

811.161.1
P89



РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ

Г А Р Д А Р И К И

РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ

под редакцией профессора *В. И. Максимова*

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

МОСКВА
2001

УДК 82. 085. 4 (075. 8)
ББК 88. 53
Р89

Рецензенты:

Заведующий кафедрой общей социологии Санкт-Петербургского
государственного университета доктор философских наук,
профессор *И. П. Яковлева*
Заведующая кафедрой русского языка Санкт-Петербургского
государственного университета технологии и дизайна
кандидат филологических наук, профессор *Н.Т. Свидинская*

Коллектив авторов:

Д-р филол. наук, проф. *В. И. Максимов* – гл. I, § 1 (в соавторстве), гл. IX, § 1–6; канд. филос. наук, доц. *Н В Казаринова* – гл. I, § 1 (в соавторстве), § 2, 3, гл. V, § 1–3, гл. VIII, § 1, 2, 4; канд. пед. наук, доц. *Н. Р. Барабанова* – гл. V, § 4, гл. VI; канд. филос. наук, доц. *А. Ф. Иванов* – гл. IV; д-р филол. наук, проф. *В. И. Коньков* – гл. III; канд. филол. наук, доц. *А. Д Кривоносов* – гл. II, § 3, 4; канд. филол. наук, доц. *Т. И. Попова* – гл. VIII, § 3; д-р филол. наук, проф. *Р. В. Одеков* – гл. X, прилож.; канд. экон. наук, доц. *Н К. Розова*, д-р техн. наук, проф. *И А Цикин* – гл. VII; *Л В. Сretenская* – гл. II, § I, 2, 5

Русский язык и культура речи: Учебник / Под. ред. проф. Р89 В. И. Максимова. - М.: Гардарики, 2001. - 413 с.

ISBN 5-8297-0009-3 (в пер.)

Учебник в развернутом виде представляет теоретический материал, очерченный программой, имеет практическую направленность, учит выполнению действий, приводящих к формированию умений и навыков делового общения. К каждой главе приложены контрольные вопросы и список рекомендуемой литературы.

Предназначен для студентов высших учебных заведений.

УДК 82. 085. 4 (075. 8)
ББК 88. 53

ПРЕДИСЛОВИЕ

Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования Российской Федерации (М., 2000), формирующий государственные требования к минимуму содержания и уровню

подготовки специалистов, включает в обязательный минимум специальных дисциплин курс под названием «Русский язык и культура речи». Этот курс обязателен при подготовке бакалавров. Однако в настоящее время отсутствует учебное пособие по новому курсу. Предлагаемый учебник восполняет имеющийся пробел в методическом обеспечении этого курса.

Структура учебника такова. Он открывается главой, которая вводит в сложный мир русского языка: раскрывает отличие понятий языка и речи, функции и особенности языка и речи, знакомит с определенными понятиями и основными терминами, а главное – объясняет специфику речи в межличностных и общественных отношениях. К этой части учебника примыкает глава, в которой рассказывается о разновидностях речи: устной и письменной, диалоге и монологе, функционально-смысловых типах речи и ее функциональных стилях.

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

Очередные две главы специально посвящены профессиональному общению в деловой сфере. Разговор идет о методике собеседования и проведения деловых совещаний, коммерческих переговоров, их этапах и т. д.

Еще две главы посвящены использованию технических средств в социальных коммуникациях – телефаксов, электронной почты, компьютерных систем, переговорных устройств и др. и особенностям выступления перед микрофоном и телевизионной камерой.

Значительное место в учебнике занимает материал, связанный с культурой речевого общения и с оформлением служебной документации.

Учебник нацелен на представление современных взглядов, касающихся русского языка и культуры речи в начале XXI в. Это нашло отражение в теоретической части, в частности, в соединении представлений о языке и речи с лингвистической и психологической точек зрения; в выделении среди письменных разновидностей речи ее функционально-смысловых типов; в детальном освещении коммуникаций, связанных с переговорными процессами в деловой среде, в привлечении в качестве иллюстративного материала современных источников (официальных документов, научных и публицистических текстов), актуальной лексики и фразеологии; в описании новых технических средств общения, ускоряющих его и делающих более эффективным; в указании на формирование новых правил правописания и т. д. и т. п.

Учебник не только в развернутом виде представляет теоретический материал, очерченный программой, но и имеет очевидную практическую направленность, учит выполнению действий, приводящих к формированию умений и навыков делового общения. В нем в достаточной степени представлены контрольные вопросы. Задания для практических занятий по каждой теме включены в отдельно изданный «Практикум» (М.: Гардарики, 2000). К каждой главе учебника приложены контрольные вопросы и список рекомендуемой литературы, которая представляется автору актуальной.

Может быть рекомендовано следующее распределение учебных часов на изучение той или иной темы.

№	Наименование темы	Количество часов	
		лекции	практ. занятия
1	2	3	4
1	Речь в межличностных и общественных отношениях	4	4
2	Разновидности речи	2	2
3	Ораторская речь	2	2
4	Логика, этика и эстетика речи	2	2
5	Логические и психологические приемы полемики	2	2
6	Деловые беседы Деловые совещания. Телефонный разговор	4	4

7	Речевые коммуникации в деловых переговорах	4	4
8	Использование технических средств в коммуникации	2	2
9	Особенности речи перед микрофоном и телевизионной камерой	2	2

Продолжение

1	2	3	4
10	Культура речевого общения	4	4
11	Служебная документация	4	4
12	Аннотирование и реферирование	2	2
Всего		34	34

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

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

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

Научный редактор профессор *В И Максимов*

ГЛАВА I

РЕЧЬ В МЕЖЛИЧНОСТНЫХ И ОБЩЕСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЯХ

Когда люди встречаются, они разговаривают. Не всегда, не везде, но в большинстве случаев Они могут вступать в контакт, даже находясь далеко друг от друга, используя письменную речь. Речь - это то, что составляет саму суть социального взаимодействия, а самые разнообразные виды разговоров - от повседневной болтовни до эмоциональных признаний, от деловых совещаний и переговоров до выступлений в средствах массовой информации – становятся предметом теории речевой коммуникации.

В данной главе описываются некоторые важные особенности языка, его соотношение с речью, даны характеристики речевого поведения в межличностном и социальном взаимодействии.

§ 1. Язык и речь

Язык и сопредельные с ним понятия

Относительно природы и сущности языка имеется несколько точек зрения. Одни считают его наподобие растениям *биологическим явлением*, наследуемым человеком от своих родителей. Другие рассматривают язык как *психическое явление*, как проявление «духа божьего и человеческого» (вспомним библейскую легенду о сотворении мира: «Вначале было слово»). Третьи признают язык *социальным явлением*, возникшим и развивающимся в силу потребности людей в общении.

Сам термин *язык* обычно употребляется в двух значениях: 1) язык вообще как абстрактное представление о едином человеческом языке – определенном классе знаковых систем; 2) какой-либо конкретный язык как реальная знаковая система, используемая для общения в определенном социуме в определенном пространстве и в определенное время, как одна из реализации свойств языка вообще. В имеющихся словарях лингвистических терминов более конкретные определения языка неодинаковы. Для целей нашего изложения наиболее приемлемым представляется определение, данное в «Кратком словаре лингвистических терминов» Н. В. Васильевой и др. (М., 1995) «Социально обработанная, исторически изменчивая знаковая система, служащая основным средством общения и представленная разными формами существования, каждая из которых имеет по крайней мере одну из двух форм реализации – устную или письменную»

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

Общественные функции различаются объемом, т. е. охватом населения, говорящего на данном языке. Наибольший объем присущ языкам национальностей и народностей независимо от того, существуют они только в устной форме или как в письменной, так и в устной.

В национальных языках могут иметь место территориальные и социальные диалекты. Под *территориальным диалектом* понимают разновидность данного языка, которая употребляется лицами, проживающими на определенной территории, и обладает определенными чертами, противопоставленными особенностям других диалектов. Например, такими чертами могут быть фонетические; ср.: севернорусское оканье и южнорусское аканье, взрывное [г] и фрикативное [γ], различие [ц] и [ч] и их неразличие. Различия в диалектах могут быть и грамматические, так в одних случаях употребляют форму родительного падежа единственного числа существительных женского рода – у жене, у сестре, в других – у жены, у сестры. Между диалектами имеются и лексические различия; например, одну и ту же домашнюю птицу на севере России называют петухом, а на юге – кочетом.

Под *социальным диалектом* (его чаще называют жаргоном) понимают разновидность данного языка, употребляемую лицами, принадлежащими к одной социальной или профессиональной группе. Социально диалекты различаются обычно только лексикой. Исторически известны в России дворянский, купеческий жаргоны, жаргоны различных групп ремесленников, нашедшие отражение и русской классической литературе. В настоящее время чаще говорят о молодежном жаргоне (студенческом и школьном), воровском, который называют также *арго* деклассированных элементов. Например, у молодежи модны сейчас такие слова и выражения, как *бабки* (деньги), *баксы* (доллары), *залететь* (забеременеть), *лох* (простак), *сесть на иглу* (пристраститься к инъекции наркотика). В преступном мире употребительны *авторитет* (член организационной преступной группы, находящийся на более высокой ступеньке иерархии), *катала* (игрок, пользующийся нечестными приемами в карточной игре), *кидала* (член преступной группы, специализирующийся на обмане лиц, продающих свои машины), *поставить на счетчик* (требовать с должника под угрозой расправы возвращение долга с процентами к определенному времени). Слова и словосочетания жаргонной речи, употребляемые за ее пределами, называют жаргонизмами.

Различают несколько основных социальных форм существования конкретных языков (например, русского): а) *индивидуальный язык*, присущий тому или иному человеку независимо от его общественного положения; б) *говор*, представляющий множество близких по структуре индивидуальных языков, которые обслуживают одну локально ограниченную, замкнутую группу людей, имеющих местные языковые различия; в) *диалект*, образуемый множеством говоров, которые характеризуются внутривидовым единством; г) *язык*, включающий ряд диалектов, между которыми могут быть некоторые различия в фонетике, лексике, грамматике, но они незначительны по сравнению с имеющейся общностью. На определенном этапе национального и социального развития общенародный язык может приобрести высшую форму своего бытия – форму литературного языка. Последний характеризуется наличием функциональных стилей и нормированностью.

Внутреннюю структуру языка нево зможно наблюдать непосредственно, о ней можно судить только косвенно – на основании анализа продуктов использования языка человеком, какими являются тексты независимо от формы их представления, устной или письменной. Анализ показывает, что язык имеет знаковую сущность, которая состоит в установлении соответствия между всем множеством значений, а также между всем возможным мыслительным содержанием известных высказываний и множеством звучаний, являющихся внешними знаками этих значений и содержательных единиц (смыслов).

Лексические (вещественные) значения отражаются в *знаменательных словах*, называющих предметы, их действия и признаки или указывающих на них: аудитор, акционерный, приватизировать;

такой. Слово является наиболее простым средством называния (номинации) окружающих нас реалий. Именно оно осуществляет связь означаемого и означающего – воспринимаемого нами

звукового комплекса, т.е. знака. Процессу номинации (называния) способствует *грамматика*, представляющая собой как бы механизм, который состоит, с одной стороны, из грамматических средств (например, суффиксов, окончаний) с присущими им значениями, а с другой – из грамматических, правил. Словарь и грамматика – два взаимосвязанных компонента языка, которые действуют вполне согласованно, чем и обеспечивают выполнение всех присущих языку функций» Различие между словарем и грамматикой состоит не только в их структуре, но в способе хранения смысловых единиц, а грамматические формы и конструкции образуются для реализации конкретных коммуникативных задач по определенным правилам.

Грамматические правила по конечному результату их применения могут быть двух типов: 1) *предписывающие*, когда выполняются определенные условия. Например, в русском языке предписывающим является правило согласования, в соответствии с которым прилагательные ставятся в том же роде, числе и падеже, что и существительные, к которым они относятся (альтернативная служба, альтернативное голосование, альтернативные выборы); 2) *разрешающие*, при наличии возможностей выбора, когда говорящий имеет право на употребление одного из нескольких вариантов грамматического оформления высказывания. Например, правила разрешают при классификации субъекта использовать такие конструкции, как *что представляет собой что* (при описании субъекта), *под чем понимается что* (с оттенком условности), *что служит чем* (при указании на назначение субъекта). (Примеры тех и других правил приведены также в главе «Культура речевого общения»)

Имеется большое количество моделей описания языка, его устройства. При всех различиях в подходах к такому описанию и несовпадении их между собой, а то и открытой противоположности существуют некоторые общие позиции. Это, во-первых, признание уровневой структуры языка, куда входят: фонетика, морфология, синтаксис, словообразование, лексика, семантика; во-вторых, наличие специфических единиц на каждом уровне, к которым относятся: фонема, морфема, словосочетание, предложение. Дадим определение этих языковых единиц, которые при дальнейшем изложении курса будут употребляться неоднократно.

