Содержание

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ЯЗЫК–ОСНОВА КУЛЬТУРЫ РЕЧИ 1

Речевая деятельность, ее значение для человека 4

Положение русского языка в современном мире 7

Функции языка 10

Формы существования национального языка 12

Литературный язык как высшая форма национального языка 15

Признаки литературного языка 19

Становление и развитие литературного языка до XX века 21

Тенденция развития русского литературного языка в XX веке 25

Языковая норма, ее роль в становлении и функционировании литературного языка 29

Нормы ударения. Особенности русского ударения 32

Орфоэпические нормы 34

Морфологические нормы 37

Синтаксические нормы 40

Лексические нормы 42

Функциональные стили современного русского литературного языка, их взаимодействие 44

Научный стиль и его особенности 48

Официально-деловой стиль, сфера его функционирования, жанровое разнообразие 51

Публицистический стиль 55

Разговорная речь, ее особенности 57

КУЛЬТУРА РЕЧИ 60

Нормативные, коммуникативные, этические аспекты культуры речи 60

Коммуникативные качества речи 62

Точность речи 65

Понятность речи 67

Средства речевой выразительности 71

Тропы как средства речевой выразительности 74

Фигуры речи 78

Использование в речи фразеологизмов, пословиц и поговорок, крылатых выражений 81

Речевой этикет: факторы, определяющие его формирование 83

Формулы речевого этикета: основные группы 86

Обращение в русском речевом этикете 90

Словари – источник знаний 93

Основные типы лингвистических словарей 97

РЕЧЕВОЕ ОБЩЕНИЕ 103

Основные единицы речевого общения 103

Организация речевого взаимодействия 105

Эффективность речевойкоммуникации 108

Слушание как необходимое условие эффективной коммуникации 112

Доказательность и убедительность речи 115

Основные виды аргументов 118

Нравственные установки участников речевой коммуникации 122

Интонация как отличительный признак устной речи 125

Пауза, ее типы 128

Невербальные средства общения. Роль жестов, мимики, позы в общении 131

Классификация жестов 135

УСТНОЕ ПУБЛИЧНОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ 138

Особенности публичной речи 138

Ораторское искусство как социальное явление 140

Характеристика личности оратора. Знания, навыки и умения оратора 143

Основные характеристики аудитории как социально-психологической общности людей 147

Взаимодействие оратора и аудитории. Проблема контакта 150

Повседневная подготовка к выступлениям 153

Основные этапы подготовки к конкретному выступлению 157

Выбор темы и определение целевой установки 160

Поиск материалов для выступления 163

Разработка плана выступления. Виды планов 167

Композиция публичного выступления: определение, основные принципы 169

Вступление как важнейшая составная часть ораторской речи 171

Главная часть речи, ее задачи, методы изложения материала, основные недостатки 175

Завершение речи 178

Словесное оформление публичного выступления 180

Приемы управления аудиторией 183

ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВАЯПИСЬМЕННАЯ РЕЧЬ 187

Формирование русской официально-деловой письменной речи 187

Интернациональные свойства официально-деловой письменной речи 190

Культура официальной переписки 193

Типы документов 196

Правила оформления документов 200

Унификация языка служебных документов 204

Языковые формулы официальных документов 208

Информационное насыщение официальных бумаг 211

Требования к языку и стилю документов 214

Речевой этикет в документе 217

Особенности грамматики официально-деловой письменной речи 221

Язык и стиль распорядительных документов 224

Язык и стиль коммерческой корреспонденции 227

Язык и стиль справочно – информационной документации 231

Реклама в деловой речи 234

Новые тенденции в практике русского делового письма 237

Особенности русской и зарубежной школ делового письма 240

# ЛИТЕРАТУРНЫЙ ЯЗЫК–ОСНОВА КУЛЬТУРЫ РЕЧИ

##

## Речевая деятельность, ее значение для человека

Под речевой деятельностью понимается речь как процесс. Речевая деятельность человека является самой распространенной и самой сложной.

Особенность речевой деятельности состоит в том, что она всегда включается в более широкую систему деятельности как необходимый компонент. По данным исследователей, человеческая деятельность на две трети состоит из речевой. Так, например, образование, обучение, пропаганда знаний немыслимы без общения, без речевой деятельности. Предприниматель, управляющий, архитектор, референт, врач, строитель, брокер, менеджер, продавец, выполняя свою основную работу, вынуждены что-то обсуждать, советоваться, вести переговоры, задавать вопросы, отвечать. От того, насколько умело осуществляется речевая деятельность, зависит успех любой профессиональной деятельности.

Речевая деятельность имеет социальный характер, так как для ее осуществления требуется коллектив (самое меньшее два Человека). В процессе речевого взаимодействия субъектов участвуют их мышление, воля, эмоции, знание, память.

Помимо непосредственных участников – говорящего (А, – адресант) и слушающего (А? – адресат), обычно меняющихся ролями, во-первых, необходим предмет речи (D), т. с. то, о чем говорят и по поводу чего происходит обмен информацией; во-вторых, необходимо знание языка (L); в-третьих, необходимо само высказывание (V). Именно оно оказывается центром коммуникативного взаимодействия, вокруг которого расставляются все остальные составляющие речевой деятельности. Представим это наглядно:

 L (язык)

**A,** **V *A:***

(адресант) (высказывание) (адресат)

D

(предмет речи, объект действительности)

Как *же* осуществляется речевая деятельность, из каких этапов она состоит? Речевая деятельность есть процесс, который складывается из деятельностных актов. Их характер, содержание зависят от различных ситуаций, в которые попадает человек. Например, необходимо устроиться на работу; реализовать изготовленную продукцию; принять участие в конференции. Эти и другие обстоятельства определяют характер речевой ситуации.

В первом случае необходимо подготовиться к собеседованию, во втором – продумать агитационную речь (диалог), в третьем – написать доклад.

Речевые ситуации бывают разнообразными, но этапы осуществления речевой деятельности в основном одни и те же. Действительно, в какой бы речевой ситуации ни оказался человек, если он стремится добиться успеха, достичь цели, обратить на себя внимание, он должен прежде всего сориентироваться в сложившейся обстановке, осознать, что может привести к успеху, чем следует руководствоваться. В русском языке есть глаголы *обдумывать, придумывать, рассуждать, соображать.* Все они называют действие, характерное для начального этапа любой деятельности, в том числе и речевой. В результате обдумывания, рассуждений рождается **внутренний план** высказывания. Это первый этап речевой деятельности.

На втором этапе происходит **порождение, структурирование** высказывания. Из памяти извлекаются нужные слова, строятся предложения.

Третий этап – самый ответственный. Начинается **говорение,** субъект речевого действия *повествует, доказывает, рассказывает,* иными словами *творит звучащую речь.*

Речь, высказывание – продукт речевой деятельности. По речи можно определить психологическое состояние говорящего (речь взволнованная, искренняя, *грубая,* льстивая, лаковая), ее целевое назначение (речь убеждающая, информативная, агитационная), ее коммуникативную значимость (речь содержательная, бессмысленная, пустая, глубокая, оригинальная), отношение говорящего к собеседнику (речь презрительная, ироническая, хвастливая, угрожающая).

Речевая деятельность чаще всего преследует какую-то цель, поэтому важен результат, о нем судят по обратной связи, по тому, как реагируют на сказанное.

Реагирование может быть выражено словесно. Адресат подхватывает разговор и высказывает свое мнение, понимание. Оно может быть передано мимикой, жестом (выражение на лице удовлетворения; кивок головой в знак согласия; пожимание плечами как выражение сомнения и др.). Оно может быть выражено поведением адресата / адресатов (аплодисменты, топание ногами, свист, демонстративный уход из зала и др.). Реакция на речь служит ее оценкой. Обратная связь – очень важный компонент любого вида общения.

В заключение следует сказать: речевая деятельность пронизывает всю жизнь человека. Общение – среда его обитания. Без общения, как без воздуха, человек не может существовать. Без общения невозможно формирование личности человека, его воспитание, образование, развитие интеллекта.

*Общение* и *общество –* родственные слова. Именно объединение людей, их совместная работа, добывание пищи, защита от нападений, стихийных бедствий и породили необходимость общения. Слово *общение,* как и *общество,* восходит к слову *общий.* Это не случайно. При общении должны быть;

– общая необходимость и заинтересованность в передаче и получении информации;

– общая тема разговора;

– общий язык, с его системой звуков и знаков, с особым «голосом», позволяющим передать тончайшие оттенки мыслей и чувств человека.

Речевая деятельность помогает организовать совместную работу, наметить и обсудить планы, реализовать их. Способность общаться с другими людьми позволяет человеку достичь I высокого уровня цивилизации.

##

## Положение русского языка в современном мире

Чтобы определить положение русского языка в современном мире и отношение к нему со стороны народов других стран, необходимо осмыслить те социальные, политические, экономические явления, которые происходили в нашей стране.

В XX веке Россия пережила два крупных потрясения: революционный переворот в 1917 г. и перестройку 90-х гг. В результате революции было создано мощное тоталитарное государство СССР со всеми характерными для него атрибутами. Перестройка привела к распаду СССР, восстановлению Российской Федерации как самостоятельного государства, демократизации общества, утверждению гласности, открытости межгосударственных связей и отношений.

В первый период, особенно когда советский народ одержал победу во Второй мировой войне, необыкновенно возрос интерес к русскому языку во всем мире. Его стали воспринимать как язык великой державы, многовековой культуры и богатейшей литературы, как один из самых информативных языков (60–70% мировой информации публикуется на английском и русском языках).

Советское государство многое сделало для усиления роли русского языка как одного из языков мирового значения. Во всех республиках СССР было немало школ, в которых все преподавание велось на русском языке. С 1938 г. русский язык как обязательный предмет изучался во всех национальных школах. В результате с каждым годом увеличивалось число лиц нерусской национальности, владеющих русским языком. В 1989 г. нерусских, свободно владеющих русским языком, было 87,5 млн человек.

Огромная тяга к изучению русского языка во всем мире способствовала созданию в 1967 г. Международной ассоциации преподавателей русского языка и литературы (МАПРЯЛ). Задача этой организации – объединить преподавателей русского языка за рубежом, оказывать им методическую помощь, содействовать изданию учебников, разнообразных учебных материалов, словарей. С 1967 г. начинает выходить журнал «Русский язык за рубежом». В 1973 г. открывается Институт русского языка им. А.С. Пушкина. Это учебный и научно-исследовательский центр. В нем разрабатываются новейшие методы преподавания русского языка иностранцам, создаются учебники, словари, кинофильмы и другие пособия по русскому языку для иностранцев; принимают в аспирантуру, докторантуру, на курсы повышения квалификации зарубежных русистов, на стажировку иностранных студентов.

Важную роль в пропаганде русского языка играет созданное в 1974 г. издательство «Русский язык», которое в основном специализируется на издании различной учебной литературы, особенно словарей для изучающих русский язык как иностранный.

Во многие вузы страны начиная с 60-х гг. стали приезжать иностранцы, чтобы приобрести ту или иную специальность и овладеть русским языком. Количество приезжающих с каждым годом увеличивалось.

После распада СССР, когда союзные республики стали самостоятельными государствами, произошла переоценка многих прежних ценностей, что привело к заметному снижению интереса к русскому языку в этих государствах.

Негативное отношение к русскому языку проявили в странах Балтии: в Литве, Латвии, Эстонии государственным языком становится только соответствующий национальный язык. Резко сокращаются в школах и вузах преподавание на русском языке и само изучение русского языка. Перестают издавать на русском языке научную и общественно-политическую литературу, использовать его при оформлении производственно-хозяйственной и официальной документации.

Тенденция к сокращению влияния русского языка, его изучения и функционирования в качестве языка межнационального общения наблюдается и в других бывших союзных и автономных республиках. В их средствах массовой информации русский язык начинают называть «имперским языком», «языком тоталитаризма», «языком оккупантов».

Однако жизнь вносит свои коррективы. В постперестроечный период становится очевидным, что русский язык необходим для народов как России, так и для Союза независимых государств. Известный писатель абхазец Ф. Искандер писал в газете «Аргументы и факты»: «Русский язык исторически объединял всех нас, через него мы друг друга понимали. Сейчас же происходит переход рее– публик, народов к общению средствами своего национального языка. Это ставит преграды в развитии культуры, искусства, экономики, в общении людей друг с другом. И в конечном итоге приводит к тем трагическим результатам, которые мы имеем сегодня».

Трезвое отношение к русскому языку, понимание его значения для народов суверенных государств, для развития их культуры, экономики, торгово-промышленных отношений определяют языковую политику в Казахстане, Азербайджане, Армении. «У нас все казахи, – говорит президент Казахстана Нурсултан Назарбаев, – прекрасно знают русский язык, и это преимущество, мы, казахи, никогда не должны потерять. В республике выходит сегодня 467 газет на русском языке, на казахском только 211, 32 телекомпании вещают на русском, на казахском всего 5».

Заслуженный деятель науки Якутии, профессор Н.Г. Самсонов в книге «Русский язык на пороге XX века» (Якутск, 1998 г.) говорит о значении русского языка для существования и дальнейшего развития языков других народов: «Наличие языка-посредника не означает свертывания функций национальных языков. Наоборот, всестороннее экономическое и культурное сотрудничество наций, обмен научными, политическими и экономическими знаниями ведет к взаимному обогащению национальных языков, приводит их в соответствие с современным уровнем общественного прогресса. Достоинство народа заключается не в этнической самоизоляции, а в духовной раскованности, во взаимосотрудничестве народов, в совместном равноправном творчестве».

Русский язык продолжает играть важную историческую роль в языковом развитии, вызывает большой интерес в современном мире. По свидетельству публикаций в российской прессе, число граждан США, Франции, Испании, Швеции, Финляндии, Австрии, Кореи, начавших изучать русский язык и литературу, в последнее время увеличилось в несколько раз. Наряду с английским, французским, испанским, китайским русский язык входит в число официальных международных языков ООН и многих политических, экономических и научных организаций.

## Функции языка

Вопрос о функциях языка тесно связан с проблемой происхождения языка. Какие причины, какие условия жизни людей способствовали его зарождению, его формированию? Каково назначение языка в жизни социума? На эти вопросы искали ответы не только лингвисты, но и философы, логики, психологи.

Появление языка тесно связано с формированием человека как мыслящего существа. Язык возник естественным путем и представляет собой систему, которая необходима одновременно индивиду (отдельному человеку) и социуму (коллективу). В результате этого язык по своей природе **полифункционален.**

Прежде всего он служит средством **общения,** позволяет говорящему (индивиду) выражать свои мысли, а другому индивиду их воспринимать и в свою очередь соответственно реагировать (принимать к сведению, соглашаться, возражать). Таким образом, язык помогает людям делиться опытом, передавать свои знания, организовывать любую работу, строить и обсуждать планы совместной деятельности.

Язык служит и средством **сознания,** способствует деятельности сознания и отражает ее результат. Язык участвует в формировании мышления индивида (индивидуальное сознание) и мышления общества (общественное сознание). Это **познавательная** функция.

Развитие языка и мышления – взаимообусловленный процесс. Развитие мышления способствует обогащению языка, новые понятия требуют новых наименований; совершенствование языка влечет за собой совершенствование мышления.

Язык, кроме того, помогает **сохранять** (аккумулировать) **и передавать информацию,** что важно как для отдельного человека, так и для всего общества. В письменных памятниках (летописи, документы, мемуары, художественная литература, газеты), в устном народном творчестве фиксируется жизнь нации, история носителей данного языка. В связи с этим выделяются три основные функции языка:

– коммуникативная;

– познавательная (когнитивная, гносеологическая);

– аккумулятивная (эпистемическая).

Дополнительные функции проявляются в речи и определяются структурой речевого акта, т.е. наличием адресанта, адресата (участники коммуникации) и предмета разговора. Назовем две такие функции: **эмоциональная** (выражает внутреннее состояние говорящего, его чувства) и **волюнтативная** (функция воздействия на слушателей).

Помимо названных основных и дополнительных функций выделяется еще **магическая** функция языка. Это связано с представлением о том, что некоторые слова, выражения обладают магической силой, способны изменять ход событий, влиять на поведение человека, его судьбу. В религиозном и мифологическом сознании такой силой прежде всего обладают формулы молитв, заклинаний, заговоров, ворожбы, проклятий.

Поскольку язык служит материалом и формой художественного творчества, то правомерно говорить о **поэтической** функции языка. Таким образом, язык выполняет самые разнообразные функции, что объясняется его использованием во всех сферах жизни и деятельности человека и общества.

## Формы существования национального языка

Язык создается народом и обслуживает его из поколения в поколение. В своем развитии язык проходит несколько стадий и зависит от степени развития этноса (греч. ethnos – *народ).* На ранней стадии образуется племенной язык, затем язык народности и, наконец, национальный.

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

По своей природе национальный язык неоднороден. Это объясняется неоднородностью самого этноса как общности людей. *Во-первых,* люди объединяются по территориальному признаку, месту проживания. В качестве средства общения жители сельской местности используют **диалект** – одну из разновидностей национального языка. Диалект, как правило, представляет собой совокупность более мелких единиц – **говоров,** которые имеют общие языковые черты и служат средством общения жителей рядом расположенных деревень, хуторов. **Территориальные диалекты** имеют свои особенности, которые обнаруживаются на всех уровнях языка: в звуковом строе, лексике, морфологии, синтаксисе, словообразовании. Диалект существует только в устной форме.

Наличие диалектов – результат феодальной раздробленности во времена образования Древней Руси, затем Российского государства. В эпоху капитализма, несмотря на расширение контактов между носителями разных диалектов, и на образование национального языка, территориальные диалекты сохраняются, хотя и претерпевают некоторые изменения. В XX веке, особенно во второй половине, в связи с развитием средств массовой информации (печать, радио, кино, телевидение, интервидение), идет процесс деградации диалектов, их исчезновение. Изучение диалектов представляет интерес:

**– с исторической точки зрения:** диалекты хранят архаические черты, литературным языком не отраженные;

**– с точки зрения формирования литературного языка:** на базе какого основного диалекта и затем общенародного языка складывался литературный язык; какие черты других диалектов заимствует; как влияет в дальнейшем литературный язык на диалекты и как диалекты влияют на литературный язык.

*Во-вторых,* объединению людей способствуют социальные причины: общность профессии, родов занятий, интересов, социального положения. Для таких социумов средством общения служит **социальный диалект.** Поскольку социальный диалект имеет немало разновидностей, в научной литературе для их наименования служат также термины *жаргон, арго.*

**Жаргон** – речь социальных и профессиональных групп людей. Его используют моряки, электронщики, компьютерщики, спортсмены, актеры, студенты и др. В отличие от территориальных диалектов жаргон не имеет свойственных только ему фонетических и грамматических особенностей. Для жаргона характерно наличие специфической лексики и фразеологии.

Жаргонная лексика представляет собой переосмысленные, сокращенные, фонетически измененные слова русского языка и заимствованные из других языков, особенно английского. Например: *лабаз –* «магазин», *окурок –* «электричка», *прича –* «прическа», *прогиб –* «подхалимаж», *абита –* «абитуриент», *айз –* «глаз», *алконавт –* «алкоголик», *Америса –* «Америка», *антифейс –* «зад человека».

Некоторые жаргонные слова и устойчивые выражения получают распространение и используются для придания речи выразительности и экспрессивности. Например: *бомж, бомжатник, брейкер, грин, бабки, байкер, тусовка, беспредел, дойти до ручки, брать на пушку.* Отдельные слова и словосочетания в настоящее время не воспринимаются как жаргонные, поскольку они давно вошли в литературный язык и относятся к разговорным или нейтральным. Например: *шпаргалка, настрой, рокер, сникерсы, быть в ударе.*

Иногда как синоним к слову *жаргон* используется слово *арго.* Так, например, говорят о студенческом, школьном арго, имея в виду жаргон.

Основное назначение **арго** – сделать речь непонятной для чужих. В этом в первую очередь заинтересованы низы общества: воры, мошенники, шулеры. Существовало и **профессиональное арго.** Оно помогало ремесленникам (портным, жестянщикам, шорникам и др.), а также торговцам-ходебщикам (коробейники, которые продавали мелкий товар вразноску и вразвозку в небольших городах,:селах, деревнях) при разговоре со своими скрыть от посторонних тайны ремесла, секреты своего дела.

В.И. Даль в первом томе «Толкового словаря» в статье с заглавным словом *афеня, офеня* приводит образец арготической речи торговцев: *Ропа кимать, полумеркать, рыхло закурещат ворыханы. Это* означает: Пора спать, полночь, скоро запоют петухи.

Помимо территориальных и социальных диалектов национальный язык включает в себя просторечие.

**Просторечие** – одна из форм национального русского языка, которая не имеет собственных признаков системной организации и характеризуется набором языковых форм, нарушающих нормы литературного языка. Такое нарушение норм носители просторечия (горожане с невысоким уровнем образованности) не осознают, они не улавливают, не понимают различия между нелитературными и литературными формами.

Просторечными считаются:

**– в фонетике:** *шофер, положить, приговор; ридикулит, колидор, резетка, друшлаг;*

***–* в морфологии:** *мой мозоль, с повидлой, делав, на пляжу, шофера, без пальта, бежат, ляж, ложи;*

**– в лексике:** *подстамент* вместо *постамент, полуклиника* вместо *поликлиника.*

Просторечие, как территориальные и социальные диалекты, имеет только устную форму.

Высшей формой национального языка является литературный язык. Он представлен в устной и письменной форме. Для него характерно наличие норм, которые охватывают все уровни языка (фонетику, лексику, морфологию, синтаксис). Литературный язык обслуживает все сферы деятельности человека: политику, культуру, делопроизводство, законодательство, бытовое общение.

Нормы литературного языка отражаются в словарях: орфоэпических, орфографических, толковых, словарях трудностей, словосочетания.

## Литературный язык как высшая форма национального языка

Литературный язык – система элементов языка, речевых средств, отобранных из национального языка и обработанных мастерами слова, общественными деятелями, выдающимися учеными. Эти средства воспринимаются как образцовые и общеупотребительные. Для носителей языка литературный язык – это высшая форма национального языка. Он обслуживает разные сферы человеческой деятельности: политику, науку, культуру, словесное искусство, образование, законодательство, официально-деловое общение, неофициальное общение носителей языка (бытовое общение), межнациональное общение, печать, радио, телевидение.

Если сравнить разновидности национального языка (просторечие, территориальные и социальные диалекты, жаргоны), то литературный язык играет ведущую роль среди них. Он включает в себя оптимальные способы обозначения понятий и предметов, выражения мыслей и эмоций. Между литературным языком и нелитературными разновидностями русского языка происходит постоянное взаимодействие. Ярче всего это обнаруживается в сфере разговорной речи. Так, произносительные особенности того или иного диалекта могут характеризовать разговорную речь людей, владеющих литературным языком. Другими словами, образованные, культурные люди порой на всю жизнь сохраняют особенности того или иного диалекта. Разговорная речь испытывает влияние книжных стилей литературного языка. В живом непосредственном общении говорящие могут использовать термины, иноязычную лексику, слова из официально-делового стиля *(функции, реагировать, абсолютно, из принципа* и др.).

Литературный язык имеет две формы – устную и письменную. Они различаются по четырем параметрам:

**1 форма реализации.** Названия *устная – письменная* свидетельствуют о том, что первая – звучащая речь, а вторая – графически оформленная. Это их основное различие. Устная форма изначальна. Для появления письменной формы необходимо было создать графические знаки, которые бы передавали элементы звучащей речи. Как устная, так и письменная форма реализуется с учетом характерных для каждой из них норм: устная – орфоэпических, письменная – орфографических и пунктуационных.

**2. Отношение к адресату.** Письменная речь обычно обращена к отсутствующему человеку. Пишущий не видит своего читателя, он может только мысленно представить его себе. На письменную речь не влияет реакция тех, кто ее читает. Напротив, устная речь предполагает наличие собеседника, слушателя. Говорящий и слушающий не только слышат, но и видят друг друга. Поэтому устная речь нередко зависит от того, как ее воспринимают. Реакция одобрения или неодобрения, реплики слушателей, их улыбки и смех – все это может повлиять на характер речи, изменить ее в зависимости от реакции, а то и прекратить.

**3. Порождение формы.** Говорящий создает, творит свою речь сразу. Он одновременно работает над содержанием и формой. Поэтому нередко читающие лекцию, принимающие участие в разговоре по телевидению, отвечая на вопросы журналиста, делают паузы, обдумывая, что сказать, мысленно подбирают слова, строят предложения. Такие паузы называются паузами *хезитации.* Пишущий в отличие от говорящего имеет возможность совершенствовать написанный текст, несколько раз к нему возвращаться, добавить, сократить, изменить, исправить.

**4. Характер восприятия устной и письменной речи.** Письменная речь рассчитана на зрительное восприятие. Во время чтения всегда имеется возможность перечитать непонятное место несколько раз, сделать выписки, уточнить значение отдельных слов, проверить по словарям правильность понимания терминов. Устная речь

воспринимается на слух. Чтобы ее воспроизвести еще раз, необходимы специальные технические средства. Поэтому устная речь должна быть построена и организовав таким образом, чтобы ее содержание сразу понималось к легко усваивалось слушателями.

При реализации каждой из форм литературного языка пишущий или говорящий отбирает для выражения своих мыслей слова, сочетания слов, составляет предложения. В зависимости от того, из какого материала строится речь, она приобретает **книжный** или **разговорный** характер. Это также отличает литературный язык как высшую форму национального языка от других его разновидностей. Сравним для примера пословицы: *Желание сильнее принуждения* и *Охота пуще неволи.* Мысль одна и та же, но оформлена по-разному. В первом случае использованы отглагольные существительные на *– ние (желание, принуждение),* придающие речи книжный характер, во втором – слова *охота, пуще,* придающие оттенок разговорности. Нетрудно предположить, что в научной статье, дипломатическом диалоге будет использована первая пословица, а в непринужденной беседе – вторая. Следовательно, сфера общения обусловливает отбор языкового материала, а он в свою очередь формирует и определяет тип речи.

Книжная речь обслуживает политическую, законодательную, научную сферы общения (конгрессы, симпозиумы, конференции, заседания, совещания), а разговорная речь используется на полуофициальных заседаниях, совещаниях, на неофициальных или полуофициальных юбилеях, торжествах, дружеских застольях, встречах, при доверительных беседах начальника с подчиненным, в обиходно-бытовой, семейной обстановке.

Книжная речь строится по нормам литературного языка, их нарушение недопустимо; предложения должны быть закончены, логически связаны друг с другом. В книжной речи не допускаются резкие переходы от одной мысли, которая не доведена до логического конца, к другой. Среди слов встречаются отвлеченные, книжные слова, в том числе научная терминология, официально-деловая лексика.

Разговорная речь не столь строга в соблюдении норм литературного языка. В ней разрешается использовать формы, которые квалифицируются в словарях как разговорные. В тексте такой речи преобладает общеупотребительная лексика, разговорная; отдается предпочтение простым предложениям, избегаются причастные и деепричастные обороты.

Итак, функционирование литературного языка в важнейших сферах человеческой деятельности; заложенные в нем разнообразные средства для передачи информации; наличие устной и письменной форм; разграничение и противопоставление книжной и разговорной речи – все это дает основание считать литературный язык высшей формой национального языка.

##

## Признаки литературного языка

Один *из* признаков литературного языка – его **обработанность.** «Первым, кто прекрасно понял это, был Пушкин, – *писал А.*М. Горький, – он же первый и показал, как следует пользоваться речевым материалом народа, как надо обрабатывать его».

Реформаторский характер творчества А.С. Пушкина признается всеми. Он считал, что любое слово допустимо, если оно точно, образно выражает понятие, передает смысл. Особенно богата в этом отношении народная речь. Знакомство с его произведениями показывает, насколько творчески, оригинально включал Пушкин просторечные слова в поэтическую речь, постепенно разнообразя и усложняя их функции.

И в дальнейшем в обогащении литературного языка принимали участие русские писатели и поэты. Особенно много сделали Крылов, Грибоедов, Гоголь, Тургенев, Салтыков-Щедрин, Л. Толстой, Чехов. В обработке русского литературного языка, его совершенствовании участвуют политики, ученые, деятели культуры и искусства, журналисты, работники радио и телевидения.

«Всякий материал – а язык особенно, – справедливо замечал А.М. Горький, – требует тщательного отбора всего лучшего, что в нем есть, – ясного, точного, красочного, звучного, и – дальнейшего любовного *развития* этого лучшего». Вот в чем заключается обработка *языка.*

Другая отличительная черта литературного языка – **наличие письменной и устной формы,** а также двух разновидностей – **книжной и разговорной речи.**

Благодаря письменной форме осуществляется аккумулятивная функция языка, его преемственность, традиционность. Существование функционально-стилевых сфер литературного языка, то есть книжной и разговорной речи, позволяет ему быть средством культуры (художественная литература, публицистика, театр, кино, телевидение, радио). Между этими двумя разновидностями происходит постоянное взаимодействие, взаимопроникновение. В результате не только богаче и разнообразнее становится сам литературный язык, но и увеличиваются возможности его использования.

Признаком литературного языка считается **наличие функциональных стилей.** 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, функциональные стили.

Термин *функциональный стиль* подчеркивает, что разновидности литературного языка выделяют на основе той функции (роли), которую выполняет язык в каждом конкретном случае.

Научные труды, учебники, доклады пишутся **научным стилем;** докладные записки, финансовые отчеты, приказы, распоряжения составляются в **официально-деловом стиле;** статьи в газетах, выступления журналистов по радио и телевидению в основном ведуться в **газетно-публицистическом** стиле; в любой неофициальной обстановке, когда обсуждаются бытовые темы, делятся впечатлениями о прошедшем дне, используется **разговорно-бытовой стиль.**

Полифункциональность литературного языка обусловила появление вариативных единиц на всех уровнях: фонетическом, словообразовательном, лексическом, фразеологическом, морфологическом, синтаксическом. В связи с этим возникает стремление разграничить употребление вариантов, наделить их оттенками значений, стилистической окраской, что приводит к обогащению синонимии русского языка.

**Вариативность языковых единиц, богатство и разнообразие лексико-фразеологической и грамматической синонимии** отличает литературный язык, является его признаком.

Важнейшим признаком литературного языка считается его **нормативность.** Норма – единообразное, образцовое, общепризнанное употребление элементов языка (слов, словосочетаний, предложений); правила использования речевых средств в определенный период развития литературного языка.

Нормы существуют как для устной, так и для письменной речи. Например, нормы акцентологические (ударение), орфоэпические (произношение) относятся к устной речи; нормы орфографические (правописание), пунктуационные характерны для письменной речи. Нормы словообразовательные, лексические, морфологические, синтаксические] должны соблюдаться в устной и письменной речи.

Все перечисленные признаки составляют особенность литературного языка как высшей формы национального русского языка.

##

## Становление и развитие литературного языка до XX века

Состояние русского литературного языка в настоящее время представляет собой острейшую проблему для государства, для всего общества. Это объясняется тем, что в языке сосредоточен и представлен весь исторический опыт народа: состояние языка свидетельствует о состоянии caмого общества, его культуры, его менталитета. Разброд и а – шатания в обществе, падение нравственности, утрата характерных национальных черт – все это сказывается на языке, ведет к его упадку.

Сохранение языка, забота о его дальнейшем развитии и обогащении – гарантия сохранения и развития русской культуры. Поэтому каждый гражданин Российской Федерации, кем бы он ни работал, какую бы должность ни занимал, несет ответственность за состояние языка своей страны, своего народа. Чтобы выполнить этот гражданский долг, осознанно принимать участие в языковой политике, необходимо иметь представление о развитии и положении русского литературного языка в разные периоды его существования, поскольку настоящее глубоко и всесторонне познается только в сравнении с прошлым.

Наибольший интерес для осмысления становления и развития литературного языка представляет XVIII век, когда прогрессивно настроенные круги общества старались поднять авторитет русского языка, доказать его состоятельность как языка науки и искусства.

Особую роль в формировании литературного языка в этот период сыграл М.В. Ломоносов. Обладая талантом, огромными знаниями, страстно желая изменить отношение к русскому языку не только иностранцев, но и русских, он создает первую на русском языке «Российскую грамматику», в которой впервые представляет научную систему русского языка, составляет свод грамматических правил, показывает, как следует пользоваться его богатейшими возможностями.

В этот период намечается концентрация общенародных языковых элементов за счет отбора наиболее распространенных особенностей южнорусского и северорусского наречий. Одновременно начинается и демократизация языка: в его лексический состав, грамматический строй в значительном количестве входят элементы живой устной речи городского купечества, служивых людей, низшего духовенства, грамотных крестьян.

Наряду с демократизацией язык начинает постепенно освобождаться от влияния церковнославянского языка.

В XVII веке происходит обновление, обогащение русского языка за счет западноевропейских языков: польского, французского, голландского, немецкого, итальянского. Особенно это проявилось при формировании научного языка, его терминологии: философской, экономической, юридической, научно-технической.

В конце XVIII – начале XIX веков представители демократически настроенной русской интеллигенции, высказывая свое отношение к реформированию литературного языка и его стилей, подчеркивали, что вопрос о литературном языке не должен решаться без определения роли живой народной речи в структуре общенационального языка. В этом отношении показательно творчество великих писателей первой половины XIX века Грибоедова и Крылова, которые доказали, какими неисчерпаемыми возможностями обладает живая народная речь, насколько самобытен, оригинален, богат язык фольклора.

Создателем *современного русского литературного языка* по праву считают А.С. Пушкина. О реформаторском характере творчества поэта писали его современники. Так, Н.В. Гоголь с полным основанием утверждал: «В нем, как будто в лексиконе, заключается все богатство, сила и гибкость нашего языка. Он более всех, он далее всех раздвинул ему границы и более показал все его пространство». В.Г. Белинский писал: «Пушкин убил на Руси незаконное владычество французского псевдоклассицизма, расширил источники нашей поэзии, обратил ее к национальным элементам жизни, показал бесчисленные новые формы, сдружил ее впервые с русскою жизнью <…> Из русского языка Пушкин сделал чудо».

Высоко оценил роль А.С. Пушкина в формировании литературного языка И.С. Тургенев: «Заслуги Пушкина перед Россией велики и достойны народной признательности. Он дал окончательную обработку нашему языку, который теперь по своему богатству, силе, логике и красоте формы признается даже иностранными филологами едва ли не первым после древнегреческого».

А.С. Пушкин в своем поэтическом творчестве и в отношении к языку руководствовался принципом *соразмерности* и *сообразности.* Он писал: «Истинный вкус состоит не в безотчетном отвержении какого-то слова, такого-то оборота, но в чувстве соразмерности и сообразности». Поэтому он не отвергал старославянизмов, не выступал против употребления слов, заимствованных из французского языка, не считал невозможным или зазорным использование простонародных и просторечных слов.

XIX век – «серебряный век» русской словесности и русского языка. В это время происходит небывалый расцвет русской литературы. Всеобщую признательность приобретает творчество Гоголя, Лермонтова, Гончарова, Достоевского, Л. Толстого, Салтыкова-Щедрина, Островского, Чехова и др. Необыкновенных высот достигает русская публицистика: статьи Белинского, Писарева, Добролюбова, Чернышевского. Мировое признание получают достижения русских ученых Докучаева, Менделеева, Пирогова, Лобачевского, Можайского, Ковалевского, Ключевского и др.

Развитие литературы, публицистики, науки способствует дальнейшему становлению и обогащению русского языка. Словарный состав пополняется новой общественно-политической, философской, экономической, технической терминологией: *мировоззрение, целостность, самоопределение, пролетариат, гуманность, образование, действительность* и мн. др. Обогащается фразеология: *центр тяжести, привести к одному знаменателю, отрицательная величина, достигнуть апогея* и др.

Научная и публицистическая литература увеличивает *запас* интернациональной терминологии: *агитация, интеллигенция, интеллектуальный, консервативный, максимальный* и т.п.

Бурное развитие науки, устойчивый рост журнально-газетной продукции способствовали формированию функциональных стилей литературного языка – научного и публицистического.

Одним из важнейших признаков литературного языка как высшей формы общенародного языка является его нормативность. На протяжении всего XIX века идет процесс *обработки* общенародного языка с целью создания единых грамматических, лексических, орфографических, орфоэпических норм. Эти нормы теоретически обосновываются в трудах Востокова, Буслаева, Потебни, Фортунатова, Овсянико-Куликовского, Шахматова; описываются и утверждаются в грамматиках Востокова, Греча, Калайдовича, Грота и др.

Богатство и разнообразие словарного состава русского языка находит отражение в словарях (исторических, этимологических, синонимических, иностранных слов), которые появляются в XIX веке.

Известные филологи того времени публикуют статьи, в которых определяют принципы лексикографического описания слов, принципы отбора лексики с учетом целей и задач словаря. Таким образом, впервые разрабатываются вопросы лексикографии.

Самым крупным событием было издание в 1863–1866 гг. четырехтомного «Толкового словаря живого великорусского языка» В.И. Даля. Словарь был высоко оценен современниками. Его автор в 1863 г. получил Ломоносовскую премию Российской императорской Академии наук и звание почетного академика.

Итак, к началу XX века был сформирован русский литературный язык, определены его нормы, описана морфологическая и синтаксическая структуры, составлены и изданы словари, закрепившие и узаконившие его орфографические, лексические, морфологические особенности.

##

## Тенденция развития русского литературного языка в XX веке

При характеристике литературного *языка* XX века следует разграничивать два хронологических периода: I – с октября 1917 г. по апрель 1985 г. и II – с апреля 1985 г. по настоящее время. Что же происходит с русским литературным языком в эти периоды?

После образования Советского Союза продолжаются его развитие и обогащение. Наиболее наглядно увеличивается словарный запас литературного языка. Особенно интенсивно растет объем научной терминологии, например, связанной с космологией, космонавтикой. В большом количестве создаются слова, обозначающие новые явления и понятия, которые отражали коренные преобразования в государственном, политическом, экономическом устройстве страны, например, *комсомолец, обком, целинник, колхоз, соцсоревнование, детсад* и др. Художественная, публицистическая, научно-популярная литература пополнила арсенал выразительных и изобразительных средств литературного языка. В морфологии, синтаксисе увеличивается количество синонимичных вариантов, различающихся между собой оттенками значений или стилистической окраской.

Происходит дальнейшая унификация орфоэпических, орфографических, лексических, грамматических норм литературного языка. Они фиксируются нормативными словарями.

Исследователи русского языка начиная с 20‑х гг. XX века особое внимание уделяли теории литературного языка. В результате они определили и охарактеризовали системно-структурное членение литературного языка. Во-первых, литературный язык имеет два типа: **книжно-письменный и устно-разговорный;** во-вторых, каждый тип реализуется в речи. Книжно-письменный представлен в **специальной речи** (письменно – научная речь и письменная официально-деловая речь) и в **художественно-изобразительной** речи (письменная публицистическая речь и письменная художественная речь). Устно-разговорный тип представлен в **публичной речи** (у научная речь и устная радио- и телевизионная речь) и в **говорной речи** (устная разговорно-бытовая речь).

В XX веке закончилось формирование русского литерного языка, который стал представлять собой сложную темно-структурную организацию.

Второй период – период перестройки и постперестроечный – придал особое значение тем процессам, которые сопровождают функционирование языка на всех этапах его существования, сделал их более значительными, четче выражении ярче, нагляднее представленными. Прежде всего, следует говорить о значительном пополнении словарного состава русского языка новыми словами *(госструктура, бартер, инвалюта, интернет, картридж, кейс, киви, адидасы, гамбургер* др.), об актуализации большого количества слов, находивши; ранее в пассиве. Помимо новых слов возвращены к жизни многие *слова,* которые, казалось, навсегда вышли из употреблена *гимназия, лицей, гильдия, гувернантка, корпорация, трест, департамент, причастие, благословение, масленица* и др.

Говоря о пополнении словарного состава литературно языка, нельзя не отметить: яркой чертой нашего сегодняшнего языкового развития считается засорение речи заимствование ми. «Иностранизация» русского языка вызывает обеспокоенность лингвистов, литературоведов, писателей, многих, ком; дорог русский язык, кто озабочен его дальнейшей судьбой.

Русский язык на всем протяжении своей истории обогащала не только за счет внутренних ресурсов, но и за счет других языков. Но в какие-то периоды это влияние, особенно заимствование слов, было чрезмерным, тогда и появляется мнение о том, что иностранные слова ничего нового не добавляют, поскольку есть тождественные им русские слова, что многие русские слова не выдерживают конкуренции с модными заимствованиями и вытесняются ими.

История русского литературного языка показывает: заимствование без меры засоряет речь, делает ее не для всех понятной; разумное заимствование обогащает речь, придает ей большую точность.

В связи со значительными изменениями условий функционирования языка актуальной в настоящее время становится еще одна проблема, проблема языка как средства общения, языка в его реализации, **проблема речи.**

Какие же особенности характеризуют функционирование литературного языка в конце XX века?

Во-первых, никогда не был так многочислен и разнообразен (по возрасту, образованию, служебному положению, политическим, религиозным, общественным взглядам, по партийной ориентации) состав участников массовой коммуникации.

Во-вторых, почти исчезла официальная цензура, поэтому ко люди более свободно выражают свои мысли, их речь становится более открытой, доверительной, непринужденной.

В-третьих, начинает преобладать речь спонтанная, самопроизвольная, заранее не подготовленная.

В-четвертых, разнообразие ситуаций общения приводит к изменению характера общения. Оно освобождается от жесткой официальности, становится раскованнее.

Новые условия функционирования языка, появление большого количества неподготовленных публичных выступлений приводят не только к демократизации речи, но и к резкому снижению ее культуры.

В чем это проявляется? Во-первых, в нарушении орфоэпических (произносительных), грамматических норм русского языка. Об этом пишут ученые, журналисты, поэты, простые граждане. Особенно много нареканий вызывает речь депутатов, работников телевидения, радио. Во-вторых, на рубеже XX и XXI веков **демократизация** языка достигла таких размеров, что правильнее назвать процесс **либерализацией,** а еще точнее – **вульгаризацией.**

На страницы периодической печати, в речь образованных людей потоком хлынули жаргонизмы, просторечные элементы и другие внелитературные средства: *бабки, штука, кусок, стольник, балдеж, выкачивать, отмывать, отстегивать, прокрутиться* и мн. др. Общеупотребительными даже в официальной речи стали слова *тусовка, разборка, беспредел* последнее слово в значении «не имеющее пределов беззаконие» приобрело особую популярность.

Для говорящих, публично выступающих изменилась мера допустимости, если не сказать, совсем отсутствует. Ругательства, «матерный язык», «непечатное слово» сегодня можно встретить на страницах независимых газет, свободных изданий, в текстах художественных произведений. В магазинах, на книжных *базарах* продаются словари, содержащие не только жаргонные, блатные слова, но и нецензурные.

Находится немало людей, которые заявляют, что брань, матерщина считаются характерной, отличительной чертой русского народа. Если обратиться к устному народному творчеству, пословицам и поговоркам, то оказывается, не совсем правомерно утверждать, что русский народ считает брань неотъемлемой частью своей жизни. Да, народ пытается как-то оправдать ее, подчеркнуть, что брань – обычное дело: *Брань не запас, а без нее не на час; Брань не дым* – *глаз не выест; Брань на вороту не виснет.* Она как бы даже помогает в работе, без нее не обойдешься: *Не выругаешься, дела не сделаешь; Не обругавшись, и замка в клети не отопрешь.*

Но важнее другое: *Спорить спорь, а браниться грех; Не бранись: что из человека исходит, то его и поганит; Брань не смола, а саже сродни: не льнет, так марает; С брани люди сохнут, а с похвалы толстеют; Горлом не возьмешь, бранью не выпросишь.*

Это не только предупреждение, это уже осуждение, это запрет.

Русский литературный язык – наше богатство, наше достояние. Он воплотил в себе культурные и исторические традиции народа. Мы несем ответственность за его состояние, за его судьбу.

Справедливы и актуальны (особенно в настоящее время!) слова И.С. Тургенева: «Во дни сомнений, во дни тягостных раздумий о судьбах моей родины – ты один мне поддержка и опора, о великий, могучий, правдивый и свободный русский язык! Не будь тебя – как не впасть в отчаяние при виде всего, что совершается дома? Но нельзя верить, чтобы такой язык не был дан великому народу!»

## Языковая норма, ее роль в становлении и функционировании литературного языка

Языковая норма (норма литературная) – это правила использования речевых средств в определенный период развития литературного языка, то есть правила произношения, словоупотребления, использования традиционно сложившихся грамматических, стилистических и других языковых средств, принятых в общественно-языковой практике. Это единообразное, образцовое, общепризнанное употребление элементов языка (слов, словосочетаний, предложений).

Норма обязательна как для устной, так и для письменной речи и охватывает все стороны языка. Различают нормы: орфоэпические (произношение), орфографические (написание), словообразовательные, лексические, морфологические, синтаксические, пунктуационные.

**Признаки нормы** литературного языка: относительная устойчивость, общеупотребительность, общеобязательность, соответствие употреблению, обычаю и возможностям языковой системы.

Языковые нормы – **явление историческое,** они меняются. Источники изменения норм литературного языка различны: разговорная речь; местные говоры; просторечие; профессиональные жаргоны; другие языки. Изменению норм предшествует появление их вариантов, которые реально существуют в языке на определенном этапе его развития, активно используются его носителями. Варианты норм отражаются в словарях современного литературного языка. Например, в «Словаре современного русского литературного языка» как равноправные фиксируются акцентные варианты таких слов, как *нормировать* и *нормировать, мышление* и *мышление.* Некоторые варианты слов даются с соответствующими пометами: *творог* и (разг.) *творог, договор* и (прост.) *договор.* Если же обратиться к «Орфоэпическому словарю русского языка», то можно проследить за судьбой этих вариантов. Так, слова *нормировать* и *мышление* становятся предпочтительными, а *нормировать* и *мышление* имеют помету «доп.» (допустимо). В отношении *творог* и *творог* норма не изменилась. А вот вариант *договор* из просторечной формы перешел в разряд разговорной, имеет в словаре помету «доп.».

Языковые нормы не выдумываются учеными. Они отражают закономерные процессы и явления, происходящие в языке, и поддерживаются речевой практикой. К основным источникам языковой нормы относятся произведения писателей-классиков и современных писателей, анализ языка средств массовой информации, общепринятое современное употребление, данные живого и анкетного опросов, научные исследования ученых-языковедов. Так, составители словаря грамматических вариантов использовали источники, хранящиеся в Институте русского языка АН: 1) картотеку грамматических колебаний, которая составлялась на материалах художественной прозы в течение 1961–1972 гг.; 2) материалы статистического обследования по газетам 60–70‑х гг. (общая выборка составила сто тысяч вариантов); 3) записи фонотеки современной разговорной речи; 4) материалы ответов на «Вопросник»; 5) данные всех современных словарей, грамматик и специальных исследований по грамматическим вариантам. В результате анализа всего перечисленного материала были выявлены наиболее распространенные варианты, используемые в равной степени; редко встречающиеся или совсем исчезнувшие. Это позволило ученым определить, что считать нормой, как она изменилась. Показатели различных нормативных словарей дают основание говорить о трех степенях нормативности:

– норма I степени – строгая, жесткая, не допускающая вариантов;

– норма II степени – нейтральная, допускает равнозначные варианты;

– норма III степени – *более* подвижная, допускает использование разговорных, а также устаревших форм. Историческая смена норм литературного языка – закономерное, объективное явление. Оно не зависит от воли и желания отдельных носителей языка. Развитие общества, изменение социального уклада жизни, возникновение новых традиций, функционирование литературы, искусства приводят к постоянному обновлению литературного языка и его норм.

