выделения определенного пунктуационно-смыслового отрезка.

Знаки препинания – это графические знаки, с помощью которых в устной речи передаются особенности интонации, а на письме – особенности строения предложения. Знаки препинания: выделительные, отделяющие, абзац (красная строка).

Тема 5. Понятие о коммуникации

Лекция 5

Язык как средство общения

Язык как средство общения. Основной функцией языка признается коммуникативная. Общение, или коммуникация – специфическая форма взаимодействия людей в процессе их познавательно-трудовой деятельности. Основные функции общения: информативная, интерактивная, перцептивная, экспрессивная.

Принципиальная схема коммуникативного акта была предложена одним из создателей кибернетики Клодом Шенноном (США) в работе «Математическая теория связи» (1948). Основные компоненты коммуникативного акта: адресант (отправитель сообщения), контекст (сообщение, контакт, код), адресат (получатель сообщения). Участники процесса общения называются коммуникантами.

Предмет общения может быть оформлен словесными (вербальными) и/или несловесными (невербальными) средствами.

Невербальные средства общения: 1) кинесические; 2) просодические; 3) экстралингвистические; 4) такесические; 5) проксемические; 6) запахи.

Барьеры коммуникации – помехи, мешающие осуществлению контактов и взаимодействию между коммуникатором и реципиентом. Они препятствуют адекватному приему, пониманию и усвоению сообщений в процессе осуществления коммуникативных связей. Барьеры коммуникации классифицируются по характеру действующих помех: технические, психологические, психофизиологические, социальные, культурно-национальные.

Лекция 6

Речевое взаимодействие. Законы эффективной коммуникации

Речевое взаимодействие представляет собой сложное явление: с одной стороны, это говорение, порождение речи субъектом, с другой – восприятие речи адресатом, ее декодирование, понимание содержания, оценка полученной информации и реагирование вербальными и невербальными средствами. Для коммуникантов очень важны следующие качества: эмпатия, доброжелательность, умение понимать собеседника, готовность поддержать другого человека, аутентичность, конкретность, инициативность, непосредственность, открытость, принятие чувства партнера. Речевое взаимодействие – это социально ориентированное общение.

Организационные принципы речевой коммуникации. Известны два описания принципов коммуникации. Они носят свои названия по именам основоположников – принцип кооперации Г.П.Грайса («Логика и речевое общение») и принцип вежливости Дж.Н.Лича.

Виды общения: контакт масок, формальное общение, примитивное общение, формально-ролевое общение, деловое общение, духовное общение друзей, манипулятивное общение, светское общение.

Типы коммуникантов: доминантный тип, мобильный собеседник, ригидный собеседник, интровертный собеседник.

Речевые стратегии и тактики. Стратегия речевого общения – процесс построения коммуникации, направленной на достижение долговременных результатов. Тактика речевого общения – совокупность приемов ведения беседы и линия поведения на определенном этапе в рамках отдельного разговора.

Законы эффективной коммуникации. Закон зеркального развития. Закон зависимости результата общения от объема коммуникативных усилий. Закон прогрессирующего нетерпения слушателей. Закон падения интеллекта аудитории с увеличением ее размера. Закон первичного отторжения новой идеи. Закон ритма общения. Закон речевого самовоздействия. Закон отторжения публичной критики. Закон доверия к простым словам (закон коммуникативной простоты). Закон притяжения критики. Закон коммуникативных замечаний. Закон ускоренного распространения негативной информации. Закон искажения информации при ее передаче («закон испорченного телефона»). Закон отклонения публичной критики. Закон детального обсуждения мелочей. Закон речевого усиления эмоций. Закон речевого поглощения эмоции. Закон эмоционального подавления логики.

Основные правила эффективной коммуникации. 1. Наличие ясной и понятной всем участникам делового общения цели коммуникации. 2. Метод (средства) коммуникации должны соответствовать поставленной цели. 3. Между всеми участниками коммуникации должно быть достигнуто согласие в понимании терминологии, трактовке ключевых понятий. 4. Необходимо создать условия для получения всеми участниками коммуникации обратной связи. 5. При обнаружении коммуникативного барьера необходимо провести диагностику его причины и наметить программу действий по их устранению. 6. Обеспечить, при необходимости, адаптацию под тип личности в межличностных коммуникациях. 7. Организовать систему оповещения вовлеченных в процесс участников, цель которой – снижение информационного дефицита, своевременная передача оптимального объема необходимых и полезных сведений. 8. В некоторых случаях снять возникший психологический барьер в отношениях «руководитель-подчиненный» можно только с помощью психолога.