Фонема – неделимая и сама по себе незначимая звуковая единица языка, служащая для опознавания, различения или разграничения минимальных значимых единиц – морфем, а через них и слов. Например, глагольные словоформы пал, пел, пил отличаются только одной (второй) фонемой [а, э, и], которая различает корневые морфемы =па=, =пе=, =пи=, а через них глаголы в форме прошедшего времени. В то же время фонема является обобщенной звуковой единицей, абстрагированной от возможных конкретных звуков, которые могут произноситься на ее месте в потоке речи. Так, [о] под ударением, т.е. в сильной позиции, произносится как [о] – [стол], а в слабой позиции, т. е. в предударных и заударных слогах, изменяется. В первом предударном слоге [о] произносится как [α] – звук, близкий к [а] (см [а] лица), во втором предударном и заударных слогах – как [ʊ] – нечеткий, ы-образный звук (*п [ʊ] ст [а] личн [ʊ] му*) следовательно, фонема [о] реализуется в звуках речи [о, α, ʊ], которые в данном случае выступают как варианты фонемы [о]

Морфема– минимальная часть слова, которая может иметь какое-либо значение. Например, в слове *москвичка* четыре морфемы: *москв=*, *=ич*, *=к=*, *=а*: морфема *москв=* (корень) содержит как бы указание на местность; *=ич=* (суффикс) имеет значение лица мужского пола – жителя этой местности; *=к=* – суффикс, означающий лицо женского пола – жительницу той же местности, наконец, *=а* (окончание) – указывает, что данное слово является существительным женского рода единственного числа именительного падежа. В составе русского слова возможны шесть типов морфем, корень, приставка (префикс), суффикс, окончание, соединительная гласная (интерфикс) и постфикс (частица *=ся, =сь*).

Слово – важнейшая единица языка, служащая для наименования предметов, процессов, признаков или указывающая на них. В структурном плане оно состоит из морфем, от которых отличается свободным воспроизведением, и представляет собой строительный материал для словосочетаний и предложений. Слово обязательно принадлежит к какой-либо части речи: существительным, прилагательным, глаголам и т. д.

Словосочетание – два или несколько слов, объединенных по смыслу и грамматически. Оно состоит из главного слова и зависимого. Например, *бартерная сделка, баланс интересов, выражать недоверие, заведомо ложный* (главные слова выделены разрядкой). Словосочетание, подобно слову, называет предметы, их действия и признаки, но только более конкретно, так как зависимое слово уточняет смысл главного; ср.: *обществом акционерное общество, акционерное общество открытого типа*,

Различают свободные и несвободные словосочетания. В свободном словосочетании все слова

сохраняют свое лексическое (вещественное) значение, *неотъемлемое право, получить грант*. В несвободном словосочетании (их называют еще устойчивыми, фразеологизмами) семантическая самостоятельность всех или одного из компонентов ослаблена или утрачена; такое словосочетание по характеру значения приближается к отдельному слову: *генная инженерия, встреча «без галстуков», плыть по течению*.

Предложение – основная синтаксическая единица, которая содержит сообщение о чем-либо, вопрос или побуждение. Предложение имеет грамматическую основу, состоящую из главных членов (подлежащего и сказуемого) или одного из них. Предложение может иметь одну грамматическую основу и в этом случае называется простым: *Степь. Начинает светать. Над лесом появился краешек солнца*. Предложение может иметь не одну грамматическую основу, а две и более, и в этом случае называется сложным: *Светает, начинается клевет*.

Наконец, современные исследователи признают наличие парадигматических, синтагматических и иерархических отношений между единицами языка. *Парадигматическими* являются отношения между формами единиц одного уровня, отличающие эти единицы. Например, в системе склонения формы существительного *поле (поля, полю и т. д.)* отличаются от форм существительного *путь (пути, пути и т. д.)*, в системе спряжения формы глагола *везти (везу, везешь, везет и т. д.)* отличаются от форм глагола *бежать (бегу, бежишь, бежит и т. д.)*. Все грамматические формы одного слова образуют парадигму.

К *синтагматическим* (сочетаемым) относятся отношения между единицами одного уровня в речевой цепи, в тексте. Так, звук [э] после мягких согласных под ударением произносится как [э] – [л'эть] - *лето*, в первом предударном слоге – как звук, близкий к [и], хотя и с небольшим призвуком [э]

-- [в'и^эсн'ой] – *весной*, в остальных предударных слогах – как такой же звук, но еще более ослабленный,

обозначаемый в транскрипции знаком ь [ерь] – [п'ьр' ∨ п' и'искъ] – *переписка*. Еще один пример синтагматических отношений. Различия между суффиксами =изм и =щин-а, образующими наименования общественных течений и явлений, состоит в том, что =изм образует слова, которые не имеют каких-либо эмоциональных и экспрессивных оттенков (*сталинизм - Сталин, брежневизм - Брежнев*), а =щин-а образует наименования с оттенком неодобрения (*сталинщина - Сталин, брежневщина - Брежнев*),

Иерархическими признаются отношения между единицами разного уровня. Так, взаимодействие словообразовательного значения суффиксов с лексическим значением производящих слов при формировании семантики производного может быть прямолинейным и непрямолинейным. К *п р я м о л и н е й н ы м* относят такое соотношение указанных языковых единиц (производящего слова и суффикса), из которого непосредственно выводится лексическое значение нового слова. К суффиксам с четким словообразовательным значением, которые способны программировать семантику вновь образуемых слов, относится большинство суффиксов с личным или абстрактным значением. Например, суффикс =льщик, обозначая лицо и прямолинейно соотносясь со словами, обозначающими действие, образует названия соответствующих профессий: *паяльщик, носильщик, клепальщик - тот, кто паяет, носит, клевет*.

К *н е п р я м о л и н е й н о м* взаимодействию словообразовательного значения суффиксов и лексического значения производящих слов семантика образуемого слова не выводится непосредственно из значений его составляющих, а представляется в определенной степени условной, закреплённой общественной практикой. Например, *змеевик* – трубка, обычно изогнутая спиралью, используемая при перегонке жидкостей в различных тепловых установках. Значение этого существительного прямолинейно не складывается из значений производящего слова *змея* и суффикса =овик, используемого для называния любого носителя признака, указываемого производящей основой, и человека и предмета; ср.: *фронтоник, подберезовик*.

В целом иерархические отношения между языковыми единицами разных уровней могут быть представлены так: из фонем складывается морфема, из морфем – слова, из слов – предложения.

Однако язык – это не перечень единиц разного уровня, а их система, предполагающая их внутреннюю организацию. Каждая единица языка входит в систему как часть в целое и связана с другими единицами и частями системы или непосредственно, или опосредованно через различные категории (рода, одушевленности – неодушевленности, вида, переходности – непереходности и т. д.). Языковая система является сложной, многоаспектной и в плане строения, и в плане функционирования, т. е. использования и развития, а также открытой и динамичной. Язык как структура состоит из

подсистем, которые называются, как уже отмечалось, уровнями языковой системы. Поэтому иногда говорят, что язык есть система систем (относительно самостоятельных), но система особого рода. Говоря точнее, *язык есть знаковая система*.

Язык состоит из единиц, которые являются по существу знаками для передачи внеязыковой информации. Языковой знак – основной вид из всех существующих в природе и обществе знаков. Он, с одной стороны, имеет способность быть воспринятым, а с другой – несет информацию. Различают первичные и вторичные языковые знаки. Первичными являются, например, слова, предложения. Вторичные замещают первичные, например, формулы; они могут обособляться, образуя особые знаковые системы. Это искусственный международный язык (эсперанто), научная символика (алгебраическая, физическая, химическая, лингвистическая и т. д.), используемая в метаязыках.

Языковая знаковая система является всеобъемлющим средством передачи и хранения информации, а также оформления самой мысли, выражения эмоций, оценки и волеизъявления, тогда как специальные знаковые системы служат для передачи ограниченной информации, перекодировки уже известного. Сфера употребления языка универсальна – он используется в общении во всех областях человеческой деятельности, а специализированные знаковые системы имеют ограниченную сферу употребления. Язык как знаковая система создается постепенно и развивается в процессе функционирования, а специальные средства общения, передачи и хранения информации являются результатом разового соглашения людей, имеют продуманный и искусственный характер.

Основным знаком языка считается слово. Оно способно входить в модель предложения, в состав высказывания. Слово – это звуковой или письменный знак, воспринимаемый органами чувств, как бы замещающий нечто другое – понятие или предмет. Слово принципиально отличается от иных знаков: оно обладает собственным значением, структурно и социально мотивировано (условным является лишь его материальная сторона, идеальная отражает объективный мир и знания говорящих). Слово не только фиксируется в словарях, оно входит в состав предложения и при необходимости может самостоятельно оформлять предложения – однословные номинативные и безличные: *Ночь. Не спится*.

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

Меньшую роль в знаковой системе языка играют фонемы и морфемы. Фонемы как типовые звуки не являются в собственном смысле знаками, поскольку они непосредственно не участвуют в формировании и передаче языковой информации. Однако им свойственна функция различения; ср.: *вон, дом, лом, сом, том; дома, тома*. Поэтому некоторые ученые включают фонемы в число знаков языка, мотивируя это соответствием такого подхода принципу иерархии уровней языковой структуры.

В отличие от фонемы морфема (корень, приставка, суффикс и окончание) признается языковым знаком, хотя и минимальным. Морфему, даже состоящую из двух или нескольких букв (звуков), например, корень *москв=* в слове *москвичка*, далее нельзя разделить на такие части, которые имели бы какое-либо значение. В ней можно выделить только отдельные буквы (на письме) или звуки (при произношении), которые в изолированном виде никакого значения не имеют. Последние именно в силу этого, как уже говорилось, не причисляются к языковым знакам. Однако значение, которым потенциально обладают другие морфемы (корень, приставка и суффикс), не служит и не может служить для передачи информации. Оно только способствует оформлению лексического значения производного, в данном случае слова *москвичка*, которое несет в себе уже известную информацию. К тому же морфемы не могут употребляться в речи отдельно. Исключения редки. Приведем несколько примеров: «Термином *«супер»* ученые обозначают лишь вычислительную машину с большими, по сравнению с предыдущими, скоростью операций и памятью» (Рос. газета. 1997. 30 июня); «В настоящее время изучены останки восьми древнейших особей человекоподобных, живших от 1 до 4 миллионов лет назад. Но кто из них является нашим *пра-пра-пра...* пока неясно» (Рос. газета. 1997. 16 мая).

Участвуя в образовании новых слов, морфемы, как и фонемы, не являются единицами, из которых строится основная коммуникативная единица – предложение. Говоря иными словами, предложение можно признать полным знаком, слово – частичным, морфему – полужнаком, необходимым для структурной организации языковых знаков.

Таким образом, понимание языка как знаковой системы акцентирует внимание и на знаковость, и на системность его.

Речь, ее особенности

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

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

Во-первых, речь конкретна, неповторима, актуальна, разворачивается во времени, реализуется в пространстве. Вспомним о способности некоторых ораторов, например, кубинского лидера Ф. Кастро или советского Президента М. Горбачева, говорить часами. Собрание сочинений многих писателей насчитывает десятки томов.

Во-вторых, речь активна, линейна, стремится к объединению слов в речевом потоке. В отличие от языка она менее консервативна, более динамична, подвижна. Так, с объявлением гласности и свободы слова в нашей стране заметно изменилась манера изложения информации, особенно о политических лидерах, общественных процессах. Если раньше сообщения выдерживались строго в официальном стиле, то сейчас без легкой иронии об этих процессах и лидерах редко кто пишет. Приведем пример из официоза – Российской газеты (от 16 апреля 1995 г.).

Президенты третьего тысячелетия. Референдумы о продлении полномочий глав постсоветских стран – отнюдь не восточная хитрость.

Когда при яростной, иногда перехлестывающей через край поддержке местной общественности были пролонгированы президентские полномочия Туркменбаши – Ниязова, явление это было описано на авторитарные нравы и тонкую восточную специфику. Референдум, продливший полномочия другого президента бывшей советской Средней Азии – Каримова, объявлен специфическим обстоятельством, что, мол, если в Узбекистане и строится демократическая в общепринятом смысле государственная система, то у нее, родимой, уж очень восточное лицо – с твердым властным подбородком и вежливой, скрывающей истинные намерения, улыбкой. Однако после начала подготовки аналогичного референдума в соседнем Казахстане, который по формальным признакам ближе других подошел к стандартному разделению властей с легальной и шумной оппозицией и свободными желтоватыми газетами, то многим сторонникам знаменитой киплингской фразы о Востоке и Западе, которым вместе не сойтись, пришло время по-настоящему задуматься. Все предельно четко объясняется популярной русской поговоркой о конях, которых на переправе не меняют. Тем более на такой бурной.

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

Речь, с одной стороны, используя уже известные языковые средства, принципиально зависит от языка. В то же время ряд характеристик речи, например темп, продолжительность, тембр, степень громкости, артикуляционная четкость, акцент, не имеют к языку прямого отношения. Особый интерес представляет использование в речи слов, отсутствующих в языке. Приведем несколько примеров таких авторских неологизмов:

«У нас же ежемесячно раскупается в «менялках» 1,8–2,1 млрд долларов».

«Придется расплачиваться за банковские кредиты в несколько десятков миллионов долларов, взятые областной администрацией эту самую «ку-ку-ри-за-цию»;

«Если жители дальней провинции, проснувшись поутру, вдруг обнаружат совершенно незнакомые денежные знаки, где вместо привычного «1 рубль» будет значиться, скажем, «1 россель», или там «1 лебедь», не надо удивляться»;

«Алла Борисовна Пугачева записала себя в паспорт так: по мужу – *Филиппинка*. Мэр Москвы Юрий Михайлович Лужков избрал уникальную национальность – *КЕП чак*» (из газет).

В индивидуальных отклонениях в речи заложены истоки языковых изменений. Поэтому говорят, что язык творит речь и сам творится в речи.

Индивидуальный характер речи делает ее неповторимой. Долгой была дискуссия об авторстве «Тихого Дона», пока ученые не изучили индивидуальное словоупотребление М. Шолохова на основе сравнения речевых особенностей, нашедших отражение в разных его произведениях.

Л. Троцкий приложил немало усилий, чтобы доказать, что статья его заклятого врага И. Сталина «Марксизм и национальный вопрос» (1914) написана под влиянием идей В. Ленина и при его активном участии. Свое утверждение он аргументировал не только тем, что его идеологический противник до теоретических выкладок никогда не доходил, не только тем, что подготовка статьи совпала по времени с пребыванием Сталина в Кракове, где он имел длительное общение с вождем партии, но и наличием в статье прямых «ленинских» «лексических и фразеологических вставок типа «.. чем же отличается тогда нация Бауера от мистического и самодовлеющего «национального духа» спиритуалистов», «... так себя опровергает считая идеалистическими нитками теория». По утверждению Троцкого, Сталин никогда – ни раньше, ни позже – таким стилем не писал и такие фразы не употреблял.