Нормы литературного языка отражают самобытность русского национального языка, способствуют сохранению языковой традиции, культурного наследия прошлого. Они защищают литературный язык от потока диалектной речи, социальных и профессиональных жаргонов, просторечия. Это позволяет литературному языку оставаться целостным, общепонятным, выполнять свою основную функцию – культурную.

По принятым и действующим на любом этапе существования литературного языка нормам можно определить, какие изменения в отношении нормализации произошли и каковы тенденции дальнейшего развития норм литературного языка.

##

## Нормы ударения. Особенности русского ударения

Особенности и функции ударения изучает раздел языкознания, который называется **акцентологией** (от *лат.* accentus – *ударение).*

Ударение в русском языке **свободное,** что отличает его от некоторых других языков, в которых ударение закреплено за каким-то определенным слогом. Например, в английском языке ударным бывает первый слог, в польском – предпоследний, в армянском, французском – последний. В русском языке ударение может падать на любой слог, поэтому его называют **разноместным.** Сопоставим ударение в словах: *компас, добыча, документ, медикамент.* В этих словах ударение соответственно падает на первый, второй, третий, четвертый слоги. Разноместность его делает ударение в русском языке индивидуальным признаком каждого отдельно взятого слова.

Кроме того, ударение в русском языке бывает **подвижным и неподвижным.** Если в различных формах слова ударение падает на одну и ту же часть, то такое ударение является неподвижным *(берегу, бережёшь, бережёт, бережём, бережёте, берегут –* ударение закреплено за окончанием). Ударение, меняющее свое место в разных формах одного и того же слова, называется подвижным *(прав, правы, права; могу, можешь, могут).*

Большая часть слов русского языка имеет неподвижное ударение.

Ударение имеет большое значение в русском языке и выполняет различные функции. От ударения зависит семантика слова *(хлопок* – *хлопок, гвоздики – гвоздики).* Оно указывает на грамматическую форму *(руки –* именительный падеж множественного числа, а *руки –* родительный падеж единственного числа). Наконец, ударение помогает различать значение слов и их формы: *белок –* родительный падеж слова *белка,* а *белок –* именительный падеж слова, которое называет составную часть яйца или часть глаза.

Разноместность и подвижность ударения нередко приводит к речевым ошибкам (вместо *начал, понял* произносят *начал, понял).*

Сложность в определении места ударения в том или ином слове возрастает, поскольку для некоторых слов существуют варианты ударений. При этом есть варианты, которые не нарушают норму и считаются литературными, например, *искристый* – *искристый, лосось – лосось, творог* – *творог, мышление* – *мышление,* В других случаях одно из ударений считается неправильным, например, *кухонный, инструмент, ходатайство,* неправильно: *кухонный, инструмент, ходатайство.*

Целый ряд вариантов ударения связан с профессиональной сферой употребления. Есть слова, специфическое ударение в которых традиционно принято только в узкопрофессиональной среде, в любой другой обстановке оно воспринимается как ошибка.

В публичных выступлениях, деловом общении, обиходной речи довольно часто наблюдается отклонение от норм литературного языка. Так, некоторые считают, что надо говорить *средства производства,* но *денежные средства, прошли два квартала,* но *второй квартал этого года.* Слова *средства* и *квартал* независимо от значения имеют только одно ударение.

Ошибки в ударении могут привести к искажению смысла высказывания. Например, в одной из телепередач демонстрировались произведения испанских художников. Показали картину, на которой был изображен берег реки, дерево с богатой кроной, сквозь листья которой просматривалось голубое небо и зелень других растений. Под деревом сидел монах. Ведущий передачу сказал: «Эта картина называется «Отшельник в пустыне». Каждый, кто смотрел передачу, вероятно, удивился и подумал: какая же это пустыня? Все дело в том, что на картине изображена не пустыня, а уединенное, безлюдное место, где живет отшельник, которое называется *пустынь* или *пустыня.* Неправильно произнесенное слово создало впечатление о несоответствии названия картины ее содержанию. Чтобы не допустить ошибки в постановке ударения, следует знать не только норму, но и типы вариантов, а также условия, при которых может быть использован тот или иной из них. Для этого рекомендуется обращаться к специальным словарям и справочникам. Лучше всего прибегать к помощи «Орфоэпического словаря русского языка». Ценным пособием является «Словарь ударений для работников радио и телевидения» (составители Ф.А. Агеенко, М.В. Зарва, под ред. Д.Э. Розенталя). Особенность данного словаря состоит в том, что он фиксирует только предпочтительный вариант. Правильное ударение дается также в орфографических, толковых словарях русского языка.

##

## Орфоэпические нормы

Орфоэпические нормы – это произносительные нормы устной речи. Их изучает специальный раздел языкознания – **орфоэпия** *(греч.* orthos – *правильный* и epos – *речь).* Орфоэпией называют и совокупность правил литературного произношения. Орфоэпия определяет произношение отдельных звуков в тех или иных фонетических позициях, в сочетаниях с другими звуками, а также их произношение в определенных грамматических формах, группах слов или в отдельных словах.

Соблюдение единообразия в произношении имеет большое значение. Орфоэпические ошибки всегда мешают воспринимать содержание речи: внимание слушающего отвлекается различными неправильностями произношения и высказывание во всей полноте и с достаточным вниманием не воспринимается. Произношение, соответствующее орфоэпическим нормам, облегчает и ускоряет процесс общения. Поэтому социальная роль правильного произношения очень велика, особенно в настоящее время в нашем обществе, где устная речь стала средством самого широкого общения на различных собраниях, конференциях, съездах.

Рассмотрим **основные правила литературного произношения,** которых необходимо придерживаться.

**Произношение гласных.** В русской речи среди гласных только ударные произносятся четко. В безударном положении они утрачивают ясность и четкость звучания, их произносят с ослабленной артикуляцией. Это называется законом *редукции.*

Гласные [а] и [о] в начале слова без ударения и в первом предударном слоге произносятся как [а]: *овраг –* [а] враг, *автономия –* [а] вт[а] номия, *молоко –* м[а] л[а] ко.

В остальных безударных слогах, т.е. во всех безударных слогах, кроме первого предударного, на месте буквы *ока* после твердых согласных произносится очень краткий (редуцированный) неясный звук, который в разных положениях колеблется от произношения, близкого к [ы], к произношению, близкому к [а}. Условно этот звук обозначается буквой [ъ]. Например: *голова –* г[ъ] лова, *сторона –* ст[ъ] рона, *дорогой –* д[ъ] рогой, *город –* гор[ъ] д, *сторож –* стор[ъ] ж.

Буквы *е* и *я* в предударном слоге обозначают звук, средний между [е] и [и]. Условно этот звук обозначается знаком [ие]: *пятак –* п[ие] так, *перо –* п[ие] ро.

Гласный [и] после твердого согласного, предлога или при слитном произношении слова с предыдущим произносится как [ы]: *мединститут –* мед[ы] нститут, *из искры –* из[ы] скры, *смех и горе –* смех [ы] горе. При наличии паузы [и] не переходит в [ы]: *смех и горе.*

Отсутствие редукции гласных мешает нормальному восприятию речи, так как отражает не литературную норму, а диалектные особенности. Так, например, побуквенное (нередуцированное) произношение слова[молоко] воспринимается нами как окающий говор, а замена безударных гласных на [a] без редукции – [малако] – как сильное аканье.

**Произношение согласных.** Основные законы произношения согласных – *оглушение* и *уподобление.*

В русской речи происходит обязательное оглушение звонких согласных в конце слова. Мы произносим хле[п] – *хлеб,* са[т] – *сад,* смо[к] *– смог,* любо[ф'] – *любовь* и т.д. Это оглушение является одним из характерных признаков русской литературной речи. Нужно учесть, что согласный [г] в конце слова всегда переходит в парный ему глухой звук [к]: лё[к] – *лёг,* поро[к] – *порог* и т.д. Произнесение в этом случае звука [х] недопустимо как диалектное. Исключение составляет слово *бог –* бо[х].

В положении перед гласными, сонорными согласными к {в} звук [г] произносится как звонкий взрывной согласный. Только в нескольких словах, старославянских по происхождению – бо[γ] а, [γ] осподи, бла[γ] о, бо[γ] атый и производных от них, звучит фрикативный заднеязычный согласный [γ]. Причем в современном литературном произношении и в этих словах [γ] вытесняется [г]. Наиболее устойчивым он является в слове [γ] осподи,

*[Г]* произносится как [х] в сочетаниячх *гк* и *гч:* лё[хк'] – ий – *легкий,* ле[хк] о – *легко.*

В сочетаниях звонкого и глухого согласных (так же, как и глухого, и звонкого) первый из них уподобляется второму.

Следует обратить внимание на сочетание *чн,* так как при его произношении нередко допускаются ошибки. В произношении слов с этим сочетанием наблюдается колебание, что связано с изменением правил старого московского произношения.

По нормам современного русского литературного языка сочетание *чн* обычно так и произносится [чн], особенно это относится к словам книжного происхождения *(алчный, беспечный),* а также к словам, появившимся в недавнем прошлом *(маскировочный, посадочный).*

Произношение [шн] вместо орфографического *чн* в настоящее время требуется в женских отчествах на *– ична:* Ильини[шн] а, Лукини[шн] а, Фомини[шн] а, а также сохраняется в отдельных словах: коне[шн] о, пере[шн] ица, праче[шн] ая, пустя[шн] ый, скворе[шн] ик, яи[шн] ица и др.

Некоторые слова с сочетанием *чн* в соответствии с нормой произносятся двояко: порядо[шн] о и порядо[чн] о. В отдельных случаях различное произношение сочетания *чн* служит для смысловой дифференциации слов: серде[чн] – ый удар – серде[шн] ый друг.

**Произношение заимствованных слов.** Они, как правило, подчиняются современным орфоэпическим нормам и только в некоторых случаях отличаются особенностями в произношении. Например, иногда сохраняется произношение звука [о] в безударных слогах (м[о] дель, [о] азис, [о] тель) и твердых согласных перед гласным переднего ряда [е] (с[тэ] нд, ко[дэ] кс, каш[нэ]). В большинстве же заимствованных слов перед [е] согласные смягчаются: ка[т'] ет, па[т'] ефон, факуль[т'] ет, му[з'] ей, [р'] ектор, пио[н'] ер. Всегда перед [е] смягчаются заднеязычные согласные: па[к'] ет, [к'] егли, с[х'] ема, ба[г'] ет.

Описание орфоэпических норм можно найти в литературе по культуре речи, в специальных лингвистических исследованиях, например, в книге Р.И. Аванесова «Русское литературное произношение», а также в толковых словарях русского литературного языка, в частности, в однотомном «Толковом словаре русского языка» С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой.

##

## Морфологические нормы

Морфология – раздел грамматики, изучающий грамматические свойства слов, то есть грамматические значения, средства выражения грамматических значений,

Особенности русского языка заключаются в том, что средства выражения грамматических значений зачастую варьируются. При этом варианты могут различаться оттенками значений, стилистической окраской, сферой употребления, соответствовать норме литературного языка или нарушать ее. Умелое использование вариантов позволяет точнее выразить мысль, разнообразить речь, свидетельствует о речевой культуре говорящего.

Самую большую группу составляют варианты, использование которых ограничено функциональным стилем или жанром речи. Так, в разговорной речи нередко встречаются формы родительного падежа множественного числа *апельсин, помидор,* вместо *апельсинов, помидоров; у ней, от ней* вместо *у нее, от нее.* Употребление таких форм в официальной письменной и устной речи считается нарушением морфологической нормы.

Вещественные существительные *сахар, топливо, масло, нефть, соль, мрамор* употребляются, как правило, в форме единственного числа. В профессиональной речи для обозначения разновидностей, сортов веществ используется форма множественного числа: *сахара, топлива, масла, нефти, соли, мраморы.* Эти формы имеют стилистический оттенок профессионального употребления.

Немало в русском языке морфологических вариантов, которые рассматриваются как идентичные, равнозначные. Например: *токари – токаря, цехи – цеха, весною – весной, дверями – дверьми.*

В других случаях одна из форм нарушает норму литературного языка: *рельс,* а *рельса* неправильно, *туфля,* а *туфель и туфля* неправильно.

В русском языке немало слов мужского и женского рода для обозначения людей по их должности, профессии. При существительных, обозначающих занимаемую должность, профессию, чин, звание, возникающие в речи затруднения объясняются особенностями этой группы слов. Каковы они?

**Во-первых,** в русском языке существуют названия мужского рода и отсутствуют к ним параллели женского рода или (значительно реже) существуют только названия женского рода. Например: *ректор, бизнесмен, финансист, парламентер и прачка, няня, модистка, маникюрша, повитуха, бесприданница, кружевница, швея-мотористка.*

**Во-вторых,** существуют названия как мужского, так и женского рода, оба они нейтральны. Например: *спортсмен – спортсменка, поэт – поэтесса.*

**В-третьих,** образованы обе формы (и мужского рода и женского), но слова женского рода отличаются значением или стилистической окраской. Так, слова *профессорша, докторша* имеют значение «жена профессора», «жена доктора» и разговорный оттенок, а как названия должности становятся просторечными. Родовые параллели *кассирша, сторожиха, бухгалтерша, контролерша, лаборантка, вахтерша, билетерша* квалифицируются как разговорные, а *врачиха –* как просторечная.

Затруднения возникают в том случае, когда необходимо подчеркнуть, что речь идет о женщине, а нейтральная параллель женского рода в языке отсутствует. Случаи такие все увеличиваются. По свидетельству ученых, число наименований, не имеющих женской родовой параллели, с каждым годом увеличивается, например: *космофизик, телекомментатор, телерепортер, бионик, кибернетик* и др., в то время как эту должность может занимать женщина.

Какой же выход находят пишущие и говорящие?

Как отмечают лингвисты, не только в устной речи, но и в газетных текстах, деловой переписке все чаще и чаще используется синтаксическое указание на пол называемого лица, когда при существительном мужского рода глагол в прошедшем времени имеет форму женского рода. Например: *врач пришла, филолог сказала, бригадир находилась, мне посоветовала наш библиограф.* Такие конструкции в настоящее время считаются допустимыми, не нарушающими норму литературного языка.

Употребление существительных мужского рода, не имеющих словообразовательной параллели женского рода как наименования женщин, привело к тому, что усилились колебания в формах согласования. Стали возможными такие варианты: *молодой физик Яковлева – молодая физик Яковлева.*

В частотно-стилистическом словаре вариантов «Грамматическая правильность русской речи» относительно такого употребления определений сказано: «В письменной строго официальной или нейтрально-деловой речи принята норма согласования по внешней форме определяемого существительного: *выдающийся математик Софья Ковалевская новый премьер-министр Индии Индира Ганди».*

Наиболее часты грамматические ошибки, связанные с употреблением рода имен существительных. Можно услышать неправильные словосочетания: *железнодорожная рельса, французская шампунь, большой мозоль, заказной бандероль.* Но ведь существительные *рельс, шампунь –* мужского рода, а *мозоль, бандероль –* женского рода, поэтому следует говорить: *железнодорожный рельс, французский шампунь, большая мозоль, заказная бандероль.*

Нарушение грамматических норм нередко связано с употреблением в речи предлогов. Так, не всегда учитывается различие в смысловых и стилистических оттенках между синонимическими конструкциями с предлогами *из-за* и *благодаря.* Предлог *благодаря* сохраняет свое первоначальное лексическое значение, связанное с глаголом *благодарить,* поэтому он употребляется для указания причины, вызывающей желательный результат: *благодаря помощи товарищей, благодаря правильному лечению.* При резком противоречии между исходным лексическим значением предлога *благодаря* и указанием отрицательной причины употребление этого предлога нежелательно: *не пришел на работу благодаря болезни.* В данном случае правильно сказать – *из-за болезни.*

Предлоги *благодаря, вопреки, согласно, навстречу* по современным нормам употребляются только с дательным падежом.

##

## Синтаксические нормы

Иногда пишущие не учитывают порядка слов и создают предложения, которые имеют два смысла. Например, как понять фразу *Хозяин дома спал?* То ли речь идет о спящем хозяине дома, то ли о том, где спал хозяин? В предложении *В древних документах подобного рода термин отсутствует* сочетание *подобного рода* может относиться к сочетанию *древних документах* или к слову *термин.*

Нередко встречаются ошибки, связанные с употреблением предлогов. Как сказать: *я скучаю по тебе* или *я скучаю о* тебе?

Более давней нормой было употребление предлога *по* и местоимения в предложном падеже: *по ком, по чем, по нем, по нас, по вас.* Существительные в данной конструкции имели форму дательного падежа: *по отцу, по матери, по другу.* Поскольку существительные с предлогом *по* имели форму дательного падежа, то и местоимения стали приобретать эту же форму: *по кому, по нему, по чему, по ним.* Предложные формы *по ком, по нем, по чем* в настоящее время устарели, встречаются редко.

Сохраняют старую форму предложного падежа после предлога *по* местоимения *мы, вы: по нас, по вас.* Употребление дательного падежа у этих местоимений *(по нам, по вам)* считается нарушением литературной нормы.

Особого внимания требуют предлоги *на* и *в.* Они указывают на пребывание в каком-то месте или передвижение в какое-то место. Предлог *в* показывает, что движение направлено внутрь чего-либо *(в сад, в дом, в город)* или обозначает пребывание внутри *(в саду, в доме, в городе).* Предлог *на* указывает, что движение направлено на поверхность чего-либо *(на гору, на дерево, на крышу),* или означает пребывание на какой-либо поверхности *(на крыше, на палубе).* Но чаще выбор предлога определяется традицией.

С названиями государств, регионов, краев, областей, городов, сел, деревень, станиц употребляется предлог *в: в России, в Англии, в Краснодарском крае, в станице Вешенской, в деревне Молитовка.*

*С* названием островов, полуостровов используется предлог *на: на Камчатке, на Диксоне, на Капри.*

Предлог *на* употребляется с названиями проспектов, бульваров, площадей, улиц; предлог *в-*с названиями переулков, проездов: *на бульваре Вернадского, на площади Победы, на улице Суворова, в Банном переулке, в проезде Серова.*

Если названия горных областей имеют форму единственного числа, то используется предлог *на,* если форму множественного числа – предлог *в.* Ср.: *на Кавказе, на Эльбрусе, на Памире* и *в Альпах, в Гималаях.*

Предлоги *в* и *на* в некоторых конструкциях антонимичны предлогам *из* и *с: поехал в Ставрополь – вернулся из Ставрополя, отправился на Кавказ – приехал с Кавказа.*

Некоторые жители, например, Ростовской области, допускают ошибку в употреблении предлога *с,* говоря: *пришел со школы, приехал с района.* Поскольку этим конструкциям антонимичны конструкции *пошел в школу, поехал в район,* то норма требует употреблять предлог *из,* а не *с: пришел из школы, приехал из района.*

##

## Лексические нормы

Особого внимания требуют лексические нормы, то есть правила применения слов в речи. М. Горький учил, что слово необходимо употреблять с точностью самой строгой. Слово должно использоваться в том значении (в прямом или переносном), которое оно имеет и которое зафиксировано в словарях русского языка. Нарушение лексических норм приводит к искажению смысла высказывания. Можно привести немало примеров неточного употребления отдельных слов. Так, наречие *где-то* имеет одно значение – «в каком-то месте», «неизвестно где» *(где-то заиграла музыка).* Однако в последнее время это слово стали употреблять в значении «около, приблизительно, когда-то»: *Где-то в 70‑х годах XIX века; Занятия планировали провести где-то в июне; План выполнен где-то на 102%.*

Ошибкой является неправильное употребление глагола *ложить* вместо *класть.* Глаголы *ложить* и *класть* имеют одно и то же значение, но *класть –* общеупотребительное литературное слово, а *ложить –* просторечное.

Необходимо обратить внимание и на использование приставочных глаголов *положить, сложить, складывать.* Некоторые говорят *покладу на место, слаживать числа,* вместо правильного *положу на место, складывать числа.*

Нарушение лексических норм порой связано с тем, что говорящие путают слова, близкие по звучанию; но различные по значению. Например, не всегда правильно употребляются глаголы *предоставить* и *представить.* Глагол *предоставить* означает «дать возможность воспользоваться чем-либо» *(предоставить квартиру, отпуск, должность, кредит, заем, права, независимость, слово* и т.д.), а глагол *представить* имеет значение «передать, дать, предъявить что-либо кому-либо» *(представить*

*отчет, справку, факты, доказательства; представить к награде, к ордену, к званию, на соискание премии* и т.д.).

В последнее время все чаще и чаще в передачах по радио, телевидению стали звучать такие фразы: *Команда спортсменов обречена на победу; Выступление ансамбля обречено на успех; Он обречен быть гениальным; Задуманные мероприятия обречены на процветание.* Говорящие не учитывают ни происхождения слова, ни его внутренней формы, ни его исконного значения. Во всех приведенных предложениях речь идет о положительных результатах *(победа, успех, процветание),* в то время как глагол *обрекать* имеет значение «предназначить, силою обстоятельств принудительно поставить в какие-нибудь условия». Вспомним строчки из произведений классиков:

*Их села и нивы за буйный набег / Обрек он мечам и пожарам* (Пушкин); *Не я обрек твои младые годы / На жизнь без счастья и свободы* (Некрасов); *Всем даже страшно стало, когда поняли, на какое одиночество он обрек себя* (Горький).

Для уточнения лексических норм современного литературного языка рекомендуется обращаться к толковым словарям русского языка, к специальной справочной литературе.

##

## Функциональные стили современного русского литературного языка, их взаимодействие

Функциональный стиль – это подсистема литературного языка, которая реализуется в определенной сфере общественной деятельности (например, в сфере науки, делового общения, бытового общения и т.д.) и характеризуется некоторой совокупностью стилистически значимых языковых средств. Термин *функциональный стиль* подчеркивает, что разновидности литературного языка выделяются на основе той функции (роли), которую выполняет язык в каждом конкретном случае. Именно цели общения диктуют выбор стилистических приемов, композиционной структуры речи для каждого конкретного случая. Функциональные стили неоднородны; каждый из них представлен рядом жанровых разновидностей, например, в научном стиле – научные монографии и учебные тексты, в официально-деловом – законы, справки, деловые письма, в газетно-публицистическом – статья, репортаж и т.п. Каждый функциональный тип речи имеет свои специфические черты, свой круг лексики и синтаксических структур, которые реализуются в той или иной степени в каждом жанре данного стиля.

В соответствии со сферами общественной деятельности в современном русском языке выделяют **функциональные стили: научный, официально-деловой, газетно-публицистический, художественный и разговорно-обиходный.**

Стили литературного языка, прежде всего, сопоставляются на основе анализа их лексического состава, так как 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. Например: *обличье – облик, нехватка – дефицит, потеха – развлечение, переделка – преобразования, плакаться – сетовать.* Данные синонимы отличаются друг от друга не по смыслу, а своей стилистической окраской. Первые слова каждой пары употребляются в разговорно-обиходной, а вторые – в научно-популярной, публицистической, официально-деловой речи.

Помимо понятия и 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. Например: *отличный, прекрасный, превосходный* **(положительная оценка);** *скверный, гадкий, отвратительный* **(отрицательная оценка).** Нередко, помимо оценочной, слова включают еще и образную окраску, как, например, в словах, характеризующих человека: *богатырь, орел, лев; 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-обиходной речи, которая отличается живостью и меткостью изложения. Характерны экспрессивно окрашенные слова и для публицистического стиля. Однако в научном, техническом и официально-деловом стилях речи эмоционально окрашенные слова, как правило, неуместны.

Слова *промокашка, сушилка, читалка* (вместо *промокательная бумага, сушильный аппарат, читальный зал)* вполне допустимы в разговорной речи, но они неуместны при официальном, деловом общении. Слова разговорного стиля отличаются большой смысловой емкостью и красочностью, придают речи живость и экспрессивность.

Разговорные слова противопоставляются книжной лексике. К ней относятся слова научного, технического, газетно-публицистического и официально-делового стилей, представленных обычно в письменной форме. Лексическое значение книжных слов, их грамматическая оформленность и произношение подчиняются установившимся нормам литературного языка, отклонения от которых недопустимы.

Сфера распространения книжных слов неодинакова. Наряду со словами, общими для научного, технического, газетно-публицистического и официально-делового стилей, в книжной лексике есть и такие, которые закреплены только за каким-нибудь одним стилем и составляют специфику этого стиля. Например, **терминологическая лексика** употребляется главным образом в научном и техническом стилях. Ее назначение состоит в том, чтобы дать точное и ясное представление о научных понятиях (например, технические термины – *биметалл, центрифуга;* медицинские термины – *рентген, диабет* и др.).

**Для публицистического стиля** характерны отвлеченные слова с общественно-политическим значением *(гуманность, прогресс, миролюбивый, престиж).*

**В деловом стиле** – официальной переписке, правительственных актах, речах – употребляется лексика, отражающая официально-деловые отношения *(сессия, решение, постановление, резолюция).* Особую группу в составе официально-деловой лексики образуют канцеляризмы: *заслушать (доклад), зачитать (решение), препровождать, входящий (номер).*

Термины **книжная и разговорная лексика** являются условными, так как они не обязательно связываются с представлением только об одной какой-либо 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.).

К разговорно-обиходной примыкает просторечная лексика, которая находится за пределами стилей литературного языка. Просторечные слова (например: *барахло, брехня, глотка, плюгавый* и др.) употребляются обычно в целях сниженной, грубоватой характеристики явлений и предметов реальной действительности. В официально-деловом общении эти слова недопустимы, а в обиходно-разговорной речи их следует избегать.

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.** Так, слова *идти, много, лицо –* стилистически нейтральны, в отличие от их синонимов – *брести* (разговорное), *шествовать* (книжное); *уйма* (разговорное), *множество* (книжное); *морда* (разговорное, сниженное), *лик* (книжное, поэтическое).

В речевой практике может иметь место **взаимодействие стилей,** проникновение лексических средств, закрепленных за той или иной сферой общественной деятельности в несвойственные им сферы общения. В том случае, если употребление стилистически окрашенного слова в несвойственном ему контексте мотивировано определенной коммуникативной целью (например, создание положительной оценочности высказывания, эффекта наглядности – *разумная ценовая политика, гибкая система скидок* (официально-деловая речь), оно является оправданным, усиливает воздействующую силу высказывания. Если же стилистически окрашенное слово используется в чуждой для него сфере общения без определенной коммуникативной цели, такое употребление квалифицируется как стилистическая ошибка (например: *областной форум тружеников животноводческих ферм;* **задействовать** *человеческий фактор* (официально-деловая речь).

Как отмечают специалисты, всякое употребление может быть правильным, если оно обусловлено характером сферы общения, традицией отбора речевых средств разными категориями носителей языка (физиками, журналистами, поэтами, моряками, шахтерами, дипломатами и т.п.). Именно поэтому даже то, что противоречит нормам общелитературной речи, может находить функционально оправданное применение и выступать как показатель своеобразия формы общения. Например, стилистически значимы и допустимы в профессиональной речи словосочетания, находящиеся за пределами общелитературных норм: *компас, на-гора, отдать концы, торта, эфиры, цементы* и др.

Итак, стили литературного языка обслуживают определенные сферы человеческой деятельности, являются социально обусловленными. Они взаимодействуют друг с другом и выступают как формы существования языка.

##

## Научный стиль и его особенности

Сфера научного общения отличается тем, что в ней преследуются цели наиболее точного, логичного, однозначного выражения мысли.

Ведущее положение в научном стиле занимает монологическая речь. Речевыми жанрами, воплощающими этот стиль языка, являются научные монографии, научные статьи, диссертационные работы, различные жанры учебной, научно-технической, научно-популярной литературы; научные доклады, лекции.

В большинстве случаев научный стиль реализуется в письменной форме речи. Однако с развитием средств массовой коммуникации, с ростом значимости науки в современном обществе, увеличением числа различного рода научных контактов, таких, как конференции, симпозиумы, семинары, возрастает роль устной научной речи.

Основными чертами научного стиля являются **точность, абстрактность, логичность и объективность изложения.** Именно они формируют этот функциональный стиль, определяют выбор лексики, используемой в произведениях научного стиля.

Требование **точности** научной речи предопределяет такую особенность словаря научного стиля, как **терминологичность.** В научной речи активно используется специальная и терминологическая лексика. В последнее время возросла роль международной терминологии (особенно это заметно в экономической сфере, например, *менеджмент, спонсор, секвестр, риэлтер* и проч.). Возрастающая роль интернационализмов в терминологической лексике свидетельствует, с одной стороны, о тенденции к международной стандартизации языка науки, а с другой – является показателем «отстраненности» средств научного стиля от общеупотребительной лексики языка. Научный стиль не обладает свойством общедоступности. Однако это не означает правильности обратного утверждения: «чем непонятнее, тем научнее». Псевдонаучный стиль изложения, не подкрепленный информативностью, является недостатком речи.

Особенностью использования лексики в научном стиле является то, что многозначные стилистически нейтральные слова употребляются в научном стиле не во всех своих значениях, а только, как правило, в одном. Например, из четырех основных значений глагола *видеть,* отмечаемых словарями, в научном стиле реализуется значение «сознавать, понимать». Например: *Мы видим, что в трактовке этого явления ученые расходятся.* Употребление в одном, становящемся терминологическим, значении характерно и для других частей речи, например, существительных, прилагательных: *тело, сила, движение, кислый, тяжелый* и т.п.

Стремление к **обобщению, абстракции** проявляется в научном стиле в **преобладании абстрактной лексики** над **конкретной.** Весьма частотными являются существительные с абстрактными значениями типа: *мышление, перспективы, истина, гипотеза, точка зрения, обусловленность* и под.

Лексический состав научного стиля характеризуемся относительной **однородностью и замкнутостью,** что выражается, в частности, в меньшем использовании синонимов. Объем текста в научном стиле увеличивается не столько за счет употребления различных слов, сколько за счет многократного повторения одних и тех же.

В научном функциональном стиле **отсутствует разговорная и просторечная лексика.** Этому стилю в меньшей степени свойственна оценочность. Оценки используются, чтобы выразить точку зрения автора, сделать ее более понятной, доступной, пояснить мысль, и в основном имеют рациональный, а не эмоционально-экспрессивный характер. Научному стилю речи **чужда эмоционально-экспрессивная окрашенность,** поскольку она не способствует достижению точности, логичности, объективности и абстрактности изложения. Не только неуместно, но и комично звучат высказывания типа: *«-Бесподобный метод интегрирования…»; «Интеграл ведет себя вполне прилично…»; «Решение задачи дрожало на кончике пера…».* Однако, как отмечают ученые, в некоторых жанрах научной речи, таких, например, как: полемические статьи, лекции, научно-популярные доклады могут встречаться экспрессивные средства языка, используемые как средство усиления логической аргументации.

В научном стиле речи максимально демонстрируется **отстраненность автора, объективность излагаемой информации.** Это выражается в использовании **обобщенно-личных и безличных конструкций,** например: *считается, известно, есть основания полагать, предположительно, можно сказать, следует подчеркнуть* и т.п.

Стремление к логичности изложения материала в научной речи обусловливает активное использование сложных предложений союзного типа, в которых отношения между частями выражаются однозначно, например: *Иногда достаточно провести 2–3 занятия, чтобы восстановить плавную речь.* Наиболее типичными сложноподчиненными предложениями являются **предложения с придаточными причины и условия,** например: *«Если плохо работает предприятие или какое-то его структурное подразделение, то это значит, что здесь не все в порядке с менеджментом».*

Цели подчеркнуто логичного изложения мысли служит также употребление **вводных слов,** из которых особенно широко в научном стиле представлены вводные слова, обозначающие последовательность сообщений, а также степень достоверности и источник информации: *во-первых, во-вторых, наконец; конечно, по-видимому, как утверждают…, согласно теории* и т.п.

Отличительной особенностью письменной научной речи является то, что тексты могут содержать не только языковую информацию, но и различные формулы, символы, таблицы, графики и т.п. В большей степени это характерно для текстов естественных и прикладных наук: математики, физики, химии и др. Однако практически любой научный текст может содержать графическую информацию; это одна из характерных черт научного стиля речи.

Обобщая отличительные особенности научного стиля, прежде всего его лексического состава, можно сказать, что он характеризуется: 1. Употреблением книжной, нейтральной и терминологической лексики. 2. Преобладанием абстрактной лексики над конкретной. 3. Употреблением многозначных слов в одном (реже двух) значениях. 4. Увеличением доли интернационализмов в терминологии. 5. Относительной однородностью, замкнутостью лексического состава. 6. Неупотребительностью разговорных и просторечных слов; слов с эмоционально-экспрессивной и оценочной окраской. 7. Наличием синтаксических конструкций, подчеркивающих логическую связь и последовательность мыслей.

##

## Официально-деловой стиль, сфера егофункционирования, жанровое разнообразие

Официально-деловой стиль обслуживает сферу административно-правовой деятельности. Он удовлетворяет потребность общества в документальном оформлении разных актов государственной, общественной, политической, экономической жизни, деловых отношений между государством и организациями, а также между членами общества в официальной сфере их общения. Официально-деловой стиль реализуется в текстах различных жанров: устав, закон, приказ, жалоба, рецепт, заявление, а также в различного рода деловых жанрах: объяснительная записка, автобиография, анкета, резюме и др. Жанры официально-делового стиля выполняют информационную, предписывающую, констатирующую функции в различных сферах деятельности. В связи с этим основной формой реализации этого стиля является письменная.

Общими стилевыми чертами официально-деловой речи являются: 1) точность изложения, не допускающая возможности инотолкования, детальность изложения; 2) стереотипность, стандартность изложения; 3) долженствующепредписывающий характер изложения. Кроме того, специалисты отмечают такие черты официально-делового стиля, как официальность, строгость выражения мысли, а также объективность и логичность, которые свойственны и научной речи. Названные черты официально-делового стиля отражаются не только в системе языковых средств, но и неязыковых способах оформления конкретных текстов: в композиции, рубрикации, выделении абзацев, т.е. в стандартизированном оформлении многих деловых документов.

Систему официально-делового стиля составляют языковые средства трех типов: 1) имеющие соответствующую функционально-стилевую окраску (лексика и фразеология), например: *истец, ответчик, протокол, должностная инструкция, поставка, предоплата, удостоверение личности* и др.; 2) нейтральные, межстилевые, а также общекнижные, языковые средства; **3)** языковые средства, нейтральные по своей стилистической окраске, но по степени употребительности в официально-деловом стиле ставшие его «приметой», например: *ставить вопрос, выразить свое несогласие.*

Многие глаголы, употребляемые в официально-деловой речи, содержат тему предписания или долженствования: *запретить, разрешить, обязать, указать, назначить* и под. Отмечается высокий процент употребления глаголов в форме инфинитива, что также связано с предписывающей функцией официально-деловых текстов. Глагольная форма обозначает не постоянное или обычное действие, а действие, которое законом предписывается произвести в определенных условиях, например: *Обвиняемому обеспечивается право на защиту.*

При назывании лица в официально-деловом стиле чаще всего употребляются имена существительные, обозначающие лицо по признаку действия или отношения, что призвано точно обозначить «роли» участников ситуации: *истец, ответчик, заявитель, квартиросъемщик, наниматель, исполнитель, опекун, усыновитель, свидетель* и т.д. Существительные, обозначающие должности и звания, употребляются в форме мужского рода и в том случае, когда они относятся к лицам женского поля: *работник милиции Смирнова, ответчик Прошина* и пр. Для деловой речи характерно использование отглагольных существительных и причастий: *прибытие транспорта, предъявление претензий, обслуживание населения, пополнение бюджета; данный, указанный, назначенный.*

В официально-деловом стиле имеет место тенденция к сокращению числа значений слов, к однозначности используемых слов и словосочетаний, стремление к терминологизации речи. В текстах данного стиля даются точные определения либо пояснения используемых терминов (терминологических сочетаний) в том случае, если они не являются общеупотребительными, например: *Недопоставка вызвана форс-мажорными обстоятельствами (ливневыми дождями размыло подъездные пути).*

Многие из слов официально-делового стиля имеют антонимические пары, например: *права – обязанности, действие* – *бездействие, оправдательный – обвинительный, правовой – противоправный.* Синонимы употребляются в незначительной степени и, как правило, принадлежат одному стилю: *снабжение = поставка-обеспечение; платежеспособность* = *кредитоспособность; износ = амортизация; ассигнование = субсидирование* и др.

Типичными для делового языка являются сложные слова, образованные от двух и более слов: *квартиросъемщик, работодатель, материально-технический, ремонтно-эксплуатационный, вышеуказанный, вышеназванный* и т.п. Образование таких слов объясняется стремлением делового языка к точности передачи смысла и однозначности толкования. Этой же цели служат устойчивые сочетания типа: *пункт назначения, налоговая декларация, акционерное общество, жилищный кооператив* и проч. Однотипность подобных словосочетаний и их высокая повторяемость приводят к клишированности используемых языковых средств, что придает текстам официально-делового стиля стандартизированный характер.

Официально-деловая речь отражает не индивидуальный, а социальный опыт. Вследствие этого лексика данного стиля отличается обобщенностью значений, т.е. на передний план выдвинуто типичное в ущерб индивидуальному, своеобразному, конкретному. Для официального документа важна юридическая сущность, поэтому предпочтение отдается родовым понятиям: например: *прибыть (приехать, прилететь, прийти), транспортное средство (автобус, самолет, поезд), населенный пункт (город, деревня, поселок)* и т.д.

Из синтаксических конструкций, имеющих окраску официально-делового стиля, отмечают словосочетания, включающие сложные отыменные предлоги: *в части, по линии, на предмет, во избежание,* а также сочетания с предлогом по и предложным падежом, выражающее временное значение: *по возвращении, по достижении.*

Деловой речи свойственны безличность изложения и отсутствие оценочности. Имеет место беспристрастная констатация, изложение фактов в логической последовательности. Поэтому 1‑е лицо допустимо только в ограниченном числе ситуаций, когда устанавливаются правовые отношения между частным лицом и организацией или государством, например при оформлении различного рода доверенностей, при заключении трудового соглашения и т.п.

Итак, точность, однозначность и стандартизация используемых средств – основная особенность официально-делового стиля речи.

## Публицистический стиль

Публицистический стиль *(лат.* publicus – *общественный) –* исторически сложившаяся функциональная разновидность литературного языка, обслуживающая широкую сферу общественных отношений: политических, экономических, нравственно-этических, культурных, религиозных и др. Этот стиль широко используется в общественно-политической литературе, периодической печати (газеты, журналы), радио- и телепередачах, документальном кино, в публичных выступлениях (речь на митинге, выступление на собрании, торжественном мероприятии, в зале суда и др.).

Наибольшее распространение в рамках публицистического стиля получила его газетная разновидность, поэтому в лингвистической литературе его нередко называют *газе тно – публицистическим.*

Первые русские произведения публицистического характера появились очень давно. Это, например, «Слово о законе и благодати» митрополита Иллариона (XI в.); обличительные произведения выдающегося писателя Максима Грека, памфлеты известного публициста Ивана Пересветова, знаменитая переписка царя Ивана Грозного с князем Курбским (XVI в.); сочинения Г.К. Котошихина, подьячего Посольского приказа, участника переговоров со Швецией (XVII в.) и др. Дальнейшее развитие публицистического стиля происходило в XVIII веке в связи с появлением первой русской печатной газеты «Ведомости» (1703) и созданием ряда журналов. Окончательно публицистический стиль оформился в XIX веке (А.Н. Радищев, Н.И. Новиков, П.Я. Чаадаев, В.Г. Белинский, Н.К. Михайловский, В.С. Соловьев, Л.Н. Толстой, Ф.М. Достоевский и др.). Яркими публицистами XX века были А.М. Горький, А.Н. Толстой, Л.М. Леонов, К.М. Симонов и многие другие.

Исследователи выделяют **две основные функции** публицистического стиля – *информативную* (сообщение, передача новой информации) и *воздействующую* (оказание убеждающего влияния на адресата, агитация, пропаганда). **Цель** публицистического текста – оказать желаемое воздействие на разум и чувства читателя, слушателя, настроить его определенным образом.

Для публицистического стиля характерны оценочность, призывность (побудительность) и полемичность. Это отличает его от других стилей литературного языка, например, научного и официально-делового.

Лингвисты описывают **основные признаки** публицистического стиля. К ним относятся:

1. Употребление стандартных, клишированных средств языка *(играть роль, рынок ценных бумаг, непредсказуемые последствия, курс реформ, работники прилавка* и др.). Использование стереотипных речевых формул облегчает процесс коммуникации. Как подчеркивает крупный специалист в области литературного языка В.В. Виноградов, «большинство людей говорит и пишет с помощью готовых формул, клише».

2. Активное использование экспрессивных, выразительных, эмоциональных речевых средств, создание тропов и стилистических фигур, применение логико-композиционных форм и приемов (заголовки, чередование повествования, описания и рассуждения, введение разных типов чужой речи и т.д.).

3. Широкое разнообразие употребляемой лексики и фразеологии. В публицистическом стиле часто встречается общественно-политическая лексика *(администрация, правительство, депутаты, кандидаты, избиратели, власть* и др.), заимствованные слова *(президент, презентация, рейтинг, спонсор, клип, брифинг, саммит, коррупция, маркетинг, вице-премьер* и др.). Значительную часть составляют общелитературные слова и различные термины (экономические, политические, философские, военные, спортивные, литературы и искусства и т.д.), которые в определенном контексте переосмысливаются и получают публицистическую окраску *(мобилизация резервов, накладка, оснастка, финишная прямая, дан старт, агония, зажим* и др.).

4. Совмещение слов, относимых, с одной стороны, к высокой, книжной лексике *(отчизна, родина, патриотизм, претворять, гражданственность, свершения, созидание, помыслы* и др.), с другой – к разговорной, сниженной, просторечной, даже жаргонной лексике *(баксы, беспредел, кайф, тусовка, кинуть, отстегивать, замочить, за бугром, крутой, разборка* и др.,).

5. Экономия языковых средств, лаконичность и популярность изложения при информативной насыщенности.

Итак, для публицистического стиля, по мнению ученых, характерны чередование стандарта и экспрессии, логического и образного, оценочного и доказательного, экономия языковых средств, доходчивость, лаконичность, последовательность изложения при большой информативности.

##

## Разговорная речь, ее особенности

Разговорная речь – это функциональная разновидность литературного языка. Она выполняет функции общения и воздействия. Разговорная речь обслуживает такую сферу коммуникации, для которой характерны **неофициальность отношений между участниками и непринужденность общения.** Она используется в обиходно-бытовых ситуациях, семейной обстановке, на неофициальных заседаниях, совещаниях, неофициальных юбилеях, торжествах, дружеских застольях, встречах, при доверительных беседах коллег, начальника с подчиненным и т.п.

Темы разговорной речи определяются потребностями общения. Они могут меняться от узкобытовых до профессиональных, производственных, морально-этических, философских и др.

Важной особенностью разговорной речи являются ее **неподготовленность, спонтанность** *(лат.* spontaneus – *самопроизвольный).* Говорящий создает, творит свою речь сразу «набело». Как отмечают исследователи, языковые разговорные особенности часто не осознаются, не фиксируются сознанием. Поэтому нередко, когда носителям языка для нормативной оценки предъявляются их собственные разговорные высказывания, они оценивают их как ошибочные.

Следующий характерный признак разговорной речи – **непосредственный характер речевого акта,** то есть она реализуется только при непосредственном участии говорящих независимо от того, в какой форме она реализуется – в диалогической или монологической. Активность участников подтверждается высказываниями, репликами, междометиями, просто издаваемыми звуками.

На структуру и содержание разговорной речи, выбор вербальных и невербальных средств общения большое влияние оказывают **экстралингвистические (внеязыковые) факторы:** личность адресанта (говорящего) и адресата (слушающего), степень их знакомства и близости, фоновые знания (общий запас знаний говорящих), речевая ситуация (контекст высказывания). Например, на вопрос «Ну, как?» в зависимости от конкретных обстоятельств ответы могут быть самыми разными: «Пятерка», «Встретил», «Достал», «Проиграл», «Единогласно». Иногда вместо словесного ответа достаточно сделать жест рукой, придать своему лицу нужное выражение – и собеседнику понятно, что хотел сказать партнер. Таким образом, внеязыковая ситуация становится составной часть коммуникации. Без знания этой ситуации значение высказывания может оказаться непонятным. Большую роль в разговорной речи играют также жесты и мимика.

Разговорная речь – речь некодифицированная, нормы и правила ее функционирования не фиксируются в разного рода словарях и грамматиках. Она не столь строга в соблюдении норм литературного языка. В ней активно используются формы, которые квалифицируются в словарях как разговорные. «Помета *разг.* их не порочит, – пишет известный лингвист М.П. Панов. – Помета предупреждает: лицо, с которым вы в строго официальных отношениях, не называйте *голубчиком,* не предлагайте ему куда-нибудь его *впихнуть,* не сообщайте ему, что он *долговязый* и временами *ворчун…* В официальных бумагах не употребляйте слова *глядь, всласть, восвояси, грошовый…* Ведь разумные советы?»

В этом отношении разговорная речь противопоставляется кодифицированной книжной речи. Разговорная речь, как и книжная, имеет устную и письменную формы. Например, ученый-геолог пишет статью для специального журнала о залежах минералов в Сибири. Он использует книжную речь в письменной форме. *С* докладом на эту тему ученый выступает на международной конференции. Его речь книжная, но форма устная. После конференции он пишет о своих впечатлениях письмо коллеге по работе. Текст письма – разговорная речь, письменная форма.

Дома, в кругу семьи геолог рассказывает, как он выступал на конференции, с кем из старых друзей встретился, о чем говорили, какие подарки привез. Его речь – разговорная, ее форма – устная.

Активное изучение разговорной речи началось в 60-х гг. XX столетия. Стали анализировать магнитофонные и ручные записи непринужденной естественной устной речи. Ученые выделили специфические лингвистические особенности разговорной речи в фонетике, морфологии, синтаксисе, словообразовании, лексике. Например, в области лексики для разговорной речи характерна система собственных способов номинации (называния): различные виды стяжения *(вечерка –* вечерняя газета, *мотор –* моторная лодка, *поступать –* в учебное заведение); неоднословные словосочетания (Есть *чем писать»?* – карандаш, ручка, Дай *чем укрыться –* одеяло, плед, простыня); однословные производные слова с прозрачной внутренней формой *(открывалка –* консервный нож, *тарахтелка –* мотоцикл) и др. Разговорные слова отличаются высокой экспрессивностью *(каша, окрошка –* о путанице, *кисель, размазня –* о вялом, бесхарактерном человеке).

КУЛЬТУРА РЕЧИ

## Нормативные, коммуникативные, этические аспекты культуры речи

С литературным языком тесно связано понятие культуры речи. Умение четко и ясно выразить свои мысли, говорить грамотно, умение не только привлечь внимание своей речью, но и воздействовать на слушателей, владение культурой речи – своеобразная характеристика профессиональной пригодности для людей самых различных профессий: дипломатов, юристов, политиков, преподавателей школ и вузов, работников радио и телевидения, менеджеров, журналистов.