Тема 6. Разновидности речи

Лекция 7

Общая характеристика функциональных стилей

Понятие «функциональный стиль». «Стили – это исторически сложившиеся в данное время в данном языковом коллективе разновидности единого литературного языка, представляющие собой относительно замкнутые системы языковых единств, регулярно функционирующие в различных сферах общественной деятельности» (А.Н.Кожин). На основании сферы употребления различаются книжные стили (официально-деловой, научный, публицистический, художественный) и обиходно-разговорный стиль.

Официально-деловой стиль. Сфера функционирования – административно-правовая деятельность. Основные стилевые черты: долженствующе-предписывающий характер изложения; точность изложения, не допускающая инотолкования; детальность изложения; стереотипность, стандартность изложения; безлично-объективная тональность текста. Подстили официально-делового стиля: законодательный, дипломатический, административно-хозяйственный. Основная форма реализации этого стиля – письменная. Устная форма официально-деловой речи: доклады, переговоры, презентации, торги, деловые телефонные разговоры и под. Языковые средства: специфическая терминология; сложносокращенные слова; слова преимущественно в прямом лексическом значении; отсутствие эмоционально окрашенной, иностилевой лексики; абстрактная лексика, отглагольные существительные, причастия и т.п.; сложные отыменные предлоги; ограниченное употребление местоимений и глагольных форм 1 и 2 лица; синтаксические

цепочки форме родительного падежа; предложения, осложненные однородными и обособленными членами.

Научный стиль. Сфера общественной деятельности – научная деятельность, преподавание и обучение, популяризация научных знаний. Основные стилевые черты: объективность изложения, точность, обезличенность информации, логичность, аргументированность. Подстили научного стиля: собственно научный, научно-учебный, научно-популярный. Примеры вторичных жанров научного стиля: научный комментарий текста, отзыв на диссертацию, тезисы, реферат, конспект. Языковые средства: термины; отглагольные существительные; качественные прилагательные в краткой форме; формы глаголов настоящего времени во вневременном значении; вводные конструкции, передающие последовательность действий, логику развития мысли, точку зрения автора; простые предложения со значением бытийности, тождества; простые предложения, осложненные однородными и обособленными членами; односоставные предложения с семантикой долженствования, необходимости; безличные конструкции, пассивные конструкции; многочленные сложные предложения с различными видами связи.

Публицистический стиль. Сферы функционирования – средства массовой информации (печатные и электронные), общественно-политическая литература, разнообразные формы агитации и пропаганды, документальный кинематограф. Формы реализации: письменная и устная. Основные стилевые черты: тенденциозность, оценочность, полемичность, эмоциональность, призывность, сочетание стандартных и экспрессивных языковых средств, элементов научного и художественного стилей. Жанры: информационные; аналитические; агитационные; художественно-публицистические. Публицистический стиль обладает одновременно консервативностью и подвижностью. Языковые средства: книжная и разговорная лексика; термины из разных областей знания; фразеологизмы; заимствования; слова в переносном значении (метафоры); оценочные слова; имена собственные; формы степеней сравнения прилагательных и наречий; формы повелительного наклонения глаголов; эмоционально и экспрессивно окрашенные конструкции: восклицательные и вопросительные предложения, предложения с обращением, риторические вопросы, повторы, расчлененные конструкции; экспрессивные конструкции разговорной окраски: построения с частицами, междометиями, инверсия, эллипсисы и др.; прецедентные тексты.

Художественный стиль. Сфера функционирования – сфера искусства, художественная литература. Основные стилевые черты: образность, эмоциональность, экспрессивность, метафоричность, содержательная многоплановость, единство коммуникативной и эстетической функции, авторский стиль. Жанры: роман, повесть, рассказ, поэма, стихотворение и др. Языковые средства: слова в прямом и переносном значении; лексика и фразеология других стилей; слова с суффиксами субъективной оценки, побудительные, восклицательные предложения, риторические вопросы, использование новых слов как проявление авторского стиля; образительно-выразительные средства; возможно отклонение от норм для создания комического эффекта или выразительного художественного образа; инверсия для усиления смысловой значимости какого-либо слова или фразы; разнообразные синтаксические структуры.