Говорящие метафоризируют речь, используя различные средства художественной изобразительности. Вот примеры из стихов бывшего Председателя Верховного Совета СССР, а ныне депутата Государственной Думы А. Лукьянова: «Ах, *осень*, я тебя прошу, *уйми свой бег*, свой *желтый шум*», «Ведь если что и помогло *нерастерять огня*, то это все твоё тепло, Смоленщина моя!»; «И *холодная ясность* зари *обжигает* деревьям сучья и *кленовым костром горит*». В приведенных стихотворных строчках нетрудно выделить собственно метафоры (*не растерять огня*, *ясность обжигает*, *костром горит*), олицетворения (*Осень, уйми свой бег*), эпитеты (*желтый шум*, *холодная ясность*).

Люди могут соотносить в речи слова, в языке не соотносимые, системно не связанные. Получаются текстуальные синонимы («Магическое слово «*инвестиции*» стало синонимом «*манны небесной*». Ожидание денег откуда-то извне грозит превратить политиков и хозяйственников в старух у разбитого корыта» (Рос. газета. 1994. 15 сент.), антонимы («Этот человек никак не понимал и до сих пор не понимает... *что свобода* – это не вседозволенность, а сознательное и радостное *самоограничение* одного для того, чтобы другому, рядом с ним, было удобно жить» (Рос. газета. 1991. 29 мая), паронимы («Всегда [ошибочно] считала, что *корнишоны* и *патиссоны* – это одно и то же». Рос. газета, 23 мая 1997 г.) и даже омонимы. Последние часто обыгрываются в прессе: «На реке *Хор* дела» «оч. пл.» (Рос. газета. 1997 13 авг); «Главная примечательность соревнования в том, что с российскими военными разведчиками решили помериться силами знаменитые «морские котики» и «зеленые береты» Вооруженных Сил США» (Рос. газета 1997. 17 июля); «О чем шипит аспирин» (заголовок). «Покупайте аспирин у... *пса!*» Мой сосед-первоклассник просто давится от смеха, вновь и вновь пародируя известную телерекламу. Производители «Упсы» явно не учли своеобразие русской транскрипции и возможности «особачивания» их товара» (Подрастайка. 1998. № 2).

Приведенные синонимы, антонимы, паронимы и омонимы не лежат на поверхности имеющихся изобразительных средств русского языка, что подтверждает их отсутствие даже в специализированных словарях синонимов, антонимов и т. д. Авторы цитат обнаружили их в запасниках языка и впервые употребили как средства художественной изобразительности в своих произведениях.

О своеобразии речи в сравнении с языком свидетельствует и возможная игра слов, основанная на сознательном смешении созвучных слов или производных от них. Так, когда в августе 1991 г. гэкачэпис-тами была предпринята попытка государственного переворота, появился сатирический очерк В. Жука «Гадкие утята». Известно, что многие непопулярные постановления Высшего руководства СССР принимались со ссылкой на несуществовавшие «многочисленные просьбы трудящихся». Перефразируя этот речевой стереотип, автор писал: «А ближе к ночи, по *многочисленным трудящимся просьбам*, дали, наконец, «Лебединое озеро»... Одетта... Одиллия... Идиллия, «Замок красоты», как сказал поэт. Безнадёжно гадкие утята хотели прикинуться лебедями. *Бессмертная музыка.. Бессмертнава*» (Независимая газета. 1991. 22 авг.). Автор очерка удачно обыгрывает здесь близость звучания имени героини балетного спектакля (*Одиллия*) и исполнительницы главной роли (*Бессмертнава*) к нарицательным словам *идиллия*, *бессмертная*, передающим попытку путчистов создать в стране путем неоднократной передачи по телевидению классического балета иллюзии благодушия, благородства намерения заговорщиков. «И в то же время нам напомнили, что мы-то смертны. Что, если мы не будем выполнять их утячих распоряжений, нам придется *туго* (*Пуго*)». Как мы видим, здесь обыгрывается попытка путчистов *напугать* народ, ассоциируя прямое значение этого глагола с фамилией одного из организаторов мятежа – *Пуго* и используя в то же время созвучность этой фамилии с наречием *туго*.

Мы уже говорили, что человеческая речь возникает в ответ на необходимость вступить в общение с кем-либо или сообщить что-либо, и определяли речь как использование языка в коммуникативных целях. Может показаться, что выделение коммуникативной функции речи избыточно или тавтологично. Однако это не так. Собственно коммуникативный аспект рассмотрения речи позволяет

сконцентрировать внимание как на закономерностях употребления языка в речи (внутриязыковая сторона), так и на социально-психологических условиях осуществления языковой деятельности (внеязыковое окружение).

Введем ряд понятий, каждое из которых задает разные ракурсы рассмотрения деятельностного аспекта языка.

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

Речевая коммуникация – единство информативной и коммуникативной сторон речевой деятельности.

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

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

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

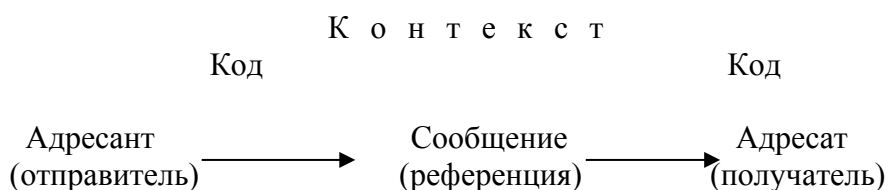
Интерес к коммуникативному аспекту речи – это интерес к речи как форме поведения человека, в которой обнаруживаются проявления его характера, его отношения к другим людям, его жизненные позиции. При этом оказывается возможным говорить о речевых поступках, понимаемых как действия в речевой сфере: например, приласкать или обидеть словом, ввести в заблуждение, играть словами или бороться словами. Можно обнаружить типы людей, для которых характерны те или иные особенности речевой коммуникации: например, тип болтуна, брюзги или молчуна.

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

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

Структура речевой коммуникации

Будучи актом коммуникации, речь всегда обращена к кому-либо. Помощь в анализе речевого поведения может оказать известная схема коммуникативного акта, предложенная одним из создателей кибернетики К. Шенноном, а затем модифицированная известным лингвистом Р. Якобсоном.



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

Сообщение понимается как процесс и результат порождения речи, т. е. текст.

Референция – это содержание сообщения. В осуществлении референции, т.е. в сообщении определенной информации состоит коммуникативная функция языка/речи.

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

Контекст (или ситуация) – это обстоятельства, в которых происходит конкретное событие. Речь приобретает определенный смысл и может быть понята только в структуре неречевого контекста. Рассмотрим в качестве примера высказывание «Он держал в руке сумку». Если эта фраза произносится в контексте детективной истории, то она может означать, например, «приготовиться» – в случае, если этот человек подозреваемый, а в сумке могут лежать важные вещественные доказательства. В контексте праздничного застолья эта фраза может означать, что человек, которого давно ждали к столу, наконец-

то пришел. В ситуации бытовой мелодрамы сумка в руках может указывать на сцену размолвки или часа расставания, когда кто-то из близких собирается уйти или уехать. Таким образом, прагматическое значение высказывания всегда будет меняться.

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

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

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

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

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

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

За ближайшими целями часто стоит целевой подтекст, углубляющий и усложняющий общение. Так, в ситуации группового обсуждения какого-либо вопроса ближайшей целью высказывания типа «Уточни, что ты имел в виду, когда сказал...» является получение информации с последующей поддержкой или критикой высказанного мнения, при этом целевым подтекстом (отдаленной целью) может быть как выяснение истины, так и намерение заявить о себе, утвердить свой статус. Точно так же поддержание разговора часто служит долговременной цели установления добрых отношений; побуждение к действию (например, обращение к ребенку: «Помоги маме приготовить обед») бывает формой реализации воспитательных воздействий (в данном примере ~ формирование готовности и умения взаимодействовать с другими людьми, способности уступать, соподчинять свои интересы с интересами других и т. д.).

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

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

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

По ходу общения могут быть выделены ситуативные роли говорящих, существенно

влияющие на характер общения. Среди них можно назвать:

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

С т и л е в ы е х а р а к т е р и с т и к и участников общения проявляются в особенностях речевого стиля коммуникантов, в используемой ими коммуникативной стратегии и тактике. Стили могут быть ранжированы по степени внимания говорящих к своей речи: относительно говорящий – это тот, кто вступает в речевое общение, уделяя выбору языковых средств минимальное внимание, в разных ситуациях и с разными партнерами он не способен проявить языковую гибкость. Человек, обладающий высоким уровнем языковой компетенции – тот, кто стремится сохранить свой стилизованный облик в разных коммуникативных сферах, но при этом умеет выполнять различные речевые роли, использовать разностильный речевой репертуар в зависимости от обстоятельств общения. Стили слушания также можно расположить между двумя крайними позициями: от умеющих (желающих) до не умеющих (не желающих) слушать/слышать.

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

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

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

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

При достаточно продолжительном разговоре говорящий более или менее обоснованно переходит от одной темы к другой. Нарастивание объема информации (т. е. продуктивность сообщения) должно дозироваться в зависимости от подготовленности собеседника или аудитории. При этом говорящий организует и собственно коммуникативный аспект разговора: применяет приемы привлечения и удержания внимания слушателей, оформляет свое представление о характере и социальном статусе партнера или аудитории, выражает самооценку по отношению к собеседнику, принимая дружеский, официальный или снисходительный тон общения.

С т р у к т у р а р а з г о в о р а во многом формируется за счет попеременного включения в него участников. При этом возникают новые показатели меры взаимодействия и связанности партнеров:

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

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

А к т и в н о с т ь у ч а с т и я человека в разговоре, которая проявляется в частоте включения в него и продолжительности участия нем, может свидетельствовать:

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

О т н о ш е н и е г о в о р я щ е г о к реакции партнеров также является достаточно примечательной характеристикой и может иметь интеллектуальное и эмоциональное проявление. Интеллектуальна

оценка обнаруживается как согласие с мнением партнера, его учет, спаривание или противостояние. Эмоциональное отношение к вызванной реакции проявляется либо как удовлетворение, радость, либо как неудовлетворенность, раздражение, нетерпение, либо наблюдается эмоциональная глухота. Встречаются люди с выраженной склонностью к определенного вида реагированию на реакцию слушателей. Для положительного типа характерны уважительность к партнеру, готовность понять его и удовлетворить выраженную просьбу терпеливость; для его антипода—преувеличенная «нет-реакция», нетерпеливость, раздражительность, нетерпимость к возражениям. Отношение к вызванной реакции партнеров составляет существенную характеристику человека и важный слой хода общения, влияющий на его конечный результат и общий тон.

Определенное значение среди коммуникативных приемов имеет установление величины дистанции между говорящими. По своей индивидуальной манере люди значительно различаются. Некоторые стремятся как можно более подробно проникнуть в обстоятельства и переживания партнера. Другие, напротив, отстраняются от собеседника. Устанавливая ту или иную дистанцию с партнером, человек по-разному открывает и себя: он может проявлять глубокий интерес к личности партнера, сам при этом не допуская в свой личный мир, либо глубоко раскрывать себя, оставаясь невнимательным к состоянию другого.

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

Речь и взаимопонимание

На процесс взаимопонимания в речевом общении существенное влияние оказывают некоторые особенности использования языка в речи. В их числе можно выделить такие, как денотация и коннотация, полисемия, синонимия, статичность высказывания, смешение наблюдения и оценки (выводов) в высказывании и др. Рассмотрим эти особенности подробнее.

Термины «**денотация**» и «**коннотация**» напоминают нам о знаковой природе языка: слово есть знак, обозначение какой-либо «вещи» (предмета или понятия). *Денотация*—это значение слова, признаваемое большинством людей данного лингвистического сообщества, так называемое лексическое значение слова. *Коннотация* – это вторичные ассоциации слова, разделяемые одним или несколькими членами данного сообщества; в этом смысле они субъективны и эмоциональны по своей природе.

Жизненный опыт каждого человека влияет на значения, которые он придает словам. Так, слово *лиса* обозначает род млекопитающих семейства псовых (денотация); однако для работника пушной промышленности, фермера или охотника оно будет иметь несколько другую коннотацию, например, товар или экспонат личной коллекции, для большинства же из нас это слово ассоциируется (коннотирует) с хитростью, изворотливостью. Другой пример: реакции хирурга, больного, демографа на слово *рак* будут значительно различаться. хирург, скорее всего, подумает об операционной процедуре, технике диагностирования или о том, как сказать пациенту, что он болен; пациент, возможно, будет думать о возможности выздоровления или будет переживать чувство страха; демограф, возможно, оценит «рак» как важный фактор, влияющий на продолжительность жизни.

Поскольку слова могут вызывать сильную эмоциональную реакцию, часто говорят, что они имеют негативную или позитивную коннотацию для людей (например, слово *труп* в первом случае и понятие *Дед Мороз* во втором).

В одном эксперименте испытуемым показывали записанные на экране различные слова и при этом измеряли их физиологическую реакцию. Было установлено, что реакции на «хорошие» слова (*любовь, поцелуй, друг*) и на слова «неприятные» (*ненависть, лжец, смерть*), несколько различаются, но наиболее сильные эмоции вызвали так называемые «персональные» слова: имя и отчество испытуемого, его фамилия; имя и отчество отца и матери, специальность и т. п.