Культурой речи важно владеть всем, кто по роду своей деятельности связан с людьми, организует и направляет их работу, ведет деловые переговоры, воспитывает, заботится об их здоровье, оказывает людям различные услуги.

Что такое культура речи? – Под культурой речи понимается:

– соблюдение этики общения;

– владение нормами литературного языка в его устной и письменной формах

– умение выбрать и организовать языковые средства, которые в определенной ситуации общения способствуют достижению поставленных задач коммуникации.

Таким образом, культура речи содержит три составляющих компонента: нормативный, коммуникативный и этический.

Культура речи предполагает прежде всего **правильность речи,** то есть соблюдение норм литературного языка, которые воспринимаются его носителями (говорящими и пишущими) в качестве «идеала», образца. Языковая норма – это центральное понятие языковой культуры, а **нормативный аспект** культуры речи считается одним из важнейших. «Умение правильно говорить – еще не заслуга, а неумение – уже позор, – писал знаменитый Цицерон, – потому что правильная речь не столько достоинство хорошего оратора, сколько свойство каждого гражданина».

Однако культура речи не может быть сведена к перечню запретов и определений «правильно–неправильно». Понятие «культура речи» связано с закономерностями и особенностями функционирования языка, а также с речевой деятельностью во всем ее многообразии. Оно включает в себя и предоставляемую языковой системой возможность находить для выражения конкретного содержания в каждой реальной ситуации речевого общения адекватную языковую форму.

Культура речи вырабатывает навыки отбора и употребления языковых средств в процессе речевого общения, помогает сформировать сознательное отношение к их использованию в речевой практике в соответствии с коммуникативными задачами. Выбор необходимых для данной цели языковых средств – основа **коммуникативного аспекта** культуры речи.

Известный филолог, крупный специалист по культуре речи Г.О. Винокур писал: «Для каждой цели – свои средства, таков должен быть лозунг лингвистически культурного общества».

Коммуникативная целесообразность считается одной из главных категорий теории культуры речи, поэтому важно знать основные коммуникативные качества речи и учитывать их в процессе речевого взаимодействия.

В соответствии с требованиями коммуникативного аспекта культуры речи носители языка должны владеть функциональными разновидностями языка, а также ориентироваться на прагматические условия общения, которые существенно влияют на оптимальный для данного случая выбор и организацию речевых средств.

**Этический аспект** культуры речи предписывает знание и применение правил языкового поведения в конкретных ситуациях. Под этическими нормами общения понимается речевой этикет (речевые формулы приветствия, просьбы, вопроса, благодарности, поздравления и т.п.; обращение на «ты» и «вы»; выбор полного или сокращенного имени, формулы обращения и др.).

На использование речевого этикета большое влияние оказывают экстралингвистические факторы: возраст участников речевого акта (целенаправленного речевого действия), их социальный статус, характер отношений между ними (официальный, неофициальный, дружеский, интимный), время и место речевого взаимодействия и т.д.

Этический компонент культуры речи накладывает строгий запрет на сквернословие в процессе общения, осуждает разговор на «повышенных тонах».

##

## Коммуникативные качества речи

Одно из значений слова коммуникация – «сообщение информации одним лицом другому или ряду лиц; общение». Поскольку в акте общения принимают участие адресант (создатель информации) и адресат /адресаты (воспринимающие информацию), то важно определить, какими коммуникативными качествами должна обладать речь говорящего, чтобы адресат правильно декодировал ее, адекватно воспринимал и был заинтересован в получении информации.

К коммуникативным качествам речи, которые оказывают наилучшее воздействие на адресата с учетом конкретной ситуации и в соответствии с поставленными целями и задачами, относятся: **точность, понятность, богатство и разнообразие речи, ее чистота, выразительность.**

**Точность** определяется умением четко и ясно мыслить, знанием предмета разговора и законов русского языка. Какие же причины делают речь неточной? Назовем наиболее распространенные: употребление слов в несвойственном им значении; неустраненная контекстом многозначность, порождающая двусмысленность; смешение паронимов, омонимов. Вот какие примеры смешения паронимов приводил А.М. Горький: «Прозаик пишет: он щелкнул *щиколоткой* калитки вместо *щеколдой.* Когда Б. Пильняк пишет, что «дочь за три года *возрастом* догнала мать», нужно убедить Пильняка, что возраст и рост не одно и то же».

**Понятность** речи связана с ее действенностью, эффективностью и зависит от характера используемых слов. Чтобы речь была понятной, необходимо ограничить употребление слов, находящихся на периферии словарного состава языка и не обладающих качеством коммуникативной общезначимости. К ним относятся: узкоспециальные термины; иноязычные слова, не получившие широкого распространения; профессионализмы, то есть слова и выражения, используемые людьми одной профессии.

Употребляя научный термин, иностранное слово, диалектизм, надо быть уверенным, что они понятны слушателям. В противном случае необходимо давать соответствующие пояснения значений используемых слов.

Английский просветитель, крупнейший философ-материалист Джон Локк считал, что тот, кто употребляет слова без ясного и неизменного смысла, тот вводит себя и других в заблуждение. А тот, кто делает это умышленно, является врагом истины и познания.

**Богатство** речи свидетельствует об эрудиции говорящего, его высоком интеллекте. Богатство индивидуального языка дает возможность разнообразить речь, придать ей точность и четкость, позволяет избежать повторов как лексических, так и синтаксических.

Чем определяется богатство языка, в том числе и языка отдельного индивида?

Богатство любого языка заключается в богатстве словаря. Одни исследователи считают, что активный словарь современного человека не превышает 7–8 тысяч разных слов, по подсчетам других, он достигает 11 –13 тысяч слов. Людям лингвоинтенсивных профессий, например, преподавателям, политикам, юристам, врачам, менеджерам, необходимо иметь как можно больший запас слов и постоянно заботиться о его пополнении.

Богатейшим источником пополнения индивидуального словарного запаса является **синонимия.** Синонимы привлекают пишущего или говорящего тем, что они, различаясь оттенками значений или стилистической окраской, позволяют с предельной точностью сформулировать мысль, придать речи разговорный или книжный характер, выразить положительную или отрицательную экспрессию. Например, слово *смелый* имеет следующие синонимы: храбрый, мужественный, отважный, дерзкий, безбоязненный, бесстрашный, неустрашимый, доблестный, героический; геройский *(разг.);* дерзновенный, бестрепетный *(высок.);* дерзостный *(уст. высок.);* решительный *(в принятии решения);* не робкого *(или* не трусливого) десятка, о двух головах.

**Чистота** речи – отсутствие в ней лишних слов, слов – «сорняков», слов-паразитов. Конечно, в языке названных слов нет. Засоряющими речь они становятся из-за частого, неуместного их употребления, когда почти в каждой фразе говорящего слышим *значит, понимаете, так сказать, вот, собственно говоря, видите ли, да, так* и др.

Слова – «сорняки» не несут никакой смысловой нагрузки, не обладают информативностью. Они не только засоряют речь, но и затрудняют ее восприятие, отвлекают внимание от содержания высказывания. Кроме того, лишние слова психологически действуют на слушателей, раздражают их.

**Выразительность** речи усиливает эффективность выступления: яркая речь вызывает интерес у слушателей, поддерживает внимание к предмету разговора, оказывает воздействие на разум, чувства, воображение слушателей. Сделать речь образной, эмоциональной говорящему помогают специальные художественные приемы, изобразительные и выразительные средства языка, традиционно называемые *тропами* (сравнение, метафора, метонимия, гипербола и др.) и *фигурами* (антитеза, инверсия, повтор и др.), а также пословицы, поговорки, фразеологические выражения, крылатые слова.

Однако они не исчерпывают всего многообразия выразительных средств родной речи. Прибегая к ним, не следует забывать, что все эти «цветы красноречия», как называл их видный мастер русского судебного красноречия П.С. Пороховщиков (П. Сергеич), хороши только в том случае, когда кажутся неожиданными для слушателя. Их нельзя, да и не нужно заучивать, их можно только впитать в себя вместе с народной речью, развивая и совершенствуя речевую культуру, речевой вкус и чутье.

Итак, правильность нашей речи, точность языка, четкость формулировок, умелое использование терминов, иностранных слов, удачное применение изобразительных и выразительных средств языка, пословиц и поговорок, крылатых слов, фразеологических выражений, богатство индивидуального словаря повышают эффективность общения, усиливают действенность устного слова.

Коммуникативная целесообразность – важнейшая категория культуры речи.

##

## Точность речи

В.Г. Белинский в статье о произведении М.Ю. Лермонтова «Герой нашего времени» писал: «Какая точность и определенность в каждом слове, как на месте и как незаменимо другим каждое слово».

Точность речи – это умение четко и ясно выражать свои мысли. Чтобы речь была точной, необходимо, прежде всего, хорошо знать то, о чем хочешь сказать. Если говорящий плохо знает предмет разговора, то он может ошибаться, путать факты, искажать события, нарушать логику повествования.

Есть и другая причина, которая также делает речь неточной. Это – плохое и недостаточное знание русского языка, его особенностей.

Все, что нас окружает, что познано или изобретено, все, о чем хотят спросить или рассказать, имеет название. Поэтому, чем больше человек знает слов, чем богаче его язык, тем точнее он выражает свои мысли. И наоборот, чем ограниченнее словарный запас говорящего, чем беднее его язык, тем чаще он допускает неточности в речи, употребляет слова в несвойственном им значении, смешивает омонимы, омофоны, паронимы.

Определим, что значит использовать слова в несвойственном им значении.

Каждое знаменательное слово выполняет номинативную функцию, т.е. называет предмет или его качество, действие, состояние, а это обязывает говорящего учитывать значение слов, правильно их использовать. Так, глагол *занять* имеет значение «взять взаймы», а не «дать взаймы». Поэтому, если необходимо у кого-то на время попросить какую-то сумму денег, то следует сказать: «Дай мне в долг», «Дай взаймы», «Одолжи мне», но не «Займи мне».

Иногда неправильное использование слова, приводящее к неточности речи, получает распространение, часто повторяется, встречается в речи выступающих по радио, телевидению. Например, среди географической терминологии есть слово *эпицентр.* Оно образовано от греч. *epi* в значении «над», «сверх» + *центр.* Его значение – «область на поверхности Земли, расположенная непосредственно над очагом, или гипоцентром, землетрясения». Следовательно, эпицентр соотносится, зависит от гипоцентра. Слово *гипоцентр* образовано от греч. *hipo* в значении «внизу», «снизу», «под» + *центр* и означает «очаг землетрясения в глубине земной коры, где произошли перемещения и откуда исходят подземные толчки». Так правильно ли говорить: «эпицентр событий находился…*»,* «в эпицентре событий», «в эпицентре пожара»? События, стихийное бедствие, восстания имеют центр, а не эпицентр.

Точность речи требует внимательного отношения к омонимам, омофонам, паронимам. Что они собой представляют?

**Омонимы** – слова, одинаковые по написанию, произношению, но разные по значению. Например: *наряд –* «направление на работу» и *наряд –* «одежда», *ключ –* «источник» и *ключ –* «отмычка». **Омофоны** отличаются от омонимов тем, что у них одинаково только звучание, например: *леса* и *лиса.* **Паронимами** называются слова, разные по значению, но близкие по написанию и звучанию, например: *кворум – форум, экскаватор – эскалатор.* Паронимами могут быть как слова одного корня *(описка* и *отписка), так* и разнокорневые *(зубр,* крупный дикий лесной бык, и *изюбр,* крупный восточносибирский олень). Неразличение таких слов делает речь неточной.

Что изобразят школьники, если учительница скажет им: «Нарисуйте луг»? Слово *луг* в значении «участок земли, покрытый травой, цветами» совпадает по звучанию с омонимами *лук –* «огородное растение» и *лук –* «оружие». Поэтому одни могут нарисовать человека, стреляющего из лука, другие луковицу, третьи – луг, покрытый ромашками.

Предложения «Играя, он забывал об очках» и «Мальчика послали за гранатами» также двусмысленны. Это объясняется тем, что слова *очки* и *гранаты* имеют в русском языке омонимы.

Неточность предложений «Ни один укол, который делает медицинская сестра Наташа, не бывает больным» и «Он был смешной парень, как начнет смеяться, так не остановишь» объясняется тем, что говорящий не различает паронимы *больной* и *болезненный, смешной* и *смешливый.*

О необходимости следить за точностью выражения своих мыслей хорошо сказал Л.Н. Толстой: «Единственное средство умственного общения людей есть слово, и для того, чтобы общение это было возможно, нужно употреблять слова так, чтобы при каждом слове несомненно вызывались у всех соответствующие и точные понятия».

Вот что значит ТОЧНОСТЬ РЕЧИ.

##

## Понятность речи

Понятность речи – это доходчивость, доступность речи для тех, кому она адресована. Это одно из требований, предъявляемых к речи говорящего и пишущего, важнейшее коммуникативное качество речи. Соблюдать данное требование необходимо потому, что оно связано с действенностью, эффективностью устного слова. Писать или говорить непонятно, считал М.М. Сперанский, русский государственный деятель, автор книги «Правила высшего красноречия», «есть нелепость, превосходящая все меры нелепостей».

По мнению исследователей, понятность речи определяется прежде всего отбором речевых средств, использованием слов, известных слушателям.

Огромный словарный запас русского языка, с точки зрения сферы употребления, ученые-лингвисты делят на две большие группы – лексику **неограниченного употребления** (общеупотребительные слова, понятные всем носителям данного языка во всех случаях: *хлеб, семья, город, сад, солнце, луна, стол* и т.п.) и лексику **ограниченного употребления** (слова, употребляемые в определенной сфере – профессиональной, территориальной, социальной, поэтому понятные ограниченному кругу носителей языка; к ним относятся профессионализмы, диалектизмы, жаргонизмы, термины).

Что же представляют собой слова ограниченной сферы употребления? Кратко охарактеризуем их.

**Профессионализмы** – слова и выражения, используемые людьми одной профессии (журналисты, шахтеры, военные, строители и др.). Они в большинстве случаев не относятся к официальным, узаконенным наименованиям. Для них характерна большая детализация в обозначении специальных понятий, орудий труда, производственных процессов, материала. Так, в речи плотников и столяров рубанок, инструмент для строгания досок, имеет разновидности: *фуганок, горбач, шерхебель, медведка, дорожник, стружок, наструг, шпунтубель, калёвка, занзубель.*

**Диалектная лексика** – слова, ограниченные в территориальном отношении, понятные лишь жителям данной местности, хутора, деревни, станицы, села. Например: *биспой –* «седой, серебристый» (в говорах Архангельской области); *зобать –* «есть» (в рязанских говорах); *жварить –* «сильно бить, колотить» (в калужском говоре). Иногда диалектные слова совпадают по звучанию со словами литературного языка, но употребляются с другим значением. Во многих говорах, к примеру, слово *погода* означает не любое состояние атмосферы, как в литературном языке, а определенную погоду: в Орловской, Курской и других областях – ясный, солнечный день; в Костромской, Ярославской, Тамбовской и других областях – дождь или снегопад.

**Жаргонизмы** – слова и выражения, принадлежащие какому-либо жаргону. В современной лингвистической литературе слово *жаргон* обычно употребляется для обозначения различных ответвлений общенародного языка, которые служат средством общения различных социальных групп. Возникновение жаргонов связано со стремлением людей противопоставить себя обществу или другим социальным группам, отгородиться от них, используя средства языка. Например: *черпак, сынок* (молодой солдат); *черепа, шнурки* (родители); *бундесы, фромы, фронсы* (иностранцы) и др.

**Термины** – это слова, которые являются точным обозначением определенного понятия какой-либо специальной области науки, техники, искусства, общественной жизни и т.д. Термины довольно часто встречаются в речи людей разных специальностей: инженеров, врачей, экономистов, юристов, преподавателей, агрономов и др. Однако не все и не всегда умело используют их.

Лексика ограниченной сферы употребления требует вдумчивого с ней обращения. Не обязательно полностью исключать ее из своей речи. Если приходится общаться в. узкопрофессиональной среде, то можно свободно использовать в речи принятые там специальные слова и профессионализмы. Но если нет уверенности, что все слушатели знакомы со специальной лексикой, терминами, то следует объяснить каждое необщеупотребительное слово.

Диалектные слова, а тем более жаргонизмы, как правило, недопустимы в речи. Эти элементы ограниченной сферы употребления могут быть введены в речь только с определенной целью, например, в качестве выразительных средств. Но делать это следует осторожно, с пониманием целесообразности и уместности такого применения в каждом конкретном случае.

Понятность, ясность речи зависит и от правильного употребления в ней **иностранных слов.** Нередко возникает вопрос, можно ли использовать иностранные слова или лучше обойтись без них. Следует иметь в виду, что заимствование – это нормальное, естественное явление для любого языка. Так, в английском языке иностранные слова составляют более половины, немало их в немецком, французском и других языках. Заимствованные слова в языке появляются вследствие общения одних народов с другими, в результате политических, экономических и культурных связей между ними. Заимствования по степени их проникновения в словарный состав русского языка можно разделить на три группы.

Первую их них составляют иностранные слова, прочно вошедшие в русский язык. Они заимствованы давно, усвоены всем народом и не воспринимаются как иноязычные. Эти слова – единственные наименования жизненно важных понятий: *кровать, сахар, фабрика, класс, карандаш* и др.

Вторую группу составляют слова, широко распространенные в русском языке и также являющиеся единственными наименованиями обозначаемых понятий, но осознающиеся как иноязычные: *тротуар, сервиз, радио, троллейбус, лайнер* и др.

В третью группу входит иноязычная лексика, которая не получила широкого распространения. К ней относятся и слова, имеющие русские параллели, но отличающиеся от них объемом, оттенком значения или сферой употребления *(ревизовать –* проверить, *контракт* – договор, *консервативный –* косный, *константный –* устойчивый).

Целесообразно избегать употребления иностранных слов, если в языке есть русские слова с таким же значением. Употребляя иностранные слов, надо быть уверенным, что они понятны слушателям. Поэтому важно умело ввести иностранное слово в свою речь. Необходимо давать соответствующие пояснения использованных иноязычных слов.

Большую помощь в овладении словами ограниченной сферы употребления может оказать постоянная работа со словарями.

##

## Средства речевой выразительности

Слова способны передавать тончайшие оттенки чувств, движение человеческой души и мысли, вызывая тем самым ответный отклик слушателей, читателей. Способствует этому такое качество речи, как выразительность. **Выразительной** называется речь, способная поддерживать внимание и интерес слушателя или читателя, **усиливать эффективность** воздействия речи на адресата.

Лингвистическое основание выразительности – наличие в языке изобразительных и выразительных средств, традиционно называемых **тропами и фигурами.** К языковым средствам выразительности также относятся пословицы, поговорки, фразеологические выражения, крылатые слова.

Понятие образности слова связано с явлением многозначности. Многозначность в какой-то степени отражает те сложные отношения, которые существуют в действительности. Так, если между предметами обнаруживается внешнее сходство или им присущ какой-то скрытый общий признак, если они занимают одинаковое положение по отношению к чему-то, то название одного предмета может стать названием другого. Например: *игла –* швейная, у ели, у ежа; *острый* нож – *острый* ум – *острая* шутка – *острый* соус – *острая* боль. Первое значение, с которым слово появилось в языке, называется прямым, а последующие **переносными.** С понятием переносного употребления слов связаны такие художественные средства, как тропы. **Тропы** – обороты речи и слова в переносном значении, **сохраняющие выразительность и образность.** Основные виды тропов: метафора, метонимия, эпитет, сравнение, гипербола, литота, олицетворение, перифраза.

Различают тропы общеязыковые (с заранее готовой образностью) и оригинальные. Общеязыковые тропы широко используются в речи: *горячая пора –* метафора, *устал до смерти! –* гипербола, *платят жалкие копейки –* литота, *солнце село –* олицетворение, *съешь тарелочку* (предложение съесть тарелку супа) – метонимия. Однако не всякое переносное значение воспринимается как образное, например, метафоры со стершейся образностью: *рукав реки, горлышко бутылки* и т.п. При употреблении этих словосочетаний первое, основное значение слов *рукав* (часть одежды, покрывающая руку), *горлышко* (передняя часть шеи. уменьш.-ласк.) не воспроизводится в сознании говорящего (слушающего). Они реализуют новые, уже ставшие общеязыковыми, значения *«ответвление от главного русла реки», «верхняя суженная часть сосуда».* Таким образом, данные словосочетания потеряли оригинальность, выразительность и к средствам словесной образности не относятся. Выразительность же речи придают оригинальные, авторские тропы *«чурбанное равнодушие»* (Д. Писарев), *«мармеладное настроение»* (А. Чехов), а также переносные значения слов, не утратившие образности, способности делать речь выразительной, например: *тоска «грызет», обида «ранит», похвала «греет»* и т.д.

Тропы выполняют следующие функции: придают речи **эмоциональность** (отражают личностный взгляд человека на мир, выражают оценки, чувства при постижении мира); **наглядность** (способствуют наглядному отражению картины внешнего мира, внутреннего мира человека); способствуют **оригинальному отражению действительности** (показывают предметы и явления с новой, неожиданной стороны); позволяют лучше **понять внутреннее состояние говорящего (пишущего);** придают речи **привлекательность.**

Для того чтобы тропы выполняли указанные функции, улучшали качество речи, усиливая ее воздействующий эффект, необходимо учитывать ряд требований: J) тропы не должны быть надуманными, неестественными (когда в основе тропа лежат признаки или понятия, не сочетающиеся в жизни, природе); 2) при сравнении объектов необходимо сохранять «единство признака», нельзя переходить с одного признака на другой; 3) признаки, по которым осуществляется сравнение, должны быть существенными, характерными; 4) тропы должны отвечать закономерностям языка.

Если тропы используются в высказывании в нарушение данных правил, эффективность сообщения снижается. Так, например, во фрагменте рекламного сообщения *«Букет тонких запахов, стимулирующий эффект оздоровления волос, отечественные шампуни «Лаванда», «Натали», «Нежность»…* для называния главного свойства рекламируемых шампуней использована метафора *букет тонких запахов.* Использованная метафора не проясняет реальные, значимые признаки объекта, а смещает их, поскольку главное в шампуне все-таки не запах, а его качество, тем более что далее в сообщении говорится об эффекте оздоровления волос. Кроме того, фраза «Букет… запахов, стимулирующий эффект оздоровления…» вызывает вопросы: нужен эффект оздоровления или само оздоровление? может ли запах оздоровить волосы? может ли букет оздоровить волосы? В этой фразе нарушена сочетаемость слов, что привело к абсурдности высказывания.

Тропы чаще встречаются в художественной и публицистической речи, в меньшей степени они свойственны научной речи. В официально-деловой речи использование тропов недопустимо. В разговорной речи чаще используются общеязыковые тропы; употребление оригинальных, авторских тропов зависит от индивидуальности говорящего, темы разговора, ситуации общения.

**Фигуры речи** – особые формы синтаксических конструкций, усиливающие воздействие речи на адресата. Специалисты выделяют три группы фигур: 1. Фигуры, основанные на **соотношении значений слов: антитеза** (оборот, в котором резко противопоставляются значения слов: *«Где стол был яств, там гроб стоит»* (Г. Державин), **градация** (расположение слов, при котором каждое последующее содержит возрастание или убывание значений: *Не жалею, не зову, не плачу.* (С. Есенин), **инверсия** (расположение слов, нарушающее обычный порядок: *Изумительный наш народ* (И. Эренбург), **эллипсис** (пропуск какого-либо подразумеваемого члена: *Мужики* – *за топоры* (А. Толстой). 2. Фигуры, основанные на **повторе одинаковых элементов: анафора** (повторение одинаковых слов в начале предложения), **эпифора** (повторение отдельных слов или оборотов в конце предложения), **параллелизм** (одинаковое синтаксическое построение соседних предложений), **период** (ритмомелодическая конструкция, мысль и интонация в которой постепенно нарастают, достигают вершины, тема получает свое разрешение, после чего снижается интонационное напряжение). 3. Фигуры, основанные на **выражении риторической адресованности к читателю или слушателю: обращение, вопрос, восклицание.**

##

## Тропы как средства речевой выразительности

**Троп** – перенос наименования, заключающийся в том, что слово, словосочетание, предложение, традиционно называющее один предмет (явление, процесс, свойство), используется в данной речевой ситуации для обозначения другого предмета, связанного с первым по какому-либо признаку. Основные виды тропов: метафора, метонимия, эпитет, сравнение, гипербола, литота, олицетворение, перифраза.

**Метафора** основана на переносе наименования с одного предмета на другой по сходству этих предметов. Источником нового метафорического значения является сравнение. Например, *загорелись звезды очей* (глаза сравниваются со звездами); *загорелись очи ночи* (звезды сравниваются с глазами). Метафоры образуются путем переноса свойств одушевленных предметов на неодушевленные *(вода бежит, буря плачет)* и наоборот *(ветреная погода и ветреный человек).* Признаки предмета могут преобразовываться в признаки абстрактных понятий *(поверхностное суждение, пустые обещания)* и т.д.

Метафоры должны быть оригинальными, необычными, вызывать эмоциональные ассоциации, в этом случае они украшают речь, например: *«Целый день осыпаются с кленов* ***силуэты багряных сердец\** (Н.** Заболоцкий). Однако изобилие метафор в речи отвлекает слушателей от ее содержания, внимание аудитории концентрируется на форме изложения, а не на содержании. Кроме того, метафора не используется в деловой речи: законах, правилах, циркулярах и т.п.

**Метонимия** в отличие от метафоры основана на смежности предметов или явлений. При этом понятие *смежные* понимают не просто как соседние, а как тесно связанные друг с другом. Например: *«А в двери* – *бушлаты, шинели, тулупы»* (В. Маяковский). В данном примере социальная принадлежность людей обозначается с помощью названий одежды, типичной для разных социальных групп. Примером метонимии является употребление слов *аудитория, класс, школа, квартира, дом, завод для* обозначения людей: *«Аудитория стоя приветствовала лектора».* Довольно часто в метонимическом значении используются географические наименования. Например, названия столиц употребляются в значении *«правительство страны», «правящие круги»: «переговоры между Москвой и Вашингтоном»^ «Париж волнуется», «Варшава приняла решение»* и т.п.

**Синекдоха** – разновидность метонимии, при которой название части (детали) предмета переносится на весь предмет целиком или, наоборот, название целого переносится на его часть. Например: *«Все флаги в гости будут к нам»* (А.С. Пушкин). Слово *флаги* (часть) обозначает здесь «государства» (целое).

**Сравнение** – это образное выражение, построенное на сопоставлении двух предметов или состояний, имеющих общий признак. Например: *«Факты – это воздух ученого»* (И.П. Павлов). Факты (предмет) сравниваются с воздухом (образ) по признаку «насущное, необходимое для существования».

Яркие, выразительные сравнения придают речи особую поэтичность. Совершенно иное впечатление производят сравнения, которые в результате частого их употребления утратили свою образность, превратились в **речевые штампы:** *храбрый как лев, трусливый как заяц, проходят красной нитью* и др.

**Эпитеты** – художественные определения, например: *слепая любовь, дремучее невежество, леденящая вежливость.* Они позволяют более ярко характеризовать свойства, качества предмета или явления, обогащают содержание высказывания. В научной литературе обычно выделяют три типа эпитетов: **общеязыковые** (постоянно употребляются в литературном языке, имеют устойчивые связи с определенным словом, утратили образность: *трескучий мороз, тихий вечер, быстрый бег);* **народно – поэтические** (употребляются в устном народном творчестве, так называемые **постоянные** эпитеты: *красная девица, чистое поле, буйная головушка);* **индивидуально-авторские** (созданы авторами, отличаются оригинальностью, образностью, неожиданностью сопоставляемых смысловых планов: *мармеладное настроение* (А. Чехов), *чурбанное равнодушие* (Д. Писарев), *любопытно-вдумчивая нежность* (Н. Гумилев).

Как и другими средствами речевой выразительности, эпитетами не рекомендуется злоупотреблять, так как это может привести к красивости речи в ущерб ее ясности и понятности.

**Гипербола** – прием выразительности речи, используемый говорящим с целью создать у слушателей преувеличенное представление о предмете речи. Например: *«У них клубника – с кулак», «Вечно ты опаздываешь», «Я сто раз тебе это говорил».* Гипербола свойственна в основном живой разговорной и художественной речи, а также публицистике. В разговорной речи гиперболы создаются путем использования уже готовых, имеющихся в языке средств и моделей, автор же художественного или публицистического произведения стремится к созданию индивидуализированной гиперболы. Например: *«Он храпит, как трактор»* (в разговорной речи). «So *сне дворник сделался тяжелым, как комод»* (И. Ильф, Е. Петров).

**Литота** – прием выразительности речи, намеренное преуменьшение малых размеров предмета речи: *мужичок с ноготок, от горшка два вершка, одну секундочку. В двух шагах отсюда.* «Обратная гипербола», как еще называют литоту, активно используется в разговорной речи, в художественной и публицистической литературе.

**Олицетворение** – стилистический прием, состоящий в том, что неодушевленному предмету, отвлеченному понятию, живому существу, не наделенному сознанием, приписываются свойства, действия, поступки, присущие человеку: *«Одни зарницы огневые, Воспламеняясь чередой,… Ведут беседу меж собой»* (Тютчев); *«Надежды вальс зовет, звучит… И сердцу громко говорит»* (Полонский). Олицетворения подразделяются на **общепризнанные, «языковые»:** *тоска берет, время бежит, часы идут* и творческие, **индивидуально-авторские:** *«Качалась Невка у перил, Вдруг барабан заговорил»* (Заболоцкий). Олицетворения присущи прежде всего фольклору, художественной литературе, употребительны в публицистике, в языке средств массовой информации.

**Перифраза** – замена обычного однословного названия предмета, явления, лица и т.д. описательным оборотом, например: *белокаменная столица* (Москва), *царь зверей* (лев), *певец «березового ситца»* (Есенин). В перифразах обычно содержится оценка обозначаемого, например: *цветы жизни* (дети), *канцелярская крыса* (чиновник). Некоторые из перифраз могут стать штампами: *труженики полей, дары моря.* Они утратили образность, и вряд ли их можно рассматривать как средства речевой выразительности.

##

## Фигуры речи

Для оживления речи, придания ей эмоциональности, выразительности, образности используют приемы стилистического синтаксиса, так называемые **фигуры.** Фигуры речи разделяют на три группы. *Первая группа* включает фигуры, в которых структура фразы определяется соотношением значений слов – понятий в ней: **антитеза, градация.** *Вторая –* объединяет синтаксические фигуры, обладающие свойством облегчать слушание, понимание и запоминание речи: **повтор, единоначалие, параллелизм, период.** *Третья группа* объединяет риторические формы, которые используются как приемы диалогизации монологической речи, привлекают внимание слушателя: **обращение, риторический вопрос, вопросно-ответный ход и др.**

**Антитеза** – прием, основанный на сопоставлении противоположных явлений и признаков. В форму антитезы часто облекаются афористические суждения, пословицы, поговорки: *«Ученье свет, а неученье тьма», «Не было бы счастья, да несчастье помогло», «Как аукнется, так и откликнется», «На голове густо, да в голове пусто».* Для сравнения двух явлений могут использоваться антонимы – слова с противоположными значениями: *свет* – *тьма, счастье – несчастье, аукнется – откликнется, густо – пусто.* На этом принципе построены многие строки из художественных, публицистических произведений. Антитеза – действенное средство выразительности и в публичной речи, она придает мысли силу и выразительность.

**Градация** – фигура речи, суть которой состоит в расположении нескольких перечисляемых в речи элементов (слов, словосочетаний, фраз) в порядке возрастания их значения («восходящая градация») или в порядке убывания значений (нисходящая градация»). Под «возрастанием», «убыванием» значений понимают степень экспрессивности (выразительности), эмоциональной силы, «напряженности» выражения (слова, оборота, фразы). Например; *«Я вас прошу, я вас очень прошу, я вас умоляю»* (восходящая градация). *«Звериный, чужой, неприглядный мир…»* (нисходящая градация). Градация, как и антитеза, часто встречается в фольклоре, что свидетельствует об универсальности данных риторических фигур. Они делают речь легкой для восприятия, выразительной, запоминающейся. Активно используется градация в современной ораторской практике.

Нередко для усиления высказывания, придания речи динамичности, определенного ритма прибегают к такой стилистической фигуре, как повторы. Формы повтора бывают самые разнообразные. Анафора (в переводе с греческого – «единоначатие») – прием, при котором несколько предложений начинают одним и тем же словом или группой слов. Например: *«Таковы времена! Таковы наши нравы!»* Повторяющимися словами бывают служебные единицы, например, союзы и частицы. Так, повтор вопросительной частицы *разве* во фрагменте лекции А.Е. Ферсмана усиливает интонационный колорит речи, создает особый эмоциональный настрой: *«Разве он (искусственный алмаз) не отвечает больше, чем что-либо другое именно указанным качествам? Разве сами драгоценные камни не являются эмблемою твердости, постоянства и вечности? Разве есть что-либо тверже алмаза, что может сравниться с прочностью и нерушимостью этой формы углерода?»*

Фигура **эпифоры** – повтора заключительных элементов последовательных фраз, менее частотна и менее заметна в речевых произведениях. Например: *«Мне бы хотелось знать, отчего я титулярный советник? Почему именно титулярный советник?»*

**Параллелизм** – одинаковое синтаксическое построение соседних предложений, расположение в них сходных членов предложения, например: «В *каком году – рассчитывай, В какой земле – угадывай…*» (Некрасов). Параллелизм нередко используется в заголовках книг, статей, например: *«Поэзия грамматики и грамматика поэзии»* (Якобсон). Чаще всего параллелизм встречается в периодах.

**Период** – особая ритмическая конструкция, мысль и интонация в которой постепенно нарастают, достигают вершины, после чего тема получает свое разрешение, и, соответственно, снижается интонационное напряжение: *«Как ни старались люди, собравшие в одно небольшое место несколько сот тысяч, изуродовать ту землю, на которой они жались, как ни забивали камнями землю, чтобы ничего не росло на ней, как ни счищали всякую пробивающуюся травку, как ни дымили каменным углем и нефтью, как ни обрезывали деревья и ни выгоняли всех животных и птиц, – весна была весною и в городе»* (Л. Толстой).

**Риторическое обращение** – подчеркнутое обращение к кому-нибудь или чему-нибудь, имеющее целью выразить отношение автора к тому или иному объекту, дать его характеристику: *«Люблю тебя, булатный мой кинжал, Товарищ светлый и холодный…*» (М. Лермонтов).

В современной речевой практике риторические обращения употребляются значительно реже, чем прежде, когда они составляли необходимый элемент публичной речи.

**Риторический вопрос** – эффективный стилистический прием, активно используемый в современной публичной речи с целью активизации внимания слушателей, ди-алогизации монологической речи. Риторический вопрос является средством выделения смысловых и эмоциональных центров речи. Особенность его заключается в том, что он не требует ответа, а служит для утверждения или отрицания чего-либо. Риторический вопрос усиливает воздействие речи на слушателей, пробуждает в них соответствующие чувства, несет большую смысловую и эмоциональную нагрузку, например: *«Разве я не знаю его, эту ложь, которою он весь пропитан?»* (Л. Толстой). Риторический вопрос всегда синонимичен повествовательному предложению, например: *«Кому в голову придет, что заключенный решится бежать днем, на глазах всей тюрьмы?»* (М. Горький), т.е. *«никому в голову не придет…».*

Функцию диалогизации монологической речи выполняет не только риторический вопрос. В практике ораторского искусства выработан такой прием, как **вопросно-ответный ход.** Он заключается в том, что оратор, как бы предвидя возражения слушателей, угадывая их возможные вопросы, сам такие вопросы формулирует и сам на них отвечает. Вопросно-ответный ход превращает монологическую речь в диалог, делает слушателей собеседниками оратора, активизирует их внимание, применяется он и как действенное средство в скрытой полемике. Если в речи излагается спорный вопрос, который может вызвать у слушателей сомнение, то выступающий, предвидя это, прибегает к вопросно-ответному приему.

##

## Использование в речи фразеологизмов, пословиц и поговорок, крылатых выражений

Фразеология русского языка необыкновенно разнообразна по своему составу, обладает большими стилистическими возможностями. Фразеологизмы помогают немногими словами сказать многое, поскольку они определяют не только предмет, но и его признак, не только действие, но и его обстоятельства. Усложненность семантики фразеологизмов отличает их от однословных синонимов. Так, устойчивое сочетание *на широкую ногу* означает не просто «богато», а «богато, роскошно, не стесняясь в средствах». Фразеологизм *заметать следы* означает не просто «уничтожать, устранять что-либо», а «устранять, уничтожать то, что может служить уликой в чем-либо».

Фразеология привлекает своей экспрессивностью, потенциальной возможностью положительно или отрицательно оценивать явление, выражать одобрение или осуждение, ироническое, насмешливое или иное отношение к нему. Особенно ярко это проявляется у так называемых фразеологизмов-характеристик. Например: *человек с большой буквы, молоко на губах не обсохло, телеграфный столб, мастер на все руки, абсолютный ноль, ветер в голове, светлая личность, ума палата, белая ворона, блудный сын, не робкого десятка, собака на сене, одного поля ягодка.*

Богатство словаря и фразеологии русского языка позволяет избегать в устной и письменной речи повторения одних и тех же слов, словосочетаний, разнообразить речь, делать ее богаче.

В литературоведении есть термин *перифраз,* или *перифраза.* Он означает замену однословного наименования предмета или явления описательным оборотом, указывающим на один или несколько существенных признаков того, что называется. Некоторые из перифраз с течением времени, получая распространение в языке, становятся устойчивыми сочетаниями. Например, Санкт-Петербург помимо собственно наименований *Петроград, Питер, Петербург, Ленинград* называют *Северной Пальмирой, городом на Неве, северной столицей, градом/ городом Петра, окном в Европу*

О богатстве речи свидетельствует наличие в ней **пословиц, поговорок, крылатых слов и выражений.** Пословицы и поговорки представляют собой сгустки народной мудрости, они выражают истину, проверенную многовековой историей народа, опытом многих поколений. «Пословица недаром молвится» – гласит народная мудрость. В них выражены радость и горе, гнев и печаль, любовь и ненависть, ирония и юмор. Они обобщают различные явления окружающей нас действительности, помогают понять историю нашего народа. Поэтому в текстах пословицы и поговорки приобретают особое значение. Они не только усиливают выразительность речи, придают остроту, углубляют содержание, но и помогают найти путь к сердцу слушателя, читателя, завоевать их уважение и расположение.

Успех употребления пословиц в речи зависит от того, насколько удачно они подобраны. Недаром говорится: «Хороша пословица в лад да в масть».

Сегодня в нашем распоряжении находится значительное количество сборников народных изречений. Среди них сборник В.И. Даля «Пословицы русского народа». Особый интерес представляют современные тематические сборники пословиц и поговорок. Так, издательство «Школа-Пресс» выпустила учебный словарь «Русские пословицы и поговорки». Народные изречения в нем объединены по темам: «Человек», «Жизнь», «Любовь, дружба, семья», «Достаток», «Торговля» и др. Полезен и словарь «Русские пословицы, поговорки и крылатые выражения» В.П. Фелицыной, Ю.Е. Прохорова. В нем собрано 450 наиболее употребительных в современном русском языке пословиц, поговорок и крылатых выражений.

Наряду с пословицами и поговорками о богатстве речи свидетельствуют **крылатые слова.** Это меткие, образные выражения, получившие распространение, ставшие общеупотребительными. Известны они были еще в далекой античности. Например, Гомер «крылатыми» называл слова, которые быстро срываются с уст говорящего и летят к уху слушателя. Как правило, крылатые слова и выражения имеют книжное происхождение. К ним относятся известные цитаты из художественной, научной, публицистической литературы, высказывания знаменитых людей прошлого и настоящего: *его пример другим наука* (Пушкин); *есть от чего в отчаяние прийти* (Грибоедов); де*душка Головлев* (Салтыков-Щедрин); *как бы чего не вышло* (Чехов); *как белка в колесе* (Крылов); *лучшее* – *враг хорошего* (Вольтер); *науки юношей питают, отраду старцам подают* (Ломоносов); *о времена! о нравы!* (Цицерон); *из двух зол избрать меньшее* (Аристотель).

Интересный материал об истории крылатых выражений и слов, содержит книга Н.С. Ашукина и М.Г. Ашукиной «Крылатые слова».

##

## Речевой этикет: факторы, определяющие его формирование

**Этикет** представляет собой совокупность принятых правил, определяющих порядок какой-либо деятельности. Наряду с этим словом используют слово *регламентация* и словосочетание *дипломатический протокол.* Многие тонкости общения, представленные протоколом, учитываются и в других сферах деловых отношений. В деловых кругах все большее распространение, особенно в последнее время, получает **деловой этикет.**

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.**

Степень владения речевым этикетом определяет степень профессиональной пригодности человека. Это прежде всего относится к государственным служащим, политикам, педагогам, юристам, врачам, менеджерам, предпринимателям, журналистам, работникам сферы обслуживания, то есть к тем, кто по роду своей деятельности постоянно общается с людьми. Владение речевым этикетом способствует приобретению авторитета, порождает доверие и уважение. Знание правил речевого этикета, их соблюдение позволяет человеку чувствовать себя уверенно и непринужденно.

Соблюдение речевого этикета людьми так называемых лингвоинтенсивных профессий имеет, кроме того, **воспитательное значение,** способствует повышению как речевой, так и общей культуры общества. Неукоснительное следование правилам речевого этикета членами коллектива того или иного учреждения, предприятия и т.д. создает благоприятное впечатление, поддерживает **положительную репутацию** всей организации.

Какие же факторы определяют формирование речевого этикета и его использование?

1. 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.

2. Речевой этикет определяется ситуацией, в которой происходит общение. Это могут быть презентация, конференция, симпозиум; совещание, на котором обсуждается экономическое, финансовое положение компании, предприятия; прием на работу или увольнение; консультация; юбилей фирмы и др.

Кроме того, речевой этикет имеет **национальную специфику.** Каждый народ создал свою систему правил речевого поведения. Например, особенностью русского языка является 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.

По принятому в России этикету местоимение *Вы* следует использовать: 1) при обращении к незнакомому адресату; 2) в официальной обстановке общения; 3) при подчеркнуто вежливом, сдержанном отношении к адресату; 4) к старшему (по положению, возрасту) адресату. Местоимение *ты* используется: 1) при разговоре с хорошо знакомым человеком, с которым установлены дружеские, приятельские отношения; 2) в неофициальной обстановке общения; 3) при дружеском, фамильярном, интимном отношении к адресату; 4) к младшему (по положению, возрасту) адресату.

В официальной обстановке, когда в разговоре принимают участие несколько лиц, русский речевой этикет рекомендует даже с хорошо знакомым человеком, с которым

установлены дружеские отношения и обиходно-бытовое общение на *ты,* перейти на *вы.*

Обратим внимание еще на одну особенность. 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.

Итак, учет факторов, которые формируют и определяют речевой этикет, знание и соблюдение норм речевого этикета, создает благоприятный климат для взаимоотношений, способствует эффективности, результативности деловых отношений.

##

## Формулы речевого этикета: основные группы

Основу речевого этикета составляют речевые формулы, характер которых зависит от особенностей общения.

Любой акт общения имеет начало, основную часть и заключительную. В связи с этим формулы речевого этикета разделяются на три основные группы: 1) речевые формулы, относящиеся к началу общения; 2) речевые формулы, используемые в конце общения; 3) речевые формулы, характерные для основной части общения. Рассмотрим, что собой представляет каждая группа.

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

– *Разреши(те) с вами (с тобой) познакомиться.*

*– Я хотел бы с вами (с тобой) познакомиться.*

*– Позволь(те) с вами (с тобой) познакомиться.*

*– Давай(те) познакомимся.*

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

– *Позвольте (разрешите) представиться.*

– *Моя фамилия Колесников.*

*– Анастасия Игоревна.*

Официальные и неофициальные встречи знакомых, а иногда и незнакомых людей начинаются с **приветствия.** В русском языке основное приветствие – *здравствуйте.* Оно восходит к старославянскому глаголу *здравствовать,* что означает «быть здравым», т.е. здоровым. 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!; Добро пожаловать!; Мое почтение.*

***2.* Конец общения.** Когда разговор заканчивается, собеседники используют 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 *(Прощайте! Вряд ли удастся еще раз встретиться. Не поминайте лихом).*

3. После приветствия обычно завязывается деловой разговор. Речевой этикет предусматривает несколько зачинов, которые обусловлены ситуацией. Наиболее типичны три ситуации: 1) торжественная; 2) скорбная; 3) рабочая, деловая.

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

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 вас видеть',*

**Поздравление:** *Примите мои (самые) сердечные (теплые, горячие, искренние) поздравления…; От имени (по поручению)… поздравляем…; Сердечно (горячо) поздравляю…*

Скорбная ситуация связана со смертью, гибелью, убийством 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. Разделяю (понимаю) вашу печаль (ваше горе, несчастье).*

Перечисленные зачины (приглашение, поздравление, соболезнование, 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 работы, при определении результатов распродажи товаров или участия в выставках, при организации различных мероприятий, встреч возникает необходимость кого-то поблагодарить или, наоборот, вынести порицание, сделать замечание. На любой работе, в любой 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 за…*

**Замечание, предупреждение:** *Фирма (дирекция, правление, редакция) вынуждена сделать (серьезное) предупреждение (замечание)…*; *К (большому) сожалению (огорчению), должен (вынужден) сделать замечание (вынести порицание)…*

Нередко люди, особенно наделенные властью, считают необходимым высказывать свои **предложения, советы** в категорической форме; *Все (вы) обязаны (должны)…; Категорически (настойчиво) советую (предлагаю) сделать…*

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

Обращение с **просьбой** должно быть деликатным, предельно вежливым, но без излишнего заискивания: *Сделайте одолжение, выполните (мою) просьбу…; Не сочтите за труд, пожалуйста, отнесите…*

**Согласие, разрешение** формулируется следующим образом:

– *(Сейчас, незамедлительно) будет сделано (выполнено).*

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

**При отказе** используются выражения:

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

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

*– Я вынужден запретить (отказать, не разрешить).*

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

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

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

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

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

– С *вами приятно (хорошо, отлично) иметь дело (работать, сотрудничать).*

##

## Обращение в русском речевом этикете

Обращение – один из важных и необходимых компонентов речевого этикета. Обращение используется на любом этапе общения, на всем его протяжении, служит его неотъемлемой частью. В то же время норма употребления обращения и его форма окончательно не установлены, вызывают разногласия, являются больным местом русского речевого этикета.

Об этом красноречиво говорится в письме, опубликованном в «Комсомольской правде» за подписью *Андрей:* «У нас, наверное, в одной единственной стране мира нет обращения людей друг к другу. Мы не знаем, как обратиться к человеку! Мужчина, женщина, девушка, бабуся, товарищ, гражданин – тьфу! А может, лицо женского пола, лицо мужского пола! А легче – эй!»