Обиходно-разговорный стиль. Сфера употребления – общение в неофициальной обстановке с близкими и хорошо знакомыми людьми. Формы реализации: устная (диалог, монолог) и письменная (дружеские письма, послания, sms-сообщения). Основные стилевые черты: непринужденность, простота, спонтанность, эмоциональность, опора на внеязыковую ситуацию. Языковые средства: общеупотребительная лексика; фразеологизмы, речевые стандарты; эмоционально-экспрессивная лексика, передающая личностное отношение к высказываемому; особенности произношения: неполное произношение звуков и слогов, ослабление гласных звуков, ассимиляция согласных звуков; интонационное своеобразие: в устной речи – обилие пауз, изменение темпа речи и т. п.; в письменной речи паузы могут

быть переданы с помощью тире, многоточий, неполных предложений и т. п.; слова с суффиксами субъективной оценки; преобладание глаголов над существительными; редкое употребление деепричастий, причастий, кратких прилагательных; частое употребление личных местоимений; утрата склоняемости числительных; включение в речь частиц, междометий, вводных слов, обращений; простые предложения; синтаксическая компрессия; присоединительные конструкции; слова-предложения, слова-обращения; свободный порядок слов.

Лекция 8

Функционально-смысловые типы речи.

Монологическая речь и диалогическая речь

Понятие «текст». Текст – это объединенная смысловой связью последовательность знаковых единиц. К универсальным функциональным типам текста относятся *описание, повествование, рассуждение*.

Описание. Коммуникативная цель: нарисовать, воспроизвести картину, охарактеризовать положение дел («мир в статике»). Типовое значение: информация об объекте (предмет, человек, событие, понятие), его свойства, структура. Выделяют следующие типы описания: бытовое, портретное, интерьерное, пейзажное, научно-техническое, описание положения дел. Композиция: *вступление* (общее впечатление от объекта описания), *основная часть* (свойства объекта) и *концовка*. Виды описания: статическое и динамическое. Языковые средства: существительные с предметным значением, прилагательные и причастия, наречия образа действия, меры и степени; формы глаголов несовершенного вида настоящего или прошедшего времени, обозначающие повторяющиеся действия или состояния; преобладание именных сказуемых над глагольными; однородные и обособленные члены предложения; сложноподчиненные предложения.

Повествование. Коммуникативная цель: рассказать о случае, эпизоде, событии («мир в динамике»). Типовое значение: динамичная передача смены событий, явлений. Композиция: *начало события* (завязка), *развитие действия* и *конец события* (развязка). Языковые средства: преобладание глаголов совершенного вида прошедшего времени; глаголы со значением движения, перемещения, быстрой смены событий, последовательности их развития, а также слова, указывающие на изменение в обстановке, настроении, признаках; наречия времени, места; преобладание глагольных сказуемых над именными; разнообразные синтаксические конструкции.

Рассуждение. Коммуникативная цель: доказать мнение по какому-либо вопросу с целью убедить адресата в истинности или ложности положения, прокомментировать какое-либо явление действительности («мир в причинно-следственных связях»). Типовое значение: показ логических связей между явлениями, предметами, их свойствами. Композиция: 1 вариант: а) *тезис* – мысль, требующая доказательства, б) *аргументирующая часть*, содержащая развитие тезиса, доказательства его истинности/ошибочности (факты, ссылка на авторитеты), в) *вывод* – подтверждение правильности тезиса или опровержение; 2 вариант (иногда тексты такого типа называют «объяснением»): а) *сообщение* о событии, проблеме, факте действительности, б) *разъяснение*, размышления, комментарии автора по этому поводу. Языковые средства: слова с абстрактной, оценочной, модальной семантикой; глагольные формы условного и повелительного наклонения; формы глаголов настоящего времени во вневременном значении; односоставные предложения; сложноподчиненные предложения с придаточными цели, условия, причины, следствия, уступительными; сложные предложения.

Монологическая и диалогическая речь. В зависимости от направленности речевого потока при коммуникации выделяют диалогическую и монологическую речь.

Монолог. Основные коммуникативные ситуации: сфера искусства, ораторские выступления, общение по радио и ТВ, ситуация обучения, речь прокурора, адвоката. Характеристики монолога: относительная, целенаправленность, связность, выразительность, завершенность, логичность, разнообразие словарного состава, сложное синтаксическое

построение. Классификации монологов: 1) по цели высказывания – монолог убеждающей окраски, монолог лирический, монолог драматический, монолог сообщаемого типа; 2) по времени подготовки – неподготовленный и подготовленный. Структура монолога: вступление, основная часть, заключение. Обязательная черта монолога является наличие межфразовых связей, объединяющих предложения в единый текст. Средства связи: грамматические и лексические средства, анафора, катафора. Методы изложения материала: индуктивный; дедуктивный; метод аналогии; концентрический; ступенчатый; исторический.