В современной психолингвистике разрабатываются методы изучения индивидуальной системы значений (коннотаций). Один из наиболее известных – метод семантического дифференциала, предложенный группой американских психологов под руководством Чарльза Осгуда. С помощью этого метода можно измерить индивидуальную реакцию на любое понятие или слово, например, *ураган, мать, Президент Ельцин, рок музыка* и проч. Техника измерения состоит в следующем: измеряемый объект (понятие, изображение, отдельный персонаж и т. п.) оценивается по ряду биполярных шкал (часто имеющих семь интервалов, но число интервалов может варьироваться), полюса которых заданы с помощью антонимов. Приведем пример семантического дифференциала для понятия *война*.

	В о й н а										
Горячий	—	Холодный
Хороший	—	Плохой
Жестокий	—	Добрый
Быстрый	—	Медленный
Лживый	—	Честный
Активный	—	Пассивный
Сильный	—	Слабый
Маленький	—	Большой

Испытуемый оценивает данное понятие, выбирая тот интервал между парой прилагательных, который, на его взгляд, соответствует ему в наибольшей степени. Используя этот тест, исследователь может выявить индивидуальные реакции на любое количество слов и затем сравнить их с реакциями других людей. Соединив линией точки, выбранные испытуемым, можно создать профиль данного понятия (в нашем примере понятия *война*).

Итак, жизненный опыт человека является одним из важнейших факторов, оказывающих влияние на значение, которое он придает словам. Игнорирование этого фактора затрудняет коммуникацию.

К причинам, которые следует учитывать при анализе того, почему люди различным образом воспринимают слова, следует отнести и такие, как *время* и *место*. Значения не заданы слову навечно. Они меняются от эпохи к эпохе, от поколения к поколению, год от года, т. е. старые слова приобретают новые значения, и необходимо помнить об этом, когда мы говорим с теми, кто старше или моложе нас. Значения слова изменяются и в зависимости от региона в пределах одной страны, не говоря уже о разных странах.

Полисемия. Некоторые слова имеют более одного общепринятого значения, что может послужить причиной взаимонепонимания. Примерами таких слов в русском языке могут послужить слово *лук* как обозначение продукта питания и механизма для стрел, или слово *гранат* как обозначение драгоценного камня и фрукта и др.

В шутовском рассказе Г. Кузнецова «Не забыть о тесте» иллюстрируется эта лингвистическая особенность.

«Утром, собираясь на работу, доцент Усольцев обнаружил на своем письменном столе записку для памяти: «Не забыть о тесте». Что-то насчет этого жена говорила ему вчера, но что именно, он не мог вспомнить.

«Ага! – сообразил, наконец, Усольцев. – Надо купить теста для куличей. Ведь скоро Пасха...

Такую же записку нашел у себя в кармане пиджака бизнесмен Муравьев и тоже не мог вспомнить, что нужно сделать.

«Ага» – дошло до него. – Надо пройти тест на СПИД. Ведь без этого не дадут визу». Муравьев собирался в Чикаго на конгресс деловых кругов...

Доцент и бизнесмен успешно выполнили намеченные дела, о чем и доложили вечером своим женам, которые были родными сестрами. Но удостоились не похвалы, а упреков и обидных прозвищ. Потому что в это время их тесть, лежавший в больнице, напрасно ждал обещанного дочерьми прихода хотя бы одного из зятьев».

Если прагматическое значение полисемантических слов чаще всего достаточно легко понимается благодаря речевому контексту, в который они включены, то использование некоторых идиоматических выражений может завести общение в тупик. Например, на вопрос «как вы находите этого человека?» (в смысле «Дать оценку внешнему виду или характеристику личности») можно получить ответ «да это несложно, мы всегда договариваемся о конкретном месте встречи».

Синонимия. Известно, что сообщение может быть закодировано многими альтернативными, но функционально эквивалентными кодами, т. е. с помощью разных слов и фраз. Например, содержание высказывания «*ты опоздал*» может быть передано с помощью и выражения «*ты пришел поздно*», и выражения «*ты не пришел вовремя*». Очевидно, что выбор выражений, осуществляемый отправителем сообщения, воздействует на понимание получателя и вызывает соответствующую ответную реакцию.

Выбор синонимического выражения может свидетельствовать об отношении говорящего к человеку или событию. Сравните следующие пары синонимов, явно демонстрирующие нейтральное или положительное, с одной стороны, и отрицательное, с другой, отношение говорящего к описываемому объекту:

бережливый

– скряга;

экстраверт	– развязный;
прогрессивный	– радикальный;
эксцентричный	– помешанный;
традиционный	– старомодный;
осмотрительный	– трусливый;
информация	– пропаганда;
невысокий	– коротышка.

Статичность высказывания. Преимуществом и одновременно фактором трудностей в речевой коммуникации является статичность высказанной оценки. «Леонид – нервный юноша», «Какой ты зануда», «Вы можете всегда на нас рассчитывать» – подобные утверждения ведут к ошибочному допущению, что люди постоянны и неизменны.

Более конкретное описание ситуации позволяет отчасти уменьшить последствия ошибок такого рода для процесса общения. Например, вместо определения Леонида как тотально нервного было бы более верным выделить ситуации, в которых он нервничает, например: *«Когда Леонид рассказывает об этом, он нервничает»*. Ситуативное описание снижает абстрактность и стереотипность высказывания, делает речь более ясной и конкретной. Важно, что при этом самому говорящему становятся более понятны причины трудностей в общении.

Наблюдения и оценки, или выводы. Еще одна особенность использования языка, часто рождающая проблемы в речевом общении, связана со смешением в высказывании фактов (реально наблюдаемых действий, событий) и оценок (выводов, заключений, к которым мы приходим). Грамматика русского языка не делает различия между этими суждениями. Предложение «Она водит машину» грамматически эквивалентно предложению «Она сказала глупость». Однако первое предложение является фактом, тогда как второе – нашей оценкой. Наблюдая, мы можем видеть, слышать, трогать; результаты наших наблюдений описательны. Оценка же включает в себя некоторые выводы из того, что мы наблюдаем, наше отношение к действиям партнера. Споры очень часто возникают из-за того, что участники свои предположения или мнения представляют как факты. В качестве примера приведем довольно типичный диалог:

А: Почему вы сердитесь на меня?

Б: Я не сержусь на вас. Но почему вы в последнее время хотите меня подколоть?

А: Я вовсе не хочу вас подколоть. Вы просто относитесь ко мне с предубеждением

Б: Что вы называете «предубеждением»? Я вовсе не предубежден против вас и т. д.

Вместо того, чтобы пытаться приписать собеседнику какие-то мысли, чувства, настроения, имеющие для нас значение, следует постараться выделить те его конкретные действия или слова, которые послужили основой для нашей интерпретации

Не случайно в судебных процессах очень большое внимание уделяется отделению фактуальных суждений от умозаключений.

Обвинитель: Расскажите нам своими словами, что вы видели ночью 5 декабря?

Свидетель: Во-первых, я услышал крики и затем увидел девушку, выходящую из квартиры обвиняемого. Она плакала, ее платье было разорвано, на шее – синяк.

Обвинитель: Можно ли сказать, что это выглядело так, как если бы девушка и обвиняемый поссорились?

Защитник: Возражаю. Вопрос требует от свидетеля сделать заключение

Судья: Принимается.

Очевидно, что в подобных ситуациях неверное заключение может иметь серьезные последствия.

В повседневном общении невозможно, да и не нужно, полностью отказываться от ненаблюдаемых заключений. Тем не менее для успешной коммуникации необходимо использовать язык более точно и быть более проникательным, когда мы слушаем других: уметь видеть различие между фактуальными утверждениями и выводами, основанными на мнении; видеть разницу между утверждениями, в которых оценки включаются в результаты наблюдений, и высказываниями, в которых они разделены.

* * *

Таким образом, следует различать не только понятия *язык* и *речь*, но иметь в виду и различия в структуре последних, в их характерных чертах, в их специфике. Нужно помнить также, что коммуникативная направленность, особенности ситуации общения оказывают непосредственное

влияние на содержание и оформление речи. Одно и то же содержание в разных условиях с различными партнерами излагается по-разному. При этом имеют значение число участников речевого общения (произносится речь перед аудиторией или разговаривают двое-трое) и ориентация общения – на личность конкретного человека (так называемое личностно-ориентированное общение) или на социальные роли (профессиональные, должностные, групповые) собеседников, или на аудиторию в целом (так называемое социально ориентированное общение).

§ 2. Речь в межличностном общении

Особенности речи в межличностном общении

Межличностную коммуникацию определяют как взаимодействие между небольшим числом коммуникаторов, которые находятся в пространственной близости и в большой мере доступны друг другу, т. е. имеют возможность видеть, слышать, касаться друг друга» легко осуществлять обратную связь.

Речь, как средство организации общения небольшого числа находящихся рядом и хорошо знакомых друг другу людей, обладает рядом отличительных особенностей. Это – разговорная речь, для которой характерны:

1) **персональность адресации**, т. е. индивидуальное обращение собеседников друг к другу, учет взаимных интересов и возможностей понимания темы сообщения; более пристальное внимание к организации обратной связи с партнерами, так как адресат разговорной речи всегда присутствует налицо, обладает той же степенью реальности, что и говорящий, активно влияет на характер речевого общения, позиция партнера непрерывно рефлексирована, переосмысливается, на нее реагируют, ее предвосхищают и оценивают;

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

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

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

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

В качестве иллюстрации приведем небольшой отрывок из рассказа В. Шукшина «Сапожки», а именно сцену обсуждения в мужской компании покупки Сергеем женских сапог.

«.. - Кому это?

- Жене.

Тут только все замолчали.

- Кому? - спросил Рашиль

- Клавке.

-Ну-ка?.

Сапожок пошел по рукам; все тоже мяли голенище, щелкали по подошве...

- Сколь же такие?
- Шестьдесят пять.
- Все посмотрели на Сергея с недоумением Сергей слегка растерялся.
- Ты что, офонарел?
- Сергей взял сапожок у Рашиля.
- Во! - воскликнул Рашиль. - Серьга... дал! Зачем ей такие?
- Носить.
- Сергей хотел быть спокойным и уверенным, но внутри у него вздрагивало...
- Она велела такие сапожки купить?
- При чем тут велела? Купил, и все.
- Куда она их наденет-то? - весело пытали Сергея. - Грязь по калено, а он -сапожки за шестьдесят пять рублей.
- Это ж зимние!
- А зимой в них куда?
- Потом это ж на городскую ножку. Клавкина-то не полезет сроду... У ней какой размер-то? Это ж ей - на нос только.
- Какой она носит-то?
- Пошли вы!. - вконец обозлился. Сергей. - Чего вы-то переживаете?
- Засмеялись
- Да ведь жалко, Сережа! Не нашел же ты их, шестьдесят пять рублей-то.
- Я заработал, я и истратил, куда хотел. Чего базарить-то зря?
- Она тебе, наверное, резиновые велела купить?
- Резиновые.. Сергей вовсе злился...
- Как эти... сидят, курва, чужие деньги считают. - Сергей встал. - Большие делать, что ли нечего ?
- А чего ты в бутылку-то лезешь? Сделал глупость, тебе сказали. И не надо так нервничать...
- Я и не нервничаю. Да чего ты за меня переживаешь-то?! Во, переживатель нашелся! Хоть бы у него взаймы взял, или что..
- Переживаю, потому что не могу спокойно на дураков смотреть. Мне их жалко.
- Жалко - у пчелки в попке. Жалко ему!
- Еще немного позубатились и поехали домой...»

В приведенном отрывке не только ярко воспроизведены особенности и приемы, свойственные разговорной речи (среди них – постоянная смена позиций говорящий – слушающий; личная заинтересованность и активность разговаривающих; использование неполных предложений, коротких фраз, большого числа местоимений, бытовой лексики, отсутствие причастий и деепричастий и т. д.), но и великолепно проявлены функции речи в межличностном общении: в процессе своего развертывания разговор приобретает все большую эмоциональную загруженность, что заставляет собеседников уточнять собственное отношение к предмету разговора, проверять устойчивость собственной позиции и позиций, занимаемых другими, тем самым речь оказывается фактором личностного самоопределения участников разговорной коммуникации.

Фатическая и информативная речь

Коммуникативная роль говорящих и слушающих, манера их речевого поведения зависят от того, что выходит на первый план в сообщении – информация или контакт, в каких сферах общения одно подчиняется другому или одно берет верх над другим. Функционально можно выделить два основных вида речевого поведения говорящих и слушающих: *фатическое речевое поведение* (общение) и *информативное речевое поведение* (сообщение). С точки зрения коммуникативных ролей участников речевого акта, каждый из этих видов организуется по-разному.

Общая ситуативно-целевая задача *фатического речевого поведения* (иногда его называют ассоциативным способом общения) – говорить, чтобы высказаться и встретить понимание. Обычно это обмен репликами, содержание которых ассоциативно связано друг с другом. Поддержание разговора может служить самоцелью.

Пример из повседневных разговоров:

- Опять погода портится;
- У нас всегда так, после жары – грозы, а потом холодно;

– А что творилось в Москве – слышали? Какой страшный ураганище?

– Да, но это еще что. Вот когда я несколько лет назад был на Дальнем Востоке и т. д.

Правила, которые используются собеседниками, определяются ими, скорее, интуитивно. Это обмен мнениями и чувствами, не логичный, но достаточно искренний. Оба собеседника имеют равные права, они не стремятся прийти к единой точке зрения, решить какую-то проблему. Поэтому не особенно соразмеряют и контролируют сказанное, не очень стараются подбирать «уместные» слова и фразы, сравнительно мало перебивают друг друга. Говорящий зачастую предпочитает сконструировать новое слово, чем отыскивать нужное обозначение в памяти. Словотворчество и речевой автоматизм облегчают процесс построения речи и активно используются. Можно сказать, что фатическая речь максимально приближает слушающего к личности говорящего, одновременно несет на себе отпечаток сиюминутности, ситуативной связанности.