Чтобы понять особенность обращения в русском языке, необходимо знать его историю. Социальное расслоение общества, неравенство, существовавшее в России несколько веков, нашло отражение в системе официальных обращений. Как обращение использовались названия чинов *(генерал-лейтенант, гофмаршал, корнет, хорунжий,* а также *ваше превосходительство, ваше высочество, милостивейший государь* и др.)

Монархический строй в России до XX в. сохранял разделение людей на сословия: **дворяне, духовенство, разночинцы, купцы, мещане, крестьяне.** Отсюда обращение *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), *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* постепенно исчезают. Вместо всех существовавших в России обращений, начиная *с* 1917–1918 гг., получают распространение обращения *гражданин* и *товарищ.* История этих слов примечательна и поучительна.

Слово *гражданин* зафиксировано в памятниках XI в. Оно пришло в русский язык из старославянского языка и служило фонетическим вариантом слова *горожанин.* И то и другое означало «житель города (града)». В XVIII в. это слово приобретает значение «полноправный член общества, государства». Затем у него появляется значение: «человек, который предан Родине, служит ей и народу, заботится об общественном благе, подчиняет личные интересы общественным».

Почему же такое общественно значимое слово, как *гражданин,* не стало в XX в. общеупотребительным обращением людей друг к другу?

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 стало его неотъемлемой частью, так укоренилось 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* означал «имущество, скот, товар». Вероятно, первоначально *товарищ* имело значение «компаньон в торговле». Затем значение этого слова расширяется: *товарищ –* не только «компаньон», но и «друг». 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». С конца XIX и в начале XX века в России создаются марксистские кружки, их члены называют друг друга *товарищами.* В первые годы после революции это слово становится основным обращением в России.

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

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

В настоящее время обращение *господин, госпожа* воспринимается как норма на заседаниях Думы, в передачах по телевидению, на различных симпозиумах, конференциях. В среде государственных служащих, бизнесменов, предпринимателей нормой становится обращение *господин, госпожа* в сочетании с фамилией, названием должности, звания.

Обращение *товарищ* продолжают использовать военные, члены партий коммунистического направления, а также во многих заводских коллективах. Ученые, преподаватели, врачи, юристы отдают предпочтение словам *коллеги, друзья.* Обращение *уважаемый, уважаемая* встречается в речи старшего поколения. Слова *женщина, мужчина,* получившие распространение в роли общения, 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 остается открытой. Она будет решена только тогда, когда каждый 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.

##

## Словари – источник знаний

Изучение и описание языка народа, нации считается делом первостепенной важности для государства, самого народа, нации, каждого человека.

Французский писатель Анатоль Франс назвал словарь «вселенной, расположенной в алфавитном порядке», так как в нем «каждому слову лексикона соответствует мысль или чувство, которые были мыслью или чувством бесчисленного множества существ».

Словарь – это историческая повесть о жизни людей, их думах, чаяниях, бедах и радостях, обо всем, что окружает их; каждое слово, помещенное в словаре, связано с жизнью, делами и поступками народа – творца языка.

Слово – объект описания **лингвистических** словарей. В них дается произношение слов, их написание, определяется значение, сочетаемость слов, словообразование, указываются грамматические формы. Помимо слов лингвистические словари описывают устойчивые сочетания, морфемы.

Объектом характеристики могут служить не только единицы языка, но и понятия (научные и бытовые), исторические события, явления животного и растительного мира, выдающиеся деятели, географические реалии и т.п. Это все предмет описания **энциклопедических** словарей.

Из энциклопедических словарей мы узнаем о географических, исторических, экономических особенностях любой страны мира; о жизни и деятельности политиков, военных, ученых, *писателей,* художников, композиторов, артистов всех времен и народов, а также о прославившихся в той или иной *области* людях.

Энциклопедические словари бывают **общие и частные.** К общим относятся: «Большой энциклопедический словарь» в 30 томах (3‑е изд., 1969–1978), «Энциклопедический словарь» в 2 томах (2‑е изд., 1963–1964) и др. К частным: «Философский энциклопедический словарь», (2‑е изд., 1989); «Энциклопедия. Русский язык», 1997 и др.

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, произношения. 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 чудесные законы его… Прочтите внимательно… академический словарь». Сам Гоголь часто обращался к словарям, из которых узнавал происхождение слова, его историю, значение, написание.

Французский поэт Беранже признавался, что он не написал ни строчки, не заглянув в словарь: «Я изучаю их беспрестанно в течение сорока лет»; «Без словарей я не мог бы написать и десяти стихов». Поэтесса В. Инбер (1890–1972) в книге «Почти три года» пишет: «Вчера полдня упивалась словарем Даля, читала букву «Ш». Это мне нужно для шума деревьев. Но я убеждаюсь, что Даля надо читать ежедневно».

Словари – источник для поиска нужного, точного, выразительного слова. Известный писатель 50–60 гг. Алексей Югов в статье «За народный язык» (1961 г.), обращаясь к журналистам, писал: «Помните о всецелости русского языка. Сделайте большой, самый большой словарь своим любимым чтением, и вы никогда не окажетесь в эфире в таком положении, чтобы слова не доискаться».

Словари дают политику, общественному деятелю, писателю, журналисту и всем, кто интересуется русским языком, материал для суждений, подкрепления своих мыслей.

Например, журналист М. Рассадин рассуждает о чувстве гордости: положительное оно или отрицательное? Он сравнивает данные двух словарей (один издан в советское время, другой до революции). В первом слово имеет несколько значений. Два из них характеризуют гордость как положительное качество, а третье как отрицательное, равнозначное заносчивости, высокомерию. Во втором («Словарь живого великорусского языка» В.И. Даля) приводится только одно отрицательное значение: «Гордиться чем, быть гордым, кичиться, зазнаваться, чваниться, спесивиться; хвалиться чем-либо, тщеславиться; ставить себе что-то в заслугу, в преимущество, быть самодовольным».

Сравнив материал двух словарей, приведя слова Нового завета *(«ГОРДОСТЬ* – *грех»),* публицист вскрывает социальные причины изменений в понятийном содержании слова, в его общественной оценке, причины появления новых словосочетаний, которые представлены в современном русском языке.

Другой интересный пример связан с поиском нового наименования и его обоснования. В начале перестройки в нашей стране в результате новых экономических тенденций стала возможной организация на селе индивидуального хозяйства. За это дело берутся не только селяне, но и горожане. Возникает вопрос: Как назвать «единоличника»? «Крестьянин или фермер?» – спрашивает Ю. Черниченко, выступая со статьей в журнале «Огонек» в 1990 г. Ответ он ищет в словарях. «Крестьянин», по Далю, – «сельский обыватель, принадлежит к низшему податному сословию». «Фермер» же – «хозяин или съемщик хутора». А в другом словаре даже «владелец сельскохозяйственного предприятия». После сопоставления данных словарей и определения особенностей нарождающихся хозяев земли («тяга к воле, уважению») предпочтение отдается названию *фермер.*

Много познавательного содержится в этимологических словарях, в которых объясняется происхождение слов. Чтение этимологических словарей позволяет понять, почему предмет так назван, с какими другими названиями это слово этимологически связано и почему. Например, слово *портфель* пришло в русский из французского языка. Франц. porte-feuille – сложение на базе porter – «носить» и feuill – «бумаги, документы **(<** листы)». Слово *портфель* входит в один ряд со словами *портмоне* (monnaie – «деньги»), *портсигар* (cigares – «сигары»), *портупея* (ерее – «шпага») и т.п. Это все названия предметов, в которых что-то носят.

Образно и точно в стихотворении «Словарь» С.Я. Маршак на примере слов, словосочетаний, фразеологизмов определил содержание словаря, его суть и значение в истории любого народа:

*На всех словах – события печать.*

*Они дались недаром человеку.*

*Читаю Век. От века. Вековать.*

*Век доживать. Бог сыну не дал веку.*

*Век заедать, век заживать чумой…*

*В словах звучит укор, и гнев, и совесть*

*Нет, не словарь лежит передо мной,*

*А древняя рассыпанная повесть.*

##

## Основные типы лингвистических словарей

Лингвистические словари разграничиваются с учетом таких параметров характеристики слова:

1. Каждое слово имеет внешнюю форму и внутреннее содержание. Поэтому характеристика слова начинается с его формы (F). Основные признаки формы: она материальна, состоит из звуков, на письме обозначается буквами, интонационно один слог выделяется, произносится с ударением.

2. Слово имеет внутреннее содержание (S). Это идеальная сторона слова, его лексическое вещественное значение.

3. Происхождение слова, его история.

4. Структура слова, его морфемный состав. Словообразовательная характеристика слова.

5. При сравнении некоторых слов, принадлежащих к одной части речи, обнаруживаются различные соотношения между их формами (F) и содержанием (S). Например, если сравнить слова *наряд* «направление на работу» и *наряд –* «одежда», то у них формы одинаковые (F1 = F2), а содержание различное *(Sl ≠* S2). *Иная* картина получается при сопоставлении глаголов *идти – шагать – плестись – топать – брести.* Они различаются по форме (F1 *≠* F2 *≠* F3 *≠* F4 *≠* F5), а по содержанию они тождественны (S1 = S2 = S3 = S4 = S5). Возможен и такой вариант: по форме слова различаются (F1 *≠* F2), например, *злой – добрый,* а по содержанию они противоположны (S1 *< –* Ø–> S2).

6. При характеристике слова важна сфера его употребления, т.е. в какой речи данное слово встречается. Например, названия рыб *сула (судак), чебак (лещ)* присущи донскому диалекту; *гипоцентр, эпицентр –* научному языку; *баксы, клёво, прайсы –* жаргонной речи.

В соответствии с перечисленными параметрами характеристики слова разграничиваются следующие типы лингвистических словарей:

**1. Орфоэпические словари,** в которых указывается, как следует произносить слово, какие варианты произношения допукаются, какое произношение считается неправильным.

**2. 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 лексико – графическое издание. Он содержит около 120 тысяч слов; охватывает лексическое богатство русского литературного языка с грамматической его характеристикой от Пушкина до середины XX в.

Наиболее известен и более доступен «Словарь русского языка», составленный С.И. Ожеговым. Его 22‑е издание было опубликовано в 1990 г. 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 словарном составе русского языка. В 1998 г. вышел «Толковый словарь языка Совдепии» В.И. Мокиенко, Т.Г. Никитиной. В предисловии авторы пишут, что «Толковый словарь языка Совдепии» должен всесторонне представить советскую эпоху в лексическом отображении».

В группу толковых словарей входят и словари иностранных слов. Новейший из них «Современный словарь иностранных слов» (М., 1999). Словарь содержит около 20 тысяч слов, в разное время заимствованных русским языком из других языков.

**3. 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).

Самый распространенный современный этимологический словарь – это «Краткий этимологический словарь русского языка» Н.М. Шанского, В.В. Иванова, Т.В. Шан-ской, изданный в 1961 г. и переизданный в 1975 г. (3‑е издание). В нем объясняется происхождение свыше б тысяч наиболее употребительных слов. Это первый научно-популярный этимологический справочник в русской лексикографии.

**4. Словари морфем,** в которых приводятся в алфавитном порядке приставки, корни, суффиксы с характеристикой их словообразовательных возможностей.

**Словообразовательные словари,** показывающие, каким способом образуются слова. Наиболее полный «Словообразовательный словарь русского языка» А.Н. Тихонова.

**5. 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).

Несомненно, интерес представляет «Словарь синонимов русского языка» 3. Е. Александровой под ред. Л.А. Чешко (М., 1968), в котором фиксируется около 9000 синонимических рядов. 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.

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

«Словарь антонимов русского языка» Л.А. Введенской с течением времени был значительно переработан: введены новые антонимические пары, последовательно дано толкование антонимов, расширен иллюстративный материал. В обновленном варианте он был издан в Ростове-на-Дону в 1995 г.

Наиболее полным словарем омонимов является «Словарь омонимов» Н.П. Колесникова (Ростов-на-Дону, 1995).

6. Последнюю группу составляют **словари, описывающие лексику ограниченной сферы употребления.** К ним относятся:

**Терминологические словари.** В них объясняются термины какой-либо науки: физики, космологии, бионики, медицины и др. В 1994 г., например, издан «Экономический словарь – гипертекст». В предисловии авторы подчеркивают актуальность издания: «Словари заслуженно называют спутниками цивилизации. И сейчас, когда в нашу жизнь потоком хлынули термины рыночной экономики, особенно необходимы справочники, помогающие ориентироваться в этих сложных проблемах, объясняющие современные понятия».

**Диалектные словари.** Знание диалектной лексики обогащает человека, расширяет не только его словарный запас, но и кругозор, поскольку через слово происходит знакомство с жизнью и бытом народа. Для жителей Ростовской области интересен «Словарь русских донских говоров», в котором немало слов-этнографизмов, характеризующих особенности домашнего устройства, средств передвижения, орудий труда, повседневных занятий, увлечений. Приведем для примера диалектные названия средств передвижения по воде: *байда, байдарка –* большая лодка для перевозки рыбы; *будара –* большая парусная лодка для перевозки груза; по земле: *беда –* широкая телега с высокими бортами для перевозки сена, соломы; *бедарка –* телега с перекладинами для перевозки бочек.

**Словари жаргонной, арготической лексики.** Жаргонная, арготическая лексика находится за пределами русского литературного языка, но она – составная часть словаря национального русского языка. Лексико – графическое ее описание началось в середине XIX века.

В советские времена *такие* словари были доступны только работникам следственных органов, милиции. Начиная с 90‑х гг. XX века их издание перестали ограничивать, что в значительной мере стимулировало составление и издание словарей, отражающих арготическую, жаргонную лексику. Чтобы иметь представление об этой разновидности словарей, назовем некоторые: Д.С. Балдаев, В.К. Белко, Ч.М. Исупов «Словарь тюремно-лагерно-блатного жаргона» (1992 г.). Словарь содержит 11000 лексических единиц. В. Быков «Русская феня. Словарь современного интержаргона асоциальных элементов» (1993 г.). В словаре представлено 3500 слов и выражений. Т.Г. Никитина «Так говорит молодежь» (1998 г.). Это словарь молодежного сленга.

В последние годы стали издавать словари – «библиотеки». Один словарь 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».

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

#

# РЕЧЕВОЕ ОБЩЕНИЕ

## Основные единицы речевого общения

Общение – это сложный процесс взаимодействия людей. Проблемами общения занимаются представители различных наук: философы, психологи, лингвисты, социологи, культурологи и др. Как считают ученые, человеческое общение на две трети состоит из речевого. Лингвисты изучают процессы образования речи и ее восприятие; коммуникативные установки; факторы, затрудняющие общение и повышающие его эффективность и т.п. Исследователи выделяют и описывают основные единицы речевого общения – речевую ситуацию, речевое событие, речевое взаимодействие.

**Речевая ситуация** – это контекст высказывания, то, что помогает его понять. Известно, что высказывание делается в определенном месте в определенное время и имеет определенный набор участников: говорящий и слушающий. Таким образом, составляющие речевой ситуации – это говорящий, слушающий, время и место высказывания.

Речевая ситуация помогает понять смысл сообщения, конкретизирует значение ряда грамматических категорий, например, категории времени, местоименных слов типа *я, ты, сейчас, здесь, там, вот* и др. Она позволяет также правильно толковать высказывание, уточнять его целевую функцию (угроза, просьба, совет, рекомендация), выявлять причинные связи данного высказывания с другими событиями и т.д.

Речевая ситуация диктует правила ведения разговора и определяет формы его выражения. Например, типичные *диалоги* на экзаменах, у железнодорожной кассы, на приеме у *врача, в* юридической консультации; светские беседы в гостях, на банкетах; публичные дискуссии.

Необходимо учитывать, что высказывание наряду с прямым смыслом *обладает так* называемым прагматическим значением, обусловленным речевой ситуацией. Например, фраза *«Скоро увидимся», сказанная* при расставании с близким человеком, может означать в зависимости от конкретной ситуации разное; «Не расстраивайся, все будет хорошо», «Не беспокойся обо мне», «Скоро все узнаешь» и др.

Высказывания, у которых семантическое значение расходится с прагматическим, называются *косвенными.* Вот примеры косвенных высказываний и их возможных толкований:

/. *Мне нездоровится.*

*–* Я не хочу с вами разговаривать.

– Вызовите поскорее *врача.*

*–* Я не буду выполнять эту работу.

– Оставьте меня в покое. 2. *Я приду завтра.*

*–* Объявление/утверждение.

– Обещание.

– Угроза.

Косвенные высказывания широко используются в речи. Они делают речь более выразительной, сжатой, позволяют передавать разнообразные экспрессивные оттенки. Смысл косвенных высказываний становится понятным только в контексте речевой ситуации.

Основная единица речевого общения – **речевое событие.**

Как пишет А.К. Михальская в своем учебном пособии «Основы риторики», речевое событие – это некое законченное целое со *своей формой, структурой, границами. Например, школьный урок, родительское собрание, заседание, конференция, разговор в булочной, в метро и т.д.*

Речевое событие составляют два главных компонента:

1) словесная речь (то, что говорится, сообщается) и то, что ее сопровождает (жесты, мимика, движения и др.);

2) условие, обстановка, в которой происходит общение (речевая ситуация).

Первую составляющую речевого события, те есть живую речь, взятую в событийном аспекте, в современной лингвистике называют *дискурсом* (от франц. discours – *речь).* Дискурс – это речь, «погруженная *в* жизнь». Дискурс включает паралингвистическое сопровождение речи (мимика, жесты).

Вторая составляющая речевого события – это речевая ситуация, включающая его участников, их взаимоотношения, обстоятельства, в которых происходит общение.

Таким образом, речевое событие можно представить в виде формулы: «это дискурс плюс речевая ситуация».

**Речевое взаимодействие** представляет собой очень сложное явление: с одной стороны, это говорение, порождение речи субъектом, с другой – восприятие речи адресатом, ее декодирование, понимание содержания, оценка полученной информации и реагирование (вербально, мимикой, жестами, поведением и т.д.)

##

## Организация речевого взаимодействия

В процессе речевого взаимодействия недостаточно знать только родной язык и хорошо владеть речевой культурой. Собеседники должны придерживаться определенных принципов, правил ведения разговора, которые позволяют координировать их действия и высказывания. Эти правила составляют конвенциональную (условную, принятую) основу вербального взаимодействия.

Ученые сформулировали ряд важных организационных принципов речевой коммуникации. Один из них назван **принципом последовательности.** Он предполагает релевантность (смысловое соответствие) ответной реакции, то есть ожидание реплики соответствующего типа. Если первая реплика-вопрос, то вторая – ответ; приветствие сопровождается приветствием; просьба – принятием или отклонением и т.д. Данный принцип требует закономерного завершения речевого фрагмента.

Другой принцип – **принцип предпочитаемой структуры** – характеризует особенности речевых фрагментов с подтверждающими и отклоняющими ответными репликами. Как отмечают исследователи, согласие обычно выражается без промедления, предельно лаконично и ясно. Несогласие же формулируется пространно, оправдывается доводами и, как правило, отсрочено паузой. Например:

1. *А.* Я прошу вас выполнить эту работу к завтрашнему дню.

*В.* Хорошо.

*2. А. Я* прошу вас выполнить эту работу к завтрашнему дню.

[пауза]

*В.* Я бы с удовольствием… но знаете, я еще не выполнил предыдущее задание, к тому же я неважно себя чувствую.

Пауза служит своего рода индикатором нежелательных отклоняющих ответов. Она позволяет говорящему своевременно дополнить реплику усиливающими доводами.

*А.* Я прошу вас выполнить эту работу к завтрашнему дню.

[пауза]

*А.* И тогда я смогу предоставить вам несколько дней отгула, как вы просили.

*В.* Хорошо.

Соблюдение описанного принципа позволяет не обидеть собеседника, избежать критической направленности разговора.

Основу речевой коммуникации составляет **принцип кооперации,** предполагающий готовность партнеров к сотрудничеству. Этот принцип сформулировал Г.П. Грайс. В работе «Логика и речевое общение» он пишет: «Твой коммуникативный вклад на каждом шаге диалога должен быть таким, какого требует совместно принятая цель (направление) этого диалога».

В работе формулируются конкретные постулаты, применение которых способствует соблюдению этого принципа. Эти постулаты он делит на четыре категории – количества, качества, отношения и способа.

**Категорию количества** он связывает с тем объемом информации, который требуется передать: *твое высказывание должно содержать не меньше информации, чем требуется; твое высказывание должно содержать не больше информации, чем требуется.*

**К категории качества** Г.П. Грайс относит общий постулат: *Старайся, чтобы высказывание было истинным,* а также два более конкретных: *не говори того, что считаешь ложным; не говори того, для чего у тебя нет достаточных оснований.*

С *категорией отношения,* по мнению ученого, связан один единственный постулат релевантности: *не отклоняйся от темы разговора.*

*Категория способа* касается не того, что говорится, а того, как говорится: *выражайся ясно; избегай непонятных выражений; избегай неоднозначных выражений; избегай ненужного многословия.*

Автор подчеркивает целесообразность и полезность соблюдения принципа кооперации и его постулатов для всякого, кто стремится к достижению конечных целей речевого общения (это могут быть передача и получение информации, оказание влияния на других и подчинение себя чьему-либо влиянию и т.п.)

Другой крупнейший зарубежный ученый Дж.Н. Лич описал еще один ведущий принцип коммуникации – **принцип вежливости,** представляющий собой совокупность ряда правил. Кратко они формулируются следующим образом.

Правило такта: *Не следует затрагивать тем, потенциально опасных для собеседника (частная жизнь, индивидуальные предпочтения и т.д.).*

Правило великодушия: *Не следует связывать партнера обязательствами, обещаниями, клятвой и т.д., то есть как-то обременять его.*

Правило одобрения, позитивности в оценке других: *Не осуждайте других; Не судите, да не судимы будете.*

Правило скромности: *Не будьте высокомерны в разговоре с собеседником* (важнейшее условие развертывания коммуникативного акта – реалистическая самооценка).

Правило согласия: *Старайтесь избегать конфликтных ситуаций во имя решения коммуникативных целей.*

Правило симпатии: *Демонстрируйте доброжелательность по отношению к партнеру* (определенную проблему представляет так называемый *безучастный контакт*)*.*

Названные принципы составляют основу коммуникативного кодекса, регулирующего речевое поведение обеих сторон в ходе коммуникативного акта.

Базовые категории, формирующие коммуникативный кодекс, – коммуникативная (речевая) цель и коммуникативное (речевое) намерение.

Важнейшими критериями в составе коммуникативного кодекса признаются критерий истинности (верность действительности) и критерий искренности (верность себе).

При рассмотрении коммуникативного кодекса, анализе возможностей его использования в практике речевого общения, конечно, следует помнить, что сформулированные правила не имеют абсолютного значения. Ни одно из правил само по себе не обеспечивает успешного взаимодействия собеседников, более того, соблюдение одного правила может привести к нарушению другого и т.п. Однако нельзя не признать, что применение описанных принципов позволяет более успешно организовать речевое взаимодействие, повысить его эффективность.

##

## Эффективность речевой коммуникации

Под эффективной речевой коммуникацией понимается достижение адекватного смыслового восприятия и адекватного толкования передаваемого сообщения. Правильная интерпретация считается состоявшейся, если реципиент трактует основную идею текста в соответствии с замыслом коммуникатора. Если реципиент усвоил, для какой цели порожден данный текст, что именно хотел сказать его автор с помощью всех использованных средств, можно утверждать, что он интерпретировал текст правильно. Неадекватное понимание устного и письменного сообщения у отправителя и получателя может привести к серьезным *ошибкам* во время выработки и принятия решения, стать причиной нежелательных конфликтов.

Как отмечают исследователи, успешность речевого общения и его неудачи зависят не только от выбора говорящими языковых форм. Большое влияние на эффективность речевой коммуникации оказывают многие экстралингвистические (внеязыковые) факторы. Специалисты к ним относят потребность в общении, коммуникативную заинтересованность; настроенность на мир собеседника, близость мировоззрения говорящего и слушающего; умение слушателя проникнуть в замысел (намерение, интенцию) говорящего; внешние обстоятельства (присутствие посторонних, физическое состояние), *знание* норм этикетного речевого общения и др.

Очень важно создать позитивный коммуникационный климат, помогающий установить контакт и взаимопонимание в процессе общения. По данным зарубежных ученых, количество передаваемой информации, ее точность увеличиваются в атмосфере доверия и открытости между участниками общения.

Созданию такого климата способствует соблюдение участниками диалога принципа кооперации Г.П. Грайса и принципа вежливости Дж.Н. Лича, установление партнерских отношений, а также применение ряда психологических принципов общения, сформулированных в научной и методической литературе. Назовем основные из них.

**Принцип равной безопасности,** предполагающий непричинение психологического или иного ущерба партнеру в информационном обмене. Этот принцип запрещает оскорбительные выпады против реципиента, унижение чувства собственного достоинства партнера. Ярлыки, грубые слова и выражения, обидные реплики, оскорбления, презрительный и насмешливый тон могут вывести человека из состояния равновесия, нанести ему моральную травму и даже физический ущерб здоровью, а значит, помешать восприятию и пониманию информации.

**Принцип децентрической направленности** означает непричинение ущерба делу, ради которого стороны вступили во взаимодействие. Суть этого принципа состоит в том, что силы участников коммуникации не должны тратиться на защиту амбициозных, эгоцентрических интересов. Их следует направлять на поиск оптимального решения проблемы. Децентрическая направленность в отличие от эгоцентрической характеризуется умением анализировать ситуацию или проблему с точки зрения другого человека, исходя не из собственных интересов, а из интересов дела. Отмечается, что это довольно часто нарушаемый принцип. Нередко люди, руководствуясь самыми разными мотивами, в пылу эмоций забывают о самом предмете обсуждения.

**Принцип адекватности того, что воспринято, тому, что сказано,** то есть непричинение ущерба сказанному путем намеренного искажения смысла. Порой участники общения сознательно искажают позицию оппонента, передергивают смысл его слов, чтобы таким образом добиться преимуществ в разговоре. Это приводит к разногласиям и взаимному непониманию.

Установлению благоприятного климата речевого общения способствуют также и следующие факторы:

– признание не на словах, а на деле плюрализма мнений, наличия разных точек зрения на проблемы современной жизни, что является необходимой предпосылкой демократического решения вопросов;

– предоставление каждому возможности осуществить свое право высказать собственную точку зрения;

– предоставление равных возможностей в получении необходимой информации для обоснования своей позиции;

– осознание того, что необходимость конструктивного диалога диктуется не волей отдельных лиц, а реально сложившейся ситуацией, связана с решением жизненно важных проблем для той и другой стороны;

– определение общей платформы для дальнейшего взаимодействия и сотрудничества, стремление найти в высказываниях партнера и в его поведении то, что объединяет с ним, а не разъединяет, поиск общих точек соприкосновения.

Необходимым условием эффективной речевой коммуникации является умение слушать. Это умение важно не только для реципиента, но и для коммуникатора, так как диалогический характер общения признается наиболее эффективным и предпочтительным.

Несоблюдение перечисленных условий, игнорирование названных принципов превращает конструктивный диалог в деструктивный, препятствует организации эффективной речевой коммуникации.

Главная причина появления деструктивных элементов в процессе общения – стереотипно-догматическое мышление, нетерпимость к чужому мнению. Основанием де-структивности могут стать и личностные особенности его участников: эгоизм, амбициозность, уверенность в собственной непогрешимости, категоричность суждений, неспособность идти на компромисс, а также отсутствие здравого смысла, непонимание реальных процессов, происходящих в обществе.

Межличностные барьеры, возникающие а процессе речевого общения, зачастую обусловлены особенностями восприятия речевых средств. Серьезным препятствием в

информационных обменах являются расхождения в понимании смысла употребляемых слов у отправителя и получателя. Это нередко бывает связано с неточностью словоупотребления, неправильным использованием многозначных слов, синонимов, антонимов, омонимов, паронимов. Смысловое восприятие во многом зависит и от языковой компетенции личности, ее речевого опыта, словарного запаса, подготовленности к интерпретации языкового сообщения.

##

## Слушание как необходимое условие эффективной коммуникации

«Умение слушать – редкая способность и высоко ценится», – писал Д. Гранин в романе «Картина». И это действительно так. Большинство людей, по мнению ученых, плохо умеют слушать слова других, особенно если они не задевают их интересов. Исследования показывают, что умением выслушать собеседника сосредоточенно и выдержанно, вникнуть в сущность того, что говорится, обладают не более 10 процентов людей, а руководители слушают с 25‑процентной эффективностью. А между тем умение слушать – это необходимое условие правильного понимания позиции оппонента, верной оценки существующих с ним разногласий, залог успешного ведения переговоров, беседы, существенный элемент культуры делового общения.

Что же такое слушание с психологической точки зрения, каковы его основные принципы и какие приемы так называемого хорошего слушания необходимо усвоить каждому?

*Слушание представляет собой процесс восприятия, осмысления и понимания речи говорящего.* Это возможность сосредоточиться на речи партнера, способность выделить из его сообщения идеи, мысли, эмоции, отношение говорящего, умение понять своего собеседника. Это психологическая готовность к контакту с другим человеком. Как говорят специалисты, слушание – это тяжелый труд, но и ценнейший дар, которым можно одарить другого.

Манера слушать, или так называемый стиль слушания, во многом зависит от личности собеседников, от характера и интересов слушателей, от пола, возраста, служебного положения участников общения. Например, подчиненные, как правило, более внимательны и сосредоточенны в разговоре с «начальством», нежели наоборот, они далеко не всегда решаются прервать своего руководителя.

Психологи установили также существенные различия в поведении мужчин и женщин. Они считают, что в разговоре мужчина перебивает женщину почти в два раза чаще. Примерно одну треть времени разговора женщина собирается с мыслями, пытается восстановить ход прерванного разговора. Мужчины чаще сосредоточиваются на содержании разговора, а женщины больше внимания уделяют самому процессу общения. Мужчины любят слушать самих себя. Они склонны слишком быстро давать готовые ответы, не выслушивая собеседника до конца и не задавая ему вопросов.

Различают **два вида слушания.** Один из них называется *нерефлексивным.* Он состоит в умении внимательно молчать, не вмешиваться в речь собеседника своими замечаниями. На первый взгляд, такое слушание кажется пассивным, но оно требует значительного физического и психологического напряжения. Нерефлексивное слушание обычно используется в таких ситуациях общения, когда один из собеседников глубоко взволнован, желает высказать свое отношение к тому или иному событию, хочет обсудить наболевшие вопросы, испытывает трудности в выражении своих проблем. Однако такое слушание не всегда бывает уместным. Ведь молчание можно принять за знак согласия. Нерефлексивное слушание порой ошибочно истолковывают как принятие позиции оппонента. Поэтому намного честнее сразу прервать собеседника, открыто высказать свою точку зрения, чтобы впоследствии избежать недоразумений.

Следует иметь в виду, что некоторые собеседники не имеют достаточного желания высказать собственное мнение, другие, напротив, ждут активной поддержки, одобрения своим словам. В таких случаях рекомендуется применять другой вид слушания – *рефлексивный.* Суть его заключается в активном вмешательстве в речь собеседника, в оказании ему помощи выразить свои мысли и чувства, в создании благоприятных условий для общения, в обеспечении правильного и точного понимания собеседниками друг друга. Важно уметь выбрать вид слушания, наиболее уместный в данной ситуации общения.

Наладить контакт с собеседником, понять его точку зрения, вникнуть в суть разногласий с ним поможет соблюдение **принципов хорошего слушания.** Психологи выделяют три основных принципа. Один из них звучит так: *«Старайтесь сконцентрироваться на человеке, который говорит с вами; обращайте внимание не только на его слова, но и на звук голоса, мимику, жесты, позу и т.д.».* Это позволит получить дополнительные сведения о внутреннем состоянии собеседника, его отношении к предмету обсуждения, о реакции на слова партнера.

Другой важный принцип хорошего слушания ученые сформулировали следующим образом: *«Покажите говорящему, что вы его понимаете».* Чтобы реализовать этот принцип, рекомендуют использовать различные **приемы рефлексивного слушания.** Можно обратиться к говорящему за уточнениями, используя такие фразы, как: *Я вас не понял; Не повторите ли вы еще раз?; Что вы имеете в виду?*

Целесообразно сформулировать мысли говорящего своими словами, чтобы уточнить сообщение. Перефразирование обычно начинается словами: *Как я вас понял…; Как я вас понимаю…; По вашему усмотрению…; Другими словами…*

Иногда необходимо понять и отразить чувства говорящего: *Мне кажется, что вы чувствуете…; Вы, вероятно, расстроены…*

Можно использовать и так называемый прием резюмирования. Слушающий подытоживает основные идеи и чувства говорящего: *То, что вы сказали, может означать…; Если теперь обобщить сказанное вами, то…*; *Вашими основными идеями, как я понял, являются…* Это создает уверенность в правильном восприятии сообщения, особенно в ситуациях, когда между собеседниками есть разногласия, отсутствует единая точка зрения, назревает конфликт.

Необходимо обратить внимание и на такой принцип хорошего слушания: *«Не давайте оценок, не давайте советов».* Психологи утверждают, что оценки и советы, даже когда они даются из самых лучших побуждений, обычно ограничивают свободу высказываний. А это может снизить активность участников диалога, оказать давление на мнение присутствующих и в результате помешать эффективному обсуждению проблемы.

К сожалению, названные принципы часто нарушаются.

Таким образом, умение слушать, соблюдение принципов хорошего слушания, применение соответствующих приемов позволяют сделать общение более плодотворным.

##

## Доказательность и убедительность речи

В процессе речевого взаимодействия коммуникатор, как правило, не просто передает собеседнику новую информацию, а убеждает его принять ее, доказывает ему правильность своей позиции, т.е. оказывает на него определенное убеждающее воздействие.

Доказывание и убеждение – это разные процессы, хотя и тесно связанные друг с другом. Доказывать означает устанавливать истинность какого-либо положения, а убеждать – это создавать впечатление, вселять уверенность, что истинность тезиса доказана, делать слушателей единомышленниками, соучастниками своих замыслов и действий.

Практика показывает, что в процессе общения возникают самые разные ситуации. Говорящий логически правильно доказывает выдвинутый тезис, но это не убеждает оппонентов, так как доказательство сложно для них и не воспринимается ими. Напротив, убеждают иногда рассуждения, основанные не на доказательстве, а на предрассудках, на неосведомленности людей в разных вопросах, на вере в авторитеты и т.д. Большое влияние оказывают красноречие выступающего, пафос его речи, уверенность в голосе, внушительная внешность и т.д. Другими словами, можно доказать какое-то положение, но не убедить в его истинности окружающих и, наоборот, убедить, не доказывая. Однако следует иметь в виду, что в большинстве случаев основа убедительности речи – ее доказательность, обоснованность, т.е. содержание доказательств.

Что же такое доказательство? В современном литературном языке это слово имеет два значения. Они зафиксированы в «Толковом словаре русского языка» С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой: 1. Факт или довод, подтверждающий, доказывающий что-нибудь. 2. Система умозаключений, путем которых выводится новое положение.

В логике **доказательство** – это логическое действие, в процессе которого истинность какой-либо мысли обосновывается с помощью других мыслей. Аристотель говорил, что люди тогда всего более убеждаются, когда им представляется, что что-либо доказано. Умение доказывать он считал самой характерной чертой человека. «…Не может не быть позорным бессилие помочь себе словом, – писал Аристотель в «Риторике», – так как пользование словом более свойственно человеческой природе, чем пользование телом».

Всякое логическое доказательство включает три взаимосвязанных элемента: *тезис* (мысль или положение, истинность которого требуется доказать), *аргументы,* или основания, доводы (положения, с помощью которых обосновывается тезис), *демонстрация,* или форма, способ доказательства (логическое рассуждение, совокупность умозаключений, которые применяются при выведении тезиса из аргументов).

Различают доказательство прямое и косвенное. При **прямом доказательстве** тезис обосновывается аргументами без помощи дополнительных построений. **Косвенное доказательство** предполагает обоснование истинности тезиса посредством опровержения противоречащего положения – антитезиса. Из ложности антитезиса на основании закона исключенного третьего делается заключение об истинности тезиса.

К прямому и косвенному доказательствам нередко прибегают одновременно. В этом случае говорящий обосновывает свой тезис и показывает несостоятельность антитезиса.

При построении логического доказательства необходимо знать и соблюдать **правила выдвижения тезиса и аргументов.**

*Правила относительно тезиса:* 1) тезис должен быть четко сформулирован; 2) тезис должен оставаться неизменным в ходе данного доказательства; 3) тезис не должен содержать в себе логического противоречия.

*Правила относительно аргументов:* 1) в качестве аргументов должны быть использованы истинные положения; 2) истинность аргументов должна быть доказана независимо от тезиса; 3) аргументы должны быть достаточными для данного тезиса.

При нарушении этих правил в доказательстве возникают различные **логические ошибки.** Так, наиболее распространенной ошибкой, совершаемой относительно доказываемого тезиса, считается *подмена тезиса.* Суть ее заключатся в том, что доказывается или опровергается не тот тезис, который был выдвинут первоначально. Эта ошибка может быть непроизвольной, неумышленной. Говорящий не замечает, как он с одного тезиса переходит на другой. Однако нередко приходится сталкиваться с намеренным искажением тезиса, с приписыванием ему другого смысла, сужением или расширением его содержания. Это делают, чтобы поставить оппонента в неловкое положение.

Остановимся на основных ошибках, относящихся к аргументам. Если тезис обосновывается ложными суждениями, которые выдаются за истинные, возникает ошибка, называемая *ложное основание,* или *основное заблуждение.* Недобросовестные люди порой ссылаются на несуществующие документы, якобы опубликованные материалы, на исследования, которые не проводились, подтасовывают факты, искажают статистические данные и т.д. Однако эта ошибка может быть и непреднамеренной, она возникает из-за недостаточной компетентности человека.

Когда в качестве аргумента берется недоказанное положение, совершается ошибка – *предвосхищение основания.* Это положение не является заведомо ложным, но оно само нуждается в доказательстве, которое должно показать его истинность.

Следует опасаться ошибки, получившей название *порочный круг* или *круг в доказательстве.* Она состоит в том, что тезис обосновывается аргументами, а аргументы выводятся из этого же тезиса. Обнаружить эту ошибку в рассуждениях не всегда бывает легко, поэтому трои она остается незамеченной и создается впечатление что выдвинутый тезис доказан.

Логические *ошибки,* как уже отмечалось, бывают *не преднамеренными* и *намеренными.* Ошибки первого рода чаще всего возникают из-за отсутствия у человека логической культуры, навыков ведения диалога вследствие излишней горячности, эмоциональности во время обсуждения и т.д. Намеренные ошибки – это сознательно допускаемые ошибки, это логические уловки, умышленно ошибочные рассуждения, которые выдаются за истинные. Такого рода ошибки называют *софизмами* (греч. sophisma – измышление, хитрость).

##

## Основные виды аргументов

Во время публичного выступления, в ходе презентации, при проведении беседы, переговоров постоянно приходится отстаивать свою точку зрения, опровергать мнение оппонентов, убеждать, а зачастую и переубеждать слушателей.

Изучением наиболее эффективных в коммуникативном процессе методов и приемов убеждающего воздействия занимается особая отрасль знания – **теория аргументации** («новая риторика»).

*Аргументация –* это операция обоснования каких-либо суждений, практических решений и оценок, в которой наряду с логическими применяются также речевые, эмоционально-психологические и другие внелогические методы и приемы убеждающего воздействия.

Исследователи выделяют в аргументации два аспекта – логический и коммуникативный.

**В логическом плане** аргументация выступает как процедура отыскания оснований (доводов) для некоторого положения (тезиса), выражающего определенную точку зрения.

**В коммуникативном плане** аргументация есть процесс передачи, истолкования и внушения реципиенту информации, зафиксированной в тезисе аргументатора. Конечная цель этого процесса – формирование убеждения. Аргументация достигает этой цели лишь в том случае, если реципиент: а) воспринял, б) понял и в) принял тезис аргументатора.

Чтобы доказать правильность выдвинутых положений, убедить в их истинности, в процессе общения используются **различные виды аргументов.**

Начиная с античных времен принято делить доводы на логические, обращенные к разуму слушателей, и психологические, оказывающие воздействие на чувства.

**К логическим аргументам** относятся следующие суждения:

– теоретические или эмпирические обобщения и выводы;

– ранее доказанные законы науки;

– аксиомы и постулаты;

– определения основных понятий конкретной области знаний;

– утверждения о фактах.

В ходе аргументации важно разграничивать факт и мнение. *Факт –* это действительное, невымышленное явление, событие, то, что произошло на самом деле. *Мнение* – суждение, выражающее оценку, отношение, взгляд на что-либо. Факты существуют сами по себе, независимо от того, как мы их оцениваем и используем в своих целях. На мнения влияют социальные установки, личностные ориентиры, особенности характера, психологическое состояние, уровень подготовки, степень осведомленности и многое другое. Мнения могут быть предвзятыми, необъективными, ошибочными. Поэтому факты являются более надежными аргументами. К мнениям же необходимо относиться критически, учитывая исторические и социальные условия, которые оказали влияние на их формирование.

Достаточно весомыми логическими доводами считаются *статистические данные.* Однако цифрами нельзя злоупотреблять. Обилие цифр оглушает слушателей, затрудняет восприятие содержания речи. Важно, чтобы статистические данные отражали реальное положение дел, не искажали действительность.

Значительную роль в убеждающей речи играют **психологические доводы.** Если оратор в своем выступлении затрагивает какие-либо чувства, то его речь больше воздействует на слушателей, она лучше запоминается. Психологи доказали, что на процесс убеждения сильное влияние оказывает эмоциональное состояние слушателя, его субъективное отношение к предмету речи. И. Ильф и Е. Петров в «Двенадцати стульях» великолепно показали, как Остап Бендер играет на честолюбивых чувствах васюкинцев, рисуя им потрясающие перспективы развития Васюков в случае проведения там международного шахматного турнира. Васюкинские шахматисты внимали ему «с сыновней любовью».

Психологические доводы практически могут затрагивать любые чувства, помогая добиться желаемого результата. Наиболее распространенными считаются следующие доводы:

– довод к чувству собственного достоинства;

– довод от сочувствия;

– довод от обещания;

– довод от осуждения;

– довод от недоверия;

– довод от сомнения и т.п.

Используя психологические доводы, не следует забывать, что риторическая этика запрещает говорящему обращаться к низменным чувствам, а также к эмоциям, способным породить те или иные конфликты. К ним относятся злоба, зависть, алчность, агрессивность, тщеславие и др.

Необходимо учитывать, что психологические аргументы могут быть использованы недобросовестными людьми в качестве уловок и спекулятивных приемов. Вот некоторые из них:

– аргумент к силе (вместо логического обоснования прибегают к различным видам принуждения);

– аргумент к невежеству (используется неосведомленность оппонента);

– аргумент к выгоде (агитируют принять тезис, потому что это выгодно в каком-либо отношении);

– аргумент к состраданию (вместо реальной оценки конкретного поступка взывают к жалости, человеколюбию, состраданию);

– аргумент к верности (склоняют принять тезис в силу верности, привязанности, почтения и т.п.) и др.

Не следует забывать, что дело не в количестве приводимых доводов, а в их качестве. Различают доводы сильные и слабые. Довод, против которого легко найти возражение, трудно опровергаемое, называют *слабым.* А если оппонент вынужден согласиться с доводами без каких-либо уточнений, значит, был использован *сильный* довод. Конечно, применение доводов во многом определяется теми целями, которые были поставлены.

Кроме того, чтобы добиться своей цели, надо хорошо знать того, к кому обращены доводы, и приводить аргументы с учетом индивидуальных особенностей оппонента. Блестящее подтверждение этому можно найти а поэме Н.В. Гоголя «Мертвые души», проследив, как Чичиков искусно убеждает местных помещиков.

## Нравственные установки участников речевой коммуникации

Общественная, политическая и деловая жизнь России демонстрирует нам многочисленные примеры некорректных, конфронтационных речевых актов. Неумение и нежелание вести конструктивный диалог нередко приводят к размежеванию тех сил, которые должны объединяться, становиться единомышленниками. Энергия зачастую тратится не на решение жизненно важных задач, а на уничтожение оппонента, что приводит к самоуничтожению сторон.

Одной из главных причин появления деструктивных элементов в процессе общения является отсутствие позитивных нравственных установок его участников по отношению друг к другу и к окружающему миру.

Нравственная установка – это готовность личности действовать в соответствии с определенными моральными нормами, принципами, представлениями о добре и зле, о социальной ответственности, справедливости, долге и т.д. Нравственная установка личности формируется в процессе социализации, то есть воспитания в семье, при получении образования, усвоении соответствующих профессиональных и корпоративных кодексов морали.

Следует отметить, что начиная с античных времен теоретики и практики ораторской речи, специалисты по общению придавали и придают большое значение нравственной позиции говорящего. Например, в «Российской риторике», изданной в 1824 году, подчеркивается, что оратор должен иметь *нравы добрые и наклонности честные,* что «слово его не меньше должно быть вывескою его добродетели, как и просвещения».

Е.Н. Зарецкая, автор книги «Риторика. Теория и практика речевой коммуникации» (1998), утверждает, что наладить конструктивное сотрудничество между людьми, негативно относящимися друг к другу, невозможно, даже если они заинтересованы в этом и решаются скрыть свою неприязнь за формально вполне корректными речами. Истинные чувства, проявляясь непроизвольно в мимике, жестах, интонации, будут изобличать их и деструктивно действовать в процессе общения. Так как сознательные и бессознательные установки трансформируются в чувства, которые непроизвольно актуализируются жестами, мимикой, движениями, голосом, то, о чем бы мы ни говорили с другим человеком, мы одновременно сообщаем ему и наше отношение.

Психологи отмечают, что, улавливая несоответствие между установками и поведением, человек начинает ощущать некоторое напряжение («диссонанс»), чувство дискомфорта. При этом, даже если разум влечет его к согласию с оппонентом, то чувство дискомфорта вызывает протест и, казалось бы, нелогичное намерение к конфронтации, капризному упрямству. Опыт показывает, что максимизация эффективности общения достигается тогда, когда этические и эмоциональные установки соответствуют содержанию речевого акта.

Отсутствие позитивных нравственных установок в речевом общении в известной мере является следствием тоталитарного режима в нашей стране. Многие нравственные проблемы решались на основании всем известного принципа: нравственно то, что служит делу революции, делу строительства коммунизма. На этом фундаменте строилась вся система ценностей и деятельностных ориентиров. В последние годы ценностные установки российского общества динамично меняются, происходит кардинальное переосмысление понимания общественного долга, моральной ответственности личности. Как утверждают социологи, в России сейчас господствует моральный плюрализм. Каждая личность имеет свою более или менее определенную систему нравственных ценностей, свой моральный кодекс, который и определяет конкретную линию поведения, в том числе и речевого. По мнению исследователей, это тревожный фактор общественного развития.

Моральный плюрализм может привести к моральной неразборчивости, стать серьезным барьером для установления нормальных взаимоотношений при обсуждении тех или иных вопросов.

Наиболее продуктивной базой формирования позитивных нравственных установок для осуществления эффективной речевой коммуникации является новая этическая парадигма, сложившаяся в XX веке, – *этика ненасилия,* или сопротивление насилию ненасильственными методами.