Диалог. Основной единицей диалога является *диалогическое единство*, которое обеспечивается связью различного рода реплик. Диалог характеризуется ситуативностью, контекстуальностью, меньшей степенью организованности, неподготовленностью, спонтанностью, экспрессивностью, словотворчеством. Структура диалога стабильна: зачин, основная часть, концовка. Типы диалогов: информативный, прескриптивный, диалог, имеющий целью регулирование межличностных отношений, праздноречивый. Классификация вопросов: а) уточняющие и восполняющие; б) простые и сложные; в) корректные и некорректные; г) нейтральные, благожелательные и провокационные. Классификация ответов: а) правильные, неправильные, «не по существу»; б) позитивные и негативные.

Тема 7. Письменное деловое общение

Лекция 9

Особенности письменной коммуникации в деловой сфере

Устная и письменная формы речи. Речевое общение происходит в двух формах – устной и письменной. Наблюдается их постоянное взаимодействие и взаимопроникновение. Основой и письменной, и устной речи является литературная речь, выступающая как ведущая форма существования русского языка.

Письменная речь. Письмо – это созданная людьми вспомогательная знаковая система, которая используется для фиксации звуковой речи. Письменная речь разворачивается не во временном, а в статическом пространстве, что дает пишущему возможность продумывать (*подготовленная речь*) высказывание, возвратиться к уже написанному, перестроить предложения и части текста, заменить слова, уточнить, осуществить поиск формы выражения мысли, обратиться к справочникам. Особенности письменной речи: использование книжного языка; порядок слов в предложении закреплённый, инверсия для письменной речи не типична, а в некоторых случаях недопустима; наличие сложных синтаксических конструкций; при объединении предложений в абзацы каждое из них строго связано с предшествующим и последующим контекстом; письменная речь ориентирована на восприятие органами зрения, поэтому она обладает четкой структурной и формальной организацией.

Документ (с лат. documentum «свидетельство», «доказательство») – деловая бумага, обладающая юридической силой. Помимо этого самого общего значения у слова «документ» в русском языке есть еще несколько: деловая бумага, служащая доказательством чего-либо, подтверждающая право на что-либо; письменное удостоверение личности предьявителя; историческое свидетельство создания чего-либо (произведения, например).

Функции документа: а) правовая, б) коммуникативная, в) информационная, г) управленческая.

Общие требования, предъявляемые к документу: 1) достоверность; 2) актуальность; 3) аргументированность; 4) полнота информации; 5) лаконизм (краткость) изложения.

Классификации документов: а) по месту составления; б) по содержанию; в) по форме; г) по срокам исполнения; д) по происхождению; е) по виду оформления; ж) по функции.

Юридическая сила документа обеспечивается комплексом его реквизитов. Реквизиты (лат. «требуемое», «необходимое») – это обязательные элементы оформления

документа. К основным реквизитам относятся: наименование автора документа; наименование адресата; подпись; дата; номер документа; гриф утверждения; печать. Совокупность реквизитов и схема их расположения (продольная и угловая) на бланке составляют формуляр документа. Формуляр регламентирован стандартами, принятыми в той или иной стране. Типы формуляров: матрица, модель, схема.

Унификация – нахождение общих, повторяющихся черт в деловых бумагах, регламентирующих сходные ситуации (обнаружение, вычленение инварианта из множества вариантов).

Клише являются органической и неотъемлемой частью ОДС и не рассматриваются как его недостаток. Но, проникая в другие стили, речевые формулы выглядят там чужеродно, поскольку перестают выражать движение мысли другого стиля. Клише опознаются в других стилях как признак бедного языка, неспособности говорящего или пишущего найти индивидуальные языковые средства для выражения своих мыслей.

Лекция 10

Нормы делового письма

Деловое письмо. К языковым средствам и стилю изложения информации в деловом письме предъявляются требования: соблюдение лексических, грамматических, стилистических норм, обеспечивающих точность и ясность изложения, однозначность используемых слов и терминов; нейтральный тон изложения.

Любое деловое письмо должно быть точным, грамотным, логичным, корректным. Шесть видов корреспонденции: 1) торговые соглашения, сделки и другая подобная корреспонденция; 2) поздравления; 3) требования и запросы; 4) ответные письма с благодарностью; 5) извинения; 6) соболезнования. Эти шесть видов писем в свою очередь делят на две категории: формальные и неформальные.

Деловое письмо строится по схеме: внимание – интерес – просьба – действие. Оно включает следующие составные части: а) заголовок; б) дата; в) наименование и адрес получателя; г) вступительное обращение; д) основной текст; е) заключительная фраза вежливости; ж) указания на приложения.