Фатическая речь частично варьируется в зависимости от оппозиции близкие – неблизкие отношения. Можно представить следующую шкалу:

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

Информативное речевое поведение в межличностном взаимодействии может проявляться несколькими различными способами. Обратим внимание на следующие три:

1) **совместное решение задачи:** речевые высказывания направлены на достижение общей точки зрения. Этот способ общения предполагает наличие общей цели, и это заметно ограничивает тематику. Набор адекватных для данного способа правил ведения разговора также ограничен: каждое высказывание тщательно взвешивается, каждое слово достаточно строго подбирается и оценивается, нарушение правил, непонимание со стороны собеседника или отказ от решения, может привести к смене способа общения. Допускаются повторения и уточнения. Решение вырабатывается совместно при обоюдном согласии собеседников. Выработкой решения взаимодействие заканчивается или начинается новый способ общения;

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

3) **уточнение понимания.** Данный способ общения следует за другими способами. Он несколько напоминает решение задач (наличием цели, ограничением ассоциативных реплик), при этом как бы решается задача о причинах непонимания. Сходство с задаванием вопросов -- в попытке выяснить путем переспросов, в чем состоит неправильное понимание, какие правила нарушены. Оба партнера имеют право в любой момент выйти из данного способа общения, заявив, что уже понятно, уже правильно, перейти к другому способу.

Можно указать следующие **формы коммуникативной тактики**, используемые в информативном виде речевого поведения:

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

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

Речь и самораскрытие

Без эмоционального и личностного самораскрытия невозможны близкие человеческие отношения, педагогическое воздействие, психотерапевтический контакт. Однако при адекватных самораскрытию коммуникативных условиях далеко не все способны на истинно диалогическое общение в межличностной сфере.

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

- взаимная болтовня как необходимая формальность (вариант фатической речи);
- эгоцентрическая речь («egospeak») – не подлежащее обсуждению описание своих качеств, взглядов, привязанностей, когда в разговоре человек думает только о том, чтобы сказать «свое». Соответственно основными темами эгоречи оказываются, служебное положение (где прямо или косвенно показывается значительность говорящего), его дети (подчеркиваются одаренность и перспективность ребенка), сексуальный партнер (демонстрируется доминирование говорящего), престижные люди, предметы, места, близость к которым повышает значимость говорящего, и др.,
- уровень собственно диалога, основными принципами которого являются эмоциональная и личностная раскрытость, безоценочность, доверительность и искренность выражения чувств и состояний.

В теории межличностной коммуникации известна модель, получившая название Окно Джохари (название произведено от имен двух психологов, предложивших эту модель, – Джозефа Луфта и Харри Ингхэма), которая позволяет выявить индивидуальные стили поведения людей в зависимости от их самораскрытия. Суть этой модели – в демонстрации взаимозависимости информации о нас самих, которая доступна только нам, и осознания того, как другие воспринимают нас (рис 1)

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

Рис 1 Окно Джохари

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

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

2 – слепая зона, включает то, что другие в вас воспринимают, но что недоступно вам. Например, вы склонны неумышленно монополизировать разговор или считаете, что остроумны, а друзья находят ваш юмор тяжеловатым или вы считаете, что ведете себя уверенно, но другим заметна напряженность в вашем поведении. Слепая зона может содержать любые ненамеренные коммуникативные стимулы;

3 – скрытая зона, которая включает то, что вы предпочитали бы не раскрывать кому-либо еще, идет ли речь о вас или о других людях;

4 – неизвестная зона, где заключено о вас все, что еще не познано ни вами, ни другими людьми, ваши неизведанные ресурсы, ваш потенциал личностного роста, о котором вы можете лишь предполагать, что он существует, либо стремиться к нему.

Все зоны взаимозависимы изменения в одной вызывают изменения в другой. Если вы что-то раскрыли из скрытой зоны, тем самым сделали эту часть открытой; соответственно открытая зона увеличилась, и скрытая зона уменьшилась. Если друзья сказали вам о вашей нервозности, эта информация стала частью открытой зоны, соответственно уменьшилась слепая зона. Такие изменения

не всегда желательны. Иногда сообщение человеку, что он ведет себя нервно, лишь усилит это его поведение.

В целом же авторы этой модели считают, что увеличение открытой зоны, т.е. не только самопознание, но и в определенной степени раскрытие себя перед другими, наиболее желательная стратегия в межличностном общении. Лучшее знание себя в отношениях с другими приводит к росту самоуважения и самопринятия.

В своем поведении люди довольно последовательны, поэтому можно говорить о стиле поведения в зависимости от доминирования той или иной зоны.

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

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

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

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

Речь и самооценка

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

1) мы можем поддержать Я-концепции других людей и обращаться с ними так, как они считают с ними следует обращаться. Например, если ваша подруга считает себя умной и опытной, то ее Я-концепция получает поддержку, когда окружающие ее приятели обращаются к ней за советом или ищут ее помощи;

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

3) мы можем не замечать самоопределений других (отказываем им в поддержке). Если в первом случае мы говорим: «Я принимаю тебя таким, каким ты видишь сам себя, твоя самооценка верна», во втором случае: «Я не принимаю тебя таким, каким ты видишь сам себя, твоя самооценка неверна», то в третьем случае: «Ты – не существуешь, ты – ничтожество». Отказ в поддержке в крайнем своем проявлении означает, что мы не считаем нужным давать другим людям знать, что мы чувствуем при общении с ними, обращаемся с ними одним и тем же способом независимо от их слов или поведения. Тем самым мы игнорируем их.

Продолжительная дисконфирмация (отказ в поддержке) считается психологами, возможно, одним из наиболее жестоких психологических наказаний для людей. В психотерапевтической литературе отмечается, что человек, который постоянно отвергается другими, может пережить проблему собственной идентичности.

Поддерживающий стиль поведения определяют как любое поведение, в результате которого другой человек начинает больше себя ценить. Соответственно *неподдерживающий стиль поведения* можно определить как поведение, в результате которого другой человек оценивает себя ниже, ценит себя меньше. При этом отказы в поддержке иногда могут быть не намеренными, но являться результатом непонимания важности поддержки для личностной самооценки.

Существуют классификации сообщений с преобладанием поддерживающего или неподдерживающего стиля. Так, среди речевых посланий, носящих характер поддержки, выделяют:

1) **п р я м о е п р и з н а н и е** – человек признает, соглашается с тем, что вы сказали, и прямо сообщает об этом; это проявляется в поддержании разговора, заинтересованности в разговоре и т. п.;

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

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

4) поддерживающие реплики – сопереживание, понимание, уверения.

Среди сообщений, вызывающих чувство отказа в поддержке, выделяют:

1) уход от обсуждения – в этом случае собеседник реагирует на ваше сообщение, но быстро переводит разговор в другом направлении («Сегодня был сложный материал на лекции?» – «Не очень. Скажи, эта юбка не слишком длинная?») Другой вариант – когда даже не предпринимается попытка связать свой ответ с вашим сообщением («У меня был трудный день, я страшно устала» – «Удивляюсь, почему Аня не позвонила, думаешь, она забыла?»);

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

3) прерывающие фразы – вас прервали на полужае и не дают ее закончить;

4) сообщения, содержащие противоречия между вербальным и невербальным содержанием («Разумеется, решение должен принимать только ты», – говорится раздраженным тоном)

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

Роль слушающего

Рассматривая речь в межличностном взаимодействии, нельзя обойти роль слушающего. Мы уже обращали внимание на то, что слушающий способен влиять на речевое поведение говорящего именно потому, что он рядом и его реакция очевидна. В определенных ситуациях между говорящим и слушающим может возникнуть конфликт. Например, говорящий использует привычный для него словарь, внелитературное или узкопрофессиональное словоупотребление, а слушающий не принимает некоторых слишком индивидуальных словоупотреблений, предпочитает оставаться в рамках литературного языка.

Готовность приспособиться к чужому речевому опыту в той же мере, как желание реализовать свой собственный, позволяет говорить о еще одном варианте речевого поведения в межличностном общении – «поиске общего языка». Найти общий язык – значит для говорящего быть способным актуализировать навыки, равные (или сходные) с навыками слушающего, в соответствии с ожиданием последнего. Для этого можно подделаться под жаргон, использовать просторечные и диалектные слова. Ориентируя речь на слушающего, говорящий прибегает к разнообразным средствам «коммуникативной адресации»: «А вот не могли бы вы сказать»; «Скажите, пожалуйста, буквально одно слово..»; эти и другие подобные им выражения составляют группу неспецифических, лишенных какой-либо конкретной информационной нагрузки формальных средств решения названной коммуникативной задачи. В современной социально-психологической литературе большое внимание уделяется анализу стилей слушания. При этом исходным является утверждение, что слушание – это активный процесс, требующий определенных навыков. Среди важнейших навыков следует выделить приемы нерефлексивного, рефлексивного (активного) и эмпатического слушания.

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

Рефлексивное (или активное) слушание – это обратная связь с говорящим, используемая для контроля точности восприятия услышанного. В отличие от нерефлексивного слушания здесь слушающий более активно использует словесную форму для подтверждения понимания сообщения. Основными видами

рефлексивных ответов являются выяснение, перефразирование, отражение чувств и резюмирование.

В ы я с н е н и е представляет собой обращение к говорящему за уточнениями: «Не повторите ли еще раз», «Я не понимаю, что вы имеете в виду», «Это все, что вы хотели сказать?» и т. п.

П е р е ф р а з и р о в а н и е состоит в передаче говорящему его же сообщения, но словами слушающего. Его целью является проверка точности услышанного. Перефразирование может начинаться словами: «Как я понял вас...», «По вашему мнению...» «Другими словами, вы считаете...». При этом важно выбирать только существенные, главные моменты сообщения, смысл и идеи, а не чувства собеседника. Перефразирование дает возможность говорящему увидеть, что его слушают и понимают, а если понимают неправильно, то внести соответствующие коррективы в сообщение.

П р и о т р а ж е н и и ч у в с т в акцент делается не на содержании сообщения, как при перефразировании, а на чувствах, выраженных говорящим, его эмоциональном состоянии. При этом можно пользоваться такими фразами, как «Мне кажется, что вы чувствуете...», «Вероятно, вы испытываете...», «Вы несколько расстроены...» Применяя этот прием, следует обращать внимание на употребляемые собеседником ключевые слова, отражающие его чувства; следить за невербальным поведением: выражением лица, интонацией, позой, жестами; представить себя на месте говорящего.

Р е з ю м и р о в а н и е – это подытоживание основных идей и чувств говорящего. Резюмирующие высказывания помогают соединить фрагменты разговора в смысловое единство. Типичными фразами могут быть следующие: «Вашими основными идеями, как я понял, являются...», «Если подытожить сказанное вами, то...» и т. п.

Эмпатическое слушание – понимание чувств, переживаемых другим человеком, и ответное выражение своего понимания этих чувств. Для этого применяются приемы рефлексивного слушания: уточнение, перефразирование, резюмирование. Тем самым эмпатическое слушание отличается от рефлексивного не используемыми приемами, а целями или намерениями. Цель активного, рефлексивного слушания – осознать как можно точнее сообщение говорящего, значение его идей или понять переживаемые чувства. Цель эмпатического слушания – уловить эмоциональную окраску этих идей и их значение для другого человека, понять, что означает высказанное сообщение и какие чувства при этом испытывает собеседник. Эмпатическое слушание – это более интимный вид общения, чем активное слушание, оно противоположно критическому восприятию.

* * *

Таким образом, речь в межличностном взаимодействии – это устная разговорная речь. Для нее характерны неподготовленность и непринужденность речевого акта, собеседники вынуждены мыслить и говорить одновременно, у них нет времени на продумывание фразы. С этим связаны такие особенности речи, как меньшая лексическая точность, свобода словоупотребления, использование коротких и простых словосочетаний и предложений, отсутствие причастных и деепричастных оборотов, наличие речевых ошибок, заполнителей пауз. Непосредственное участие говорящих в речевом акте усиливает эмоциональную окраску речи, в ней проявляются личностные особенности собеседников, их отношение друг к другу и к предмету разговора. Персональность и непосредственность общения выдвигает на первый план функции речи, связанные с формированием между собеседниками определенного характера взаимоотношений: будь это легкое, ни к чему не обязывающее общение, или серьезный разговор, проясняющий ценностные установки собеседников, или доверительное общение, предполагающее определенный уровень взаимного самораскрытия и оказания вербальной поддержки партнеру.

§ 3. Речь в социальном взаимодействии

Особенности речевого поведения в социально ориентированном общении

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

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

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

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

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

В прагматическом изучении языка сформулирован ряд конкретных правил, выполнение которых позволяет людям действовать совместно. Исходными условиями являются:

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

- ожидание, что взаимодействие будет продолжаться до тех пор, пока оба участника не решат его прекратить (мы не отходим от собеседника, не говоря ни слова, и не начинаем ни с того ни с сего заниматься чем-то другим).

Описанные условия получили название «*принцип кооперации*», т. е. требование к собеседникам действовать таким образом, который соответствовал бы принятой цели и направлению разговора.

Отметим *основные правила речевой коммуникации*, обусловленные этим принципом:

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

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

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

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

Реальная речь грешит отступлениями или нарушениями тех или иных правил коммуникации: люди бывают многословны, не всегда говорят то, что думают, их речь бывает отрывочной, неясной. Однако если при этом нарушение не касается базового принципа кооперации, взаимодействие продолжается и достигается тот или иной уровень взаимопонимания. В противном случае отступление от правил может обернуться разрушением коммуникации и деградацией речи.