Согласно концепции этики ненасилия каждый человек является одновременно носителем добрых и злых начал, находящихся в постоянном противоборстве. Проявление доброго и злого в поступках людей нестабильно. По отношению к одному человек может проявлять доброту, по отношению к другому – злобу, сегодня он может быть добрым, а завтра – злым. Взаимодействуя, люди по законам подражательности заражают друг друга и добром, и злом. Душа человека отзывчива и на злое, и на доброе. Добро и зло как бы переливаются от одного человека к другому. Люди взаимосвязаны в добре и зле. Поэтому приверженец ненасилия, строя свои взаимоотношения с другими людьми, исходит из установки, что они открыты и отзывчивы к добру и злу.

В процессе речевой коммуникации партнер должен активизировать добрые начала, способствующие гармоничному сотрудничеству, и блокировать негативные тенденции.

По утверждению философов, нравственная амбивалентность (двойственность) неустранима и является основой человеческого общественного бытия.

Идеологи этики ненасилия сформулировали ряд принципов социального взаимодействия людей, которые должны учитываться и в практике речевой коммуникации. К ним относятся: отказ от монополии на истину, готовность к изменениям, диалогу и компромиссам; критика своего собственного поведения с целью выявления того, что в нем могло бы питать и провоцировать враждебную позицию оппонента; анализ ситуации глазами оппонента с целью понять и найти такой выход, который позволил бы ему сохранить лицо, выйти из конфликта с честью; борьба со злом, но любовь к людям, стоящим за ним; полная открытость поведения, отсутствие в отношении оппонента какой бы то ни было лжи, скрытых намерений, тактических хитростей и др.

Таким образом, нравственные установки личности оказывают решающее влияние на весь процесс организации речевого взаимодействия. Поэтому риторическое образование должно сопровождаться этическим просвещением и нравственным воспитанием.

##

## Интонация как отличительный признак устной речи

В устной звучащей речи используются разнообразные средства, которые ее обогащают, делают выразительной, эмоциональной, усиливают ее воздействие. Известный публицист, исследователь, прекрасный рассказчик, актер И.Л. Андроников в одной из своих статей писал, что «простое слово *здравствуйте* можно сказать ехидно, отрывисто, приветливо, сухо, мрачно, равнодушно, заискивающе, высокомерно. Это простое слово можно произнести на тысячу разных ладов».

Что же позволяет так разнообразить устную речь? Ответ один – **интонация.** Интонация отличает устную речь от письменной, делает ее богаче, выразительнее, придает ей неповторимый, индивидуальный характер.

Интонация передает смысловые и эмоциональные различия высказываний, отражает состояние и настроение говорящих, их отношение к предмету беседы или друг к другу.

Она выполняет и синтаксическую функцию: указывает конец фразы, ее законченность или незаконченность, то, к какому типу относится предложение, содержит ли оно вопрос, восклицание или повествование. В письменной речи о синтаксической роли интонации читатель узнает по знакам препинания.

Интонация – сложное явление. Она включает в себя четыре акустических компонента: **тон голоса, интенсивность,** или силу звучания, **темп речи и тембр** голоса.

Что же представляют собой слагаемые интонации? Термин *тон* восходит к греческому слову *tonos* (буквально «натянутая веревка, натяжение, напряжение»). Используется этот термин в разных науках. В физике он означает «звук, порождаемый периодическим колебанием воздуха»; в музыке – «музыкальный звук определенной высоты»; в живописи – «оттенок цвета или светотени»; в медицине – «звук работающего сердца, его клапанов». Слово это употребляется в устойчивых сочетаниях: *задавать тон –* «показывать пример, влиять собственным поступком, поведением»; *попадать в тон* – «говорить или делать что-либо уместное или приятное кому-либо».

Когда говорят о тоне звуков речи, то имеют в виду высоту гласных, сонорных и звонких шумных согласных. Тон формируется при прохождении воздуха через глотку, голосовые связки, полости рта и носа. В результате колебания голосовых связок возникает основной тон звука – важнейший компонент речевой интонации.

Ученые подсчитали, что мужчины говорят на частоте 85–200 Гц (герц), а женщины 160–340 Гц. Это средний тон речи.

Другой компонент интонации – **интенсивность** звучания. Она зависит от напряженности и амплитуды колебания голосовых связок. Чем больше амплитуда колебания, тем интенсивнее звук.

На слух различают **уровень интенсивности.** Он бывает низким, средним и высоким. Уровень силы звучания может не изменяться (ровный, спокойный голос), но чаще всего направление и характер интенсивности меняются: увеличиваются или уменьшаются, и это может происходить резко или плавно. Взаимодействие тона и интенсивности усиливает громкость речи.

Жизненная ситуация, психическое состояние человека, его воспитанность, уважительное отношение к окружающим определяют, в каком тоне он будет вести речь. Так, в некоторых ситуациях позволительно говорить громко: на митинге, параде; на вокзале, когда разговаривающие находятся один в вагоне, а другой на перроне; если собеседники разделены расстоянием или их окружает беспрерывный шум, а необходимо сказать что-то важное и др. Когда же человек находится в семье или в кругу друзей, на приеме у врача, в кабинете начальника, в трамвае, в магазине или в другом общественном месте, то громкая речь будет свидетельствовать о невоспитанности или чрезмерной нервозности, возбужденном состоянии или, наконец, о стремлении говорящего обратить на себя внимание.

**Темп речи** (итал. *tempo,* от лат. *tempus –* время) – скорость произнесения речевых элементов.

Нормальный темп речи русских – около 120 слов в минуту. Одна страница машинописного текста, напечатанного через 1,5 интервала, должна читаться за две-две с половиной минуты. Темп речи может изменяться. Это зависит от содержания высказывания, эмоционального настроя говорящего, жизненной ситуации. Вообще, чувства восторга, радости, гнева ускоряют темп речи, а подавленность, инертность, раздумье – замедляют его. Очень медленный темп характерен также для речи затрудненной, речи тяжелобольного, очень старого человека. В медленном темпе читается судебный приговор, произносится присяга.

Последний компонент интонации – **тембр.** Это дополнительная артикуляционно-акустическая окраска голоса, ее колорит. В полости рта в результате большего или меньшего напряжения органов речи и изменений объема резонатора образуются **обертоны,** т.е. дополнительные тоны, придающие основному тону особый оттенок, особую окраску. Поэтому тембр называют еще «цветом» голоса.

По тембру голоса устанавливают его тип: бас, баритон, тенор, сопрано, колоратурное сопрано и др.

Тип голоса может быть общим, но у каждого человека свой тембр, как и отпечатки пальцев. В Италии, например, в средние века в паспорте среди характерных для владельца примет указывался и тембр голоса.

Тембр голоса может изменяться, что зависит от эмоционального состояния человека. Поэтому тембром называют также специфическую окраску речи, которая придает ей те или другие экспрессивно-эмоциональные свойства.

Характер тембра бывает настолько разнообразным, а его восприятие субъективным, что ученые в описании особенностей тембра используют самые различные определения, подчеркивающие зрительное восприятие *(светлый, темный, тусклый, блестящий);* слуховое *(глухой, вибрирующий, дрожащий, звонкий, крикливый, скрипящий);* осязательное *(мягкий, острый, тяжелый, холодный, горячий, жесткий, сухой, гладкий);* ассоциативное *(золотой, медный, серебряный, металлический);* эмоциональное *(угрюмый, хмурый, раздосадованный, веселый, радостный, ликующий, резвый, восторженный, восхищенный, насмешливый, страстный).*

##

## Пауза, ее типы

Редко кто из говорящих задумывается над тем, что такое пауза, для чего она нужна, какие паузы бывают. Считается, что пауза особой роли в речи не играет, что ее никто не замечает, что она нужна исключительно для вдыхания воздуха в легкие.

Почему же тогда, если наш собеседник во время разговора вдруг сделает паузу, мы испытываем чувство волнения: что это с ним произошло? Или он на что-то обиделся, или засомневался в правоте слов? И с нетерпением ждем, когда последует продолжение разговора. Действительно, пауза (лат. *pausa,* от греч. *pausis –* прекращение, остановка) – временная остановка звучания, в течение которой речевые органы не артикулируют и которая разрывает поток речи. Пауза – это молчание. Но и молчание может быть выразительным и значимым. Наука, изучающая паузы, называется **паузологией.** Первый паузолог США профессор О'Коннор считает, что паузы могут сказать о человеке не меньше, чем слова, что в разговоре на них уходит 40–50 процентов времени.

Среди пауз прежде всего выделяют так называемые **пустые** паузы, которые противопоставляются паузам **значимым.** Например, студент не подготовился к семинару, а его вызвали отвечать. Стоит он и мучается. Скажет несколько слов и… пауза, ждет подсказки. Бывают и другие ситуации. Есть люди очень ограниченные, их интеллект слабо развит, они почти ничего не читали, мало что знают. Когда они вступают в разго – .вор, то речь их бывает «испещрена» паузами, ничего не значащими, не несущими никакой информации. Такие паузы не создают комфорта при общении, они затягивают разговор, а некоторых собеседников даже раздражают.

С пустой паузой, порожденной отсутствием мысли, не следует смешивать паузы **хезитации,** то есть паузы **обдумывания, размышления.** Чаще всего паузы хезитации встречаются в речи людей, обсуждающих политические, социальные, научные проблемы, когда у выступающих еще не сформировалось окончательное мнение по обсуждаемой проблеме, они ищут решение вопроса, вслух обдумывают его. Паузы помогают говорящим оформлять свои мысли в предложения, находить лучшую, наиболее точную и ясную форму изложения. Паузы размышления возникают в любом месте высказывания и отражают колебания при выборе возможных речевых средств. Их могут заменять сочетания слов: *пожалуй, точнее сказать; лучше сформулировать так; правильнее будет…; не так надо сказать.* После этих оговорок дается новая формулировка мысли. Паузы хезитации уместны и необходимы.

Важную роль в устной речи играют **интонационно-синтаксические паузы,** которые отражают синтаксическую природу предложений. Они соответствуют знакам препинания в письменной речи и различаются длительностью. Самая короткая пауза – на месте запятой, а самой длинной паузы требует точка. Интонационно-синтаксической паузой отделяются в звучащей речи однородные члены предложения, вставные конструкции, обращения; пауза заполняет то место в предложении, где подразумевается пропуск слова.

Есть пословица «За твоим языком не поспеешь босиком». Люди, которые быстро говорят, чаще всего неправильно распределяют паузы или вовсе их не делают, чем затрудняют восприятие речи. Чтобы речь была ясной и понятной, необходимо перед произнесением текста вслух навести порядок в предложении, правильно соединить слова в группы, то есть в **речевые такты.** Тогда будет ясно, какое слово к какому относится, как они объединяются, из каких отрезков, речевых тактов складывается фраза.

Паузы, отделяющие один речевой такт от другого, называются **интонационно-логическими.** Изменение места интонационно-логической паузы в одном и том же предложении может значительно изменить его смысл. Вот как изменится мораль басни И.А. Крылова, если сделать паузу там, где стоит ( // ):

*А ларчик II просто открывался.* При таком произнесении подчеркивается, что замок имеет нехитрое устройство. Отсюда мораль: человек иногда сам усложняет обстановку, ситуацию, отношения.

Если произнести: *А ларчик просто Цоткрывался,* то это будет означать, что он вообще не был заперт. Мораль: нечего ломиться в открытую дверь.

Пауза может сделать текст нелепым. Например, если в предложении *От радости в зобу Ц дыханье сперло* паузу сделать после сочетания *в зобу.* Ведь не радость находится в зобу, а дыханье в нем сперло. Пауза требуется после слова *радости: От радости // в зобу дыханье сперло.*

Особый интерес для говорящих и исследователей звучащей речи представляют паузы, сопровождающие эмоциональную речь. Они передают чувства, охватившие говорящего: волнение, обиду, любовь, восторг, счастье и т.п. Такие паузы называются **эмоциональными.** Они обозначаются на письме многоточием.

Есть еще две разновидности пауз. Представим себе картину: идут вступительные экзамены, абитуриенты пишут диктант. Преподаватель читает текст медленно, повторяет части предложения и, повторяя, делает паузы. Или на плацу маршируют новобранцы. Раздается команда: «На…ле…во! Шагом…марш!»

Чем в данном случае вызваны паузы? Ситуацией. Какова их функция? Надо, чтобы абитуриенты успели написать текст диктанта, чтобы новобранцы успели приготовиться выполнить команду. Поскольку паузы вызваны той или иной ситуацией, они называются **ситуативными.**

И, наконец, паузы **физиологические.** Они появляются, когда не хватает воздуха в легких, особенно при одышке, или когда поражена центральная нервная система, и в результате забывается нужное слово, трудно выразить какую-нибудь мысль.

В заключение приведем слова К.С. Станиславского: «Пауза – важнейший элемент нашей речи и один из главных ее козырей».

Вот почему важно знать, какие разновидности пауз бывают, какова их функция, как следует ими пользоваться в речи.

##

## Невербальные средства общения. Роль жестов, мимики, позы в общении

Разговаривая друг с другом, люди для передачи своих мыслей, настроений, желаний наряду *с* вербальными (словесной) используют жестикулярно-мимические, т.е. невербальные средства. Ученые считают, что при общении невербальные средства преобладают, их используется 55% или даже 65%, а вербальных, соответственно, 45% или 35%. Ученые обнаружили и зафиксировали почти миллион невербальных сигналов. По подсчетам одного из специалистов, только с помощью рук человек может передать 700 000 сигналов.

Язык мимики и жестов выражает чувства говорящего, показывает, насколько участники диалога владеют собой, как они в действительности относятся друг к другу.

**Мимика** позволяет нам лучше понять оппонента, разобраться, какие чувства он испытывает. Так, поднятые брови, широко раскрытые глаза, опущенные вниз кончики губ, приоткрытый рот свидетельствуют об удивлении; опущенные вниз брови, изогнутые на лбу морщины, прищуренные глаза, сомкнутые губы, сжатые зубы выражают гнев.

Для каждого участвующего в беседе, с одной стороны, важно уметь «расшифровывать», «понимать мимику» собеседника. С другой стороны, необходимо знать, в какой степени он сам владеет мимикой, насколько она выразительна.

В связи с этим рекомендуется изучить и свое лицо, знать, что происходит с бровями, губами, лбом. Если человек привык хмурить брови, морщить лоб, то ему надо отучиться собирать складки на лбу, расправлять почаще нахмуренные брови. Чтобы мимика была выразительной, рекомендуется систематически произносить перед зеркалом несколько разнообразных по эмоциональности (печальных; веселых, смешных, трагических, презрительных, доброжелательных) фраз, следить, как изменяется мимика и передает ли она соответствующую эмоцию.

О многом может сказать и **жестикуляция** собеседника.

В русском языке существует немало устойчивых выражений, которые возникли на базе свободных словосочетаний, называющих тот или иной жест. Став фразеологизмами, они выражают состояние человека, его удивление, равнодушие, смущение, растерянность, недовольство, обиду и другие чувства, а также различные действия. Например: *опустить голову, вертеть головой, поднять голову, покачать головой, развести руками, опустить руки, махнуть рукой, положа руку на сердце, приложить руку, протянуть руку, погрозить пальцем, показать нос.*

Не случайно, что в различных риториках, начиная с античных времен, выделялись специальные главы, посвященные жестам. Теоретики ораторского искусства в своих статьях о лекторском мастерстве также обращали особое внимание на жестикуляцию.

По своей функции жесты делятся на **указательные, изобразительные, эмоциональные, ритмические, механические.** Особый интерес представляют **символические жесты.** Они условны. Но некоторые из них имеют вполне определенное значение. Так, известен жест **отказа, отрицания** – отталкивающие движения рукой или двумя руками ладонями вперед. Этот жест сопровождает выражения: *Не надо, не надо, прошу вас; Никогда, никогда туда не поеду!*

Жест **разъединения, расподобления –** ладони раскрываются, «разъезжаются» в разные стороны: *Это совершенно разные темы; Это надо различать; Они разошлись.*

Жест **объединения, сложения, суммы –** пальцы соединяются в щепоть или соединяются ладони рук: *Они хорошо сработались; Давайте объединим усилия.*

Жесты, как и слова, бывают очень экспрессивными, придают речи грубоватый, фамильярный характер. Такими жестами, например, считаются: поднятый большой палец, когда остальные сжаты в кулак, как высшая оценка чего-либо; кручение пальцем около виска, что означает «из ума выжил», «разума лишился».

Следует учитывать, что жестикуляция обусловлена и характером говорящего. Некоторые люди от природы подвижны, эмоциональны. Естественно, говорящий с таким характером не может обойтись без жестов. Другому же, хладнокровному, спокойному, сдержанному в проявлении своих чувств, жесты не свойственны. Лучшим жестом считается тот, которого не замечают, который органически сливается со словом и усиливает его воздействие на слушателей.

Государственным служащим, преподавателям, юристам, врачам, менеджерам, продавцам, то есть всем, кто по роду своей деятельности часто общается с людьми, важно знать, что мимика и жесты могут многое рассказать о характере человека, его мыслях, переживаниях. Например, древние китайцы, торговавшие драгоценными камнями, внимательно смотрели в глаза покупателю. Они знали, что при восторге, радости зрачки увеличиваются, а при раздражении, недовольстве, гневе – значительно сужаются.

Лидер по натуре, здороваясь, подает руку ладонью вниз, а мягкий, безвольный человек – ладонью вверх. Сжатые руки за спиной свидетельствуют об уверенности и превосходстве. Такой жест характерен для высших военных чинов, работников милиции, директоров. Психологи рекомендуют в стрессовой ситуации, когда приходится ждать приема у зубного врача или вызова к начальнику, перед сдачей экзамена, сделать такой жест – и сразу придет уверенность в себе, пропадет страх, наступит некоторое облегчение.

Руки на бедрах – жест готовности, агрессии. Такая поза может сопровождаться широкой постановкой ног, а пальцы рук при этом сжимаются в кулак.

Когда человек нервничает, испытывает отрицательные эмоции, то он инстинктивно старается оградить себя от нежелательной ситуации: скрещивает руки на груди. Этот жест как бы создает заслон, ограждает его от неприятностей.

Итак, мимика, жесты, поза выступающего с лекцией, докладом или принимающего участие в разговоре должны свидетельствовать о движении мысли, о чувствах говорящего, являться физическим выражением его творческих усилий.

## Классификация жестов

Знаменитый оратор древности Демосфен на вопрос, что нужно для хорошего оратора, ответил: «Жесты, жесты и жесты».

Жесты – невербальное средство общения. Они сопровождают звучащую речь, уточняют сказанное, придают выступлению выразительность, эмоциональность. Жесты могут заменять словесное высказывание: кивок головой означает согласие, повороты головы влево-вправо – несогласие, махание кистью руки – прощание.

По своему характеру и по тому, что они обозначают, какую функцию выполняют, жесты делятся на **указательные, изобразительные, символические, эмоциональные, ритмические и механические.**

**Указательные** жесты чаще всего уточняют указательные местоимения *тот, та, то, этот, там, тут, туда, здесь, сюда.* Например: «принеси (указательный жест) тот стул», «открой (указательный жест) это окно», «возьми (указательный жест) ту книгу и положи на эту (указательный жест) полку». Без указательного жеста такие просьбы выполнить невозможно. Если жест отсутствует, то тот, к кому обращаются с просьбой, обязательно спросит: «Какой стул принести?», «Какое окно открыть?», «Какую книгу на какую полку положить?». Некоторые злоупотребляют указательными жестами, часто в разговоре показывают пальцем на то, о чем говорят: «Какой (указательный жест) красивый дом построили»; «Дождь будет, (указательный жест) тучи на небе». Такое использование жеста свидетельствует о недостаточном воспитании человека. Особенно неприличным считается, когда обращаются к кому-то с вопросом или просьбой и показывают на него пальцем. Например: «Ты (указательный жест), мальчик, пересядь в первый ряд»; «Вы (указательный жест) не знаете, где ближайшая аптека находится?»

**Изобразительный** жест показывает размер, величину, форму того, о чем идет речь; изображает, как следует выполнять то или иное действие. Например: *У меня кончилась* (изображается, как чистят зубы). Значит, речь идет о зубной пасте. *Ты спрашиваешь, что такое винтовая лестница? Она вот такая* (делается вращательное движение правой рукой по вертикали). Конечно, можно сказать: «Лестница, идущая спирально, винтообразно». Но жест нагляднее, он как бы изображает предмет, показывает его.

Изобразительные жесты появляются в случаях: если не хватает слов, чтобы передать описание предмета, состояние человека; если одних слов недостаточно по каким-либо причинам (повышенная эмоциональность говорящего, невладение собой, неуверенность в том, что адресат все понимает); если необходимо усилить впечатление и воздействовать на слушателя дополнительно и наглядно.

**Символические** жесты – условны. Это их отличительный признак. Если изобразительный жест связан с конкретными признаками, то жест-символ связан с абстракцией. Его содержание понятно только какому-то народу или определенному коллективу. Это приветствие, прощание, утверждение, отрицание, призыв к молчанию. Так, россияне при встрече пожимают друг другу руки, а если разделены расстоянием, то соединяют свои ладони и покачивают ими; мужчина может приподнять или снять шляпу и слегка наклонить голову. Актеры, закончив выступление, делают поклон или, прижав руку (руки) к груди, низко кланяются. Такие жесты символизируют сердечное отношение, благодарность, любовь актера к зрителям.

Речь наша бывает эмоциональной. Волнение, радость, восторг, ненависть, огорчение, досада, недоумение, растерянность, замешательство – все это проявляется не только в подборе слов, в интонации, но и в жестах. Жесты, передающие разнообразные чувства, называются **эмоциональными.** Некоторые из них закреплены в устойчивых сочетаниях: *ударить (хлопнуть) себя по лбу* (досада), *развести руками* (недоумение), *указать на дверь* (обида).

**Ритмические** жесты связаны с ритмикой речи. Они подчеркивают логическое ударение, замедление и ускорение речи-то, что обычно передает интонация. Например, произнося пословицу «За твоим языком не поспеешь босиком», многие производят частые вертикальные движения ребром ладони правой руки, напоминающие рубку капусты. Иного ритма требует пословица «У него слово слову костыль подает». Она сопровождается плавным, несколько замедленным движением правой руки в правую сторону.

Среди жестов есть *такие,* которые производят неблагоприятное впечатление на слушателей. Так, некоторые имеют привычку время от времени потирать кончик носа, дергать себя за ухо, поправлять галстук, вертеть пуговицу. Эти жесты называются **механическими.** Они отвлекают слушателей от содержания речи, мешают ее восприятию, надоедают и даже вызывают раздражение.

УСТНОЕ ПУБЛИЧНОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ

## Особенности публичной речи

Публичная речь – это особая форма речевой деятельности в условиях непосредственного общения, речь, адресованная определенной аудитории, ораторская речь.

Публичная речь произносится с целью информирования слушателей и оказания на них желаемого воздействия (убеждение, внушение, воодушевление, призыв к действию и т.д.). По своему характеру она представляет собой монологическую речь, то есть рассчитанную на пассивное восприятие, не предполагающую ответной словесной реакции. Крупный ученый-лингвист В.В. Виноградов писал: «Ораторская речь – особая форма драматического монолога, приспособленного к обстановке общественно-бытового или гражданского «действа».

По мнению специалистов, для современного монолога типичны значительные по размеру отрезки текста, состоящие из высказываний, имеющих индивидуальное композиционное построение и относительную смысловую завершенность. Эти признаки свойственны и публичной речи.

Однако строгих границ между монологом и диалогом не существует. Почти в любом монологе присутствуют элементы «диалогизации», стремление преодолеть пассивность восприятия адресата, желание втянуть его в активную мыслительную деятельность. Особенно это характерно для ораторской речи.

Если рассматривать публичное выступление с социально-психологической точки зрения, то это не просто монолог оратора перед аудиторией, а сложный процесс общения со слушателями, причем процесс не односторонний, а двусторонний, то есть диалог. Взаимодействие между говорящим и аудиторией носит характер субъектно-субъектных отношений. Та и другая сторона являются субъектами совместной деятельности, сотворчества, и каждая выполняет свою роль в этом сложном процессе публичного общения.

Ораторская речь характеризуется рядом особенностей, определяющих ее сущность:

**1. Наличие «обратной связи»** (реакция на слова оратора). В процессе выступления оратор имеет возможность наблюдать за поведением аудитории и по реакции на свои слова улавливать ее настроение, отношение к высказанному, по отдельным репликам и вопросам из зала определять, что на данный момент волнует слушателей, и в соответствии с этим корректировать свою речь. Именно «обратная связь» превращает монолог оратора в диалог, является важным средством установления контакта со слушателями.

**2. Устная форма общения.** Публичная речь представляет собой живой непосредственный разговор со слушателями. В ней реализуется устная форма литературного языка. Устная речь в отличие от письменной обращена к присутствующему собеседнику и во многом зависит от того, кто и как ее слушает. Она воспринимается на слух, поэтому важно построить и организовать публичное выступление таким образом, чтобы его содержание сразу понималось и легко усваивалось слушателями. Ученые установили, что при восприятии письменной речи воспроизводится лишь 50% полученной информации. То же сообщение, изложенное устно и воспринятое на слух, воспроизводится до 90%.

**3. Сложная взаимосвязь между книжной речью и ее устным воплощением.** Ораторская речь, как правило, тщательно готовится. В процессе обдумывания, разработки и написания текста речи выступающий опирается на книжно-письменные источники (научная, научно-популярная, публицистическая, художественная литература, словари, справочники и др.), поэтому подготовленный текст – это, по сути, книжная речь. Но, выходя на трибуну, оратор должен не просто прочитать текст речи по рукописи, а *произнести* так, чтобы его поняли и приняли. И тогда появляются элементы разговорной речи, выступающий начинает импровизировать с учетом реакции слушателей. Выступление становится спонтанной устной речью. И чем опытнее оратор, тем ему лучше удается перейти от книжно-письменных форм к живой, непосредственной устной речи. Следует при этом иметь в виду, что уже сам письменный текст выступления должен готовиться по законам устной речи, с расчетом на его произнесение.

Таким образом, как пишут авторы учебника «Культура устной речи» (М., 1999), «книжность и разговорность – вот те опасности, которые постоянно подстерегают оратора». Выступающий должен постоянно балансировать, выбирая оптимальный вариант речи.

**4. Использование различных средств общения.** Поскольку публичная речь – это устная форма общения, в ней используются не только *языковые средства,* хотя язык – это главное оружие выступающего, и речь оратора должна отличаться высокой речевой культурой. Важную роль в процессе выступления играют также *паралингвистические,* невербальные средства коммуникации (интонация, громкость голоса, тембр речи, ее темп, особенности произношения звуков; жесты, мимика, тип выбираемой позы и др.)

## Ораторское искусство как социальное явление

Выражение *ораторское искусство* имеет несколько значений. Под ораторским искусством прежде всего понимается высокая степень мастерства публичного выступления, качественная характеристика ораторской речи, искусное владение живым убеждающим словом. Это искусство построения и публичного произнесения речи с целью оказания желаемого воздействия на аудиторию.

Подобное определение ораторского искусства было принято еще в античные времена. Например, Аристотель определял риторику как «способность находить возможные способы убеждения относительно каждого данного предмета». Эта традиция была продолжена и в русской риторической науке. Так, М.В. Ломоносов в своем труде «Краткое руководство к красноречию» писал: «Красноречие есть искусство о всякой данной материи красно говорить и тем преклонять других к своему об оной мнению».

Ораторским искусством называют также исторически сложившуюся науку о красноречии и учебную дисциплину, излагающую основы ораторского мастерства.

Многие современные исследователи рассматривают ораторское искусство как один из специфических видов человеческой деятельности, овладеть которым обязан каждый, кто по роду своей деятельности связан с устным словом.

Термин *ораторское искусство* латинского происхождения, его синонимами являются греческое слово *риторика* и русское *красноречие.*

Что обусловило появление ораторского искусства? На этот вопрос пытались ответить многие его теоретики.

Объективной основой зарождения ораторского искусство как социального явления стала насущная необходимость публичного обсуждения и решения вопросов, имеющих общественную значимость. Чтобы обосновать ту или иную точку зрения, доказать правильность выдвигаемых идей и положений, отстоять свою позицию, нужно было хорошо' владеть искусством слова, уметь убедить слушателей и повлиять на их выбор.

История свидетельствует, что важнейшим условием появления и развития ораторского искусства, свободного обмена мнениями по жизненно важным проблемам являются демократические формы управления, активное участие граждан в политической жизни страны. Не случайно ораторское искусство называют «духовным детищем демократии».

Это обнаружилось еще в Древней Греции. Наглядным примером служит сравнение двух наиболее значительных городов-государств – Спарты и Афин, имевших различное государственное устройство. Спарта была типичной олигархической республикой, а в Афинах был установлен строй рабовладельческой демократии.

По свидетельству историков, казарменное спартанское государство не оставило ничего достойного своим потомкам, в то время как Афины с их демократическими спорами на площадях, в суде и на народных собраниях в короткий срок выдвинули выдающихся ораторов, мыслителей, ученых, поэтов, создали бессмертные произведения культуры.

Как подчеркивают исследователи, наиболее активно ораторское искусство развивается в переломные эпохи в жизни общества. Оно широко применяется, когда возникает историческая потребность участия народных масс в решении важных государственных вопросов. Ораторское искусство помогает сплачивать людей вокруг общего дела, убеждая, воодушевляя и направляя их. Доказательством этого является расцвет красноречия в эпоху Возрождения, в периоды социальных революций, когда в общественное движение вовлекаются миллионные массы трудящихся. Новый всплеск общественного интереса к ораторскому искусству наблюдается в настоящее время в связи с демократическими процессами, происходящими в нашей стране.

Каковы же особенности ораторского искусства?

На протяжении многовековой истории своего развития ораторское искусство использовалось в различных сферах жизни общества: духовной, идеологической, социально-политической, деловой и др. Наиболее широкое применение оно всегда находило в политической деятельности. Как свидетельствует история, многие крупные политические деятели были известными ораторами.

Следует иметь в виду также, что ораторское искусство всегда обслуживало и обслуживает интересы определенных социальных классов, групп, отдельных личностей. Оно одинаково может служить как правде, так и лжи, использоваться не только в нравственных, но и в безнравственных целях. Кому и как служит ораторское искусство – вот основной вопрос, который решался на протяжении всей истории ораторского искусства, начиная с Древней Греции. Поэтому в ораторском искусстве очень важна нравственная позиция оратора, его моральная ответственность за содержание речи.

Ораторское искусство – явление историческое, то есть оно меняется. Каждая эпоха предъявляет к оратору свои требования, возлагает на него определенные обязанности, имеет свой риторический идеал. Оценивая деятельность того или иного оратора, следует учитывать ту историческую эпоху, которая породила данного оратора, выразителем общественных интересов которой он был.

Важной особенностью ораторского искусства является то, что оно имеет сложный синтетический характер. Философия, логика, психология, педагогика, языкознание, этика, эстетика – вот науки, на которые опирается ораторское искусство. Специалистов разного профиля интересуют различные проблемы красноречия. Например, лингвисты разрабатывают теорию культуры устной речи, дают рекомендации, как пользоваться богатствами родного языка, соблюдать нормы литературного языка и т.д.

И еще одна существенная особенность. Ораторское искусство никогда не было однородным. Исторически в зависимости от сферы применения оно подразделялось на различные роды и виды. В отечественных риториках Выделяются следующие основные роды красноречия: социально-политическое, академическое, судебное, социально-бытовое, духовное (богословско-церковное). Каждый род объединяет определенные виды речи с учетом функции, которую выполняет речь с социальной точки зрения, а также ситуации выступления, его темы и цели.

##

## Характеристика личности оратора. Знания, навыки и умения оратора

Слово *оратор* появилось в русском языке в начале XVIII столетия, а более широкое распространение получило в первой трети XIX века. Оно происходит от латинского слова *оrаrе,* что в переводе означает «говорить».

Владимир Иванович Даль, объясняя слово *оратор* в «Толковом словаре живого великорусского языка», подбирает к нему близкие по значению слова и словосочетания: *вития, краснослов, речистый человек, мастер говорить.* Все они подчеркивают, что оратор – это человек, умеющий говорить красно, т.е. красиво, образно, выразительно.

В современном русском литературном языке слово *оратор* многозначно. Так, толковые словари отмечают следующие его значения: 1. Лицо, профессионально занимающееся искусством красноречия (у античных народов); 2. Лицо, произносящее речь, выступающее, говорящее в собрании; 3. Человек красноречивый, обладающий даром произносить речи. Поэтому в художественной литературе, в периодической печати, в обиходной речи встречается употребление этого слова в разных значениях. В теории ораторского искусства слово *оратор* используется как термин. В этом случае оно имеет только одно значение – оратором называется любой человек, произносящий публичную речь. Термин *оратор* не имеет качественной характеристики и нуждается в дополнительных определениях: *хороший оратор, плохой оратор, скучный оратор, выдающийся оратор, блестящий оратор* и др.

Каждый выступающий имеет свои индивидуальные особенности, которые влияют на стиль речи, проявляются в манере выступления. Поэтому теоретики ораторского искусства издавна выделяли разные типы ораторов. Так, Цицерон в труде «Об ораторе» называл три типа. К первому он относил ораторов «велеречивых, с возвышенной силой мысли и торжественностью выражений». По его словам, это ораторы «решительные, разнообразные, *неистощимые,* могучие, во всеоружии готовые трогать и обращать сердца». Ко второму типу, по классификации римского теоретика, принадлежат ораторы «сдержанные и проницательные, всему поучающие, все разъясняющие, а не возвеличивающие, отточенные в своей прозрачной, так сказать, и сжатой речи». Третий тип ораторов Цицерон характеризовал так: «…средний и как бы умеренный род, не применяющий ни тонкой предусмотрительности последних, ни бурного натиска первых…»

В современной литературе по ораторскому искусству также выделяются разные типы ораторов: ораторы, для которых основное средство ораторского искусства – логика рассуждений, и ораторы, воздействующие на слушателей своей эмоциональностью.

Конечно, деление ораторов на типы в определенной мере условно, но имеет под собой научную основу. Академик И.П. Павлов в своих трудах обосновал наличие у человека двух крайних типов высшей нервной деятельности – художественного и мыслительного. В зависимости от того, к какому типу высшей нервной деятельности принадлежит человек, он по-разному произносит речь и воспринимает ее. Когда говорят о разных типах ораторов, то учитывают, *какая* сторона речи у человека преобладает – эмоциональная или логическая.

Следует иметь в виду, что каждая речь должна быть и логичной, и эмоциональной. Поэтому нельзя быть только эмоциональным оратором и не заботиться о логике рассуждения. Если оратор говорит воодушевленно, с большим пафосом, но речь его бессодержательна, то такой оратор раздражает слушателей, вызывает протест и порицание. Проигрывают и те ораторы, которые говорят бесстрастно, неэмоционально.

Очень важно, чтобы человек, выступающий *с* трибуны, был высоконравственной личностью, ведь его слово может оказать влияние на судьбы людей, помочь им принять то

или иное решение. Речи оратора должны быть направлены на достижение нравственных целей, вызывать у слушателей добрые чувства и намерения.

Оратор должен быть человеком эрудированным, т.е. начитанным, осведомленным в области науки и техники, литературы и искусства, разбираться в политике и экономике, уметь анализировать события, происходящие в стране и за рубежом, и т.п. Он обязан хорошо знать предмет своей речи. Только в том случае, если оратор разбирается в теме выступления, если он сумеет рассказать слушателям много интересного и привести новые неизвестные аудитории факты, если ему удастся ответить на возникающие вопросы, он может рассчитывать на внимание и уважение слушателей.

Чтобы выступать публично, оратор должен обладать рядом специальных навыков и умений. По определению психологов, навык – это способность осуществлять ту или иную операцию наилучшим образом. К основным навыкам оратора относятся следующие:

– навык отбора литературы;

– навык изучения отобранной литературы;

– навык составления плана;

– навык написания текста речи;

– навык самообладания перед аудиторией;

– навык ориентации во времени. Из приобретенных навыков складываются умения оратора. Он должен уметь:

– самостоятельно подготовить выступление;

– доходчиво и убедительно излагать материал;

– отвечать на вопросы слушателей;

– устанавливать и поддерживать контакт с аудиторией;

– применять технические средства, наглядные пособия и т.д.

Если какие-либо навыки и умения будут отсутствовать У выступающего, то его общение со слушателями может оказаться неэффективным. Например, оратор хорошо пишет текст речи, но не умеет просто и ясно излагать его в аудитории; оратор увлеченно рассказывает, но не научился укладываться в отведенное для выступления время и не успевает высказать основные положения речи и др.

Таким образом, стать хорошим оратором непросто. Мастерство выступающего зависит от его индивидуальных особенностей, складывается из многих знаний, навыков, умений. Чтобы приобрести их, нужно много работать над собой, изучать опыт известных ораторов прошлого и настоящего, учиться на лучших образцах ораторского искусства и стараться как можно чаще выступать.

##

## Основные характеристики аудитории как социально-психологической общности людей

Еще в античные времена словом *аудитория* называли публику, слушающую речь оратора или пришедшую на театральное представление. Этот термин имеет прямую связь с латинскими словами *audire* (слышать) и *auditor* (слушатель).

В современной научной литературе аудитория определяется как пространственно расположенная группа людей, объединенных интересом к предмету высказывания, а также взаимодействующих с оратором и друг с другом в процессе восприятия речевого сообщения. Это сложная социально-психологическая общность людей с очень своеобразными особенностями коллективных переживаний.

Хорошее знание аудитории, в которой предстоит выступать, умение учитывать ее состояние и настроение позволяют оратору лучше подготовиться к выступлению, установить контакт со слушателями, добиться успеха в общении.

Каковы же основные характеристики аудитории ораторской речи?

Прежде всего это степень **однородности / неоднородности** аудитории. Она определяется социально-демографическими признаками слушателей. К ним относятся: пол, возраст, национальность, образование, профессиональные интересы, партийная принадлежность, жизненный опыт и т.п. Понятно, чем однороднее аудитория, тем единодушнее реакция слушателей на выступление, тем легче выступать. И наоборот, разнородная аудитория обычно неодинаково реагирует на слова оратора, и ему приходится прилагать дополнительные усилия, чтобы управлять своими слушателями.

Существенный признак аудитории – **количественный состав** слушателей. Оратору далеко не безразлично, сколько человек его будет слушать. Поведение людей

и их реакции в большой и маленькой аудитории различны. Вот что пишет по этому поводу Э. Джей в книге «Эффективная презентация»: «Главный парадокс аудиторий состоит в том, что чем они больше, тем больше похожи на одного человека. Вместо того чтобы стать более разрозненной, она становится более однородной». Автор подчеркивает, что с людьми в большой аудитории происходят две важные вещи, которых трудно добиться при других обстоятельствах: они объединяются и солидаризируются; они единодушно принимают и одобряют чье-либо лидерство.

Когда одну французскую певицу спросили, как она реагирует на театр, полный людей, которые пришли послушать ее, она ответила: «Я стараюсь превратить их всех в одного человека, затем стараюсь заставить его полюбить меня. Если мне это не удается, я ухожу домой».

Следует иметь в виду, что большая аудитория не предназначена для дискуссионного обсуждения вопросов, в ней трудно использовать аргументы, уместные и понятные для всех присутствующих. Некоторые ораторы боятся большой аудитории, они начинают сильно волноваться, их охватывает так называемая «ораторская лихорадка», и они теряют дар речи.

Отличительной особенностью маленькой аудитории является то, что она не представляет собой единого монолита, чего-то целого. Здесь каждый остается личностью, имеет возможность проявить свою индивидуальность. В маленькой аудитории от оратора ждут не длинного монолога, а живого, непосредственного диалога, умения вовлечь в разговор всех присутствующих. Количество времени, посвященного ответам на вопросы, в определенной мере является показателем успешного выступления. Малочисленной аудиторией легче управлять. Но в данном случае оратор должен хорошо знать вопрос, о котором идет речь, так как вряд ли удобно читать с «листа» перед небольшим количеством слушателей.

Для аудитории характерно и **чувство общности,** которое проявляется в определенном эмоциональном настрое слушателей. Во время выступлений можно наблюдать любопытные явления. Вот, к примеру, в какой-то части зала возникает легкий шум, и он быстро распространяется по всему помещению. Наш сосед одобрительно кивает выступающему головой, и это определенным образом влияет и на наше поведение, наше отношение к словам говорящего. В конце зала прозвучала ироническая реплика, и на нее живо реагируют остальные слушатели. Влияние слушателей друг на друга особенно ярко проявляется при одобрении или неодобрении речи выступающего. Почему это происходит? Да потому, что слушатели испытывают действие различных психологических механизмов: одни слушатели бессознательно повторяют действия окружающих *(заражение),* другие осознанно воспроизводят образцы поведения рядом сидящих *(подражание),* на третьих оказывают влияние мнение и поведение большинства присутствующих *(конформизм).* В результате действия этих механизмов в аудитории создается общий настрой, который существенно влияет на установление контакта между оратором и слушателями. Поэтому оратору нужно учиться управлять настроением аудитории, уметь, если надо, изменить его.

Важная характеристика аудитории – **мотив действия** слушателей. Обычно люди приходят на лекции, собрания, заседания, митинги и т.п., руководствуясь определенными соображениями. Психологи выделили три группы мотивов, которые побуждают к посещению и слушанию выступлений. К первой группе они относят *мотивы интеллектуально-познавательного плана* (приходят, так как интересует тема выступления, хотят расширить свои знания по данной проблеме, выяснить неясные вопросы и Т – п.), ко второй – *мотивы морального плана* (обязаны присутствовать на мероприятии, не хотят из-за отсутствия иметь неприятности, писать объяснительные и др.), к третьей – *мотивы, эмоционально-эстетического плана* (нравится оратор, доставляет удовольствие слушать этого лектора и т.д.). Естественно, что с самого начала слушатели, находящиеся в зале, по-разному настроены на речь выступающего. Те, кто пришел потому, что их интересует тема выступления, т.е. которые руководствуются интеллектуально-познавательными мотивами, гораздо больше готовы к восприятию речи, чем слушатели, присутствующие по обязанности. Оратору необходимо уметь выявить основной мотив действия, объединяющий большинство слушателей, чтобы соответствующим образом строить выступление.

Следует также иметь в виду, что люди, собравшиеся до начала выступления, еще не образуют аудиторию. Аудитория возникает только тогда, когда появляется единый, значимый для всех присутствующих центр внимания – оратор и его сообщение.

##

## Взаимодействие оратора и аудитории. Проблема контакта

Один из чеховских героев так вспоминает о своей лекторской деятельности: «Предо мною полтораста лиц, не похожих одно на другое, и триста глаз, глядящих мне прямо в лицо. Цель моя – победить эту многоголовую гидру. Если я каждую минуту, пока читаю, имею ясное представление о степени ее внимания и о силе разумения, то она в моей власти».

Действительно, заветная мечта каждого оратора, самое высшее проявление мастерства публичного выступления, важнейшее условие эффективности ораторской речи – это контакт со слушателями.

По определению психологов, **контакт** – это общность психического состояния оратора и аудитории, взаимопонимание между выступающим и слушателями. Эта общность возникает прежде всего на основе совместной мыслительной деятельности, т.е. оратор и слушатели должны решать одни и те же проблемы, обсуждать одинаковые вопросы – оратор, излагая тему своего выступления, а слушатели, следя за развитием мысли. Если оратор говорит об одном, а слушатели думают о другом, контакта нет. Совместную мыслительную деятельность оратора и аудитории ученые называют **интеллектуальным сопереживанием.**

Для возникновения контакта важно также и **эмоциональное сопереживание,** т.е. оратор и слушатели во время выступления должны испытывать сходные чувства. Отношение говорящего к предмету речи, его заинтересованность, убежденность передаются и слушателям, вызывают у них ответную реакцию.

Таким образом, контакт между оратором и аудиторией возникает в том случае, когда обе стороны заняты одной и той же мыслительной деятельностью и испытывают сходные переживания.

Психологи подчеркивают, что необходимым условием возникновения контакта между оратором и аудиторией является искреннее, настоящее уважение к слушателям, признание в них партнеров, товарищей по общению.

Внешне контакт проявляется прежде всего в поведении аудитории. Некоторые считают, что главный признак контакта – это тишина в зале. Однако это не так. Тишина бывает разной. Одних ораторов слушают, затаив дыхание, боясь пропустить хоть одно слово. Эта тишина регулируется самим оратором. Шутки выступающего, его юмористические замечания вызывают движение в зале, улыбки, смех слушателей, но все прекращается сразу же, как только оратор вновь начнет излагать свои мысли. Во время выступления других ораторов тоже сидят молча, но не потому, что ловят каждое его слово, а потому, что не хотят мешать выступающему. Это так называемая «вежливая» тишина. Сидеть-то сидят, не нарушая порядка, не разговаривая, но не слушают, не работают вместе с оратором, мысленно занимаются другими делами. Поэтому сама по себе тишина еще не говорит о контакте оратора с аудиторией.

Главные показатели взаимопонимания между говорящим и слушающими – положительная реакция на слова выступающего, внешнее выражение внимания у слушателей (их поза, сосредоточенный взгляд, возгласы одобрения, согласные кивки головой, улыбки, смех, аплодисменты), «рабочая» тишина в зале.

О наличии или отсутствии контакта свидетельствует и поведение оратора. Если оратор говорит уверенно, ведет себя естественно, часто обращается к слушателям, держит весь зал в поле зрения, значит, он нашел нужный подход к аудитории. Оратор, не умеющий установить контакт с аудиторией, как правило, говорит сбивчиво, невыразительно, не видит своих слушателей, никак не реагирует на их поведение.

Контакт может быть полным и неполным, т.е. охватывать всю аудиторию или только часть слушателей, а также устойчивым от начала до конца выступления или неустойчивым, меняться в процессе выступления.

*Какие* факторы влияют на установление контакта?

На первое место можно поставить *актуальность обсуждаемого вопроса,* новизну в освещении данной проблемы, интересное содержание выступления. Именно они в значительной степени определяют успех ораторской речи.

Однако в ораторской практике следует учитывать еще целый ряд моментов, требований, несоблюдение которых может свести на нет интересное содержание, снизить эффективность ораторского воздействия.

Большое влияние на установление контакта с аудиторией оказывает *личность оратора,* его репутация, сложившееся общественное мнение о нем. Если оратор известен как человек эрудированный, принципиальный, как человек, у которого слово с делом не расходится, человек, не бросающий слов на ветер, выступающий не ради красного словца, то аудитория будет испытывать доверие к такому оратору. Единство слова и дела – это нравственно-этический критерий деятельности оратора, одно из главных требований, предъявляемых ему, важное условие взаимопонимания.

Чтобы установить контакт со слушателями, важно учитывать особенности аудитории, в которой предстоит выступать, знать ее количественный и качественный состав, мотив действий слушателей, их настроение, установки, интересы и т.п.

На установление контакта между оратором и аудиторией влияют и некоторые особенности психологии слушателей. Слушатели предъявляют оратору особые требования: они предоставили ему в процессе общения главную роль и хотят, чтобы он оправдал ее. Поэтому важно, чтобы слушатели почувствовали уверенность в поведении оратора, увидели спокойствие и достоинство на его лице, услышали твердость и решительность в голосе. Аудитории нет дела до личных переживаний оратора.