Виды деловых писем: письмо-приглашение, письмо-просьба, письмо-предложение о совместном сотрудничестве, сопроводительное письмо, письмо-запрос, письмо-благодарность, информационное письмо, письмо-ответ, гарантийное письмо.

Нормы делового письма. Слово в тексте документа должно употребляться только в одном значении, принятом в официально-деловой письменной речи. Термины, употребляемые в деловой документации, должны быть понятны как автору, так и адресату.

Употребление числительных. В финансовых документах наряду с цифровой записью дается словесная расшифровка.

Сокращение слов. Правила сокращения: 1. Сокращения должны быть единообразны на протяжении всего документа. 2. Нельзя сокращать слово, если оно является единственным членом предложения. 3. Не допускается сокращение, если оно может повлечь за собой интолкование, двусмысленность в восприятии фразы.

Особенности грамматики официально-деловой письменной речи обусловлены требованием максимальной точности и лаконичности, а также традицией употребления тех или иных словоформ, оборотов речи, сложившейся в отечественной школе делового письма. Предпочтительным является употребление страдательных конструкций вместо действительных

При употреблении сравнительной степени предпочтительней сложная форма. При выражении превосходной степени наиболее употребительна форма с приставкой.

Употребление предлогов *по, в, с, благодаря*. Конструкции с предлогом *по* и без него различаются стилистической окраской: конструкции без предлога – общеупотребительны, с предлогом – характерны для деловой речи (*меры по усовершенствованию, опыты по разведению*).

Предлог *благодаря* употребляется только в тех случаях, когда речь идет о положительных изменениях; в случае негативных последствий следует употреблять предлог *из-за*.

Следует обращать внимание на согласование предлогов с существительными: с Р.п. – *в отношении, во избежание, в целях, в течение, в продолжение, касательно, вследствие*; с Д.п. – *благодаря, в отношении к, применительно к, сообразно, согласно, по*).

Употребление деепричастных оборотов

О порядке слов в предложении. В устной речи значимое слово выделяется интонационно. В письменной речи информационная роль слова возрастает к концу предложения. Согласно этому принципу, предложение начинается вспомогательной информацией, а затем следует основная.

Речевой этикет в деловой сфере. Эти нормы предполагают вежливое, доброжелательное отношение к партнеру, соблюдение должной дистанции между работниками, умение говорить «да» или «нет», не обижая партнера, терпимость к чужому мнению, умение признавать свои ошибки и т.д.

В письменной речи этикет проявляется в формулах обращения, выражения просьб, отказов, претензий, формулировке поручений. Одним из проявлений этикета является избегание личного местоимения «я» (как и в научном стиле). Вместо него употребляется глагол первого лица множественного числа. Форма единственного числа (*прошу, предлагаю*) используется в конфиденциальных письмах или на бланках должностных лиц.

Этикетные средства позволяют иногда снять чрезмерную официальность, сухость послания, придают речи экспрессивный оттенок. Но и в выражении своих чувств адресат должен быть сдержан и знать меру.

В целом в деловом стиле эмоциональность не всегда уместна, поскольку связана с личным отношением пишущего, а это противоречит основным требованиям данного стиля.

Тема 8. Устное деловое общение

Лекция 11

Особенности устной коммуникации в деловой сфере

Устная речь. Исторически устная форма речи первична. Материальной формой устной речи являются звуковые волны. Восприятие устной речи при непосредственном общении происходит одновременно и по слуховому, и по зрительному каналам (при непосредственном контакте). Поэтому устную речь сопровождают, усиливая ее выразительность, невербальные средства. Необратимость, поступательный и линейный характер развертывания во времени – одно из главных свойств устной речи. Для устной речи характерна фрагментарность, т.е. деление единого предложения на несколько коммуникативно самостоятельных единиц. Устная речь может быть *подготовленной* (доклад, лекция и др.) и *неподготовленной* (разговор, беседа).

Устные виды делового общения. Виды: монологические и диалогические.

Монологические виды: приветственная речь; торговая речь (реклама); информационная речь; доклад (на заседании, собрании).

Диалогические виды: деловой разговор, деловая беседа, деловое совещание, переговоры, интервью, пресс-конференция, телефонный разговор.

Этические принципы делового общения.

Принципы делового общения – это общие исходные идеи, руководящие начала, правила их построения: каждая беседа должна иметь цель; самые первые и сильные впечатления о человеке зависят от его внешнего вида; решающими для формирования впечатления о человеке являются первые четыре минуты общения; изучая поведение собеседника, следует помнить о том, что он не может в равной степени все держать под контролем; следует начинать беседу с дружеского тона; мимическим знаком расположения является улыбка; не следует начинать разговор с обсуждения тех вопросов, по которым есть

расхождение с собеседником во мнениях; следует быть хорошим слушателем; следует избегать критики коллег и малознакомых людей; прежде чем убеждать человека в чем-либо, следует постараться понять его; следует запоминать и не путать имена людей; следует помогать людям чувствовать свою значимость; желательно избегать споров.