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

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

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

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

В социальном взаимодействии особое значение приобретают применяемые собеседниками речевые

стратегии и тактики.

Под *стратегией речевого общения* понимают процесс построения коммуникации, направленной на достижение долговременных результатов. Стратегия включает в себя планирование речевого взаимодействия в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникаторов, а также реализацию этого плана, т. е. линию беседы. Целью стратегии может являться завоевание авторитета, воздействие на мировоззрение, призыв к поступку, сотрудничеству или воздержанию от какого-либо действия.

Тактика речевого общения понимается как совокупность приемов ведения беседы и линия поведения на определенном этапе в рамках отдельного разговора. Она включает конкретные приемы привлечения внимания, установления и поддержания контакта с партнером и воздействия на него, убеждение или переубеждение адресата, приведение его в определенное эмоциональное состояние и т. д.

Тактика может меняться в зависимости от условий общения, полученных сведений, чувств и эмоций. Один и тот же человек при различных обстоятельствах стремится реализовать различные цели или стратегические линии. Смена тактик в разговоре – мыслительная операция, хотя может совершаться и интуитивно. Собирая и осмысливая тактические приемы, можно научить применять их сознательно и мастерски.

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

Речь и социализация

Рассматривая речь в социальном взаимодействии, отметим ее решающее значение в процессе *обучения* и воспитания детей. В большой мере с помощью речи ребенок адаптируется к культуре своей среды. Слово учит необходимым для его жизни действиям. Слово в форме похвалы, наказания, ласки регулирует его субъективное состояние. Основная масса обучающих воздействий поступает к учащимся в словесной форме. Речевое развитие ребенка рассматривается как фактор его готовности к школе. Речевое общение в условиях начального обучения имеет свои особенности, о чем свидетельствует специфичность речи преподавателей и воспитателей в начальных классах школы и дошкольных учреждениях.

Швейцарский психолог Ж. Пиаже, автор классической работы по функционированию языка в детском возрасте, пришел к выводу, что язык имеет две различные функции и два типа речевого существования – эгоцентрическую и социализированную речь.

Эгоцентрическая речь, по Пиаже, представляет собой образец бедного кодирования. Хотя ребенок говорит не переставая со своими соседями, он редко ставит себя на их место. Его разговор преимущественно просто размышления вслух. Поэтому в его языке отсутствуют оттенки значений в вещах и игнорируется точка зрения, с которой они рассматриваются, при этом всегда имеют место утверждения, а не объяснения. Ребенок едва ли даже задает себе вопрос, понимают ли его; для него это не важно, поскольку он не думает о других, когда говорит. Согласно Пиаже, у ребенка в возрасте до 7–8 лет эгоцентрический язык составляет почти половину объема его речи.

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

Если принять эти выводы безоговорочно, то следует ожидать, что все взрослые обладают совершенными способностями к социальному кодированию. Однако ясно, что это не так. Одна из причин различия в речевом поведении взрослых связана с той социальной средой, которая формирует различные способы коммуникации, или различные стили лингвистического кодирования. В психологических исследованиях речи выделяют два кода – ограничительный (или рестриктивный) и разработанный.

Ограничительный код может являться следствием общинной культуры либо определяться профессиональной и групповой принадлежностью человека (например, невысоким уровнем образования). В нем подчеркивается скорее «мы», чем «я», господствуют значения, связанные с местом, данным контекстом, а не абстрактные понятия. Говорящий полагает, что слушатель знает, о чем идет

речь. Поэтому сообщение по своей структуре простое и сравнительно краткое, используется очень ограниченный словарный запас, в нем минимизировано вербальное знание индивидуального опыта.

Разработанный код персонально ориентирован, в нем подчеркивается индивидуальный, а не групповой опыт. Говорящий не отождествляет с собой слушающего, поэтому первым разрабатывает значения, с целью сделать их понятными для слушающего. Здесь требуются более дифференцированный словарь, аналитический и абстрактный стиль речи. Этот лингвистический код доступен хорошо образованным людям, преимущество которых в речевом общении проявляется и в том, что они могут использовать оба кода в отличие от описанной выше группы.

Таким образом, кодирование сообщений является формой социального обучения, частью процесса социализации, следовательно, каждый человек в определенной степени может улучшить свое социальное кодирование. Эта идея получила яркое художественное решение в пьесе Б. Шоу «Пигмалион», героиня которой Элиза Дуллитл меняет свое социальное положение благодаря изменению, в первую очередь, своего речевого поведения.

Речь как средство утверждения социального статуса

Как мы уже подчеркивали, в социально ориентированном общении социальные роли говорящих и слушающих выступают важнейшим фактором речевого поведения. Вместе с тем существует следующая функциональная зависимость: не только ролевая ситуация задает характер речевого поведения ее участников, но и выбранные языковые средства конструируют, подтверждают социальную ситуацию. Язык, безусловно, является одним из инструментов утверждения социального статуса участников общения. Рассмотрим этот вопрос подробнее.

Для адекватного понимания речевого сообщения участники коммуникации различными способами обозначают социальные отношения, в структуре которых предполагается развернуть общение. Кроме прямых представлений, когда называются наиболее значимые для общения социальные роли собеседников, существуют косвенные – социально-символические средства демонстрации социального статуса и ролевых репертуаров общающихся.

К числу таких вербально-символических средств можно отнести выбор *формы обращения*. Форма обращения может выявлять социальную иерархию, а при равенстве социальных статусов выражать личное отношение к партнеру. При этом могут использоваться специальные слова, указывающие на титул лица, к которому обращаются, например «*ваше высочество*», «*ваше благородие*», «*сэр*».

Меняя формы обращения, можно подчеркнуть формальность или неформальность отношений. Сравним обращения: «*дамы и господа*», «*товарищи*», «*друзья*», «*эй ты голубчик*», «*милейший*». Сходную функцию могут выполнять и выбранные формы приветствий или прощаний, например «*Здравствуйте*», «*Здорово, ребята*», «*Приветствую вас*», «*Салют*», «*Пока*», «*Всего хорошего*» и т. д.

В русском языке гражданский статус человека четко обозначается обращением, например «*Иван Иванович*», «*товарищ Иванов*», «*гражданин Иванов*». Последнее обращение подразумевает, что человек потерял или может потерять свой статус свободного гражданина страны.

Примером определенной оценки партнера могут служить следующие высказывания: «...*А задавались ли вы вопросом, почему это так?*»; «*Вопрос вам понятен?*», «*Хорошо. Если вам легче с этого начать, начните с этого. Потому что в целом я хотел бы, чтобы вы назвали.*»

Приемом использования речи для повышения своего социального статуса могут быть различные обозначения для описания социальной роли или профессиональных функций. Так, часто самоуважение людей возрастает в зависимости от выбора названия их роли: «помощник директора» вместо «билетер» или «работник санитарной службы» вместо «мусорщик» и т. п.

К вербальным социально-символическим средствам также относится намеренная *имитация произношения* определенной группы, принадлежность к которой демонстрируется. Замечено, что мы «приспосабливаем» наш язык, произношение к языку партнера в том случае, если он нам нравится. Так, родители часто подстраивают свой язык под «детскую речь» при разговоре с малышом. С другой стороны, когда мы хотим отделаться от другого человека или группы, мы можем подчеркнуть различия в нашей речи. Например, французские канадцы предпочитают, чтобы их политические деятели произносили публичные речи на английском с сильным французским акцентом, даже если они способны говорить на безупречном английском (сравните – наши прибалтийские соседи).

Наконец, *выбор стиля* произношения также относится к числу вербальных социально-символических средств. Выделяют: высокий (подчеркнуто правильное употребление слов и построение

предложений, воспринимается как официальный, более формальный, дистанцированный) и низкий (разговорная речь, насыщенная жаргонными словами, с использованием сленга, воспринимается как неформальный, дружеский); влиятельный и невлиятельный стили.

Говорящие, применяя определенные вербальные приемы, могут способствовать формированию собственного образа в глазах других, например казаться более уверенными, более влиятельными, следовательно, более контролирующими ситуацию. Те, кто говорит влиятельно, используют следующие формы построения высказывания: «Давайте пообедаем сегодня вечером» вместо «Я думаю, мы могли бы пообедать сегодня вечером», т. е. сама структура предложения как бы направляет действие.

Исследователи в области коммуникации выделяют несколько так называемых невлиятельных форм сообщений:

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

Смена стиля обращения, в частности использование формы «ты»/«вы» – обращений, сама по себе может быть приемом, направленным на «повышение» или «понижение» статуса. «Ты» - форма, как правило, ассоциируется с неформальными, дружескими отношениями, а «вы» - форма – с формальными и эмоционально дистанцированными. Переход от «ты» к «вы» является стратегией дистанцирования, которая демонстрирует неодобрение, отчуждение, неприятие, враждебность. Обратное переключение, напротив, является стратегией принятия, которая означает расположение, желание меньшей формальности и большего дружелюбия.

Общие закономерности речи в условиях массовой коммуникации

Обращение к большой аудитории, публичное выступление – еще один уровень социально ориентированного общения. В последующих главах будут специально рассмотрены особенности ораторской речи, использование речи в средствах массовой информации. Здесь отметим наиболее общие закономерности речевой коммуникации данного уровня.

Выступление перед публикой обязывает адресанта *учитывать особенности языкового сознания* как общества в целом, так и конкретных социальных групп. Найти общий язык с массовым адресатом – значит проявить готовность к использованию стандарта, выработанного в конкретной речевой сфере (скажем, научной или официально-деловой).

Но чем неукоснительнее используется стандарт, тем больше нивелируется «единичный» и «уникальный» облик адресанта, тем в большей степени он должен соответствовать коллективным или коллективно-групповым обязательствам языкового употребления. Можно утверждать, что чем выше вероятность несовпадения социально-культурного опыта участников общения в больших и сложных по составу коллективах, тем сильнее необходимость *типизировать варианты речевого поведения*. Замечено, что для публицистической речи характерно чередование экспрессии (эмоционально окрашенной лексики) и стандарта, постоянное превращение экспрессии в стандарт. Например, такие выражения, как *холодная война, гонка вооружений, новое мышление, застой, перестройка*, будучи метафорами, почти сразу же превратились в общественно-политические стандартно употребляемые термины.

* * *

Таким образом, для речевого поведения в социальном взаимодействии основное значение имеет речевое оформление социально-ролевого статуса участников коммуникации, достаточно жесткий контроль за содержанием и формой посылаемых речевых сообщений, снижение личностного начала в речевом поведении. В социально ориентированном общении в силу тех или иных условий дистанция между партнерами увеличивается. Является ли это следствием пространственной или временной разобщенности, играет роль различие социального положения или неравноправие собеседников обусловлено ситуационно – так или иначе, но взаимодействие, контакт между участниками

коммуникации осложняется. Это отражается в речи, которая демонстрирует несравненно большую отстраненность от субъекта речи и ее адресата, чем речь в межличностном взаимодействии.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К

§ 1 «Язык и речь»

- 1 Что такое язык?
- 2 Назовите основные функции языка.
- 3 Какова структура языка и его уровни?
4. Чем отличаются парадигматические, синтагматические и иерархические отношения между языковыми единицами?
- 5 Почему язык называют знаковой системой? Какие единицы языка являются основными знаками?
- 6 Что такое речь? Как соотносятся язык и речь?
- 7 Что такое метафоризация речи?
- 8 Можно ли говорить о речи как о форме поведения? В чем проявляется коммуникативный аспект речи?
- 9 Перечислите основные структурные компоненты речевой коммуникации
- 10 Какие ближайшие и отдаленные цели могут ставить перед собой участники речевого общения?
- 11 Назовите известные вам речевые роли говорящих. Дайте общую характеристику стилей говорящих и слушающих.
- 12 Укажите особенности языка, способные вызвать трудности в восприятии речи.

К § 2-3 «Речь в межличностном общении», «Речь в социальном взаимодействии»

- 1 Чем отличается фатическое речевое поведение от информативного речевого поведения в межличностном взаимодействии?
2. Что такое «эгоречь»? Как она проявляется?
3. Что можно увидеть в «Окне Джохари»? ?
- 4 Опишите поддерживающий и неподдерживающий стили поведения.
- 5 Охарактеризуйте нерелексивный, релексивный, эмпатический виды слушания.
6. Каковы отличительные особенности речевой деятельности в социальном взаимодействии?
- 7 Почему в начале любого коммуникативного акта от его участников требуется понимание собственной социальной роли и роли партнера?
8. Приведите основные правила речевой коммуникации, обеспечивающие возможность совместной деятельности.
- 9 Что такое речевые стратегии и тактики?
- 10 Чем отличается эгоцентрическая речь детей от социализированной речи взрослых?
11. Как с помощью речевых средств можно демонстрировать социальный статус и регулировать социальные отношения *между* общающимися?
12. Какие речевые приемы усиливают или ослабляют влияние сообщения?

ЛИТЕРАТУРА

- 1 *Атватер Я.* Я вас слушаю... М, 1988,
2. *Винокур Т.Г.* Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. М., 1993.
3. *Клюев Е. В.* Речевая коммуникация: Учеб пособие. М., 1998.
- 4 *Леонтьев А. А* Психология общения. М., 1997
5. *Лингвистический энциклопедический словарь* / Гл. ред. В. Н Ярцева. М., 1990.
6. *Максимов В. И., Одеков Р. В* Словарь-справочник по грамматике русского языка. М, 1999.
- 7 *Речевое* воздействие в сфере массовой коммуникации М., 1990.
- 8 *Русский язык.* Энциклопедия / Гл. ред Ф. П. Филин М., 1979.
- 9 *Тарасова И.П.* Речевое общение, толкуемое с юмором, но всерьез М, 1992.
- 10 *Ушакова Т. Н., Павлова Н. Д., Зачесова И. А.* Речь человека в общении М., 1989
- 11 *Язык* и моделирование социального взаимодействия: Переводы. М, 1987.