Значит, ему надо уметь скрыть свое настроение, на время отключиться от всего, что не связано *с* выступлением в аудитории.

Особенностью психологии аудитории является то, что слушатели – это одновременно и зрители. Оратор только появляется на трибуне, а слушатели уже оценивают его, обмениваются друг с другом критическими замечаниями. Зрительное внимание слушателей привлекают внешний вид оратора, его поведение во время речи, мимика, жесты, поза, движения. Слушателям далеко не безразлично, куда смотрит оратор, как он преподносит материал – излагает его свободно или читает текст заготовленной речи. Все эти факторы влияют на установление контакта.

##

## Повседневная подготовка к выступлениям

Овладение ораторским искусством – процесс длительный, требующий постоянной работы над собой и большой практики говорения (ведение беседы, переговоров, выступление в массовой аудитории, участие в дискуссиях и т.д.). Поэтому важное место в деятельности оратора занимает повседневная подготовка к выступлениям, т.е. непрерывный процесс работы над совершенствованием своего речевого мастерства, систематическое риторическое самообразование.

Что же представляет собой повседневная подготовка?

Исследователи относят к ней следующие элементы:

**Приобретение новых знаний, накопление сведений** из **различных областей науки и техники,** получение информации из периодической печати, передач радио и телевидения, чтения научной, публицистической, художественной литературы. Постоянное стремление к новым знаниям, расширение сферы своих интересов – вот что поможет оратору заложить прочную основу своей риторической культуры. Исследования биографий выдающихся людей показало, что самое большое влияние на них оказали книги.

**Создание собственного архива.** Человеку, которому приходится часто публично общаться, необходимо целенаправленно относиться ко всему, что его окружает, находиться, как говорят, в состоянии мобилизационной готовности, брать на заметку интересный материал. Следует задумываться, можно ли использовать в своих выступлениях встретившийся пример, цитату, изречение и т.п. Полезными могут оказаться не только сведения (цифры, факты, характеристики), но и пословицы, поговорки, крылатые слова и выражения. Богатый материал могут предоставить Интернет и телевидение. Сегодня есть возможность сделать запись ярких выступлений политических и общественных деятелей государственного и местного масштаба, хозяйственных руководителей, предпринимателей и др. Все это позволяет создать собственный архив. Конечно, невозможно заготовить материал на все случаи жизни, но при четком определении круга проблем, с которыми чаще всего приходится иметь дело, систематическое накапливание материала во многом облегчит подготовительную работу и сэкономит время.

Такой архив может оказать неоценимую услугу в «трудную минуту», когда не будет необходимого времени на подготовку, не окажется возможности поработать перед выступлением в библиотеке, порыться в справочниках, почитать соответствующую литературу. Поэтому рекомендуется вырабатывать методику сбора и систематизации материала и активно создавать свой архив.

**Овладение техникой речи.** Основные элементы речевой техники – *фонационное* (речевое) *дыхание, голос* (правильные навыки голосообразования) и *дикция* (степень отчетливости в произношении слов, слогов, звуков).

Хорошо поставленный голос, правильное дыхание во время говорения, четкая дикция, безупречное произношение позволяют выступающему привлечь внимание аудитории, наилучшим образом донести до слушателей содержание выступления, воздействовать на их сознание, воображение, волю. Владение техникой речи помогает лучше передать смысловые связи между частями речевого высказывания. Чтобы поддерживать свой речевой аппарат в рабочем состоянии, следует выполнять рекомендованные специалистами упражнения по технике речи.

**Повышение культуры устной и письменной речи.** Забота о правильности и чистоте речи должна быть обязательной для человека, выступающего публично. Особо следует обращать внимание на культуру речевого общения в быту. Важно всегда говорить правильно, точно, ясно и понятно, уметь четко формулировать мысли, образно и эмоционально выражать свое отношение к предмету речи.

Если человек, к примеру, привык неправильно ставить ударение в слове в обиходной речи, то он, скорее всего, по привычке неправильно произнесет его и на трибуне, даже если в тексте выступления в этом слове будет стоять знак ударения.

Рекомендуется активно участвовать в деловых разговорах, беседах, обсуждениях различных проблем в кругу друзей, коллег, родственников, чаще выступать на семинарских и практических занятиях, брать слово в прениях, дискуссиях, писать письма, статьи и т.д. Все это развивает человека, позволяет ему приобретать необходимые речевые навыки, повышает речевую культуру.

**Критический анализ выступлений.** Повышению ораторского мастерства способствует и критический анализ выступлений. Присутствуя на заседаниях, совещаниях, конференциях, публичных лекциях, слушая выступления ораторов по радио, телевидению, нужно обращать внимание не только на содержание речи, но и на форму преподнесения материала, языковое мастерство, ораторские приемы.

Важно попытаться четко сформулировать для себя, что нравится в выступлении того или иного оратора, что вызывает отрицательную реакцию, какие действия, приемы, слова, речевые обороты способствовали успеху выступающего, а какие, наоборот, принесли ему неудачу. Особое внимание следует обращать на то, как оратор работает в аудитории, как устанавливает контакт со слушателями, как ведет себя в непредвиденных ситуациях, возникающих в процессе речи.

С годами у человека накапливается опыт, и он может анализировать и собственные выступления, определять, в чем их достоинства и недостатки.

**Овладение методикой публичного выступления.** Оратору необходимо приобрести как теоретические, так и методические знания в области ораторского искусства. Важно знать, из каких этапов складывается деятельность оратора, как подготовиться к встрече со слушателями, как построить ораторскую речь, какие приемы управления аудиторией можно использовать и т.д.

История ораторского искусства свидетельствует, что все выдающиеся ораторы много работали над собой, тщательно готовились к своим выступлениям. Известно, что все мастерство знаменитого Демосфена, вся его сила как оратора были добыты постоянным, упорным, целеустремленным трудом. Древнегреческий историк Плутарх в книге «Сравнительные жизнеописания» рассказывает о том, как Демосфен поборол свои слабости, освободился от физических недостатков, мешавших ему произносить речи.

Таким образом, повседневная подготовка повышает профессиональный уровень оратора.

##

## Основные этапы подготовки к конкретному выступлению

Подготовка к выступлению – очень важное и ответственное дело в деятельности оратора. И прав Д. Карнеги, утверждавший, что «многие совершают роковую ошибку, не удосуживаясь подготовить свою речь».

Подготовка к конкретному выступлению определяется видом ораторской речи, зависит от темы выступления, целей и задач, стоящих перед выступающим, его индивидуальных особенностей, от состава аудитории, в которой предстоит выступать, и т.д. Однако при подготовке к выступлению следует учитывать и некоторые общие методические установки.

Классическая риторика выделяла пять основных этапов разработки публичной речи: 1) нахождение, изобретение (инвенция) – систематизация содержания речей и используемых в них доказательств; 2) расположение (диспозиция) – деление речи на вступление, изложение, разработку (доказательство своего взгляда и опровержение противного) и заключение; 3) словесное выражение (элокуция) – отбор слов и выражений, тропов и риторических фигур; 4) запоминание; 5) произнесение.

В современных риториках рассматриваются следующие этапы подготовки к конкретному выступлению:

**Выбор темы и определение целевой установки.** Подготовка к любому выступлению начинается с определения темы речи. При этом возможны различные ситуации. Иногда предлагают выступить на определенную тему, т.е. тема речи является заданной. В этом случае оратору необходимо ее конкретизировать и уточнить. Однако нередко тему выступления приходится выбирать самим. Тогда следует исходить из личного опыта, а также из знаний по выбранной теме. Кроме того, важно учитывать собственные интересы и интересы своих слушателей.

Выбрав тему, необходимо подумать о ее формулировке. Название речи следует сделать четким, ясным, по возможности кратким. Оно должно отражать содержание выступления и обязательно привлекать внимание слушателей.

Приступая к подготовке речи, необходимо определить цель выступления. Говорящий должен ясно представлять, для чего, с какой целью он произносит речь, какой реакции слушателей добивается. Отсутствие определенной целевой установки снижает эффективность выступления, не позволяет оратору добиться желаемого результата.

**Подбор материалов.** Чтобы подготовить интересное по содержанию выступление, оратору необходимо собрать как можно больше данных, сведений, фактов, примеров, иллюстраций по выбранной теме. С этой целью можно использовать самые разнообразные источники: официальные документы, научную и научно-популярную литературу, различные справочники, беллетристику, статьи из газет и журналов, передачи радио и телевидения, результаты социологических исследований, личные контакты, беседы и интервью, собственные знания и опыт, размышления и наблюдения.

При подготовке к выступлению нельзя забывать и о так называемом местном материале, т.е. имеющем отношение к жизни слушателей или того коллектива, региона, о котором идет речь. Такой материал оживляет выступление, привлекает к нему внимание слушателей, вызывает у них интерес к освещаемой теме.

**Изучение и анализ отобранного материала.** Собрав необходимый материал, оратор должен его внимательно изучить, осмыслить, систематизировать, определить, что именно можно будет использовать в речи. При анализе материала появляются какие-то сравнения, ассоциации, сопоставления с реальными процессами жизни, рождаются новые мысли. Поэтому на данном этапе необходимо размышлять над материалом, критически его оценивать, пытаться понять, как соотнести его с современными событиями, как использовать то или иное положение во время выступления.

Настоящая подготовка к выступлению, по мнению специалистов, заключается в том, чтобы выработать собственное отношение к предмету речи, сформулировать свои мысли по тому или иному вопросу, проанализировать свои идеи с позиций будущей аудитории.

**Разработка плана выступления.** В процессе подготовки очень важно определить порядок, в котором будет излагаться материал, т.е. составить план. Речи, написанные без предварительно составленного плана, как показывает практика, обычно имеют существенные композиционные недостатки. Оратор, не продумавший плана выступления, нередко «уходит» от основной темы, не укладывается в отведенное для выступления время.

**Работа над композицией.** После написания плана оратору необходимо поработать над композицией выступления, над построением отдельных частей своей речи. Как отмечают теоретики ораторского искусства, наиболее распространенной структурой устного выступления с античных времен считается трехчастная, включающая в себя следующие элементы: вступление, главную часть, заключение. Каждая часть имеет свои особенности, которые необходимо учитывать во время подготовки к ораторской речи.

**Написание текста выступления.** Сначала рекомендуется написать текст речи начерно, не обращая внимания на стилистические шероховатости, а затем переписывать, исключая все лишнее, исправляя неправильные и неточные слова, подбирая наиболее яркие выражения Для передачи своей мысли и т.д. Одним словом, оратор должен хорошо поработать над языком и стилем текста своей речи. Подготовка письменного текста имеет много преимуществ. Написанную речь можно прочитать родственникам, товарищам, коллегам, показать специалистам, Добиваясь таким образом улучшения содержания и формы изложения, а этого не достигнешь, если речь только в уме. Написанная речь легче запоминается и дольше удерживается в памяти, нежели не оформленный в окончательном виде материал. Кроме того, написанный текст дисциплинирует оратора, дает возможность избежать повторений, неряшливых формулировок, оговорок, заминок, делает его речь более уверенной и т.п.

**Овладение материалом выступления.** Это весьма ответственный этап в деятельности оратора. Иногда его называют *репетицией.* Написанный текст следует хорошо осмыслить, проанализировать, выделить основные смысловые части, продумать связь между ними, несколько раз перечитать текст, заучить отдельные фрагменты, произнести вслух, восстановить в памяти план и содержание.

##

## Выбор темы и определение целевой установки

Выбор темы и определение целевой установки – один из важнейших начальных этапов подготовки публичного выступления. Следует иметь в виду, что оратору далеко не всегда приходится самому выбирать тему речи. Нередко ему предлагают ее организаторы мероприятия. При этом учитываются события, происходящие в стране и за рубежом, ситуация, сложившаяся в организации, цели и задачи, стоящие перед ней, и т.д. В таком случае оратору необходимо подумать о конкретизации предложенной темы, о выделении круга вопросов для освещения.

При самостоятельном же выборе темы желательно учитывать следующие рекомендации:

– Выбирать надо тему, которая соответствует знаниям и интересам оратора. Лучше всего выбирать тему для публичного выступления из тех областей знания, в которых имеется теоретическая подготовка или практический опыт. Специалисты советуют придерживаться полезного правила – брать круг вопросов, подготовка по которым может дать больше знаний, чем обладают слушатели.

– Выбирать необходимо уместную тему. Известно, что восприятие речи зависит от многих обстоятельств, в том числе и от конкретной обстановки, в которой произносится речь. Например, люди, собравшиеся на банкете, даже физически не способны слушать солидные выступления на серьезные темы. Наоборот, за дружеским столом легко примут то, что в аудитории может показаться некорректным, смутить, озадачить или обидеть слушателей. Поэтому при выборе темы важно учитывать конкретные обстоятельства, в которых будет произнесена речь.

– Выбранная тема должна соответствовать интересам аудитории. По определению психологов, интерес – это форма проявления познавательной потребности, которая помогает личности осознать цели деятельности и способствует ознакомлению с новыми фактами, более полному и глубокому отражению действительности. Интересы бывают общественные, профессиональные, партийные, личные и т.п. Зная, перед кем придется выступать, оратор должен учитывать, какие проблемы волнуют его слушателей в данный момент, какие проблемы для них являются приоритетными.

Когда тема выбрана, следует подумать о формулировке ее. Нельзя забывать, что удачная формулировка темы выступления определенным образом настраивает аудиторию, готовит ее к восприятию будущей речи. Название речи должно отвечать целому ряду требований. Прежде всего тему необходимо формулировать ясно, четко и по возможности кратко. Длинные формулировки, названия, включающие незнакомые слова и выражения, отталкивают слушателей, порой даже вызывают отрицательное отношение к предстоящему выступлению. Следует избегать и слишком общих названий, так как они требуют освещения многих вопросов, чего не в состоянии сделать выступающий. Поэтому среди слушателей всегда найдутся недовольные, так как не получат ответа на интересующие их вопросы. Для конкретизации общей формулировки часто прибегают к подзаголовкам. Выбранная формулировка непременно должна отражать содержание выступления и обязательно привлекать внимание слушателей.

Особого внимания требует разработка повестки дня совещаний, заседаний, программ семинаров, конференций, симпозиумов. Формулировки пунктов повестки дня, темы докладов, сообщений должны ориентировать людей на участие в обсуждении конкретных проблем.

Необходимым условием успешной подготовки считается определение цели выступления. По мнению ученых, эффективность речи – это степень реализации ее целевой установки, отношение достигнутого результата к поставленной цели. А цель – это то, к чему стремятся, чего хотят достигнуть. Поэтому говорящий должен ясно представлять, *с*

какой целью он произносит речь, какой реакции слушателей добивается. Если выступающий не подумает о назначении речи, он не достигнет успеха в ее подготовке и произнесении. Примечательные слова произнес, выступая на одном из собраний в 1929 г., В.В. Маяковский. Он говорил, что все споры и с врагами, и с друзьями о том, что важнее – «Как делать?» или «Что делать?», перекрываются теперь литературным лозунгом «Для чего делать?», т.е. устанавливается примат цели и над содержанием, и над формой. Так и оратор, готовясь к выступлению, должен помнить о примате цели над содержанием и формой речи.

Надо иметь в виду, что выступающему следует формулировать цель речи не только для себя, но и для своих слушателей. Четкая формулировка целевой установки готовит слушателей к восприятию речи, облегчает ее осмысление. Например, в одной из аудиторий была прочитана лекция «О вреде курения». Лектор имел медицинское образование и не раз выступал с подобной темой перед населением. Когда лекция была закончена, лектора спросили: «А для чего вы нам все это говорили?» Оказалось, что аудитория почти на 100 процентов некурящая, о чем выступающий знал. Оратор затруднился ответить на заданный вопрос. Значит ли это, что он не должен был выступать перед данной аудиторией с такой темой? Отнюдь нет. Надо было только с самого начала определить, для чего он в этой некурящей аудитории будет говорить о вреде курения. Или для того, чтобы сообщить слушателям новые сведения по этой теме в связи с развитием медицины, или для того, чтобы призвать слушателей вести разъяснительную работу среди своих близких и знакомых, или для того, чтобы поделиться методикой проведения подобной беседы. И в соответствии со своей целью излагать материал. Тогда у слушателей не появилось бы чувства недоумения.

Поль Сопер, известный американский специалист по искусству речи, рекомендует в процессе выбора темы и определения целевой установки ставить перед собой для контроля следующие вопросы:

1. Действительно ли меня интересует тема или может ли она стать интересной для меня?

2. Достаточно ли я знаю по этому вопросу и могу ли я заручиться достаточными знаниями?

3. Смогу ли я уложиться в отведенное время?

4. Если я хочу убедить, убежден ли искренне я сам?

5. Будут ли соответствовать мои тема и цель уровню знаний, интересам и установкам слушателей?

##

## Поиск материалов для выступления

Успех публичного выступления определяется в первую очередь его содержанием. Поэтому оратор должен приложить максимум усилий, чтобы собрать интересный и полезный для аудитории материал по выбранной теме.

В методической литературе определены основные источники, из которых можно черпать новые идеи, сведения, факты, примеры, иллюстрации для своей речи. К ним относятся:

– официальные документы;

– научная, научно-популярная литература;

– справочная литература: энциклопедии, энциклопедические словари, словари по различным отраслям знаний, лингвистические словари (толковые, иностранных слов, орфоэпические, орфографические, синонимов, антонимов, омонимов и др.), статистические сборники, ежегодники по различным вопросам, таблицы, библиографические указатели и т.п.;

– художественная литература;

– статьи из газет и журналов;

– передачи радио и телевидения;

– материалы, помещенные в Интернете;

– результаты социологических опросов;

– собственные знания и опыт;

– личные контакты, беседы, интервью;

– размышления и наблюдения.

Чтобы выступление получилось более содержательным, лучше использовать не один источник, а несколько.

В процессе подготовки к выступлению следует подумать и о так называемом местном материале, т.е. имеющем отношение к жизни слушателей или того коллектива, организации, региона, о котором идет речь. Такой материал оживляет выступление, привлекает к нему внимание слушателей, вызывает у них интерес к выступлению.

Поиск материалов для ораторской речи требует определенного времени, поэтому подготовку к выступлению по возможности надо начинать заранее.

Этот этап подготовки связан с работой оратора в библиотеке. Следовательно, выступающему необходимо уметь пользоваться различными каталогами (алфавитным, систематическим, предметным), библиографическими изданиями, справочной литературой. Большую помощь в поиске необходимого материала может оказать компьютер. Умение пользоваться им позволит значительно сэкономить время.

Очень важно научиться правильно работать с книгой. Прежде всего следует определенным образом настроить себя, дать себе соответствующую установку. Она бывает самой различной. Оратор может поставить перед собой задачу изучить по книге тот или иной вопрос, который предстоит освещать в выступлении; критически проанализировать содержание книги; проверить, совпадает ли его оценка какой-то проблемы с мнением автора, других авторитетных лиц; выбрать для выступления наиболее яркие факты, примеры, интересные положения и т.д. Подобные установки помогут оратору более целенаправленно работать с книгой, определить вид чтения: сплошное, выборочное, комбинированное. При сплошном чтении книга прочитывается полностью, от *начала* до конца, без каких-либо пропусков. Иногда для разрабатываемой темы достаточно изучить не всю книгу, а лишь отдельные ее разделы, главы, параграфы. Такое чтение называется выборочным. Комбинированное чтение – это сплошное чтение одних частей и выборочное – других.

Работу над книгой советуют начинать с предварительного знакомства с ней. Сначала читается титульный лист книги. На нем напечатаны название книги, которое дает представление о ее содержании, фамилия автора. Нередко на титульном листе дается классификационная характеристика книги (учебник, учебное пособие, справочное пособие, словарь-справочник и др.), позволяющая определить ее назначение.

Важно обратить внимание на год издания книги. если заинтересовавшая книга выпущена десять–двадцать лет назад, то приведенные в ней сведения могли устареть, поэтому требуется ознакомиться и с новой литературой по интересующему вопросу.

На титульном листе указывается также наименование издательства и место издания книги. Следует просмотреть и оглавление книги, дающее представление об основных вопросах, которые в ней затрагиваются, обратить внимание на рисунки, схемы, таблицы.

Ознакомиться с книгой помогает аннотация, которая помещена на обороте титульного листа или в конце книги. В ней кратко рассказывается о содержании книги, говорится о ее назначении, даются сведения об авторе и т.д.

Если в книге есть предисловие и послесловие, рекомендуется прочитать их. В предисловии рассказывается история написания книги, передается ее краткое содержание, характеризуются основные проблемы. В послесловии автор подводит итоги изложенного, кратко формулирует или повторяет главные положения работы.

Таким образом, первичный просмотр отобранных книг является очень важным моментом в поиске материала для выступления. Он позволяет определить, какие из отобранных книг больше всего подходят для разрабатываемой темы и какие из них следует изучить более детально.

В процессе подготовки к выступлению нужно обязательно делать соответствующие записи прочитанного. Прав был Д.И. Менделеев, который утверждал, что *найденная, но не записанная мысль* – *это найденный и потерянный клад.* Наиболее простой вид записи – это выписки. Выписывают то, что относится к изучаемому вопросу, а также материалы, которые могут быть использованы или окажутся нужными лишь впоследствии. Выписки рекомендуется делать на карточках. Желательно, чтобы они были одинакового размера. На каждой карточке делают не более одной записи. В верхней части карточки следует указать тему, к которой относится запись, а в нижней – подробно ив определенной последовательности записать «выходные данные» источника, т.е. фамилию и инициалы автора, название книги, место и год издания.

Конечно, невозможно предложить рекомендации по подбору материалов для выступления, в равной степени приемлемые для всех. У каждого человека в процессе жизни вырабатываются свои методы и приемы работы. Главное, чтобы они были эффективными.

## Разработка плана выступления. Виды планов

Как показывает практика, речи, написанные без предварительно составленного плана, обычно имеют существенные композиционные недостатки. Оратор, не продумавший плана выступления, нередко «уходит» от основной темы, не укладывается в отведенное для выступления время. Поэтому при подготовке к выступлению важно определить порядок, в котором будет излагаться материал, т.е. составить план.

По определению толкового словаря русского языка, *план –* это взаимное расположение частей, краткая программа какого-нибудь изложения. На разных этапах подготовки речи составляются различные по цели и назначению планы: предварительный, рабочий и основной. Охарактеризуем их.

**Предварительный план.** Его рекомендуют составлять сразу после выбора темы и определения целевой установки. Для чего он нужен? Обычно каждая тема требует решения многих вопросов. Например, в выступлении на тему об охране окружающей среды можно говорить о загрязнении воздуха, рек, морей, водоемов, об истощении почвы, об уничтожении лесов, растительности, о защите животного мира и т.д. Как видим, с этой темой связаны очень разные вопросы. Поэтому важно сразу определить, какие конкретно вопросы предполагается осветить в выступлении. Из перечисления этих вопросов и состоит предварительный план, который помогает более целенаправленно подбирать литературу и выделять фактический материал для выступления. Конечно, в процессе изучения литературы, анализа отобранного материала план может измениться, однако он способствует более эффективной работе над выступлением. Кроме того, предварительный план помогает оратору отразить собственное решение раскрытия Данной темы, его личный подход к освещаемой проблеме.

**Рабочий план.** Он составляется после того, как изучена литература, обдумана тема, собран фактический материал. При его написании необходимо не только выделить вопросы выбранной темы, но и отобрать из них самые существенные и основные, определить, в какой последовательности они будут изложены. В рабочий план вносятся формулировки отдельных положений, указываются примеры, перечисляются факты, приводятся цифры, которые будут использованы в речи. Составление рабочего плана помогает лучше продумать структуру выступления. Когда написан рабочий план, легче определить, какие разделы оказались перегруженными фактическим материалом, какие, напротив, не имеют примеров, какие вопросы следует опустить, так как они менее существенны для раскрытия данной темы, какие включить и т.д. Это дает возможность устранить недостатки в построении речи. Рабочий план может иметь несколько вариантов, потому что в процессе работы над выступлением он уточняется, сокращается или расширяется. Рабочий план дает возможность судить о содержании выступления, его структуре. Характерной особенностью рабочего плана, как и предварительного, является то, что он представляет ценность для самого оратора, поэтому его пунктами бывают не только законченные предложения, но и незаконченные, а также словосочетания и даже отдельные слова.

**Основной план.** На основе рабочего плана оратору рекомендуется составить основной план, называющий вопросы, которые будут освещаться в выступлении. Он пишется не столько для оратора, сколько для слушателей, чтобы облегчить им процесс восприятия речи. Формулировки пунктов основного плана должны быть предельно четкими и ясными. Этот план сообщается слушателям после объявления темы выступления или во введении при раскрытии цели речи.

Следует, однако, иметь в виду, что план речи не всегда оглашается оратором. Это зависит от вида речи, от состава и настроя аудитории, от намерений оратора. Чаще всего

основной план сообщается в лекциях, докладах, научных сообщениях и т.п. Слушатели обычно во время таких выступлений ведут записи, и план помогает им следить за ходом изложения материала. В приветственных, воодушевляющих, убеждающих, призывающих речах сообщение плана неуместно.

По структуре планы бывают простыми и сложными.

При составлении плана важно соблюдать основное требование, предъявляемое к нему: он должен быть логически выдержанным, последовательным, с естественным переходом от одного пункта к другому.

Стандартных, одинаковых планов даже по одной и той же теме не существует. Каждый выступающий по-разному подходит к освещению темы и составляет свой план. Кроме того, у оратора могут быть различные варианты плана по данной теме.

##

## Композиция публичного выступления: определение, основные принципы

Один из разделов книги Поля Сопера «Основы искусства речи» начинается словами: «Сражения выигрывают не только при перевесе в живой силе и снаряжении, но и при превосходстве стратегии и тактики». Действительно, история знает немало примеров, когда великие полководцы, умело разработав стратегию и тактику военных действий, одерживали победу над численно превосходящей армией противника. Как и сражение, подчеркивает автор, речь необходимо планировать. Ее содержание и приемы должны быть разработаны так, чтобы они привели к поставленной цели.

Для успешного публичного выступления недостаточно изучить литературу по выбранной теме, найти интересные сведения, собрать убедительные факты, цифры, примеры. Нужно подумать, как расположить этот материал, в какой последовательности его излагать. Перед оратором неизбежно возникает целый ряд вопросов: какими словами начать выступление, как продолжить разговор, чем закончить речь, как завоевать внимание слушателей и удержать его до конца. Поэтому важно уделить серьезное внимание работе над композицией речи.

Слово *композиция* восходит к латинскому *compositio,* которое означает «составление, сочинение».

В теории ораторского искусства под композицией речи понимается построение выступления, соотношение его отдельных частей и отношение каждой части ко всему выс: туплению как единому целому. Для наименования этого понятия наряду со словом *композиция* употребляются также *близкие* по смыслу слова *построение, структура.*

Как видно из определения, когда говорится о композиции ораторской речи, то обязательно учитывается, как соотносятся между собой части выступления, какое место занимает отдельная часть по отношению ко всему выступлению. Если соотношение частей выступления нарушается, то эффективность речи снижается, а иногда сводится к нулю.

В одном из учебных пособий по риторике приводится такой пример. Оратор выступал с информационным сообщение на тему «Зимние Олимпийские игры». Естественно, что аудитория предполагала услышать рассказ о происходящих в то время Олимпийских играх, о результатах последних соревнований, ознакомиться с именами новых чемпионов. Однако этого не произошло. В течение восьми минут оратор делал вступление – говорил об истории Олимпийских игр. На изложение основной темы речи ему осталось лишь две минуты. Понятно, что сведений о состоявшихся соревнованиях ему удалось сообщить очень мало. И, хотя оратор интересно рассказал об истории Олимпийских игр, слушатели остались недовольны, так как ожидания их не оправдались. Из-за неправильного построения речи, нарушения соотношения между частями выступления оратору не удалось реализовать целевую установку, выполнить поставленную перед ним задачу.

Очень точно определил сущность композиции известный русский писатель Константин Федин: «Композиция есть логика развития темы».

«Для успеха речи, – писал выдающийся юрист и общественный деятель XIX века А.Ф. Кони в статье «Советы лектора», – важно *течение мысли лектора.* Если мысль скачет с предмета на предмет, перебрасывается, если главное постоянно прерывается, то такую речь почти невозможно слушать».

Конечно, не существует универсальных правил построения публичного выступления. Композиция будет меняться в зависимости от темы, цели и задач, стоящих перед оратором, от состава слушателей. Однако есть общие принципы построения выступления, которые необходимо знать оратору и учитывать в процессе создания своей речи. Назовем основные из них.

**Принцип последовательности –** каждая высказанная мысль должна вытекать из предшествующей или быть с ней соотносима.

**Принцип усиления** – значимость, вес, убедительность аргументов и доказательств должны постепенно нарастать, самые сильные доводы, как правило, приберегаются к концу рассуждения.

**Принцип органического единства –** распределение материала и организация его в речи должны вытекать из самого материала и намерений оратора.

**Принцип экономии** – умение достигать поставленной цели наиболее простым, рациональным способом, с минимальной затратой усилий, времени, речевых средств.

Наиболее распространенной структурой устного выступления считается трехчастная, включающая в себя следующие элементы: вступление, главную часть и заключение.

##

## Вступление как важнейшая составная часть ораторской речи

Успех публичного выступления во многом зависит от того, как оратор начал говорить, насколько ему удалось заинтересовать аудиторию. Неудачное начало снижает интерес слушателей к теме, рассеивает внимание. Ученые многочисленными экспериментами доказали, что лучше всего усваивается и запоминается то, что дается в начале или конце сообщения. В психологии это объясняется действием закона первого и последнего места, так называемого «закона края». Поэтому оратор должен уделить большое внимание разработке вступительной части речи.

Во вступлении подчеркивается актуальность темы, значение ее для данной аудитории, формулируется цель выступления, кратко излагается история вопроса. Перед вступлением ораторской речи стоит важная психологическая задача – подготовить слушателей к восприятию данной темы.

Известно, что слушатели бывают по-разному настроены перед началом речи, так как руководствуются различными мотивами. Одни приходят, потому что их интересует тема выступления, они хотят расширить и углубить свои знания по данной теме, надеются получить ответы на интересующие их вопросы. Другие присутствуют в силу необходимости: являясь членами данного коллектива, они обязаны быть на этом мероприятии. Первая группа с самого начала готова слушать оратора, слушатели второй группы сидят с установкой «не слушать», а заниматься «своими» делами (читать, разговаривать, разгадывать кроссворды и т.д.). Но ведь оратору необходимо завоевать внимание всей аудитории, заставить работать всех слушателей, в том числе и нежелающих слушать. А это, бесспорно, нелегко сделать. Поэтому во введении особое внимание уделяется началу речи, первым фразам, так называемому **зачину.**

«Привлечь (завоевать) внимание слушателей – первый ответственный момент в речи лектора, самое трудное дело», – писал А.Ф. Кони. Он учил лекторов, что первые слова должны быть чрезвычайно просты, доступны, понятны и интересны, они должны «зацепить» внимание слушателей. В статье «Советы лектора» автор приводит несколько примеров таких необычных, оригинальных вступлений и дает соответствующие пояснения к ним. В многочисленной литературе по риторике приводится немало подобных образцов захватывающих вступлений из практики выдающихся ораторов, мастеров слова, опытных лекторов.

Какие же приемы можно использовать во вступительной части речи для привлечения внимания аудитории?

Опытные ораторы рекомендуют начинать выступление с интересного *примера, пословицы и поговорки, крылатого выражения, юмористического замечания.*

Во вступлении может быть использована *цитата,* которая заставляет слушателей задуматься над словами оратора, глубже осмыслить высказанное положение. Так, один из лекторов, выступающих по проблемам молодежи, удачно использовал прием парадоксального цитирования для создания определенного эмоционального настроя слушателей, для подготовки аудитории к восприятию своих идей. Обратившись к аудитории, он прочитал такие цитаты:

1. Наша молодежь любит роскошь, она дурно воспитана, она насмехается над начальством и нисколько не уважает стариков.

2. Я утратил всякие надежды относительно будущего нашей страны, если сегодняшняя молодежь завтра возьмет в свои руки бразды правления, ибо эта молодежь невыносима, невыдержанна, просто ужасна.

3. Наш мир достиг критической стадии. Дети уже больше не слушают своих родителей. Видимо, конец мира уже не очень далек.

4. Эта молодежь растленна до глубины души. Молодые люди злокозненны и нерадивы. Никогда они не будут походить на молодежь былых времен. Младое поколение сегодняшнего дня не сумеет сохранить нашу культуру.

Когда часть слушателей аплодисментами поддержала высказанные мнения, так как они совпали с их собственными оценками современной молодежи, лектор назвал имена авторов цитат. Первая заимствована у Сократа (470–399 гг. до н. э.), вторая – у Гесиода (720 г. до н. э.), третье изречение принадлежит одному египетскому жрецу, жившему за 2000 лет до н. э., четвертая обнаружена на глиняном горшке, найденном среди развалин Вавилона, возраст горшка – свыше 3000 лет.

Пробуждает интерес к выступлению, помогает внимательно слушать и *рассказ о* каких-либо значительных событиях, имеющих отношение к данной аудитории, к теме выступления.

Эффективное средство завоевания внимания слушателей – *вопросы.* Они позволяют оратору втянуть аудиторию в активную умственную деятельность, определенным образом настраивают слушателей. Показательна в этом отношении первая речь Цицерона против Луция Сергия Катилины, римского политического деятеля, обвинявшегося в подготовке заговора с целью захвата власти. Свое выступление знаменитый оратор начал с постановки целой обоймы вопросов: «Доколе же ты, Катилина, будешь злоупотреблять нашим терпением? Как долго еще ты, в своем бешенстве, будешь издеваться над нами? До каких пределов ты будешь кичиться дерзостью, не знающей узды? Неужели тебя не встревожили ни ночные караулы на Палатине, ни стража, обходящая город, ни страх, охвативший народ, ни присутствие всех честных людей, ни выбор этого столь защищенного места для заседания сената, ни лица и взоры все присутствующих? Неужели ты не понимаешь, что твои намерения открыты? Не видишь, что твой заговор уже известен всем присутствующим и раскрыт? Кто из нас, по твоему мнению, не знает, что делал ты последней, что предыдущей ночью, где ты был, кого сзывал, какое решение принял? О, времена! О, нравы!»

Чтобы найти интересное, оригинальное начало, необходимо много работать, думать, искать. Это процесс творческий, он требует немалых усилий. Писатель Ю. Трифонов в статье «Нескончаемое начало» рассказывает, как тяжело даются ему самые первые фразы его произведений. Поиски необычного начала он называет «мучительнейшим временем». По его словам, «начальные фразы должны дать жизнь вещи».

Следует иметь в виду, что каждое выступление требует своего, особого, начала. При этом необходимо учитывать и тему, и вид речи, и состав аудитории, и степень ее подготовленности, и эмоциональный настрой самого оратора.

##

## Главная часть речи, ее задачи, методы изложения материала, основные недостатки

Хорошо продуманное вступление и необычное заключение еще не обеспечивают успеха выступления. Бывает, оратор оригинально начал свое выступление, заинтересовал слушателей, но постепенно их внимание ослабевает, а затем и пропадает. Перед выступающим стоит очень **важная задача** – не только привлечь внимание слушателей, но и сохранить его до конца речи. Поэтому наиболее ответственной является главная часть ораторского выступления.

В ней излагается основной материал, последовательно разъясняются высказанные положения, доказывается их правильность, слушатели подводятся к необходимым выводам.

В главной части выступления необходимо строго соблюдать **основное правило композиции –** *логическую последовательность и стройность изложения материала.* М.М. Сперанский в «Правилах высшего красноречия» утверждал: «Все мысли в слове должны быть связаны между собой так, чтоб одна мысль содержала в себе, так сказать, семя другой».

Продумывая структуру главной части речи, выступающий должен определить, каким методом он будет излагать материал, какие доводы возьмет для доказательства выдвинутого положения, какие ораторские приемы использует с целью привлечения внимания слушателей. Оратору необходимо умело расположить все эти компоненты, чтобы своим выступлением оказать желаемое воздействие на аудиторию.

Структура выступления зависит прежде всего от **метода преподнесения материала,** избранного оратором, эти методы сформировались на базе многовековой ораторской практики, описаны в различных риторических пособиях, активно используются современными ораторами. Кратко охарактеризуем основные их них.

*Индуктивный метод –* изложение материала от частного к общему. Выступающий начинает речь с конкретного случая, а затем подводит слушателей к обобщениям и выводам. Этот метод нередко используется в агитационных выступлениях.

*Дедуктивный метод –* изложение материала от общего к частному. Оратор в начале речи выдвигает какие-то положения, а потом разъясняет их смысл на конкретных примерах, фактах. Широкое распространение этот метод получил в выступлениях пропагандистского характера.

*Метод аналогии –* сопоставление различных явлений, событий, фактов. Обычно параллель проводится с тем, что хорошо известно слушателям. Это способствует лучшему пониманию излагаемого материала, помогает восприятию основных идей, усиливает эмоциональное воздействие на аудиторию.

*Концентрический метод –* расположение материала вокруг главной проблемы, поднимаемой оратором. Выступающий переходит от общего рассмотрения центрального вопроса к более конкретному и углубленному его анализу.

*Ступенчатый метод –* последовательное изложение одного вопроса за другим. Рассмотрев какую-либо проблему, оратор уже больше не возвращается к ней.

*Исторический метод –* изложение материала в хронологической последовательности, описание и анализ изменений, которые произошли в том или ином лице, предмете с течением времени.

Использование различных методов изложения материала в одном и том же выступлении позволяет сделать структуру главной части речи более оригинальной, нестандартной.

Каким бы методом ни пользовался оратор в выступлении, его речь должна быть доказательной, суждения и положения убедительными.

Оратору необходимо не только убедить в чем-то аудиторию, но и соответствующим образом повлиять на нее, вызвать ответную реакцию, желание действовать в определенном направлении. Поэтому при работе над главной частью следует продумать систему логических и психологических доводов, используемых для утверждения выдвинутых положений и воздействия на аудиторию.

*Логические доводы* обращены к разуму слушателей, *психологические –* к чувствам. Они бывают сильными, против которых трудно что-либо возразить, и слабыми, легко опровергаемыми. Располагая доводы в своей речи определенным образом, оратор должен иметь в виду, что самые сильные доводы, как правило, используются в конце рассуждения.

Как бы ни было интересно выступление, внимание со временем притупляется и человек перестает слушать. Поэтому выступающему важно не только знать ораторские приемы поддержания внимания у слушателей, но и заранее планировать их при работе над структурой главной части речи, правильно определить, какой прием использовать в том или ином месте.

Каждому оратору следует иметь представление и о возможных **недостатках в композиции** публичного выступления, чтобы избежать их при подготовке. Основная из них – *нарушение логической последовательности* в изложении материала. К недостаткам композиции относится также *перегрузка текста теоретическими рассуждениями, отсутствие доказательности основных положений, обилие затронутых вопросов и проблем.*

Оратору не следует освещать много вопросов в своем выступлении. Это утомляет слушателей, лишает оратора возможности глубоко и полно рассмотреть все затронутые им проблемы. Рекомендуется предлагать вниманию аудитории не более 3–4 вопросов.

Публичное выступление не должно содержать фактов, примеров и т.п., не относящихся к обсуждаемому предмету. Необходимо, чтобы речь оратора была экономной и краткой. Но краткость речи, по мнению специалистов, состоит не в краткости времени, в течение которого она произносится, а в отсутствии в ней всего лишнего. Выступление может продолжаться часами и быть кратким, информативным, иногда же речь звучит всего несколько минут, а слушателям кажется длинной и утомительной.

К недостаткам композиции относится и *шаблонное, трафаретное построение речи.* Сатирики И. Ильф и Е. Петров в-романе «Двенадцать стульев» великолепно высмеяли трафарет митинговой речи середины двадцатых годов.

Таковы основные требования, предъявляемые к построению главной части речи. Однако ораторское искусство – дело творческое, поэтому универсальных правил здесь не существует. Все зависит от самого оратора.

##

## Завершение речи

Важной композиционной частью любого выступления является заключение. Народная мудрость утверждает: «Конец венчает дело». Убедительное и яркое заключение запоминается слушателям, оставляет хорошее впечатление о речи. Напротив, неудачное заключение губит порой неплохую речь. Довольно часто мы бываем свидетелями того, как выступающий, не уложившись в регламент, просто обрывает выступление, не произносит заключительных слов.

Некоторые ораторы в конце речи начинают многократно извиняться перед слушателями за то, что у них не было достаточно времени на подготовку речи, поэтому им не удалось хорошо выступить, что они, вероятно, не сообщили аудитории ничего нового и интересного, и слушатели потратили время напрасно. Этого не следует делать. Плохо, если оратор заканчивает выступление шуткой, не относящейся к теме выступления. Такое заключение отвлекает внимание аудитории от главных положений речи.

Каким же должно быть заключение?

Известно, что в процессе восприятия ораторской речи действует «закон края», т.е. лучше запоминается то, что дается в начале и в конце сообщения. Поэтому рекомендуется в заключении повторить основную мысль, ради которой произносится речь, суммировать наиболее важные положения. В заключении подводятся итоги сказанного, делаются выводы, ставятся перед слушателями конкретные задачи, которые вытекают из содержания выступления.

А.Ф. Кони в статье «Советы лекторам» писал: *«Конец – разрешение всей речи* (как в музыке последний аккорд – разрешение предыдущего; кто имеет музыкальное чутье, тот всегда может сказать, не зная пьесы, судя только по аккорду, что пьеса кончилась); конец должен быть таким, чтобы слушатели почувствовали (и не только в тоне лек- i тора, это обязательно), *что дальше говорить нечего».*

Продумывая заключение, особенно тщательно надо поработать над последними словами выступления, так называемой концовкой. Если первые слова оратора должны привлечь внимание слушателей, то последние призваны усилить эффект выступления. Именно такую роль играют заключительные слова в четвертой речи Цицерона против Луция Сергия Катилины: «Итак, обдуманно и смело, как вы вели себя с самого начала, выносите постановление о самом существовании своем и римского народа, о своих женах и детях, об алтарях и домашних очагах, о святилищах и храмах, о домах и зданиях всего Рима, о нашей державе и свободе, о благополучии Италии, о государстве в целом. У вас есть консул, который без колебаний подчинится вашим постановлениям и, пока будет жив, сможет их защитить и сам за них постоять».

Последние слова оратора должны мобилизовать слушателей, воодушевлять их, призывать к активной деятельности. Если речь заканчивается лозунгом, призывом, то она произносится высоким тоном, эмоционально.

В заключение следует подчеркнуть, что всякое выступление как творческий акт в деятельности оратора требует своего завершения, своего последнего аккорда.

##

## Словесное оформление публичного выступления

При подготовке публичного выступления перед оратором неизбежно возникает вопрос, как лучше словесно оформить свою речь, обязательно или нет составлять ее письменный текст. Это давний спор, своими корнями уходящий в глубокую древность.

Античные теоретики ораторского искусства считали писание единственно верным способом подготовки речей. Цицерон, к примеру, утверждал, что нужно как можно больше писать, потому что «кто вступает на ораторское поприще с привычкой к письменным работам, тот приносит с собой способность даже без подготовки говорить, как по писаному». А римский ритор Квинтилиан уверял: «Лишь с помощью писания можно достигнуть легкости речи».

Многие опытные ораторы, известные политические и судебные деятели, теоретики красноречия последующих времен тоже считала, что речи должны быть предварительно написаны.

Конечно, писать текст выступления – дело нелегкое. Поэтому многие неохотно берутся за это, убеждая себя, что речь в уме лучше, чем на бумаге. А между тем создание текста активизирует мыслительную деятельность оратора, позволяет ему глубже вникнуть в суть проблемы и точнее выразить свои мысли. Работая над текстом, оратор имеет возможность литературно обработать его, подобрать наиболее уместные слова и выражения, исключить стилистические шероховатости, использовать средства речевой выразительности и т.д. К готовому тексту можно вернуться через некоторое время, чтобы улучшить его содержание и форму. Написанный текст можно показать, прочитать своим родным, знакомым, коллегам, обсудить со специалистами и внести коррективы в соответствии с высказанными мнениями и замечаниями. Заранее подготовленный текст речи вселяет уверенность в оратора, помогает ему справиться с волнением перед выступлением и в процессе самой речи. Поэтому стоит прислушаться к словам тех, j кто советует писать тексты речей от начала до конца.

Однако после написания и отработки текста выступления оратор не должен тешить себя надеждой, что он уже готов к встрече со слушателями. Конечно, проще всего было бы выйти на трибуну и прочитать текст речи по рукописи, но такое выступление не принесет успеха оратору. Слушатели плохо воспринимают чтение текста с листа, так как отсутствует живой контакт между оратором и аудиторией.

Некоторые пытаются заучивать текст речи. И в отдельных случаях это оправдано. Когда приходится выступать с убеждающей речью на митинге, с приветствием на торжественном мероприятии, на банкете и т.п., неловко держать перед собой текст речи, а между тем неточно сформулированная мысль, неудачная фраза, неправильное словоупотребление могут навредить оратору. Поэтому лучше произнести предварительно подготовленный и заученный текст. Если речь небольшая по объему, то это не так уж и трудно сделать, а если приходится выступать с лекцией, докладом, сообщением, то выучить текст полностью удается далеко не каждому. Этот вид овладения материалом труден для оратора, он требует от него большого напряжения и усилий воли. У оратора могут возникнуть сложности при воспроизведении текста: провал памяти, сильное волнение, неожиданный шум в зале и т.д. Поэтому не рекомендуется дословно произносить написанный текст.

Многие опытные ораторы советуют выступать с опорой на текст. Что это значит? Сначала необходимо хорошо осмыслить и освоить написанную речь. Целесообразно соответствующим образом разметить и сам текст речи, т.е. подчеркнуть основные положения речи, пронумеровать освещаемые вопросы, выделить фамилии, названия, статистические данные, начало и конец цитат, обозначить иллюстративные примеры и т.п.

Таким текстом легко пользоваться во время выступления. Достаточно опустить взгляд на страницу, чтобы восстановить ход изложения мыслей, найти нужный материал. Выступление с опорой на текст создает впечатление свободного владения материалом, дает возможность оратору уверенно общаться со слушателями.

Мечтой многих ораторов остается умение выступать перед слушателями без всяких записей. Это высший класс мастерства публичного выступления. Специалисты называют следующие «стадии» работы над выступлением, которые приводят к свободному изложению материала:

1. Полный текст (не для чтения, а для пересказа своими словами).

2. Подробный конспект с основными формулировками, концовкой, цитатами, числами, именами собственными.

3. Неподробный конспект с обозначением переходов от *блока к* блоку, цитатами и т.п.

4. План с цитатами и т.п.

5. Речь *без* опоры на текст.

Следует иметь в виду, что у оратора не всегда есть воз– можность для предварительной подготовки выступления. Иногда на заседаниях, совещаниях, собраниях, различного рода встречах приходится выступать экспромтом, т.е. создавать речь в момент ее произнесения. При этом требуется большая мобилизация памяти, энергии, воли. Импровизированные выступления, как правило, хорошо воспринимаются аудиторией. Устанавливается живой, непосредственный контакт со слушателями.