Десять заповедей грамотной речи:

1. Знайте предмет разговора. 2. Относитесь к собеседнику с уважением. Уважение сказывается в повышенном внимании к собеседнику, в вашем внешнем виде, причёске, настроении и т.д. 3. Владейте мастерством логических ударений, пауз и языком жестов. 4. Пользуйтесь живой речью: метафорами, образами, сравнениями. 5. Избегайте языковых шаблонов и затасканных выражений, а также слов-паразитов. 6. Используйте личное обаяние. 7. Избегайте акцента и смешения языков. 8. Не злоупотребляйте привилегией оратора: не обманывайте собеседника, не искажайте истину. 9. Используйте технику драматизации речи: ускорение и замедление ее темпа, повышение голоса, изменение его тембра. 10. Помните, что ваша цельность, ум и человечность обладают большой силой воздействия.

Лекция 12

Общие положения ведения делового общения

Общие положения ведения делового общения: 1. Пунктуальность (делайте все вовремя). 2. Конфиденциальность (не болтайте лишнего). 3. Любезность, доброжелательность, приветливость в любой ситуации с клиентами, сослуживцами, руководителем. 4. Внимание к окружающим (думайте и о других, а не только себе). 5. Внешний облик (одевайтесь, как положено). Одевайтесь подобающе ситуации. 6. Грамотность (говорите и пишите хорошим языком).

Деловые совещания и собрания.

Деловое совещание – форма организованного целенаправленного взаимодействия группы заинтересованных лиц посредством обмена мнениями для выработки и принятия решения. Виды совещаний: по принадлежности к сфере общественной жизни, по масштабу привлечения участников, по месту проведения, по периодичности проведения, по количеству участников, по основной задаче, по стилю проведения, по дистанцированности участников, по назначению.

Основные элементы подготовки к деловым переговорам: 1) определение предмета переговоров, 2) поиск партнеров для их решения, 3) уяснение своих интересов и интересов партнеров, 4) разработка плана и программы переговоров, 5) подбор специалистов в состав делегации, 6) решение организационных вопросов и оформление необходимых документов.

Ход переговоров укладывается в следующую схему: начало беседы → обмен информацией → аргументация и контраргументация → выработка и принятие решений → завершение переговоров.

Правила налаживания отношений между партнерами в деловом общении: 1. Рациональность. 2. Понимание. 3. Общение. 4. Достоверность. 5. Избегайте менторского тона. 6. Принятие.

Вопросы в деловом общении. Типы вопросов: информационные, контрольные, провокационные, альтернативные, подтверждающие, встречные, ознакомительные, заключающие.

Общие правила ведения бесед в деловой и неформальной обстановке: 1) Говорить нужно так, чтобы каждый участник беседы имел возможность легко вступить в разговор и высказать свое мнение. 2) Недопустимо нападать с горячностью и нетерпением на чужую точку зрения. 3) Высказывая свое мнение, нельзя отстаивать его, горячась и повышая голос: спокойствие и твердость в интонациях действуют более убедительно. 4) Изящество в разговоре достигается через ясность, точность и сжатость высказываемых доводов и соображений. Во время беседы необходимо сохранять самообладание, хорошее расположение духа и благожелательность. 5) Серьезная полемика, даже при уверенности в

своей правоте, негативно сказывается на взаимопользных контактах и деловых отношениях. Необходимо помнить, что за спором идет ссора, за ссорой - вражда, за враждой - проигрыш обеих противостоящих сторон. 6) Ни при каких обстоятельствах нельзя перебивать говорящего. Лишь в крайних случаях можно сделать замечание со всевозможными формами вежливости. 7) Воспитанный человек, прервав беседу, когда в комнату вошел новый посетитель, не продолжит разговор, прежде чем не ознакомит вкратце пришедшего с тем, что было сказано до его прихода. 8) Недопустимо в беседах злословить или поддерживать злословие в адрес отсутствующих. 9) Нельзя вступать в обсуждение вопросов, о которых нет достаточно ясного представления. 10) Упоминая в беседе третьих лиц, необходимо называть их по имени-отчеству, а не по фамилии. Женщина никогда не должна называть мужчин по фамилии. 11) Необходимо строго следить за тем, чтобы не допускать бестактных высказываний (критика религиозных воззрений, национальных особенностей и т.п.). 12) Считается неучтивым заставлять собеседника повторять сказанное под тем предлогом, что вы не расслышали каких-то деталей. 13) Если другой человек заговорит одновременно с вами, предоставьте право сначала высказаться ему. 14) Образованного и воспитанного человека узнают по скромности. Он избегает хвастать своими знаниями и знакомствами с людьми, занимающими высокое положение.