ГЛАВА II РАЗНОВИДНОСТИ РЕЧИ

Основанием классификации разновидностей речи могут быть различные факторы, которые дают возможность выделять устную и письменную формы существования речи, диалогическую и монологическую речь, функциональные стили и функционально смысловые типы речи.

Общение между людьми может происходить в разных формах В зависимости от формы обмена информацией

– с помощью звуков или с помощью письменных знаков – выделяют две формы речи – устную и письменную

По количеству активных участников акта коммуникации речь может быть представлена в виде монолога (то есть развернутого высказывания одного лица) или диалога (разговора двух или нескольких лиц).

По функционированию речи в той или иной социально значимой сфере общественной практики выделяют функциональные стили (макростили): «это исторически сложившиеся в данное время в данном языковом коллективе разновидности единого литературного языка, представляющие собой относительно замкнутые системы языковых единств, регулярно функционирующие в различных сферах общественной деятельности» [10. С 69] Наиболее устоявшаяся классификация включает в себя следующие пять функциональных стилей научный, официально-деловой, публицистический, художественный, разговорно-бытовой. Каждый из них отдает предпочтение устной или письменной форме, диалогической или монологической речи. Каждый функциональный стиль обусловлен обстановкой и характером содержания общения, имеет свои специфические черты и собственный строй речи

Монологическая речь существует в виде устного или письменного текста, который характеризуется своей общественно-коммуникативной функцией, назначением, способом отражения действительности. В зависимости от целей монологического высказывания, наличия тех или иных содержательно-смысловых и композиционно-структурных признаков текста выделяют функционально-смысловые (коммуникативные) типы речи описание, повествование, рассуждение.

§ 1. Основания классификации и общая характеристика форм речи

Основанием классификации разновидностей речи могут быть различные факторы, которые дают возможность выделять устную и письменную формы существования речи, диалогическую и монологическую речь, функциональные стили речи и функционально-смысловые (коммуникативные) типы речи.

Общение между людьми может происходить в разных формах. Разговор с друзьями, коллегами по работе, по телефону, лекция в университете – это непосредственное общение между участниками, которое происходит в устной форме. Но чтение книг, личных или официальных писем, документов, законов и т. п. тоже является общением, только это общение происходит посредством текста, представленного в письменной форме. Письменная форма речи позволяет с помощью знаков передавать речевую информацию на расстояние и закреплять ее во времени. Таким образом, по тому, в какой форме происходит коммуникация, в звуковой или письменной, выделяют устную и письменную форму речи.

В коммуникации может участвовать разное количество людей, которые ведут себя неодинаково. Если вы обсуждаете курсовую работу с преподавателем или договариваетесь о чем-то по телефону с другом, если ведутся деловые переговоры, то участники примерно равноправны между собой в общении: каждая из сторон поочередно высказывает свое мнение. Такой разговор, такое общение происходит в форме диалога. Диалоги различаются по поведению в них участников: от доминирования одной из сторон (судья – подсудимый) до относительного равноправия (беседа одноклассников). Когда же читает лекцию преподаватель, или выступает какой-то оратор, или глава государства обращается по телевидению ко всему народу, то участники такого общения неравноправны: активным является один – говорящий, а все остальные – пассивные слушатели. Это монологическая речь. Если монологическая речь рассчитана на непосредственное восприятие ее слушающим, она существует в устной форме. Когда монолог рассчитан на зрительное восприятие, он фиксируется в письменной форме и существует в виде письменного текста (например, учебник, предвыборная программа какого-то лица, договор, закон и т. п.). Таким образом, по количеству активных участников коммуникации выделяют две основные формы речи: диалог и монолог.

Общение происходит в различных сферах нашей жизни: мы покупаем что-то в магазине, обсуждаем с друзьями книги и спектакли, участвуем в научных конференциях, ведем переговоры, готовим различные документы, читаем книги, газеты, журналы. В каждом случае отличается не только наше поведение, но и наша речь. Об уместности тех или иных слов, выражений в определенных речевых ситуациях сегодня много пишут и говорят. Невозможно сказать деловому партнеру на официальной встрече «клёво», «не валяй дурака» и т. п., нелепо сказать другу в начале разговора «начнем переговоры», т. е. для каждой ситуации общения в той или иной социальной сфере деятельности существуют правила *речевого поведения*, речевые нормы, определенные речевые средства. По функционированию речи в той или иной социально значимой сфере общественной практики выделяют функциональные стили речи (макростили): «это исторически сложившиеся в данное время в данном

языковом коллективе разновидности единого литературного языка, представляющие собой относительно замкнутые системы языковых средств, регулярно функционирующие в различных сферах общественной деятельности» [10. С. 69]. Наиболее устоявшаяся классификация включает в себя следующие пять функциональных стилей: разговорно-бытовой стиль речи, научный стиль речи, официально-деловой стиль речи, газетно-публицистический стиль речи и художественный стиль речи. Каждый из них отдает предпочтение устной или письменной форме, диалогической или монологической речи. Каждый функциональный стиль обусловлен обстановкой и характером содержания общения, имеет свои специфические функциональные черты и собственный строй речи.

Монологическая речь существует в виде устного или письменного текста. Текст характеризуется своей общественно-коммуникативной функцией, назначением, способом отображения действительности. Если мы захотим, например, рассказать о Петербурге, то в соответствии с нашими целями будем «создавать» разные типы текстов. Рассказывая о городе человеку, который только слышал о красоте Петербурга, мы постараемся описать его общий вид, расположение улиц и площадей, парков и архитектурных памятников, и это будет описание города. Если мы хотим рассказать о рождении Петербурга, о том, как он строился и хорошел, какие исторические события в нем происходили, мы «создадим» совсем другой текст. Размышляя о судьбе города, о его роли в русской истории, о сегодняшнем дне, мы получим третий текст. Таким образом, по наличию тех или иных содержательно-смысловых и композиционно-структурных признаков текста выделяют функционально-смысловые (коммуникативные) типы речи. Обычно выделяют три таких типа: описание, повествование и рассуждение.

§ 2. Устная и письменная формы речи

Общая характеристика форм речи

Речевое общение происходит в двух формах - устной и письменной. Они находятся в сложном единстве и в социально-речевой практике занимают важное и примерно одинаковое место по своей значимости. И в сфере производства, и в сферах управления, образования, юриспруденции, искусства, в средствах массовой информации имеют место и устная, и письменная формы речи. В условиях реальной коммуникации наблюдается их постоянное взаимодействие и взаимопроникновение. Любой письменный текст может быть озвучен, т. е. прочитан вслух, а устный – записан при помощи технических средств. Существуют такие жанры письменной речи, как, например, драматургия, ораторские произведения, которые предназначены специально для последующего озвучивания. И наоборот, в литературных произведениях широко используются приемы стилизации под «устность»: диалогическая речь, в которой автор стремится сохранить особенности, присущие устной спонтанной речи, монологические рассуждения персонажей от первого лица и т. п. Практика радио и телевидения привела к созданию своеобразной формы устной речи, в которой устная и озвученная письменная речи постоянно сосуществуют и взаимодействуют (например, телеинтервью).

Основой и письменной, и устной речи является литературная речь, выступающая как ведущая форма существования русского языка. Литературная речь – это речь, рассчитанная на сознательный подход к системе средств общения, при котором осуществляется ориентация на определенные нормированные образцы. Она является таким средством общения, нормы которого закрепляются как формы образцовой речи, т. е. они фиксируются в грамматиках, словарях, учебниках. Распространению этих норм способствует школа, культурные учреждения, средства массовой коммуникации. Литературная речь отличается универсальностью в сфере функционирования. На ее основе создаются научные сочинения, публицистические произведения, деловая письменность и др.

Однако устная и письменная формы речи являются самостоятельными, имеют свои характеристики и особенности.

Устная речь

Устная речь – это звучащая речь, функционирующая в сфере непосредственного общения, а в более широком понимании – это любая звучащая речь. Исторически устная форма речи первична, она возникла гораздо раньше письма. Материальной формой устной речи являются звуковые волны, т. е. произносимые звуки, являющиеся результатом сложной деятельности органов произношения человека

С этим явлением связаны богатые интонационные возможности устной речи. Интонация создается мелодикой речи, интенсивностью (громкостью) речи, длительностью, нарастанием или замедлением темпа речи и тембром произнесения. В устной речи большую роль играют место логического ударения, степень четкости произношения, наличие или отсутствие пауз. Устная речь обладает таким интонационным разнообразием речи, что может передать все богатство человеческих чувств, переживаний, настроений и т. п.

Восприятие устной речи при непосредственном общении происходит одновременно и по слуховому, и по зрительному каналам. Поэтому устную речь сопровождают, усиливая ее выразительность, такие дополнительные средства, как характер взгляда (настороженный или открытый и т. п.), пространственное расположение говорящего и слушающего, мимика и жесты. Так, жест может быть уподоблен указательному слову (указание на какой-то предмет), может выражать эмоциональное состояние, согласие или несогласие, удивление и т. д., служить контактоустанавливающим средством, например поднятая рука в знак приветствия (при этом жесты имеют национально-культурную специфику, поэтому использовать их, особенно в устной деловой и научной речи, нужно осторожно). Все эти лингвистические и экстралингвистические средства способствуют повышению смысловой значимости и эмоциональной насыщенности устной речи.

Необратимость, поступательный и линейный характер развертывания во времени - одно из главных свойств устной речи. Нельзя вернуться в какой-то момент устной речи еще раз, и в силу этого говорящий вынужден мыслить и говорить одновременно, т. е. он думает как бы «на ходу», поэтому устной речи могут быть свойственны неплавность, фрагментарность, деление единого предложения на несколько коммуникативно самостоятельных единиц, например. *«Директор звонил. Задерживается. Будет через полчаса. Начинайте без него»* (сообщение секретаря директора для участников производственного совещания) С другой стороны, говорящий обязан учитывать реакцию слушающего и стремиться привлечь его внимание, вызвать интерес к сообщению. Поэтому в устной речи появляются интонационное выделение важных моментов, подчеркивание, уточнение каких-то частей, автокомментирование, повторы; *«Работу кафедра/ провела большую/ в течение года/ да/ надо сказать/ большую и важную// И учебную, и научную, и методическую// Ну/учебную/ все знают// Надо ли подробно/ учебную// Нет// Да/ тоже думаю/не надо//»*

Устная речь может быть подготовленной (доклад, лекция и др.) и неподготовленной (разговор, беседа). *Подготовленная устная речь* отличается продуманностью, более четкой структурной организацией, но при этом все-таки говорящий, как правило, стремится, чтобы его речь была непринужденной, не «заученной», походила на непосредственное общение.

Неподготовленная устная речь характеризуется спонтанностью. Неподготовленное устное высказывание (основная единица устной речи, аналогичная предложению в письменной речи) формируется постепенно, порциями, по мере осознания того, что сказано, что следует сказать далее, что надо повторить, уточнить. Поэтому в устной неподготовленной речи много пауз, а использование заполнителей пауз (слов типа э-э, *гм*) дает возможность говорящему подумать о дальнейшем. Говорящий контролирует логико-композиционный, синтаксический и частично лексико-фразерлогический уровни языка, т.е. следит за тем, чтобы его речь была логична и связна, выбирает соответствующие слова для адекватного выражения мысли. Фонетический и морфологический уровни языка, т. е. произнесение и грамматические формы, не контролируются, воспроизводятся автоматически. Поэтому устной речи свойственны меньшая лексическая точность, даже наличие речевых ошибок, небольшая длина предложений, ограничение сложности словосочетаний и предложений, отсутствие причастных и деепричастных оборотов, деление единого предложения на несколько коммуникативно самостоятельных. Причастные и деепричастные обороты обычно заменяются сложными предложениями, вместо отглагольных существительных используют глаголы, возможна инверсия.

В качестве примера приведем отрывок из письменного текста: *«Слегка отвлекаясь от отечественной проблематики, хотелось бы заметить, что, как показал современный опыт скандинавского региона и ряда других стран, дело вовсе не в монархии, не в форме политической организации, а в разделении политической власти между государством и обществом»* («Звезда». 1997, № 6). При устном воспроизведении этого фрагмента, например на лекции, он конечно, будет изменен и может иметь приблизительно такую форму: «Если мы отвлечемся от отечественной проблематики, то увидим, что дело вовсе не в монархии, дело не в форме политической организации. Все дело

заключается в том, как разделить власть между государством и обществом. И это подтверждает сегодня опыт скандинавских стран»

Устная речь так же, как и письменная, нормирована и регламентирована, однако нормы устной речи совсем другие. «Многие так называемые огрехи устной речи – функционирование незаконченных высказываний, слабая структурированность, введение перебивов, автокомментаторов, контакторов, реприз, элементов колебания и т. п. – является необходимым условием успешности и эффективности устного способа коммуникации»*. Слушающий не может удержать в памяти все грамматические и семантические связи текста, и говорящий должен учитывать это, тогда его речь будет понята и осмыслена. В отличие от письменной речи, которая строится в соответствии с логическим движением мысли, устная речь разворачивается посредством ассоциативных присоединений.

* Бубнова Г. И. Гарбовский Н. К. Письменная и устная коммуникации: Синтаксис и просодия М, 1991. С. 8.

Устная форма речи закреплена за всеми функциональными стилями русского языка, однако она имеет несомненное преимущество в разговорно-бытовом стиле речи. Выделяют следующие функциональные разновидности устной речи: устную научную речь, устную публицистическую речь, виды устной речи в сфере официально-делового общения, художественную речь и разговорную речь. Следует сказать, что разговорная речь оказывает влияние на все разновидности устной речи. Это выражается в проявлении авторского «я», личностного начала в речи с целью усиления воздействия на слушающих. Поэтому в устной речи используются эмоционально и экспрессивно окрашенная лексика, образные сравнительные конструкции, фразеологизмы, пословицы, поговорки, даже просторечные элементы.