Однако оратор из-за неотработанности речи не всегда может уложиться в отведенное время, меньше успевает Рассказать, некоторые вопросы остаются неосвещенными. Неизбежны какие-то отступления, вызванные новыми ассоциациями, порой неточными бывают формулировки, возможны речевые ошибки. Поэтому не случайно французы говорят, что лучший экспромт тот, который хорошо подготовлен.

Импровизация возможна только на базе больших предварительно полученных знаний. Экспромт бывает хорош, когда он подготовлен всем прошлым опытом оратора. Он может родиться только у человека, который имеет большой запас знаний и владеет необходимыми риторическими навыками и умениями. Удачный экспромт – это результат постоянной работы оратора над собой, итог долгих размышлений, награда за большой многолетний труд.

Прекрасным оратором-импровизатором своего времени был А.В. Луначарский. На вопрос, как это ему удается так легко выступать, он ответил фразой, которая стала афоризмом: «Я готовился к этому всю жизнь».

##

## Приемы управления аудиторией

Аудитория ораторской речи представляет собой сложную социально-психологическую общность людей, характеризующуюся рядом признаков (степень однородности, количественный состав, основной мотив действия, чувство общности и др.). Кроме того, каждый член аудитории – это личность со своими особенностями характера, темперамента, состояния нервной системы. Перед оратором стоит очень трудная задача – заинтересовать слушателей, настроить их на восприятие речи, установить с ними контакт, удержать внимание аудитории до конца выступления.

Следует иметь в виду, что только интересные, содержательные речи слушаются с большим вниманием. «Никогда, никакими словами вы не заставите читателей познавать мир через скуку», – писал Алексей Толстой. Эти слова в полной мере можно отнести и к публичному выступлению. Однако как бы ни интересна была речь, внимание со временем притупляется, и человек перестает слушать. В зале начинается шум, движения, разговоры и т.д. Поэтому выступающему необходимо знать **приемы управления аудиторией** и умело пользоваться ими в процессе речи. Эти приемы описаны теоретиками ораторского искусства, учеными-методистами, опытными практиками красноречия.

Например, известный судебный деятель XIX в. П.С. Пороховщиков (П. Сергеич) в своей книге «Искусство речи на суде» такими приемами считает *прямое требование внимания* от слушателей, обращение к слушателям с *неожиданным вопросом.*

Одним из интересных ораторских приемов является так называемая *тайна занимательности.* Для того чтобы заинтриговать слушателей, предмет речи сразу не обозначается. Вот что пишет об этом приеме П. Сергеич: «…Внимание слушателей получает толчок, когда оратор неожиданно для них прерывает начатую мысль, – и новый толчок, когда, поговорив о другом, возвращается к недоговоренному ранее».

К специальным ораторским приемам привлечения внимания аудитории относят *вопросно-ответный ход.* Оратор вслух раздумывает над поставленной проблемой. Он ставит перед аудиторией вопросы и сам на них отвечает, выдвигает возможные сомнения и возражения, выясняет их и приходит к определенным выводам. Это очень удачный прием, так как он обостряет внимание слушателей, заставляет вникнуть в суть рассматриваемой темы.

Нередко в серьезную по содержанию речь вводят шутки, каламбуры, анекдоты и т.п. *Юмор* является очень действенным средством разрядки, оживления внимания аудитории. Один из чеховских героев рассказа «Скучная история» вспоминает: «Читаешь четверть, полчаса, и вот замечаешь, что студенты начинают поглядывать на потолок, на Петра Игнатьевича, один полезет за платком, другой сядет поудобнее, третий улыбнется своим мыслям… Это значит внимание утомлено. Нужно принять меры. Пользуясь первым удобным случаем, я говорю какой-нибудь каламбур. Все полтораста лиц широко улыбаются, глаза весело блестят, слышится недолго гул моря… я тоже смеюсь. Внимание оживилось. Я могу продолжать».

Чтобы достичь взаимопонимания со слушателями, в публичном выступлении используются *также* следующие приемы: *прием сопереживания* (оратор выражает свое сочувствие слушателям по поводу каких-либо событий, переживает вместе с ними определенное душевное состояние), *прием соучастия* (оратор ссылается на совместное участие со слушателями в каких-то мероприятиях, вспоминает о тех или иных эпизодах), *апелляция к речи предыдущего оратора* (выступающий соглашается или не соглашается с мнением предыдущего оратора по обсуждаемому вопросу, цитирует его, обыгрывает его слова и выражения и т.п.*); апелляция к событиям* (оратор обращается к известным или неизвестным событиям, имеющим определенную значимость для аудитории, помогающим осмыслить суть рассматриваемой проблемы); *апелляция к погодным условиям* (оратор, говоря о каких-то событиях, ссылается на дождливый или солнечный день, ветреную или тихую погоду и т.п., усиливая эффект своей речи. К примеру, «Даже природа радуется / скорбит вместе с нами…»); *ссылка на авторитеты или известные источники* (оратор, чтобы подкрепить свою позицию, сделать ее более убедительной, приводит слова крупных ученых, видных государственных, политических и общественных деятелей, ссылается на известные научные труды, популярные газеты и журналы, мнения авторитетных деятелей литературы и искусства и др.); *апелляция к интересам аудитории* (оратор, рассматривая тот или иной вопрос, подчеркивает актуальность, значимость данной проблемы для слушателей, говорит о практической направленности принимаемых решений, о важности приобретения соответствующих знаний, навыков и умений и т.п.); *апелляция к личности оратора* (оратор при обсуждении каких-либо вопросов обращается к своему собственному опыту, приводит случаи из своей жизни, говорит о своем восприятии тех или иных событий).

Оживляют выступление и примеры из художественной литературы, пословицы и поговорки, крылатые слова и фразеологические выражения.

Переключению и удержанию внимания аудитории помогает *обращение* к ней. Важно продумать слова обращения. В зависимости от ситуации общения, характера аудитории, ее состава, количества слушателей используются самые разнообразные обращения: «Товарищи!», «Уважаемые (глубокоуважаемые, дорогие) товарищи!», «Друзья!», «Уважаемые (глубокоуважаемые, дорогие, юные) друзья!», «Дамы и господа!», «Уважаемые (глубокоуважаемые) дамы и господа!», «Коллеги!» и т.п. Целесообразно время от времени повторять эти обращения, использовать их разные формулировки. Удачно найденные слова обращения позволяют оратору расположить к себе аудиторию.

Важную роль в управлении аудиторией играют *голосовые приемы,* т.е. повышение или понижение тона голоса, изменение его громкости, темп речи и др. Например, если высота звука на всем протяжении речи неизменна, то речь становится монотонной и «усыпляет» слушателей. Очень быстрая речь требует усиленного внимания, что вызывает утомление и желание передохнуть, перестать слушать выступающего. Замедленная речь тоже расхолаживает слушателей, ослабляет их внимание. Действенным средством управления аудиторией может быть и *пауза,* которая придает значимость сказанному или тому, что будет сказано.

#

# ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВАЯ ПИСЬМЕННАЯ РЕЧЬ

## Формирование русской официально-деловой письменной речи

Русская официально-деловая письменная речь имеет многовековые традиции и глубокие исторические корни. Знакомство с ее историей позволит лучше понять причины и закономерности формирования особого стиля языка, обслуживающего сферу официально-деловых отношений.

Первые письменные документы, дошедшие до наших дней, свидетельствуют о том, что уже в X веке в древнерусском государстве практиковалось составление официальных документов. В этот период в основном документируются правовые отношения (жалованные и вкладные грамоты, завещания), создаются также документы, фиксирующие конкретные частные правоотношения.

Накопление опыта официально-делового письма выражалось в появлении устойчивых образцов обращений и завершений в текстах документов, формуляров, т.е. устойчивых типовых форм отдельных наиболее распространенных документов, из которых составлялись своеобразные пособия по делопроизводству – «формулярники». В этот период складывались традиции русской системы делопроизводства, обработки и хранения документов. Отдельные нормы работы с документами находили закрепление в законодательстве. Таким образом, вырабатываемые практикой традиции постепенно становились нормами обычая, закладывая основу будущей системы делопроизводства.

Существенной вехой в развитии русского официально-Делового письма стало приказное делопроизводство (первые государственные учреждения назывались приказами) XXV–XVII вв. В этот период шло формирование русского централизованного государства, закладывались основы государственного аппарата, системы государственного делопроизводства. Официально-деловое письмо этого периода приобрело уже такие важные признаки документа, как устойчивые текстовые формулировки, определенное расположение материала, устойчивые информационные элементы (реквизиты, языковые формулы), расположенные в определенной последовательности. Таким образом, в приказной период постепенно складывается система делопроизводства центральных и местных учреждений, создаются устойчивые формы документов и приемы их составления.

На смену приказному делопроизводству пришла система коллежского делопроизводства. Генеральный регламент, утвержденный Петром I в 1720 году, ввел систему делопроизводства, получившую название «коллежской» по названию учреждений нового типа – коллегий. Этим законодательным актом делопроизводственная деятельность окончательно закрепляется за самостоятельным подразделением – канцелярией. В коллежском делопроизводстве возникло большое число новых документов. Официально-деловая письменная речь пополнилась значительным количеством новых слов и терминов иноязычного происхождения, что объясняется стремлением Петра I приблизить русское официально-деловое письмо к западным образцам. В этот период вошли в оборот такие слова, как *администратор, аудитор, бухгалтер, губернатор* и др. Появились и новые названия документов: *векселя, облигации, журналы, протоколы.* Существенные изменения в петровское время претерпевает и форма документов. Появляются «генеральные формуляры» – образцы, по которым следовало составлять документы. Кроме реквизитов, выделившихся из текста, появляется ряд реквизитов, отражающих различные стадии процесса документирования или стадии обработки документов: подписи, отметки о согласовании, регистрационные индексы и др. Губернская реформа Екатерины II завершила петровские преобразования государственного аппарата России, внесла единообразие в устройство губерний, разграничив места административные, судебные и финансовые. Губернские учреждения были подчинены непосредственно Сенату. Этот иерархический порядок взаимоотношений учреждений сохранялся в течение всего XIX века, в определенной степени он присутствует и в современном делопроизводстве.

В начале XIX века в недрах коллежской системы зародилась новая система управления – министерская, просуществовавшая до начала XX в. Ее главная особенность – единоначалие, придавала системе управления гибкость и оперативность. В делопроизводстве министерств появляются бланки учреждений с угловым расположением реквизитов. Состав реквизитов бланка и их расположение было практически таким же, как и в современных документах.

В советский период российской истории остро встал вопрос о приведении делопроизводства в соответствие с вновь создававшимися госструктурами, о выработке новых требований к языковым формам официально-делового письма. К концу 20‑х гг. встала проблема унификации и стандартизации документов. Государственным институтом техники управления (ИТУ) был создан Кабинет стандартизации, который разработал стандарты служебных писем, телеграмм и др. Предполагалось ввести «Общие правила документации и документооборота» (1931 г.) в качестве типовых для всех учреждений. Однако «Правила» не были окончательно доработаны и утверждены.

Рост интереса к проблемам управления и его документационного обеспечения отмечается в 60-е годы. Однако по сравнению с мировыми достижениями в области информационных технологий, кибернетики в отечественной науке наметилось отставание, которое выявилось особенно остро в 80–90-е гг. Тем не менее в практике Унификации и стандартизации документов были достигнуты большие результаты: создана Единая государственная система документации (ЕГСД), общесоюзные классификаторы, изданы ГОСТы на управленческие документы, унифицированные системы документации (УСД). Однако элементы новых информационных технологий в ЕГСД представлены не были. Этот пробел отчасти восполнен в новой редакции Государственной системы документационного обеспечения управления (ГСДОУ), утвержденной в 1988 году.

Развитие бизнеса и коммерции в последнее десятилетие XX в. в нашей стране в значительной мере изменило не только форму, но и содержание делового общения, в том числе письменного: потребовало создания новых типов деловой корреспонденции, речевых моделей, уместных в новых ситуациях общения. Увеличивается и количество поводов для составления и отправления деловых писем, жанровое разнообразие деловой корреспонденции. Все это, однако, не предполагает отказа от богатейшего опыта письменной деловой речи, накопленного предыдущими поколениями.

##

## Интернациональные свойства официально-деловой письменной речи

Формирование официально-деловой письменной речи обусловлено развитием государственности, аппарата управления и связано с необходимостью документально закреплять административно-правовые отношения юридических и частных лиц. Деловая письменная речь – одна из форм делового общения, языковое средство фиксации (документирования) управленческой, деловой, служебной информации. Итог документирования – создание **документа,** «материального объекта с зафиксированной на нем информацией в виде текста, звукозаписи или изображения, предназначенный для передачи во времени и пространстве в целях хранения и общественного использования». Юридическая сила документа обеспечивается комплексом **реквизитов** – обязательных элементов оформления документа. К ним относятся: наименование автора документа, адресата, подпись, дата, номер документа, гриф утверждения, печать и др. Совокупность реквизитов и схема их расположения на документе составляют **формуляр документа.** Однако формуляр регламентирован стандартами, принятыми в той или иной стране.

Мировой опыт официальной переписки показывает, что при всех особенностях и специфике национальных школ делового письма к деловой корреспонденции неизменно предъявляются требования:

1. Точность выражения мысли, исключающая возможность каких бы то ни было инотолкований и неясностей.

2. Логичность и структурированность изложения.

3. Стандартизация и унификация языковых и текстовых средств.

Интернациональные свойства официально-деловой письменной речи складывались исторически и обусловлены **особенностями делового общения.** Участники делового общения **(автор и адресат документа)** выступают как **субъекты правоотношений.** Содержание официальной бумаги основывается на праве и может служить предметом прямой правовой оценки. Правовая сущность официальной переписки предопределяет характер содержания писем, их язык и стиль. Способ изложения в деловых письмах называется **формально-логическим.** Это означает, что предмет рассматривается с позиции экономико-правовых, социальных отношений, а не межличностных. Официальным автором и адресатом документа почти всегда являются организации в целом, и, несмотря на то, что документ подписывается одним лицом – руководителем организации, автором документа является «коллективный субъект». То же можно сказать и об адресате документа. В языковом оформлении это выражается в том, что субъект действия часто представлен собирательными существительными: *руководство, администрация, акционерное общество* и т.п.; описательными конструкциями типа *«Дирекция… ходатайствует…», «Фирма…предлагает…»,* которые подчеркивают неличный характер делового письменного общения. Однако представление об отправителе и получателе документа как о коллективном субъекте, а также надличностный характер изложения информации не всегда одинаково проявляются в разных школах делового письма. В большей мере это характерно для отечественной официально-деловой письменной речи. В практике западной деловой переписки передаваемая информация, как правило, имеет индивидуально-личностную направленность. Одна из особенностей деловой речи – широкое употребление **языковых формул** – устойчивых языковых оборотов, используемых в неизменном виде. Наличие их *в* деловой речи – следствие регламентированности служебных отношений, повторяемости управленческих ситуаций и тематической ограниченности деловой речи. Задача составителя текста упрощается благодаря возможности выбора готовой формулы: *«Сообщаем что…*», *«Считаем целесообразным…», «Просим Вас рассмотреть вопрос о…*», в соответствии с речевым замыслом: сообщить, высказать просьбу. Помимо выражения типового содержания языковые формулы нередко выступают как юридически значимые компоненты текста, без которых документ не обладает достаточной юридической силой, или являются элементами, определяющими его видовую принадлежность, например в гарантийном письме: *«Оплату гарантируем. Наш расчетный счет…*»; в письме-претензии: *«…в противном случае дело будет передано в арбитражный суд».* Выражая типовое содержание, языковые формулы обеспечивают точность и однозначность понимания текста адресатом, сокращают время на подготовку текста и его восприятие.

**Официальность и регламентированность** деловых отношений, т.е. их подчинение установленным правилам и ограничениям, предполагают соблюдение норм **делового этикета.** В деловом письме регламентированность отношений между адресантом (автором письма) и адресатом (получателем) выражается с помощью речевых этикетных формул обращения и прощания, а также соблюдением общей тональности послания в рамках корректности и учтивости. В деловой письменной речи не допускаются ирония, сарказм, оскорбления. Этикетные формулы не только придают письму необходимый тон вежливости и почтительности, но и свидетельствуют о характере взаимоотношений между отправителем и получателем корреспонденции (официальные, полуофициальные, дружеские отношения).

Немаловажным аспектом делового общения являются вопросы **этики** отношений между деловыми партнерами. В деловой переписке этика отношений проявляется в необходимости соблюдения ряда требований, предъявляемых как к адресанту, так и к адресату. Для **получателя** официальной корреспонденции обязательным требованием является оперативный и четкий ответ организации-отправителю в виде ответного письма или послания, переданного с помощью других средств связи. Задержка или отсутствие ответа может рассматриваться как нежелание сотрудничать и привести к разрыву деловых отношений. Составителям деловых писем **не рекомендуется:** побуждать адресата к спешке при вынесении решения словами «Срочно», «Незамедлительно»; навязывать адресату ожидаемый исход освещаемого в письме вопроса, например; «Прошу изучить и решить вопрос положительно».

*Итак,* особые условия делового общения, такие как официальный характер, юридическая значимость, адресность, повторяемость управленческих ситуаций, определяют общие требования, предъявляемые к официально-деловой письменной речи.

##

## Культура официальной переписки

Формирование понятия **культура официальной переписки** связано с освоением мирового и отечественного опыта составления и оформления деловых бумаг.

В работах П.В. Веселова, одного из крупнейших отечественных специалистов в области документальной лингвистики, понятие культура официальной переписки определяется тремя основными принципами: 1) лаконизм делового письма; 2) достаточность информационного сообщения, отвечающая целям письма и характеру отношений; и 3) ясность и недвусмысленность языка сообщения.

**Лаконизм** (оптимально письмо не должно превышать объем одной-двух страниц) сочетается в деловых письмах с требованием полноты информации. Требование полноты предполагает, что документ должен содержать достаточную для принятия обоснованного решения информацию. Глубина изложения вопроса зависит от целей документа: в информационном письме достаточно назвать факты и события, в письме-просьбе предмет письма должен быть точно обозначен и исчерпывающе обоснован. **Недостаточность** информации может вызывать необходимость запрашивать дополнительные сведения, порождая неоправданную переписку. **Избыточность** же информации приводит к тому, что письмо плохо воспринимается, суть его затуманивается.

Требование **достоверности (объективности) информации** означает, что деловое сообщение должно отражать фактическое состояние дел, давать непредвзятую, бесстрастную оценку событий. Убедительность (аргументированность) информации связана с задачей побудить адресата совершить (или не совершать) определенные действия, и от того, насколько достаточна обоснованность Документа, письма, зависит его исполнение.

Предметом официальной переписки при всем ее многообразии обычно является сообщение о некоторой ситуации и логическая оценочная модель этой ситуации. Ситуативно-оценочная модель называется **аспектом письма,** а последовательное размещение этих моделей – его **композицией.** По композиционным особенностям деловые бумаги делят на одноаспектные и многоаспектные. В одноаспектных письмах рассматривается один вопрос, составляющий содержание всего письма, в многоаспектных письмах рассматривается сразу несколько вопросов. Так, например, многоаспектное письмо может содержать предложение, просьбу и напоминание одновременно. Многоаспектным считается письмо, содержащее однотипные и разнотипные аспекты – просьбы, сообщения, предложения. Каждый аспект формируется речевым действием: просьбой, сообщением, предупреждением, приглашением и т.п.

Композиция, или структура, текста официального письма – это последовательность расположения его составных частей – аспектов. Причем в качестве самостоятельных аспектов рассматриваются речевые фрагменты с однотипными речевыми действиями – просьбами, сообщениями, предложениями. Выделение каждого речевого действия в самостоятельный аспект необходимо потому, что по каждой просьбе, по каждому предложению принимается самостоятельное решение. Структура аспекта отличается жесткостью и однозначностью и состоит из двух частей: первая часть содержит информацию об имевших место фактах, событиях (ссылка, мотивация, история вопроса); вторая часть называет желаемые, предполагаемые события, выраженные при помощи речевых действий (просьбы, предложения, требования). Красной строкой выделяется новая мысль, тема или новый поворот темы письма.

Стандартизация и унификация – одно из обязательных – свойств официально-деловой письменной речи, в той или иной степени характеризует все типы деловых бумаг, обусловливает строгую композиционную соотносимость и закрепленность частей делового письма.

**Ясность и недвусмысленность** языка сообщения достигается предметной и коммуникативной точностью. **Предметная точность** – это точность факта, соответствие обозначаемому. С точки зрения языкового оформления высказывания предметная точность достигается точностью употребления слов, т.е. использованием слов в соответствии с их лексическим значением. Употребление слов без учета их значений может привести к инотолкованию или бессмыслице. Например: *обсчитать данные –* глагол *обсчитать* имеет значение «умышленно неверно сосчитав, недодать», например: обсчитать покупателя. Правильнее сказать: *обработать данные; отказать под благоприятным предлогом* (прилагательное *благоприятный* имеет два значения: «Способствующий, помогающий чему‑л.; удобный для чего‑л.», например: благоприятный момент, благоприятные условия; «Хороший, одобрительный», например: благоприятный отзыв). Следовало написать: *отказать под благовидным пред югом.*

Под **коммуникативной точностью** понимают точность реализации замысла пишущего. Она достигается соотношением смысла слов, контекста, грамматической конструкции и соотношения частей текста. Нарушение коммуникативной точности высказывания ведет к непониманию, осложняет восприятие содержания сообщения. Например: *Следует познакомиться с выводами комиссии, проведенной год назад.* Эта фраза трудно воспринимается, так как не отвечает требованию точности: содержит грамматические, стилистические и текстовые ошибки. Так существительное *комиссия* может образовывать словосочетания с глаголами *образовать, назначить, выбрать, избрать,* но не сочетается с глаголом *провести,* а, следовательно, и с образованным от него причастием. Кроме того, важно не то, что комиссия была образована, а то, что она работала и пришла к определенным выводам. Следовательно, правильнее было бы сказать:…*с выводами комиссии, работавшей назад.* Вместо глагола *познакомиться,* имеющего знания: «вступать в знакомство с кем-либо»; «получать сведения, приобретать знания о чем-либо», уместнее было бы употребить глагол *ознакомиться,* так как он имеет официально-деловую окраску и употребляется только в значении «получать сведения, приобретать знания о чем-либо». Итак, язык деловых бумаг должен соответствовать традициям официально-делового стиля литературного языка, основными признаками которого являются точность и стан-дартизированность используемых языковых средств. Кроме того, деловое послание должно отвечать требованиям информационной достаточности и лаконизма.

##

## Типы документов

Вся деятельность организации, предприятия, фирмы, так или иначе, связана с документацией. Документация весьма разнообразна по выполняемым ею функциям, по содержанию и назначению, по степени доступности содержащейся в ней информации. Обобщая цели, задачи и условия документирования, специалисты выделяют ряд факторов, позволяющих разделить все документы на отдельные типы и виды.

По фактору адресации документы разделяют на внутреннюю и внешнюю деловую переписку. **Внутренняя деловая переписка** ведется между должностными лицами, подразделениями одной организации, учреждения. При этом адресант и адресат документа состоят в отношениях должностного соподчинения. Документацию этого типа называют **служебной. Внешняя деловая переписка** ведется между разными организациями, учреждениями, должностными и частными лицами, не состоящими в прямом подчинении по отношению друг к другу. Документы, которыми обмениваются организации, называют **официальными письмами.**

По содержанию и назначению выделяют **распорядительные, отчетные, справочные, плановые** и другие виды документов, каждый из которых характеризуется общностью требований, предъявляемых к содержанию и языковому оформлению.

В зависимости от того, к какой сфере человеческой деятельности относится документируемая информация, различают **управленческие, научные, технические, производственные, финансовые** и другие виды документов. По фактору доступности документируемой информации документы могут быть **открытого пользования (доступа), ограниченного доступа и конфиденциального характера.**

Документы разделяют по срокам исполнения на **срочные, второстепенные, итоговые и периодические,** а покритерию первичности происхождения различают **оригинал** (первый экземпляр) и **копию** (все остальные экземпляры) документа.

В последнее время выделяют еще один классификационный признак – форма отправления официально-деловой корреспонденции. Так, наряду с традиционной почтовой пересылкой существует электронная деловая корреспонденция и факсовые отправления. Однако электронная почта и телефакс используются, как правило, для решения оперативных вопросов, в то время как письма, имеющие большое юридическое значение (договоры, предложения) высылаются обычными почтовыми отправлениями.

Ядро учрежденской (служебной) документации составляют **управленческие документы.** Именно они обеспечивают управляемость объектов как в рамках всего государства, так и в отдельной организации. Этот тип документов, в свою очередь, представлен комплексом систем, основными из которых являются: организационно-правовая документация; плановая документация; распорядительная документация и другие системы документации, включая и те, которые отражают основную деятельность учреждения.

**Официальные письма.** В основе классификации официально-деловой **переписки** лежат различные классификационные признаки. Так, например, по тематическому признаку официально-деловую корреспонденцию достаточно условно разделяют на **деловую и коммерческую.** Переписку, с помощью которой оформляют экономические, правовые, финансовые и другие формы деятельности предприятия, принято называть **деловой корреспонденцией.** Письма, составляемые при заключении и выполнении коммерческих сделок, при решении вопросов сбыта продукции и вопросов снабжения, относят к **коммерческой** корреспонденции (письма-запросы, предложения, письма-претензии и ответы на эти виды Писем).

По функциональному признаку различают **письма, требующие письма-ответа, и письма, не требующие письма-ответа.** Обязательного ответа требуют: письмо-запрос, письмо-предложение, письмо-рекламация. Не требуют ответа сопроводительные письма, так как выполняют функцию ярлыка, этикетки, прикладываемой к отправляемым документам. Их цель – фиксировать факт отправки. Письма-подтверждения, письма-напоминания, письма-предупреждения констатируют свершившийся факт и поэтому также не требуют ответа.

По особенностям композиции различают **одноаспектные и многоаспектные** письма. Содержание одноаспектного письма посвящено одному вопросу, проблеме, например: выражение гарантии – гарантийное письмо; приглашение принять участие в чем-либо – письмо-приглашение и т.д. Многоаспектным считается письмо, содержащее однотипные и разнотипные аспекты – просьбы, извинения, гарантии. Каждому из существующих аспектов содержания письма соответствуют традиционно сложившиеся языковые модели, содержащие **ключевые** слова: *гарантируем, приглашаем, сожалеем.*

По структурным признакам деловые письма делят на **регламентированные** (стандартные) и **нерегламентированные** (нестандартные). Составление регламентированных писем осуществляется по определенному образцу. Это предполагает не только соответствие письма стандартным аспектам содержания, но и использование стандартных языковых и синтаксических конструкций. Жесткие требования предъявляются также к формату бумаги, составу реквизитов, оформлению всех элементов письма.

Нерегламентированное деловое письмо, как правило, отражает какую-либо необычную производственную ситуацию либо свидетельствует об особом значении, которое придает письму составитель. В связи с этим текстовая структура нерегламентированного письма является менее жесткой, возможен больший выбор речевых и синтаксических средств, в том числе выразительных. Принцип построения текста в них существенно отличается от жесткой структуры обычных официальных писем, приближаясь то к обычному повествованию (история вопроса, изложение сути дела), то к рассуждению (убеждающая часть), то к описанию (технические характеристики, описания конструкций). Однако язык нерегламентированных писем также содержит элементы стандартизации: этикетные фразы, лексическая сочетаемость, терминологичность.

Общим для всех видов и типов служебных бумаг является требование четкого соблюдения правил оформления документов в соответствии с действующими ГОСТами и стандартами.

##

## Правила оформления документов

При составлении документа особое значение имеет оформление всех его реквизитов. Реквизиты – это обязательные признаки, установленные законом или распорядительными положениями для отдельных видов документов. Требования к содержанию и оформлению основных реквизитов документов определены ГОСТом 6.30–97 «Унифицированные системы документации. Унифицированная система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов».

**Государственный герб Российской Федерации** (для бланков государственных предприятий). Изображение герба помещается на верхнем поле управленческих документов. Бланки с изображением герба являются полиграфической продукцией и подлежат особому учету.

**Эмблема.** Эмблема организации – условное (символическое) графическое изображение, зарегистрированное в установленном порядке, располагается слева от наименования организации-отправителя. Эмблему нельзя размещать на бланке, если на нем воспроизведен герб.

**Наименование организации-адресанта** документа дается в полном и сокращенном виде, например: Российская академия наук (РАН). Сокращенное наименование приводится только в том случае, если оно закреплено в учредительном документе. Над наименованием организации-отправителя может указываться еще и вышестоящая инстанция (наименование министерства или ведомства; в коммерческих организациях – наименование консорциума или промышленно-финансовой группы), в систему которой входит данная организация.

МИНИСТЕРСТВО ОБЩЕГО

И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО

ОБРАЗОВАНИЯ

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Донской государственный технический университет

(ДГТУ)

Если в учредительном документе название организации было в повторено на иностранном языке, оно воспроизводится на бланке под наименованием на русском языке, например:

**ТЕХКОН** Официальный дилер ТЕРМО КИНГ по продажам и сервису на Юге России

**TECHCON** Official Sales + Service Dealer for THERMO

KING in South of Russia

**Справочные данные об организации** содержат сведения, важные для организации при информационных контактах: почтовый и телеграфный адрес, номера телефонов, телетайпа, электронной почты; номер счета в банке, наименование банка и т.д. Все указанные сведения даются по усмотрению организации,

**Почтовый адрес отправителя** должен соответствовать почтовым правилам Министерства связи России. Если организация имеет постоянные связи с зарубежными партнерами, адрес в бланке письма оформляется на русском языке (по правилам расположения элементов адреса, принятых в России) и на иностранном языке, чаще всего, английском (по международным правилам написания адреса).

Дата. Отмечается арабскими цифрами в день подписания или издания документа, его отправления или получения. Например: 22.06.01 (возможен обратный вариант 01.06.22). В финансовых документах допускается использование словесно-цифровой передачи дат: 22 июня 2001 года.

**Регистрационный номер документа,** индекс письма, является условным обозначением документа, присваиваемым ему при регистрации. Индекс исходящего письма может иметь вид 09–12/35, где: 09 – индекс структурного подразделения; 12 – номер дела по номенклатуре; 35 – порядковый номер письма по регистрационному журналу.

**Ссылка на регистрационный номер и дату входящего документа.** Обязательно дается в ответном письме и имеет следующую форму записи: на №02–05/71 от 27.05.2000.

Адресат. Документ может адресоваться в организацию или конкретному должностному лицу. В первом случае должностное лицо не упоминается, а наименование предприятия пишется в именительном падеже. Например:

Министерство общего и профессионального

образования Российской Федерации

Управление по работе с иностранными учащимися

Если документ адресуется не только в определенную организацию, но и конкретному лицу, то название организации ставится в именительном падеже, а название должности и фамилия адресата – в дательном:

Министерство общего и профессионального

образования Российской Федерации

Начальнику отдела статистики И.В. Васильеву

Если документ адресуется лицу с указанием статуса, то наименование организации входит в состав наименования должности, а название организации отдельно не указывается:

Начальнику отдела статистики

Министерства общего и

профессионального образования

Российской Федерации

Если документ адресуется частному лицу, то вначале указывается почтовый адрес, затем фамилия и инициалы получателя.

**Заголовок к тексту.** Указывает на содержание документа с предлогом *О* без кавычек: *О подготовке проекта договора.* Не рекомендуется употреблять слова *касательно (кас.), касается.* Точка в конце заголовка не ставится. Заголовок в кавычки не выделяется, пишется с прописной буквы и располагается слева под реквизитом «Ссылка на регистрационный номер и дату документа».

**Текст.** Это содержание письма, которое может оформляться в виде таблицы, анкеты или свободного (комбинированного) изложения сути вопроса. При увеличении длины текста и включении в него нескольких вопросов, решений или выводов в нем выделяют разделы, подразделы, пункты. Нумерация производится арабскими цифрами. Обычно текст состоит из введения с объяснением причин написания письма, и основной части с изложением сути дела (обращения, управленческого действия, Решения). Текст официального письма может включать приветственное обращение и заключительную формулу вежливости, являющиеся этикетными элементами письменного официально-делового общения.

**Отметка о наличии приложения.** При наличии их в документе делается запись в форме: Приложение: на 3 л. в 2 экз.

**Подпись.** В состав реквизита «Подпись» входят: наименование должности лица, подписавшего документ, личная подпись, расшифровка подписи (инициалы, фамилия). Поскольку деловые письма пишутся на бланках учреждений, название учреждения в подписи не указывается, например:

Главный инженер (личная подпись) Е.Н. Плесовских

При подписании документа несколькими должностными лицами их подписи располагают одну под другой в последовательности, соответствующей иерархии занимаемых должностей.

При подписании документа несколькими лицами одного ранга их подписи располагают на одном уровне, например:

*Директор фабрики Директор магазина*

*(личная подпись) (личная подпись)*

*В.М. Степанов А.П. Миронов*

**Отметка об исполнителе** размещается в левом нижнем углу лицевой или оборотной стороны последнего листа документа и включает фамилию (или фамилию, имя, отчество) исполнителя документа и номер его телефона, например: *Васильев Виктор Иванович 32–45–78*

**Отметка об исполнении документа и направлении его в дело.** В состав реквизита входят: краткие сведения об исполнении, слова *В дело* и номер дела, в котором будет храниться документ.

Реквизит **«Отметка о поступлении документа в организацию»** проставляется от руки или в форме штампа в нижней части лицевой стороны первого листа документа или на его обороте. Элементами данного реквизита являются: порядковый номер, дата поступления документа в организацию. При необходимости – часы и минуты.

## Унификация языка служебных документов

*Унификация –* приведение чего-либо к единой системе, форме, к единообразию. Суть унификации служебных документов сводится к сокращению видов документов, приведению к единообразию их форм, структуры, языковых конструкций и операций по обработке, учету и хранению. Сведение документационного потока к единым формам и стандартам предполагает также единообразное размещение реквизитов на бланках документа, сокращение их форматов, а также обеспечение сопоставимости информации во взаимосвязанных документах и применения трафаретных текстов.

Стандартизация официальных бумаг заключается в установлении в государственном масштабе оптимальных правил и требований по разработке и оформлению документов. Эти правила принимаются в установленном порядке для всеобщего и многократного применения в делопроизводстве. Результаты разработки при этом оформляются в виде межгосударственных (ГОСТ), государственных (ГОСТ Р), отраслевых (ОСТ) стандартов, а также стандартов предприятий и учреждений (СТП).

Особенность **унификации языка служебных документов** состоит в формировании системы стандартных языковых моделей, отражающих типовые ситуации делового общения. Наиболее значимым с точки зрения типизации ситуаций общения является **фактор цели,** поскольку именно цель совершения речевого действия обусловливает тип и стиль создаваемого документа. При всем многообразии письменного делового общения его инициатор решает, как правило, **типовые задачи:**

**1. Информирование** адресата.

**2. Привлечение внимания** к проблеме.

**3. Побуждение** к действию (решению проблемы, участию в каком-либо деле, совершению каких-либо действий).

**4. Придание юридического статуса** какому-либо событию (документирование заключаемых отношений, сделок, совершаемых финансовых операций и т.д.).

**5. Инициирование и поддержание деловых отношений.**

**6. Решение конфликтных ситуаций** (выражение несогласия, претензий).

Решение тех или иных задач делового общения реализуется в речевых действиях, ключевым словом которых является так называемый глагол-действие: *просим, предлагаем, сообщаем.*

Языковая модель, выражающая то или иное речевое действие, состоит, как правило, из двух частей – мотивации действия и собственно речевого действия. Например: *В порядке оказания помощи* (мотивация) *прошу* ('речевое действие) Вас…; *Согласно Вашей заявке* (мотивация) *высылаем* (речевое действие)…

**Цель,** которую ставит перед собой инициатор делового общения, определяет не только выбор языковых моделей, но, прежде всего, **тематический и функциональный тип деловой бумаги.** Так, если автору послания необходимо **информировать** адресата о чем-либо, он может сделать это, используя *такие* виды документов, как служебная *записка,* сопроводительное письмо, письмо-сообщение; целевая установка – **побуждение** реализуется в приказах, распоряжениях, указаниях; если необходимо придать **юридический статус** каким-либо отношениям или факту, следует обращаться к таким типам документов, как договор, доверенность, справка; **инициирование, поддержание отношений** реализуется с помощью гарантийных писем, писем-просьб, писем-приглашений, а **предупреждение, требование, отказ** актуализируются в таких документах, как письмо-требование (рекламация); письмо-ответ (отказ от предложения), письмо-напоминание. Кроме того, каждая целевая установка в документах определенного типа реализуется с помощью устойчивых языковых моделей, соответствующих данному типу документа. Например:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Цель | Тип документа | Языковые модели |
| Информирование | Служебная записка | Довожу до Вашего сведения |
| Сопроводительное письмо | Высылаем запрошенные Вами… |
| Письмо – сообщение и т.д. | Информируем Вас о том, что …и т.д. |

Таким образом, все смысловые аспекты документа реализуются в виде устойчивых логических форм – моделей. В результате процесс составления официальной бумаги сводится к соединению в определенной логической последовательности стандартных языковых моделей. Например, подтверждение получения чего-либо может быть представлено следующими языковыми моделями:

*Подтверждаем получение Вашего заказа.*

*С благодарностью подтверждаем получение Вашего заказа.*

*С благодарностью подтверждаем получение Вашего заказа и приступаем к его выполнению.*

*С благодарностью подтверждаем получение Вашего заказа и приступаем к его выполнению на условиях заключенного ранее договора.*

Стандартизация и унификация деловой письменной речи оправдана соображениями удобства, экономией времени при составлении текстов деловых писем, их обработке.

Наименее трудоемким способом составления официального письма является использование **типовых текстов и текстов-трафаретов,** применимых для передачи однотипной повторяющейся информации. Типовой текст – это текст-стереотип, используемый в качестве примера или основы для создания нового документа. Способ создания Документов по образцу-стереотипу называется типизацией Документов. Он используется для построения текстов аналогичного содержания, соответствующих аналогичным ситуациям делового общения на производстве, в государственных учреждениях и т.д.

Трафаретизация – способ фиксации информации в виде текста с пробелами, предназначенными для заполнения их переменной информацией, которая зависит от конкретной ситуации. Примеры трафаретных бланков текстов – бланки справок отделов кадров, командировочных удостоверений и др. В деловой переписке также используются трафаретные тексты, например, в письмах-приглашениях, письмах-заявках; при оформлении текстов договоров, соглашений, контрактов. Применение трафаретных бланков существенно сокращает время, затрачиваемое на составление документов, и сводит к нулю возможность нескольких толкований текста. Следует отметить, что многообразие современных деловых отношений, увеличение количества нестандартных ситуаций, отражающихся в деловой переписке, уменьшает возможность использования трафаретных текстов как способа делового общения.

## Языковые формулы официальных документов

Особенность языка и стиля официальных бумаг – **использование устойчивых (шаблонных, стандартизированных) языковых оборотов,** позволяющих с высокой степенью точности отражать регулярно повторяющиеся ситуации делового общения. За многолетнюю практику деловой переписки были выработаны языковые формулы, позволяющие ясно и лаконично излагать **мотивы, причины и цели** официального послания; формулировать **просьбу, предупреждение, распоряжение, отказ, заверение** и т.д. Соединение в определенной последовательности языковых формул, отражающих смысловые аспекты сообщения, позволяет моделировать текст документа, его структуру; упрощает процедуру создания официальной бумаги.

Начало документа, как правило, представляет собой изложение побудительных **мотивов,** объяснение **причин** принятия тех или иных решений. Оно вводит адресата в проблему и не должно повторять того, о чем говорится в основной части текста. Так, например, стандартные деловые письма могут начинаться с языковых формул, выражающих **мотивы создания документа:** *В соответствии с ранее достигнутой договоренностью (направляем, сообщаем)…; В соответствии с письмом заказчика…;* **причины создания документа:** *Ввиду задержки получения груза…; По причине задержки оплаты…; В связи с чрезвычайными финансовыми трудностями…; В связи с нарушением срока поставки…;* **цель создания документа:** *В целях обмена опытом направляем в Ваш ад-рес…; Во исполнение постановления собрания акционеров…*

Главная информация документа излагается с помощью глагольных конструкций, ключевое слово которых – глагол-действие, позволяет автору реализовать свои цели и

намерения. При этом ключевые слова не только выражают смысловые аспекты сообщаемого, но и определяют тональность сообщения. Выделяют следующие типы речевых действий письменного делового общения: **сообщение.** *сообщаем, ставим Вас в известность, извещаем, уведомляем;* **предложение:** *предлагаем;* **просьба, требование, распоряжение:** *прошу, просим, настаиваем, приказываю, постановляю;* **подтверждение, заявление:** *подтверждаем, заверяем, заявляем, объявляем;* **обещание:** *заверяем, обязуемся, гарантируем;* **напоминание, предупреждение:** *напоминаем;* **отказ:** *вынуждены отказать, не можем выполнить Вашу просьбу,* **выражение отношения (формулы этикета):** *с сожа лением сообщаем, приносим извинения, выражаем признательность.*

Как уже отмечалось, функцию ключевых слов, выражающих то или иное речевое действие, выполняют глаголы. Они могут употребляться в форме **третьего лица единственного числа,** если называют действия, совершаемые от имени всей организации *(«СОЮЗПОДШИПНИК предлагает…; ООО «Росэл» гарантирует…)* и **третьего лица множественного числа** *(администрация и профсоюзный комитет университета представляют…).* Если автор документа – лицо физическое, то действия передаются от **первого лица единственного числа** *(прошу сообщить…; предлагаю провести…; довожу до Вашего сведения…)* и *от* **первого лица множественного** *числа (приглашаем Вас…; рады сообщить Вам…).*

Чаще других в текстах документов встречается глагол *просить.* Он включается *в* тексты разных типов документов, таких как: заявление, служебная записка, жалоба, письма-просьбы, письма-предложения и т.д. Такую употребительность и многофункциональность глагола *просить* специалисты объясняют этикетными требованиями к языку деловых бумаг и психологическими законами делового общения – всегда легче выполнить действие, выраженное в форме просьбы, нежели в форме приказа или указания. Так, в деловых посланиях используют следующие модели, выражающие **просьбы, требования, распоряжения:** *Прошу рассмотреть возможность…; Прошу изыскать для нужд организации…; Обращаемся к Вам с просьбой…;* **напоминание, предупреждение:** *Напоминаем Вам, что срок соглашения истекает…; Организация уведомляет Вас о том, что…;* **предложение:** *По Вашей просьбе предоставляем Вам обзор рынка товаров нашей фирмы…; В ответ на Ваш запрос предлагаем Вам…;* **отказ от предложения:** *Мы не можем предоставить интересующую Вас информацию, так как…; К сожалению, удовлетворить Вашу просьбу не представляется возможным, поскольку…;* **распоряжение, приказ:** *Назначить на должность начальника отдела легкой промышленности…; Обязать руководителей всех подразделений института…',* **сообщение, уведомление:** *Сообщаем, что…; Извещаем Вас о том, что…; Довожу до Вашего сведения, что…;* **обещание, гарантии:** *Гарантируем, что…; Выявленные недостатки будут устранены в кратчайшие сроки….*

В деловом общении нередко возникают ситуации, когда автору послания необходимо заявлять собственную позицию по тому или иному вопросу либо интерпретировать действия другой стороны. В этом случае также могут быть использованы стандартные языковые модели. Например, **модели интерпретации собственной позиции:** *Наши обращения по данному вопросу не привели к положительным результатам…; Возражений против конструкции не имеем…; Мы не сможем поставить Вам…;* **модели интерпретации действий другой стороны:** *Данные Вами обещания не выполняются…; Партия товара прибыла со значительным опозданием…; сумма причиненного ущерба составляет….*

Помимо языковых моделей и синтаксических конструкций, отражающих те или иные ситуации делового общения, следует отметить также **устойчивые обороты речи,** прочно закрепившиеся за официально-деловым стилем. Например: *наименее сложный…; наиболее важный…, наилучший результат…; оказать помощь…; произвести проверку…; руководство считает возможным…*; *организация не возражает…; обеспечить выполнение.; создать необходимые условия…; подтвердить получение…; сообщить данные…; подготовить к отправке…; в сложившихся обстоятельствах…* и т.д.

Итак, стандартизация официально-деловой письменной речи влечет за собой употребление специальных языковых средств, образующих относительно замкнутую систему деловой речи.

##

## Информационное насыщение официальных бумаг

Основное требование к **информационному насыщению документа** – это целесообразное количество включаемой информации, необходимое и достаточное для реализации коммуникативной задачи – убедить, побудить, привлечь внимание, выразить несогласие и т.д. Избыточность, разнородность включаемой в документ информации затрудняет его восприятие, а, следовательно, снижает его эффективность, убедительность. **Структура текста документа** (логическое соединение смысловых аспектов) должна быть «прозрачной», легко воспринимаемой. Наиболее рациональна структура текста документа, состоящая из двух частей. В первой излагаются мотивы, факты и события, послужившие поводом для составления бумаги, во второй – выводы, просьбы, предложения, решения, распоряжения и т.д.

В многоаспектных документах изложение каждого аспекта содержания следует начинать с нового *абзаца,* выделять красной строкой. При этом абзац служит показателем перехода от одной мысли (темы) к другой. Средняя длина абзаца 4–6 предложений, но в текстах документов могут встречаться абзацы, состоящие из одного предложения.

Пример письма, содержащего ответ на запрос:

Сообщаем, что Ваш запрос получен и передан на рассмотрение заводу-изготовителю.

По получении заключения завода ответ на Ваш запрос будет выслан незамедлительно.

Каждое последующее предложение *абзаца* должно быть связано с предыдущим. Специалисты различают два вида контекста: последовательный и параллельный. В **последовательном строе контекста** одно предложение содержательно вытекает из другого, т.е., новая информация предыдущего предложения становится предметом рассмотрения в следующем предложении. Например:

Приглашаем Вас принять участие в научно-практическом семинаре и выступить с докладом. Доклады, представляющие научный интерес, войдут в **сборник** научных трудов ВНИИДАД.

Издание **сборника** запланировано на 2001 г.

**В параллельном строе контекста** несколько последующих предложений поясняют предыдущее, при этом предмет речи, является общим, но в последующих предложениях о нем дается новая информация. Например:

К сожалению, условия контракта №468 о строительстве животноводческого комплекса Вами не выполнены. Сроки завершения строительных работ нарушаются. С августа Ваши подрядчики не появлялись на строительной площадке. Строительство комплекса выполнено лишь на 34%.

Связь между предложениями *абзаца* может осуществляться с помощью **повтора** отдельных фрагментов предыдущего предложения. Например: 1 Повторение одинако вых или однокоренных слов – **лексический повтор:**

СМУ согласно на *строительство* перечисленных в Вашем письме объектов в пионерлагере на сумму… В первую очередь мы приступаем к *строительству* спального корпуса и душевой. *Строительство* этих объектов намечено закончить до открытия лагеря.