Общение по телефону. Правила: 1. Если там, куда вы звоните, вас не знают, уместно со стороны секретаря попросить вас представиться и узнать, по какому вопросу вы звоните. Назовите себя и кратко изложите причину звонка. 2. Нарушением норм делового этикета считается выдавать себя за личного друга того, кому вы звоните, только для того, чтобы вас скорее с ним соединили. 3. Грубейшее нарушение – не перезвонить, когда вашего звонка ждут. Необходимо перезвонить при первой возможности. 4. Если вы звоните человеку, который просил вас позвонить, а его не оказалось на месте или он не может подойти, попросите передать, что вы звонили. Потом нужно позвонить еще раз, или сказать, когда и где вас можно будет легко найти. 5. Когда разговор предстоит длительный, назначьте его на такое время, когда можно быть уверенным, что у вашего собеседника достаточно времени на беседу. 6. Никогда не говорите с набитым ртом, не жуйте и не пейте во время разговора. 7. Если звонит телефон, а вы уже говорите в это время по другому аппарату, постарайтесь закончить первый разговор, а уж потом обстоятельно поговорить со вторым собеседником. Если можно, спросите у второго собеседника, по какому номеру перезвонить и кого позвать.

Деловой завтрак, деловой обед, деловой ужин.

Деловой завтрак - наиболее удобное время для встреч тех, кто напряженно работает в течение дня. Продолжительность – около 45 минут. Для деловой встречи мужчины и женщины завтрак не рекомендуется.

Деловой обед позволяет наладить хорошие отношения с партнерами, лучше познакомиться с клиентами. В полдень человек активнее и раскованней, чем в 7-8 часов утра. Продолжительность делового обеда строго не регламентируется и обычно составляет 1-2 часа, из которых до получаса занимает светский разговор, как правило, предваряющий деловую беседу.

Деловой ужин носит более официальный характер, чем завтрак или обед, и по степени регламентации приближается к приему. Это определяет тип приглашений (письменные, а не телефонные), особенности одежды (костюм темных тонов). Продолжительность делового ужина 2 часа и более.

После делового завтрака, обеда или ужина принято поблагодарить пригласившего. Более уместной, однако, будет благодарственная записка, хотя этим элементом в деловых отношениях часто пренебрегают.

Презентация. Это первое официальное представление заинтересованной аудитории некоторой еще неизвестной или малоизвестной продукции, фирмы и ее создателей. Цели: информировать и убедить потенциальных партнеров в необходимости приобретения конкретной продукции или услуги; продемонстрировать товар и его возможности, чтобы

вызвать интерес и привлечь внимание к своей фирме; заключить договоры и сделки. Предметом презентации может быть товар или услуга. Сценарий презентации разрабатывает менеджер по связям с общественностью. Компоненты презентации. Длительность проведения презентации – 1,5–2 часа.

Разновидностью презентации является самопрезентация – жанр публичной речи, в основе которого лежит позитивный рассказ о себе с целью показать лучшие стороны личности. Данный текст может быть использован при собеседовании в ситуации приема на работу.

Тема 9. Рекламный текст в деловой сфере

Лекция 13

Феномен рекламного текста: законы порождения и реализация

Реклама (фр. *reclame* от лат. *reclamo* – «выкрикиваю») – это информация о товарах, различных видах услуг с целью оповещения потребителей и создания спроса на товары и услуги.

Цели рекламного текста: привлечение внимания (*аттракция*); сообщение информации (*информирование*); воздействие, приводящее к подсознательному утверждению и закреплению материала (*убеждение*).

Типы рекламы: 1. В зависимости от использования каналов передачи информации: а) визуальную (печатную, световую, оформительскую рекламу, фоторекламу), б) аудиальную (радиорекламу, аудиорекламу в метро), в) аудиально-визуальную (теле- и кинорекламу, презентации, различные виды демонстраций образцов изделий в сопровождении устного текста). 2. По месту расположения говорят о наружной рекламе, рекламе на транспорте, в метро, в СМИ.

Характеристики рекламы: а) широкая распространенность и доступность рекламных текстов; б) лаконичность; в) опора на общеизвестные реалии; г) опора на широкий круг национально-культурных феноменов; д) широкая представленность в рекламных текстах всего спектра фактов и единиц русского языка.

Структура рекламы: заголовок; рекламный лозунг (слоган); зачин; основная часть – информационный блок; заключение – справочные сведения (адрес, телефон, время работы фирмы).

Сильные позиции рекламного текста («раздражители» непроизвольного внимания): заголовок текста, начало, первая строка (зачин) и конец текста («эффект края»), визуальный раздражитель.

Особенности языка рекламы: а) образность, афористичность; б) лаконичность, синтаксическая расчлененность; в) наличие контекстуальных отношений; г) диалогичность; д) мотивирующий характер.

Тема 10. Основы риторики

Лекция 14

Основы риторики. Правила и законы публичного выступления

Понятие о риторике. Риторика (греч. *rhētorikē*) — это ораторское искусство (лат. *oratoria*), искусство говорить красиво и убедительно.

Из истории риторики. История ораторского искусства начинается с Греции. Расцвет его пришелся на V в. до н.э. В период римской империи возникает новое красноречие, примеры которого подали христианские проповедники, со своими вдохновенными речами обошедшие все страны. Расцвет политического красноречия начался в Англии в XVII веке, во Франции – в конце XVIII века, в эпоху Великой революции, в Германии – со времени введения южногерманской конституции.

В России ораторское искусство не имело возможности для всестороннего развития: для политического красноречия не представляла простора форма правления, а судебное

получило возможность применения лишь после судебной реформы в конце XIX века; лишь духовное красноречие процветало в России с незапамятных времен.

Цель ораторского мастерства (по Платону и Аристотелю) – наилучшее, наиболее эффективное воздействие, убеждение слушателей в правоте оратора. Аристотель создал учение об этосе, логосе и пафосе основных категориях научной риторики. Всякий вид речи есть неизбежное единство этоса, пафоса и логоса. Все три вида речи выступают в единстве, во взаимодействии.

Современная, обновленная риторика получила название **неориторика**. Цель неориторика определяется как поиск наилучших вариантов обучения, воздействия, убеждения.

Виды красноречия: 1) речи политические; 2) дипломатическое общение; 3) деловая речь; 4) военное красноречие; 5) академическое красноречие; 6) педагогическое общение; 7) правовая сфера, судебное красноречие; 8) духовно-нравственное красноречие; 9) бытовое общение близких; 10) диалоги с самим собой.

Оратор и его аудитория. К основным навыкам оратора относят следующие: 1) навык отбора литературы; 2) навык изучения отобранной литературы; 3) навык составления плана; 4) навык написания текста речи; 5) навык самообладания перед аудиторией; 6) навык ориентации во времени. Особенности ораторской речи: 1) наличие обратной связи (реакция на слова оратора); 2) устная форма общения; 3) сложная взаимосвязь между книжной речью и ее устным воплощением; 4) использование различных средств общения.

Части (каноны) риторической разработки речи. Части (каноны) риторической разработки речи были определены еще в античности. Всего различают **пять канонов** (этапов риторического действия): 1) нахождение или изобретение материала речи или текста (*inventio*); 2) расположение, или композиция, материала (*dispositio*); 3) словесное выражение, или дикция (*elocutio*); 4) память, запоминание (*memoria*); 5) исполнение, произнесение (*actio*).

Этапы подготовки речи: выбор темы, определение цели речи, подбор материала, овладение материалом, развертывание, завершение речи.

Важнейшими качествами речи являются ее логичность и доказательность. Необходимо овладеть логическими законами доказательности, аргументированности. Логическая схема доказательства чаще всего складывается из трех элементов: тезис, аргументы, вывод. Виды аргументов: 1) логические, обращенные к разуму слушающего, 2) психологические, оказывающие воздействие на чувства. Виды дефиниций (определений): а) классификационные, где определение при помощи классификации указывает род, к которому принадлежит понятие, и его видовые отличия; б) определения при помощи синонимов и антонимов; в) пример (самый выразительный), конкретный и характерный случай, который типичен для нуждающегося в определении понятия. Языковые ресурсы, используемые оратором: 1) фигуры мысли: антитеза, риторический вопрос, риторическое обращение, фигура умолчания, синтаксический параллелизм, эпифора; 2) фигуры речи: сравнения, метафоры, эпитеты, гиперболы. Собственно риторические средства: градация, инверсия, апелляция к собственным мыслям, размышлениям, сомнениям позволяет создать ситуацию доверительного общения с аудиторией.

Общие принципы построения выступления: принцип последовательности, принцип усиления, принцип органического единства, принцип экономии.