2. Использование в последующем предложении местоимения, часто с существительным предыдущего предложения – *местоименный повтор:…*просим выслать *отчет* о… *Этот отчет* будет предоставлен в…

3. Повтор синтаксической конструкции предыдущего предложения в последующем, но с другим лексическим наполнением – **грамматический (синтаксический) повтор:**

*Если* машина или оборудование вышли из строя или не обеспечивают должной производительности или качества выполняемой работы, *то… Если* в машине допущена необоснованная замена деталей, *то…*

Соединение предложений осуществляется также с помощью слов и словосочетаний, выступающих в роли связок. Например: *ввиду вышеизложенного, в порядке оказания помощи, поскольку, согласно, следовательно и т.д.*

При составлении деловых бумаг следует учитывать **информационную роль порядка слов в предложении.** В устной речи наиболее значимое слово выделяется интонационно. В письменной речи информационная роль слова или словосочетания возрастает к концу предложения. Расположение слов в предложении определяется принципом «линейной» подачи материала. Согласно этому принципу сначала в предложение вводится вспомогательная информация, а затем – основная, причем основная информация располагается после сказуемого, а вспомогательная – в начале предложения до сказуемого. В зависимости от того, где находится то или иное словосочетание, меняется смысл предложения. Например: *По решению арбитражного суда задолженность необходимо погасить до 1 июля 2000 года. Задолженность необходимо погасить до I июля 2000 года по решению арбитражного суда.* В первом предложении целью высказывания является указание срока, на который назначено погашение задолженности. Во втором предложении целью высказывания является указание на то, кем вынесено решение о необходимости погасить задолженность.

Особого внимания заслуживает также аспект **убедительности делового послание.** Специалисты отмечают, что информативность и убедительность официального Документа достигаются за счет употребления языковых формул, принимающих правовую силу, представления всех обстоятельств дела в их взаимосвязи, использования придаточных предложений, отражающих причинно-следственные связи, и союзных слов, формирующих логический контекст. Основным условием убедительности любого документа называют его доказательность. Только точные, бесспорные факты должны быть основой делового послания. Убедительность письма зависит также от умения его составителей выразить интересы того предприятия, в адрес которого оно направлено.

Итак, точность в подборе фактов, цифровых данных, четкость словесных формулировок – основа убедительности любого делового послания, особенно в письмах, отражающих экстремальные, кризисные моменты в сфере деловых отношений.

##

## Требования к языку и стилю документов

Язык и стиль официальных бумаг отличается от языка и стиля посланий, в которых авторы выступают как личности. Адресаты.и адресанты официальной корреспонденции являются субъектами правоотношений, а деловое послание может служить предметом прямой правовой оценки. Стиль изложения в деловых посланиях – формально-логический. Его основные признаки: нейтральность, надличностный характер изложения, унификация, типизация речевых средств и стандартизация терминов, сужение диапазона используемых речевых средств, повторяемость отдельных языковых форм на определенных участках текстов документов.

Документируемая информация должна излагаться предельно ясно, четко и недвусмысленно – это основное требование письменного делового общения. Следовательно, к языковым средствам и стилю изложения информации в документе предъявляются особые требования:

– соблюдение лексических, грамматических, стилистических норм, обеспечивающих точность и ясность изложения;

– однозначность используемых слов и терминов;

– нейтральный тон изложения.

Невыполнение этих требований, с одной стороны, затрудняет работу с документами, а с другой – лишает или снижает их юридическую и практическую значимость.

Смысловая точность письменного высказывания в значительной степени обусловлена **точностью словоупотребления,** т.е. использованием слов согласно их значениям. Слово в тексте документа должно употребляться только в одном значении, принятом в официально-деловой письменной речи. В связи с этим затруднения в употреблении могут вызывать слова-паронимы (слова, близкие по звучанию родственные, однокоренные слова, различающиеся значением). Например: *представить* (предъявить, показать: представить отчет) – *предоставить* (дать что-либо в пользование, распоряжение кому-либо: предоставить справку); *проводить* (осуществлять что-либо: проводить совещание) – *производить* (вырабатывать, изготавливать: производить товары).

Невнимание к оттенкам значений, окраскам слов-синонимов также может приводить к смысловым нарушениям в текстах документов. Так, например, слова *построить (стилистически нейтральное), возвести (стилистическая окраска – «высокое»), соорудить (создать нечто технически сложное); воздвигнуть (построить что-либо значительное; высокое)* различаются стилистическими окрасками, оттенками значений и, как следствие этого, имеют разную сочетаемость. Так, например, правильно составлены словосочетания *построить склад, соорудить мост, воздвигнуть арку;* сочетания же *возвести склад, соорудить киоск, воздвигнуть жилой дом* стилистически некорректны.

Нежелательно использование в текстах деловой документации профессионализмов (например, *пересадка* вместо *трансплантация; кардан* вместо *карданное устройство* и др.). Область применения профессионализмов – это, как правило, устная речь, их использование в письменной речи делового общения является стилистической ошибкой. Например, *дострой* вместо *завершение строительства', незавершенка* вместо *незавершенное строительство; студенты-дневники* вместо *студенты дневного обучения, безнал, безналичка* вместо *безналичный расчет.*

**Термины, употребляемые в** деловой документации, должны быть понятны как автору, так и адресату. Если термин является малоупотребительным и его значение может быть непонятным, следует прибегнуть к одному из предлагаемых способов:

– дать официальное определение термина, например: *факторинг –* продажа права на взыскание долгов;

– уточнить, расширить содержание термина словами нейтральной лексики, например:… невыполнение договора вызвано *форс-мажорными* обстоятельствами (ливневыми дождями размыло пути сообщения с заводом);

– убрать термин и заменить его общепонятным словом или выражением.

Трудности в восприятии текста документа может вызывать неоправданное **использование заимствованных слов.** Наиболее типичная ошибка – немотивированное употребление иноязычных слов вместо уже существующих для обозначения понятий привычных слов, например: *паблисити* вместо *реклама; известность, популярность; эксклюзивный* вместо *исключительный; апеллировать* вместо *обращаться.*

В документах не должны употребляться слова и выражения, вышедшие из употребления (архаизмы и историзмы). Следует писать не *при сем направляем,* а *направляем;* не *сего года,* а *этого года (текущего года);* не *настоящим сообщаем,* а *сообщаем;* не *настоящим акт составлен,* а *акт составлен.*

При употреблении **числительных** в текстах документов следует помнить, что однозначные числа воспроизводятся словом, а в случае, если есть указание меры – цифрой (не более *пяти рейсов,* но *9 кг).* Составные числительные записываются цифрами, за исключением тех случаев, когда числительное стоит в начале предложения *(Сто наименований компакт-дисков,* но *комиссия забраковала 15 объектов).* Порядковые числительные записываются с указанием падежных окончаний *(до 16‑го разряда).* В финансовых документах наряду с цифровой записью дается словесная расшифровка.

К стандартным аспектам языка деловой письменной речи относится унификация сокращений, широко используемых в деловых письмах. Сокращаются слова, словосочетания, характеризующиеся высокой частотностью употребления, а также термины, названия организаций, известные правовые акты, своды законов и т.д. Сокращения, используемые в текстах документов, подчиняются определенным правилам:

1. Сокращения должны быть единообразны на протяжении всего документа. Недопустимо сокращать одно и то же слово (словосочетание) по-разному или писать его в одном месте полностью, а в другом сокращенно.

2. Нельзя сокращать слово, если оно является единственным членом предложения.

3. Не допускается сокращение, если оно может повлечь за собой инотолкование, двусмысленность в восприятии фразы.

4. Сокращение слова до одной буквы не допускается, кроме случаев традиционных текстовых сокращений типа: г. (год), г. (господин), л. (лист, листы), с. (село), р. (река), п. (пункт) и др.

##

## Речевой этикет в документе

Этикет – установленный порядок поведения. Деловой этикет – это порядок поведения, установленный в сфере делового общения. В основе правил делового этикета лежит: вежливое, уважительное и доброжелательное отношение к деловому партнеру; соблюдение определенной дистанции между работниками, занимающими разное служебное положение; умение говорить «да» и «нет», не обижая партнера, не задевая его самолюбия; терпимость к чужому мнению, не совпадающему с вашим; умение признать свои ошибки, быть самокритичным; умение использовать в споре аргументы, а не авторитеты.

В письменном деловом общении этикет проявляется в форме и содержании документов и, прежде всего, в формулах обращения, выражения просьб, отказов, претензий, способах аргументации, и др. Как подчеркивают специалисты, этикет – важнейший инструмент в достижении коммуникативной цели и одновременно проявление культуры пишущего. В деловой переписке использование этикетных средств носит регламентированный характер.

**Обращение** – это апелляция к личности адресата. Задача обращения – установить контакт с адресатом, привлечь его внимание, заинтересовать. Обращение – обязательный элемент коммерческой переписки. В последнее время обращение нередко используется и в служебной переписке, если ситуация требует обратиться непосредственно к должностному лицу.

При обращении к адресату учитываются его служебное положение, сфера деятельности, степень личного знакомства. Наиболее общей формулой обращения, которая может использоваться независимо от перечисленных факторов, является: *Уважаемый господин…* (фамилия)! *Уважаемая госпожа…* (фамилия)! *Уважаемые господа!*

При обращении к должностным лицам высших и центральных органов государственной власти и управления, президентам (председателям) обществ, компаний, фирм возможно обращение *с* указанием должности и без фамилии, например: *Уважаемый господин Президент! Уважаемый господин председатель! Уважаемый господин мэр!*

В письмах-приглашениях, извещениях допускается обращение по имени и отчеству: *Уважаемый Владимир Андреевич!*

При обращении к лицам одного профессионального круга возможно обращение: *Уважаемые коллеги!* Правила делового этикета требуют: если текст документа начинается с формулы личного обращения к адресату, то в конце текста, перед подписью, должна быть заключительная формула вежливости *С уважением.*

Согласно традициям отечественного делового этикета при формулировке просьб, запросов, предложений, мнений и т.п. принята форма выражения от первого лица множественного числа:

Предлагаем Вашему вниманию коллекцию обуви сезона «Вес-на-лето‑2000…; Представляем на рассмотрение и утверждение проект торгового комплекса…; Напоминаем, что срок выполнения договора… истекает…

Формула обращения от первого лица единственного числа *прошу, предлагаю, приглашаю* используется в письмах конфиденциального содержания, а также в документах, оформленных на бланках должностных лиц.

Как подчеркивают специалисты в области делового этикета, тональность деловых писем должны определять корректность и оптимизм. Кроме того, убедительность делового послания, его воздействующая сила, зависят от выбранной формы, стиля письма. Убеждает не только информация, но и тональность, в которой ведется переписка, во многих случаях именно она определяет характер делового диалога между фирмами, организациями.

Использование этикетных средств позволяет смягчить категоричность высказывания. Так, например, отказ, смягченный этикетными формулами вежливости, оставляет открытой возможность дальнейшего сотрудничества.

На наш взгляд, цены на Вашу продукцию высоки, что делает невыгодной ее реализацию в нашем регионе.

Мы выражаем надежду на разумную ценовую политику с Вашей стороны, что, в конечном счете, приведет к длительному и плодотворному сотрудничеству.

В функции этикетных средств могут выступать вводные слова, указывающие на отношение автора к предмету сообщения, придающие высказыванию оценочность. Например:

Если рассматривать долю продукции Вашего предприятия в объеме нашей реализации, то она составляет, **к сожалению,** около 7%.

В мировой практике делового письма признаком хорошего тона является выражение благодарности за точность, за своевременный ответ: *Благодарим Вас за своевременный ответ…; Позвольте выразить признательность за участие в….*

По мнению специалистов, этикетные модели выражения радости, надежды, уверенности, одобрения, признательности – не просто украшают текст делового послания, лишая его привычной сухости, но и создают определенную тональность восприятия, влияют на отношение адресата к сообщаемому. Например:

***С удовольствием*** *приглашаю Вас принять участие в…;* ***Имею честь*** *пригласить Вас…; Мы были бы* ***рады*** *видеть Вас на…*

Следует исключить, однако, так называемую ложную вежливость. Вычурные выражения, типа *Будьте так любезны* или *Не откажите в любезности сообщить* и подобные, неуместны в деловых письмах.

С помощью этикетных средств, а также средств образности можно снять чрезмерную официальность, сухость послания, разнообразить интонационный рисунок текста, Придать речи при необходимости экспрессивные оттенки. Пример использования этикетных фраз, устойчивых оборотов разговорной речи в коммерческом информационном письме:

Приносим свои извинения за вновь причиняемое беспокойство. К сожалению, в банке очередное **закручивание гаек, и мы** не

можем получить паспорт сделки без вышеуказанных документов и, следовательно, произвести оплату.

С уважением Подпись

Итак, выбор этикетных средств обусловлен, в первую очередь, коммуникативной заданностью послания. Однако никакой список рекомендуемых выражений не позволит полностью решить проблему официального речевого этикета. Только культура, такт и объективность в оценке тех или иных производственных ситуаций могут подсказать правильный подбор слов и выражений.

## Особенности грамматики официально-деловой письменной речи

Особенности грамматики официально-деловой письменной речи обусловлены требованием максимальной точности и лаконичности описания типовых ситуаций делового общения, а также традицией употребления тех или иных словоформ, оборотов речи, сложившейся в отечественной школе делового письма.

В традиции русского делового письма предпочтительным является употребление страдательных конструкций вместо действительных. Например: не *мы выполним, а нами будет выполнено;* не *Вы предлагаете,* а *Вами предложено.* Страдательный залог, как правило, используется при необходимости подчеркнуть факт совершения действия (оплата гарантируется, предложение одобрено). Однако для придания тексту большей убедительности, а также в случае, когда необходимо указать конкретное лицо или организацию как субъект юридической ответственности более предпочтительной является форма действительного залога. Например: *Завод «Металлист» срывает поставку сырья. Руководитель кооператива не обеспечил технику безопасности.*

**При построении словосочетаний** следует учитывать, что большинство слов в письменной деловой речи употребляется только с одним словом или с ограниченной группой слов. Например: приказ – издается; контроль – возлагается; цена – устанавливается; задолженность – погашается; рекламация (претензия) – предъявляется; платеж – производится; счет – выставляется (оплачивается) и т.д.; доводы – веские; цены – низкие, высокие; скидки – значительные, незначительные; необходимость – настоятельная; сотрудничество – взаимовыгодное, плодотворное, успешное и т.п. – *именные сочетания.*

Нарушение сочетаемости слов официально-деловой окраски воспринимается как стилистические и лексические ошибки и недочеты. Так, в текстах документов не должны появляться словосочетания типа: *дешевые цены, командированные расходы, осуществить оплату, представить справку* (лексические ошибки). Недопустимы также в текстах документов сочетания типа: *дать кредит, большие скидки,* так как они соответствуют разговорной норме делового общения, а их появление в письменной речи является стилистической ошибкой.

При выборе устойчивого языкового оборота следует учитывать особенности фразеологии, сложившейся в официально-деловой речи. При употреблении сравнительной степени предпочтительней сложная форма: *менее важный, более сложный* (а не важнейший, сложнейший). При выражении превосходной степени наиболее употребительна форма с приставкой: *наибольший эффект, наименьший результат* или сочетание положительной степени с наречием «наиболее»: *наиболее важный.*

Довольно часто в текстах документов встречаются ошибки, вызванные неправильным употреблением предлогов **по, в, с, благодаря** и некоторых других. Конструкции с предлогом по и без него различаются стилистической окраской: конструкции без предлога – общеупотребительны, с предлогом – характерны для деловой речи, например: *меры по усовершенствованию, опыты по разведению, мероприятия по предупреждению, расходы по. ремонту.* Вместе с тем не допускается употребление предлога по вместо предлога **о (об)**, если речь идет о конкретной теме, содержании беседы, разговора, выступления, например: *отчитаться о работе, доклад об итогах работы, переговоры о новой сделке.* Предлог по не может указывать на цель действия и не должен употребляться вместо предлога для. Так, например, грамматическая ошибка допущена в следующем предложении: *На заводе немало сделано* по *улучшению качества продукции.* Правильно было бы написать: *На заводе немало сделано* для *улучшения качества продукции.*

Предлог **по** не должен употребляться вместо предлога **из-за,** если указывается причина, связанная с поведением, действиями кого-либо. Например, неправильно построено предложение: *Указание не выполнено по нераспорядительности администрации.* Следовало написать: *Указание не выполнено из-за нераспорядительности администрации.* Исключением являются выражения: *по невниманию, по небрежности, по вине.*

Предлог **благодаря** употребляется только в тех случаях, когда речь идет о положительных изменениях; в случае негативных последствий следует употреблять предлог **из-за,** например: **Благодаря** *высокой технической квалификации специалистов поставленная задача была решена на высоком техническом уровне.* Но: **Из-за** *низкого качества строительных, работ значительное время уйдет на устранение неполадок.*

Следует обращать внимание на согласование предлогов с существительными. При этом необходимо знать, каким падежом управляет предлог. Так, например, с **родительным падежом** употребляются предлоги *в отношении, во избежание, в целях, в течение, в продолжение, касательно, вследствие;* с **дательным падежом** употребляются предлоги *благодаря, в отношении к, применительно к, сообразно, согласно, по.*

Типичным для официально-деловой письменной речи является употребление **деепричастных оборотов.** Деепричастный оборот служит средством передачи действия, происходящего одновременно или в связи с другими действиями. *С* помощью деепричастного оборота можно передать различные оценочные характеристики: внимание, оказанное затронутому в письме вопросу; заинтересованность в скорейшем завершении работы и т.д. Например: *Внимательно рассмотрев представленный к утверждению проект, дирекция считает..* Как отмечают специалисты, деепричастным оборотом следует начинать, а не завершать фразу. Например: *Учитывая…; Считая…*; *Принимая во внимание* и т.д. Обязательным условием употребления деепричастных оборотов является то, что два действия, одно из которых выражено глаголом-сказуемым, а другое деепричастием, должны осуществляться одним и тем же лицом (или относиться к одному лицу). Ошибка в употреблении деепричастного оборота допущена в следующем предложении: *Проработав всего два месяца, у него возникли осложнения с начальником цеха.* Правильно было бы сказать: *Проработав всего два месяца, он испортил отношения с начальником цеха.*

Итак, выбор языкового оборота из числа возможных при составлении деловой бумаги определяется: а) практикой употребления языкового оборота, т.е. степенью его употребительности; б) его правильностью с грамматической точки зрения (с учетом особенностей официально-делового стиля); в) степенью точности и лаконичности в описании управленческой ситуации.

##

## Язык и стиль распорядительных документов

Руководство любой организации наделяется правом издания распорядительных документов. Именно эти документы реализуют управляемость объектов по вертикали. От того, насколько эффективно регулируется деятельность учреждения, зависят результаты его работы.

Основная задача распорядительных документов – придание юридической силы тому или иному действию руководителя. В связи с этим **язык и стиль** этого типа документации отличается жесткой **регламентированностью, стандартизацией языковых моделей.** Использование сложившихся формулировок *освободить от занимаемой должности…; создать комиссию в составе…* и под. указывает на то, каким именно действиям придается юридический статус.

Текст распорядительных документов (постановление, приказ, решение) состоит, как правило, из двух частей: констатирующей и распорядительной. Текст излагается логически последовательно, четкими фразами, без сложных придаточных и уточняющих оборотов. Недопустимо употребление многозначных слов, примечаний и ссылок. **В констатирующей части** кратко излагаются причины, цели, мотивировка, послужившие основанием для издания распорядительного документа, или обосновывается причина его выпуска. Констатирующая часть начинается словами: *в соответствии, в целях, во исполнение.* Констатирующая часть отсутствует, если предписываемые действия не нуждаются в разъяснении, например, распоряжения о назначении комиссий, об утверждении инструкций, актов и т.п. **Распорядительная часть** документа содержит перечень мероприятий или предписываемых действий, их исполнителей и сроков исполнения.

В текстах распорядительных документов, издаваемых на принципах **коллегиальности,** принята форма изложения от третьего лица единственного числа (ПОСТАНОВЛЯЕТ, РЕШИЛ) или множественного числа (ПОСТАНОВИЛИ, РЕШИЛИ), если документ составляется от имени двух и более организаций.

**Постановление** – правовой акт, принимаемый высшими и некоторыми центральными органами федеральной исполнительной власти, действующими на основе коллегиальности, а также правительственными и коллегиальными исполнительными органами субъектов Российской Федерации в целях разрешения наиболее важных и принципиальных задач, стоящих перед данными органами, и установления стабильных норм, правил.

Текст постановления может иметь вступительную часть, если требуется дать разъяснение целей и мотивов издания постановления. Вступительная часть заканчивается ключевым словом «ПОСТАНОВЛЯЕТ». Если постановление не нуждается в обосновании, его текст начинается непосредственно с ключевого слова, например: *Общее собрание акционеров ПОСТАНОВЛЯЕТ…*

**Решение** – правовой акт, принимаемый коллегиальными и совещательными органами учреждений, предприятий, фирм в целях разрешения наиболее важных вопросов их деятельности. Решения оформляются в том же порядке, как и постановления, но ключевым словом текста является глагол «РЕШИЛ», «РЕШИЛА», «РЕШИЛИ», например: «Коллегия РЕШИЛА…». В распорядительных документах, издаваемых на принципах **единоначалия,** используется форма изложения от первого лица единственного числа (ПРИКАЗЫВАЮ, ПРЕДЛАГАЮ, ОБЯЗЫВАЮ).

**Приказ** – распоряжение руководителя, основной распорядительный служебный документ повседневного управления, содержащий нормы, обязательные для исполнения подчиненными. Приказы оформляются на специальном бланке – бланке приказа или общем бланке организации с указанием вида документа – ПРИКАЗ. Обязательными реквизитами приказа являются: наименование вышестоящей организации (если она имеется), название вида документа, дата и номер документа, место издания, заголовок к тексту, подпись, визы. Заголовок, обязательный реквизит приказа, должен быть кратким и четко выражать основное содержание документа. При этом строится заголовок по схеме «О чем?», например: *Об увеличении уставного капитала общества.*

В первой части распорядительного документа указываются основание или причина составления документа. Во второй части излагается решение руководителя. Если содержание документа не нуждается в пояснении, его текст содержит только распорядительную часть. Распорядительная часть приказа излагается в повелительной форме от первого лица и начинается словом «ПРИКАЗЫВАЮ», которое печатается прописными буквами без разрядки с новой строки, от края левого поля. При этом пункты, которые включают управленческие действия, носящие распорядительный характер, начинаются с глагола в неопределенной форме. Например:

ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Создать комиссию в составе…

Если же задание или действие предполагает конкретного исполнителя, соответствующий пункт документа должен начинаться с указания должности и фамилии исполнителя в дательном падеже. В качестве исполнителей могут быть указаны организации или структурные подразделения. Например:

ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Бухгалтерии университета открыть расчетный счет…

Указание срока исполнения дается отдельной строкой, например: *Срок представления 25.06.01.* В последнем пункте распорядительной части указывают конкретных лиц, на которых возлагается контроль за исполнением распорядительных документов. Например: *Контроль за исполнением настоящего приказа оставляю за собой.*

**Распоряжение** – правовой акт, издаваемый единолично руководителем, главным образом, коллегиального органа управления в целях разрешения оперативных вопросов. Распоряжения составляются и оформляются по тем же правилам, что и приказы. Различие между ними состоит в том, что в текстах распоряжений отсутствует ключевое слово, разделяющее вводную и распорядительную части.

**Указание** – правовой акт, издаваемый единолично руководителем организации или его заместителями преимущественно по вопросам информационно-методического характера, а также по вопросам, связанным с организацией выполнения приказов, инструкций данной или вышестоящей организации. Указания составляются и оформляются аналогично приказам, но ключевыми словами в тексте указания могут быть: «ОБЯЗЫВАЮ» или «ПРЕДЛАГАЮ», в зависимости от содержания указания.

## Язык и стиль коммерческой корреспонденции

**Коммерческая корреспонденция –** один из видов официально-деловых писем, которыми обмениваются предприятия, деловые партнеры при заключении сделок, выполнении коммерческих операций. Коммерческие письма составляются от имени юридических лиц и имеют правовую силу. От того, насколько точно, грамотно и убедительно составлено коммерческое письмо, зависит в конечном итоге успех будущей сделки. Коммерческое послание, помимо ясности и точности изложения, должно отличаться также определенной воздействующей силой, в связи с чем при составлении текста письма должны учитываться психологические факторы era восприятия адресатом. Элементами такого рода воздействия являются этикетные фразы и конструкции, не только создающие определенные рамки корректности и вежливости, но и задающие общению определенную тональность. Например: 1. *Согласно нашей договоренности просим сделать нам предложение на поставку…2. Мы будем рады, если Вы сообщите нам о возможности поставки….* Оба предложения выражают просьбу, однако второе настраивает адресата на установление уважительных, доброжелательных отношений.

Коммерческую корреспонденцию составляют такие виды писем, как письмо-запрос, письмо-предложение (оферта), письмо-ответ (на запрос, предложение), письмо-претензия (рекламация).

**Коммерческий запрос** – это документ, представляющий собой обращение лица (организации), желающего заключить сделку (покупателя к продавцу, импортера к экспортеру), с просьбой дать подробную информацию о товаре (услугах и т.п.) и (или) направить предложение на поставку товара (обращение продавца к покупателю). Письмо-запрос обычно состоит их двух частей. Во введении в повествовательной форме излагается существо вопроса; в заключении ставятся вопросы, на которые ожидается ответ адресата. Запрос должен быть кратким, со ссылкой на соответствующие нормативные материалы, достигнутые договоренности, прежние письма.

В содержание коммерческого запроса, как правило, входят такие аспекты, как наименование товара (услуг) и условия, на которых автору запроса желательно получить товар. Запрос такого типа входит в группу **контрактных документов** и используется в операциях по подготовке и заключению сделки. Содержательные аспекты запроса реализуются с помощью устойчивых языковых моделей, таких, например, как: *Просим выслать нам предложение на поставку…; Будем весьма признательны, если Вы сообщите нам о…; Обращаемся к Вам с просьбой выслать нам предложение…*

Письмо-запрос может содержать следующую информацию: о принятии запроса к рассмотрению; о выяснении возможностей поставки товара, интересующего покупателя; об отказе поставить товар, интересующий покупателя; об изменении условий запроса (изменении количества товара, марки, сроков поставки и т.п.);

**Ответ на запрос** формулируется в зависимости от конкретной ситуации, т.е. от степени возможности и готовности продавца удовлетворить пожелания покупателя. Письмо-ответ может иметь форму трафаретного или обычного письма. В случае **отказа** поставить интересующий покупателя товар в письме-ответе могут быть использованы следующие типовые модели: *К сожалению, мы не можем ответить на Ваш запрос положительно и выслать Вам конкретное предложение на поставку…; Мы просим Вас отложить этот вопрос до….* Если продавец может сразу удовлетворить просьбу покупателя и поставить интересующий его товар, он направляет предложение.

**Письмо-предложение (оферта)** – это заявление продавца, экспортера о желании заключить сделку с указанием ее конкретных условий. Предложение может быть направлено в ответ на запрос покупателя либо по инициативе продавца. В предложении обычно указываются наименование предлагаемого товара, количество и качество товара, цена, срок поставки, условия платежа, род упаковки и другие условия поставки в зависимости от характера товара.

При составлении предложения используются стандартные модели: *В ответ на Ваш запрос от… мы предлагаем Вам…; Товар сертифицирован (снабжен сертификатом качества)…; Товар будет поставляться в… квартале текущего года.*

**Ответ на предложение.** Ответ на предложение может содержать согласие на условия предложения, подтверждение принятия предложения. В этом случае сделка считается законченной. Принятием предложения является выдача *заказа* или заключение контракта. Если покупатель не согласен с условиями предложения или не заинтересован в предлагаемом товаре, он отклоняет предложение. В этом случае между продавцом и покупателем может установиться переписка до тех пор, пока не будет достигнута полная договоренность.

**Письмо-претензия (рекламация) –** коммерческий документ, представляющий собой выражение претензий к стороне, нарушившей принятые на себя по контракту обязательства, и требование возмещения убытков. Рекламация должна содержать: основания для предъявления претензии; доказательства – ссылки на нормативные акты, документы (акт экспертизы, акт приемки и т.д.); конкретные требования стороны, предъявляющей претензию (например, требование замены некачественного товара; требование уценки товара и т.д.)

При составлении текста рекламации используются стандартные модели: *К сожалению, мы должны поставить Вас в известность, что…; К нашему огромному сожалению, условия контракта Вами не выполнены; Мы официально заявляем Вам рекламацию на…*

**Ответ на рекламацию.** В ответе на рекламацию сообщается, что претензия принята к рассмотрению; претензия удовлетворяется полностью или частично (с указанием срока и способа ее удовлетворения); претензия отклоняется (полностью или частично) с указанием мотивов отказа с соответствующей ссылкой на нормативные акты и другие документы, которые его обосновывают. Стандартные модели ответа на рекламацию: *Приносим свои извинения за…; Ваша претензия признана необоснованной.*

В последнее время широкое распространение получили **коммерческие документы информационно-рекламного характера:** товарное предложение, сообщение о видах производимых товаров и услуг. К ним предъявляются особые требования: запоминаемость, способность вызвать коммерческий интерес. Письма этого типа являются нерегламентированными; отличаются большей свободой выбора языковых средств. Так, в них часто встречаются оценочные конструкции: *безупречная работа, разумная ценовая политика, гибкая система скидок.* Информативность рекламных коммерческих писем отличается нацеленностью на интересы, практические потребности потенциального потребителя, партнера.

## Язык и стиль справочно-информационной документации

Информация о фактическом положении дел в системе управления содержится в различных источниках. Важнейшее место среди них занимают **справочно-информационные и справочно-аналитические документы: акты, справки, служебные записки и др.** Документы этого типа имеют правовую силу, а, следовательно, к их форме, содержанию, языку и стилю предъявляются особые требования. Язык и стиль справочно-информационной и справочно-аналитической документации отличается жесткой регламентированностью языковых форм и средств, стандартизацией языковых моделей.

**Акт** – документ, составленный несколькими лицами и подтверждающий установленные факты или события (прилагается к письму-претензии или к рекламации). Текст акта состоит из двух частей. В вводной части акта указывается распорядительный документ, на основании которого составляется акт, событие или действие, послужившие причиной составления акта, его номер и дата. В основной части акта излагаются установленные факты, а также выводы и заключения. Если акт составлен комиссией, то первым указывается председатель комиссии. Фамилии членов комиссии располагаются в алфавитном порядке. Слова *Основание, Председатель, Члены комиссии, Присутствовали* пишутся с прописной буквы.

Акты составляются при передаче материальных ценностей; списании пришедшего в негодность имущества; в случае несоответствия заявленных в сопроводительных документах ценностей, документов и их наличия и т.д.

**Справка** – документ, содержащий запрошенную информацию или подтверждение тех или иных фактов или событий. Как правило, содержанием справки подтверждается определенная информация о предъявителе, чаще всего – выборочные анкетные данные (фамилия, имя, отчество, дата и место рождения, стаж работы в последней должности или в целом, сведения об образовании и т.д.). Справки могут содержать сведения служебного характера, например, сведения о начислении заработной платы. Справки выдаются без оставления копий, кроме тех случаев, когда это диктуется соображениями служебного характера.

Как и любой документ, справка включает определенный набор реквизитов, оформляемых соответствующим образом.

Наименование документа оформляется заглавными буквами посередине листа на два интервала ниже углового штампа организации. Основной текст излагается с соблюдением определенных правил последовательности, с использованием типовых моделей: *«Дана…* (фамилия, инициалы или полные имя и отчество) *в том, что…*»; *«Настоящая справка выдана…* (помимо фамилии могут быть указаны другие необходимые анкетные данные) *в том, что…».* Сведения об организации, для которой выдана справка, размещаются на один интервал ниже основного текста, например: *Выдана для предоставления в кассу Аэрофлота.* Сведения о сроке годности справки размещаются на один интервал ниже сведений об организации: *Справка действительна в течение 10 дней со дня выдачи.* Реквизит *подпись* включает должность, личную подпись, фамилию и инициалы лица, выдавшего справку. Подпись заверяется печатью организации.

**Служебная записка** – документ, адресованный руководству, в котором излагается какой-либо вопрос с выводами и предложениями составителя. Различают несколько видов служебных записок: докладные, аналитические, обзорные, информационно-статистические и др. В **докладной записке** кратко освещаются конкретные служебные вопросы, раскрывается их действительное состояние. Приводимые факты дополняются кратким анализом их содержания. **Аналитические записки** включают подробный анализ ситуации; излагаемые факты (данные, события) комментируются, увязываются с ранее поступившей информацией. **Обзорные записки** содержат краткую информацию о нескольких тесно взаимосвязанных проблемах. При этом дается их сжатый комплексный анализ. Часто записки этого типа дополняются справками, детализирующими освещение наиболее важных сторон проблемы. Главное содержание **информационно-статистических** записок составляют цифры, данные, располагаемые наиболее наглядным, удобным для восприятия образом (в форме таблиц, графиков и т.п.). Служебные записки этого типа не содержат подробного анализа приводимых в них данных.

Служебная записка, как правило, состоит из заголовка, сведений об адресате и разработчике, даты написания, наименования темы, основного текста, подписи разработчика, указаний на приложения.

**Заявление** – внутренний служебный документ, предназначенный для доведения до сведения должностного лица (как правило, вышестоящего) информации узкой направленности. В абсолютном большинстве случаев заявление пишется от имени одного лица, однако могут иметь место и коллективные заявления, когда проблема, поднимаемая в документе, затрагивает интересы сразу нескольких человек или даже всего коллектива. Различают несколько основных видов заявлений: **заявление-просьба (ходатайство); заявление-жалоба; заявление-объяснение (объяснительная записка).**

Заявления всегда пишутся по конкретному поводу и посвящены, как правило, одному вопросу. Пишутся заявления на имя того лица, в компетенции которого находится поднимаемый вопрос. При составлении заявления необходимо учитывать особенности оформления его реквизитов.

Декану Северо-Кавказской академии

государственной службы (Ф.И.О.)

студента 1 курса (Ф.И.О.)

Заявление

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

Прилагаю письмо с сообщением о болезни моего отца. 25.03.2000

(подпись)

Особенность официальных бумаг этого типа состоит в том, что, как правило, это документы, идущие **снизу вверх** по системе управления: от работника к руководителю подразделения, от руководителя подразделения к руководителю организации, от подведомственной организации к вышестоящей.

##

## Реклама в деловой речи

В последние годы в практике русской деловой переписки наметилась тенденция к большей свободе в выборе языковых средств, стремление к персонифицированному стилю изложения. Эта тенденция проявляется в первую очередь в языке и стиле **рекламной деловой корреспонденции.** Широкое распространение получили документы информационно-рекламного характера: **товарное предложение; сообщение о видах производимых товаров и услуг; резюме.**

Специфика рекламных писем заключается в том, что к ним предъявляются такие требования, как запоминаемость, способность вызвать коммерческий интерес. Это обусловливает необходимость творческого подхода к составлению писем; позволяет использовать языковые средства выразительности с целью привлечь внимание к излагаемой информации. Широко используются оценочные конструкции типа: *безупречная работа, разумная ценовая политика, надежные (добрые) партнерские отношения, гибкая система скидок, успешное (плодотворное) сотрудничество* и т.п., повышающие эмоциональную привлекательность текста делового письма и придающие ему конструктивную тональность.

Основное требование к тексту рекламного послания (впрочем, как и к текстам деловых посланий других типов) – информативность и убедительность. Однако **информативность рекламного письма** должна отличаться нацеленностью на интересы, практические потребности потенциального потребителя, заказчика, партнера. Кроме того, она не должна быть избыточной, так как это затрудняет ее восприятие. В то же время информативность Должна быть достаточной для удовлетворения интереса потребителя.

Рекламное деловое письмо должно содержать конкретное коммерческое предложение (чаще всего одно), излагаемое, как правило, в заключительной части послания. Например:

При положительном отклике на наши предложения объем реализации Вашей продукции может быть доведен до 15 000 – 17 000 единиц в год, что делало бы целесообразным установление дилерских отношений.

С уважением Подпись

При составлении рекламного делового письма необходимо выделять и определять как можно более четко все ключевые аспекты сообщения и тщательно проверять текст с точки зрения ясности, простоты и тона изложения. Стилистические недочеты, приводящие к двусмысленности, безусловно, недопустимы в текстах рекламных деловых посланий, поскольку снижают их воздействующий эффект. Например:

…Гибкая система скидок на продукцию **Вашего** предприятия позволит нам успешно конкурировать с **Вашей** продукцией на рынке **нашего** региона.

Приведенный фрагмент информационно-рекламного письма перенасыщен личными местоимениями (вашего, вашей, нам, нашего). Кроме того, многозначность глагола *конкурировать* создает двусмысленность высказывания. Из данного предложения не ясно, намерен ли автор послания соперничать с адресатом (производителем продукции), либо, продавая продукцию адресата, соперничать с другими торговыми фирмами региона.

Новые реалии жизни заставляют каждого, кто ищет работу, осваивать приемы саморекламы, запасаться **письмами-рекомендациями,** составлять **резюме.** В последнее время термин *резюме* употребляется в значении «краткое письменное изложение биографических данных, характеризующих образовательную подготовку, профессиональную деятельность и личные качества человека, претендующего на ту или иную работу, должность». Именно это значение, пришедшее в нашу речь из американского варианта английского языка, все более устойчиво закрепляется за словом *резюме* (например, *конкурс резюме, разослать резюме, подготовить резюме на русском и английском языках).*

Резюме в чем-то схоже со служебной анкетой, но в отличие от заполнения граф анкеты, написание резюме является творческим процессом. Именно поэтому не существует единого стандарта или жестких форм для его написания. Главная задача при составлении резюме – как можно более выигрышно (и в то же время предельно объективно) представить себя и свою рабочую биографию.

Очень важно уметь выделить из собранной персональной информации ту, которая непосредственно относится к выбранной работе, – это касается и образования, и опыта работы, и личных качеств, и характеристики дополнительных навыков. Типовое резюме включает:

– наименование документа;

– персональные данные соискателя (фамилия, имя, отчество, дата и место рождения, семейное положение);

– адреса и телефоны соискателя с указанием времени для контактов;

– наименование вакансии, на которую претендует автор резюме;

– основной текст, включающий в себя перечень мест работы и (или) учебы в хронологическом порядке, с указанием полного официального наименования организации, времени пребывания в них, наименование занимаемой должности (наименование учебной специальности);

– дополнительные сведения (опыт внештатной работы, общественная деятельность, профессиональная переподготовка);

– прочие сведения (сопутствующие знания и навыки: иностранные языки, заграничные поездки, владение компьютером, вождение автомобиля);

– интересы, склонности, имеющие отношение к предполагаемой профессиональной деятельности соискателя;

– рекомендации (сведения о рекомендациях);

– дата написания резюме;

– подпись соискателя.

Говоря об информативности резюме, специалисты отмечают, что слишком долгий и однообразный перечень мест работы с сопутствующими датами и названиями организаций может произвести неблагоприятное впечатление на потенциального работодателя, так как в этом случае может сложиться впечатление об односторонности претендента в плане его профессиональной пригодности. Поэтому рекомендуют просто подытожить общий стаж работы в сопоставимых должностях. Например: *Работал технологом в течение десяти лет на машиностроительных предприятиях* или *В 1992–1997 гг. – мл. экономист, экономист, ст. экономист управления фабрики «Орловский текстиль».*

##

## Новые тенденции в практике русского делового письма

Девяностые годы двадцатого века стали периодом значительных изменений в экономике, в области социальных отношений. Они коснулись практически всех сторон жизни, и в первую очередь сферы делового общения. Новые ситуации делового общения требуют совершенствования форм документационного обеспечения; адекватности формы и стиля деловых бумаг мировым стандартам. Обобщая изменения в официально-деловой письменной речи, отмечаемые в последнее время, можно сказать, что они идут по трем основным направлениям: изменения в области *терминологии; либерализация языка и стиля* деловых писем (в первую очередь, нерегламентированных); появление новых документов.

Вхождение России в систему мировых экономических отношений определяет необходимость соответствия отечественной практики делового общения, делового письма мировым стандартам, в том числе на уровне **терминологии.** Именно это является одной из основных причин активного проникновения иноязычных слов и терминов в русскую официально-деловую письменную речь. Однако среди недавно появившихся иноязычных терминов таких, например, как *оферта* (предложение), *прайс-лист* (перечень видов товаров, услуг и т.д. с указанием их цены или расценок на них), *презентация* (в деловом письме – жанр рекламного текста (письмо-презентация), *чартер* (договор об аренде судна (самолета) в рамках конкретного срока) и другие. Есть слова, называющие новые понятия *(чартер, презентация, резюме),* а есть слова, дублирующие русскоязычные (или заимствованные, но уже ставшие привычными) названия давно бытующих понятий и явлений *(контракт –* договор, соглашение; *оферта –* коммерческое предложение; *прайс-лист –* прейскурант). Заимствования первого типа мотивированы появлением новых реалий жизни, заимствования второго типа – стремлением приблизиться к мировым стандартам официально-деловой терминологии. Именно вторая тенденция вызывает в некоторых случаях вытеснение русскоязычных терминов и терминологических словосочетаний иноязычными синонимами, что в итоге может привести к чрезмерному насыщению деловой письменной речи заимствованиями. Однако, как отмечают специалисты, языковой базой отечественного делового письма должен оставаться русский язык с его богатейшими возможностями и традициями.

В последние годы в практике русской деловой переписки наметилась **тенденция к большей свободе в выборе языковых средств,** в том числе экспрессивных; стремление к персонифицированному стилю изложения. Эти тенденции проявляются в первую очередь в языке и стиле рекламной деловой корреспонденции, документах информационно-рекламного характера, таких как: **торговое предложение; сообщение о видах производимых товаров и услуг; рекомендательное письмо; резюме.** Требования к языку и стилю такого рода документов существенно отличаются от требований к составлению строго регламентированных деловых бумаг. Специфика рекламных писем заключается в том, что к ним предъявляются такие требования, как запоминаемость, способность вызвать коммерческий интерес. Это обусловливает необходимость творческого подхода к составлению текстов рекламных писем; позволяет использовать языковые средства выразительности с целью привлечь внимание к излагаемой информации; расширяет возможности выбора структурной модели текста. Так, например, информационно-рекламные письма нередко строятся по модели: риторический вопрос – информационный текст, являющийся ответом на поставленный вопрос. Такая модель не только иллюстрирует процесс рассуждения, но и наталкивает на принятие решения.

Что отличает товары фирмы…?

1. Качество. Товары, производимые фирмой…, имеют гарантию качества в течение… и отвечают требованиям самых взыскательных покупателей.

2. Ассортимент. Фирма… предлагает самый широкий выбор…

3. Цены. Мы уверены, что реалистичность ценовой политики и скидки постоянным партнерам – ключ к взаимовыгодному сотрудничеству.

Широкое использование оценочных конструкций типа: *безупречная работа, разумная ценовая политика, надежные (добрые) партнерские отношения, гибкая система скидок и т.п.* повышает эмоциональную привлекательность текста делового письма, придает ему конструктивную тональность.

Информативность рекламного письма должна отличаться нацеленностью на интересы, жизненные, практические потребности потенциального потребителя, заказчика, партнера.

Новые аспекты социальных взаимоотношений, экономические реалии обусловливают **появление новых документов.** Так, в частности, поиск работы связан с необходимостью осваивать приемы саморекламы, запасаться **письмами-рекомендациями,** составлять **резюме.**

**Рекомендательное письмо** составляется должностным лицом или человеком, авторитетным в какой-либо области знаний, деятельности, и дает краткую характеристику работника с точки зрения его профессиональной компетентности, творческих и организаторских способностей, трудовой дисциплины, личных качеств, имеющих наибольшее значение для будущей деятельности представляемого. Вывод подтверждает пригодность представляемого к тому или иному виду деятельности.

**Резюме** – краткое письменное изложение биографических данных, характеризующих образовательную подготовку, профессиональную деятельность и личные качества человека, претендующего на ту или иную работу, должность.

Резюме в чем-то схоже со служебной анкетой, но в отличие от заполнения граф анкеты, написание резюме является творческим процессом. Именно поэтому не существует единого стандарта или жестких форм для его написания. Главная задача при составлении резюме – как можно более выигрышно (и в то же время предельно объективно) представить себя и свою рабочую биографию. Очень важно уметь выделить из собранной персональной информации ту, которая непосредственно относится к выбранной работе, – это касается и образования, и опыта работы, и личных качеств.

Итак, можно сказать, что в настоящее время русская официально-деловая письменная речь переживает этап преобразований, проявляющихся как на уровне понятий, так и на уровне терминологии. В результате этих преобразований русское деловое письмо приобретает свойства, позволяющие ему быть инструментом эффективного делового общения в рамках внутригосударственных и международных отношений.

## Особенности русской и зарубежной школ делового письма

Знакомство с зарубежной школой делового письма является 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 остается строгая функциональность, так называемый «телеграфный» стиль. В то время как в западной и американской деловой переписке к письму предъявляются те же требования, что и к разработкам рекламного характера; общепринятым является стремление автора продемонстрировать свое красноречие и эрудицию.

В книге известного американского специалиста в области 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 (формула 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.

Сопоставление правил написания делового письма, выделяемых Р. Теппером (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) с требованиями, предъявляемыми к официальному письму в отечественной практике деловой переписки, позволяет определить общие и принципиально отличные 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 формы множественного числа «Предлагаем», «Сообщаем», собирательные существительные *администрация, дирекция* используются, в частности, и в тех случаях, когда письмо подписывается конкретным должностным лицом. 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 представлены как «МЫ-подход» (например: *«Мы была 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.*

В практике отечественной деловой переписки тексту письма не всегда предшествует **обращение.** Без обращений обычно составляются тексты сопроводительных писем, писем-напоминаний, договорных писем и др. Следует заметить, что в последнее время обращение все чаще включается в текст официального послания и становится обязательным элементом русского делового письма. Отсутствие обращения допустимо, если адресат – коллективный субъект, а также если послание представляет собой трафаретное письмо.

**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…* чаще всего встречаются в нерегламентированных письмах, письмах, адресованных конкретному официальному или частному лицу. По стандартам западного и американского делового письма **обращение и заключение** являются обязательными элементами официального послания любого типа.

Основным условием убедительности любого делового документа является его доказательность. Доказательность же в первую очередь обеспечивается 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 в первую очередь от умения его составителей выразить интересы того предприятия, в адрес которого оно направлено.

Существенно различаются требования к составлению деловых писем в разных школах делового письма с точки зрения **стиля** сообщения. Для отечественной деловой переписки традиционным является надличностный характер изложения, отличающийся предельной рациональностью, жесткостью используемых языковых форм и моделей. Для Делового послания западной официально-деловой переписки характерны элементы разговорного стиля, большая свобода в выборе слов и синтаксическом построении предложений, обращение к личности адресата.

При составлении деловой корреспонденции для зарубежных партнеров следует учитывать, что правила оформления деловых писем, состав и месторасположение реквизитов, принятые в отечественном деловом письме, отличаются от **стандартов оформления деловых писем международного образца.**

Знакомство с традициями зарубежной школы делового письма расширяет общее представление о стиле и приемах письменного делового общения. Однако механический перенос языковых стандартов, правил оформления деловых бумаг, принятых за рубежом, в практику отечественной деловой переписки нельзя считать продуктивным, поскольку это противоречит общему требованию унификации языка и стиля документов.