В качестве примера приведем отрывок из интервью с Председателем Конституционного Суда России: «Конечно же, исключения бывают... К нам обратился мэр Ижевска с иском о признании закона, принятого республиканскими властями, неконституционным. И суд действительно некоторые статьи таковыми признал. К сожалению, на первых порах это вызвало раздражение у местных властей, вплоть до того, что, дескать, как было, так и будет, никто нам не указ. Тогда, что называется, была пущена в ход «тяжелая артиллерия»: Госдума подключилась. Президент России указ издал... Был большой шум в местной и центральной прессе» (Деловые люди. 1997. № 78).

В данном фрагменте присутствуют и разговорные частицы **же, дескать**, и выражения разговорного и фразеологического характера **на первых порах, никто нам не указ, что называется, был большой шум**, выражение **тяжелая артиллерия** в переносном значении, и инверсия **указ издал**. Количество разговорных элементов обуславливается особенностями конкретной коммуникативной ситуации. Например, речь спикера, ведущего заседание в Государственной Думе, и речь руководителя, ведущего производственное совещание, конечно, будут различны. В первом случае, когда заседания транслируются по радио и телевидению на огромную аудиторию, нужно быть особенно внимательным в выборе разговорных языковых единиц.

Письменная речь

Письмо – это созданная людьми вспомогательная знаковая система, которая используется для фиксации звукового языка (и соответственно звуковой речи). С другой стороны, письмо – это самостоятельная система коммуникации, которая, выполняя функцию фиксации устной речи, приобретает ряд самостоятельных функций. Письменная речь дает возможность усвоить знания, накопленные человеком, расширяет сферу человеческого общения, разрывает рамки непосредственного окружения. Читая книги, исторические документы разных времен народов, мы можем прикоснуться к истории, культуре всего человечества. Именно благодаря письменности мы узнали о великих цивилизациях Древнего Египта, шумеров, инков, майя и др.

Историки письма утверждают, что письмо прошло длительный путь исторического развития от первых зарубок на деревьях, наскальных рисунков до звукобуквенного типа, которым сегодня пользуется большинство людей, т. е. письменная речь вторична по отношению к устной. Буквы, используемые на письме, – это знаки, с помощью которых обозначаются звуки речи. Звуковые оболочки слов и частей слов изображаются сочетаниями букв, и знание букв позволяет воспроизводить их в звуковой форме, т. е. читать любой текст. Знаки препинания, используемые на письме, служат для членения речи: точки, запятые, тире соответствуют интонационной паузе устной речи. Это значит, что

буквы являются материальной формой письменной речи.

Основная функция письменной речи – фиксация устной речи, имеющая цель сохранить ее в пространстве и времени. Письмо служит средством коммуникации между людьми в тех случаях, *когда* непосредственное общение невозможно, когда они разделены пространством, т. е. находятся в разных географических точках, и временем. С древних времен люди, не имея возможности общаться непосредственно, обменивались письмами, многие из которых дошли до сегодняшнего дня, преодолев барьер времени. Развитие таких технических средств сообщения, как телефон, в какой-то мере уменьшило роль письма. Но появление факса, а в настоящее время и распространение системы Internet, которые помогают преодолевать пространство, вновь активизировало именно письменную форму речи. Основное свойство письменной речи – способность к длительному хранению информации.

Письменная речь разворачивается не во временном, а в статическом пространстве, что дает пишущему возможность продумывать речь, возвратиться к уже написанному, перестроить предложения и части текста, заменить слова, уточнить, осуществить длительный поиск формы выражения мысли, обратиться к словарям и справочникам. В связи с этим письменная форма речи имеет свои особенности. Письменная речь использует книжный язык, употребление которого достаточно строго нормировано и регламентировано. Порядок слов в предложении закреплённый, инверсия (изменение порядка слов) не типична для письменной речи, а в некоторых случаях, на пример в текстах официально-делового стиля речи, недопустима. Предложение, являющееся основной единицей письменной речи, выражает сложные логико-смысловые связи посредством синтаксиса, поэтому, как правило, письменной речи свойственны сложные синтаксические конструкции, причастные и деепричастные обороты, распространенные определения, вставные конструкции и т. п. При объединении предложений в абзацы каждое из них строго связано с предшествующим и последующим контекстом.

Проанализируем с этой точки зрения отрывок из справочного пособия В. А. Красильникова «Промышленное зодчество и экология»:

«Негативное влияние на природную среду выражается во все увеличивающейся экспансии территориальных ресурсов, включая санитарные разрывы, в выбросах газообразных, твердых и жидких отходов, в выделении тепла, шума, вибрации, радиации, электромагнитной энергии, в изменении ландшафтов и микроклимата, часто их эстетической деградации».

Это одно простое предложение содержит большое количество однородных членов: *во все увеличивающейся экспансии, в выбросах, в выделении, в изменении; тепла, шума, вибрации* и т. д., деепричастный оборот *включая...*, причастие *увеличивающейся*, т.е. характеризуется теми чертами, о которых говорилось выше.

Письменная речь ориентирована на восприятие органами зрения, поэтому она обладает четкой структурной и формальной организацией: имеет систему нумерации страниц, деление на разделы, параграфы, систему ссылок, шрифтовые выделения и т. п.

«Наиболее распространенной формой нетарифного ограничения внешней торговли является квота, или контингент. Квотирование представляет собой ограничение в количественном или стоимостном выражении объема продукции, разрешенной к ввозу в страну (импортная квота) или вывозу из страны (экспортная квота) за определенный период».

В этом отрывке используются выделение шрифтом, пояснения, данные в скобках. Зачастую каждая подтема текста имеет собственный подзаголовок. Например, приведенная цитата открывает часть *Квотирование*, одну из подтем текста «Внешнеторговая политика: нетарифные методы регулирования международной торговли» (МЭ и МО. 1997. № 12). К сложному тексту можно не раз возвращаться, вдумываться в него, осмысливать написанное, имея возможность просматривать глазами тот или иной отрывок текста.

Письменная речь отличается тем, что в самой форме речевой деятельности находят определенное отражение условия и цель общения, например художественное произведение или описание научного эксперимента, заявление об отпуске или информационное сообщение в газете. Следовательно, письменная речь обладает стилеобразующей функцией, что находит отражение в выборе языковых средств, которые используются для создания того или иного текста, отражающего типические особенности определенного функционального стиля. Письменная форма является основной формой

существования речи в научном, публицистическом; официально-деловом и художественном стилях.

* * *

Таким образом, говоря о том, что речевое общение происходит в двух формах – устной и письменной» надо иметь в виду сходство и различия между ними. Сходство заключается в том, что эти формы речи имеют общую основу – литературный язык и в практике занимают примерно равное место. Различия сводятся чаще всего к средствам выражения. Устная речь связана с интонацией и мелодикой, невербаликой, в ней используется определенное количество и «своих» языковых средств, она привязана больше к разговорному стилю. Письмо использует буквенные, графические обозначения, чаще книжный язык со всеми его стилями и особенностями, нормированностью и формальной организацией.

§ 3. Диалог и монолог

Диалог

Диалог – это разговор двух или нескольких лиц, форма речи, состоящая из обмена репликами. Основной единицей диалога является диалогическое единство – смысловое (тематическое) объединение нескольких реплик, представляющее собой обмен мнениями, высказываниями, каждое последующее из которых зависит от предыдущего.

Обратите внимание на последовательную связь реплик, образующих диалогическое единство в следующем примере, где вопросно-ответная форма предполагает логическое следование от одной темы, затрагиваемой в диалоге, к другой (диалог корреспондента газеты «Деловой Петербург» с мэром Стокгольма):

- *Дни Стокгольма в Петербурге - это часть общей стратегии городских властей?*
- *Мы тратим много денег на международный маркетинг. Мы стараемся как можно шире представлять регион иностранным инвесторам.*
- *На кого в первую очередь направлены эти усилия?*
- *На европейские компании, которые выходят на международный рынок. У Стокгольма есть представительские офисы в Брюсселе и Петербурге. Город представлен также в Токио и Риге. В функции представительств входит завязывать отношения с местными фирмами.*
- *Городские власти как-то поддерживают эти фирмы?*
- *Советами, но не деньгами.*
- *Насколько важны для властей и предпринимателей Стокгольма фирмы из России ?*
- *Интерес шведов к российскому рынку постоянно растет. Все больше российских граждан открывает для себя Скандинавию. Предприниматели оценили, насколько благоприятны условия для бизнеса в Стокгольме. В городе зарегистрированы 6000 компаний, имеющих российских владельцев или акционеров (Деловой Петербург 1998 №39).*

В этом примере мы можем выделить несколько диалогических единиц, объединенных следующими темами и представляющих развитие тематики диалога: дни Стокгольма в Петербурге, расширение международного маркетинга, поддержка городскими властями иностранных фирм, интерес шведов к российскому рынку.

Итак, диалогическое единство обеспечивается связью различного рода реплик (формулы речевого этикета, вопрос – ответ, добавление, повествование, распространение, согласие – несогласие), например, в представленном выше диалоге с помощью вопросно-ответных реплик:

- *Насколько важны для властей и предпринимателей Стокгольма фирмы из России?*
- *Интерес шведов к российскому рынку постоянно растет.*

В некоторых случаях диалогическое единство может существовать также за счет реплик, обнаруживающих реакцию не на предшествующую реплику собеседника, а на общую ситуацию речи, когда участник диалога задает свой встречный вопрос:

- *Вы принесли отчет за первый квартал?*
- *А когда мы получим новые компьютеры?*

Реплики по своему общему и характеру могут зависеть от различных факторов: это прежде всего личности собеседников с их конкретной коммуникативно-речевой стратегией и тактикой, общей речевой культуры собеседников, степени официальности обстановки, фактора «потенциального

слушателя», т. е. присутствующего, но не принимающего участия в диалоге (обычном бытовом и эфирном, т. е. диалоге на радио или телевидении) слушателя или зрителя.

Приведем два примера диалогов.

Первый пример – диалог с генеральным директором АО «Всемирная ярмарка «Российский фермер» – капитаном 3-го ранга, ушедшим в отставку и занявшимся фермерством (газета «Мальчик и девочка». 1996. № 1):

- Вы знали, куда пойдете?

- Нет, просто уходил в никуда. Просто чтобы уйти, Я пытался изменить жизнь.

- А не было страшно?

- Я знал, что не пропаду. На службе все равно было хуже. И, будучи капитаном-лейтенантом, я 2-3 вечера в неделю «халтурил» на машине, Я рассуждал так: хуже не будет. Свои двести с лишним как-нибудь заработаю. Решено: надо менять жизнь!

- Так, прямо с корабля - в село попали?

- Не совсем. Сначала я работал в кооперативе, который специализировался на теннисе, «вырос» до заместителя директора. Но тут друзья поделились со мной интересной идеей - идеей возрождения российских ярмарок. Я увлекся, прочитал несколько книг. Прошло пять лет, а я увлечен этой идеей, этим делом не меньше прежнего.

Второй пример – интервью с членом-корреспондентом Международной академии информации, профессором (Московские новости. 1997. №23):

– Профессор, я видел, что к вам в университет уже съезжаются прощупать почву сотрудники российских нефтяных и финансовых фирм и банков. Зачем им в непредсказуемых реалиях российского бизнеса американские теоретические знания?

- С одной стороны, увеличивается объем иностранных инвестиций всероссийские производства, с другой - наши предприятия все активнее выходят на международный финансовый рынок, как результат - в России растет потребность в специалистах в области управления инвестиционными процессами. А таким специалистом, причем международного уровня, пока можно стать только в престижной западной бизнесшколе.

- А может быть, владельцы российских банков руководствуются соображениями престижности: пусть у их сотрудников появится солидный диплом, тем более что для банка ваша цена обучения невысокая.

- Престиж диплома - вещь хорошая, она помогает в налаживании контактов с западными партнерами и может стать визитной карточкой российского предприятия.

На примере этих двух диалогов можно увидеть, что их участники (прежде всего интервьюируемые) имеют свою яркую коммуникативно-речевую стратегию: речь профессора университета отличается большей логикой и стройностью изложения, словарным запасом. Реплики генерального директора ярмарки отражают особенности разговорной речи, в них присутствуют неполные структуры.

На характер реплик оказывает влияние и так называемый кодекс взаимоотношений коммуникантов, т. е. тип взаимодействия участников диалога – коммуникантов.

Выделяются три основные типа взаимодействия участников диалога: зависимость, сотрудничество и равенство. Покажем это на примерах.

Первый пример – диалог писателя и сотрудника редакции, описанный С. Довлатовым в его «Записных книжках». Этот пример показывает отношение зависимости между участниками диалога (просителе, в данном случае писатель, обращается с просьбой дать ему возможность написать рецензию):

Захожу на следующий день в редакцию. Красивая немолодая женщина довольно мрачно спрашивает:

- Что вам, собственно, надо?

- Да вот рецензию написать.

- Вы что, критик?

- Нет.

Второй пример – телефонный разговор клиента с сотрудником фирмы по ремонту компьютеров – пример диалога по типу сотрудничества (и клиент, и сотрудник фирмы стремятся разрешить определенную проблему совместными усилиями):

- Компьютер пишет, что нет клавиатуры и просит нажать F1. Чем нажать-то?

- Так Вы вынимали клавиатуру из разъема при включенном питании?

- Да нет, просто пошевелили разъем. И что теперь?

- *Сгорел предохранитель питания клавиатуры на материнской плате. Привозите* (Предприниматель Петербурга. 1998. № 9).

Третий пример диалога – интервью корреспондента газеты «Дело» (1998. № 9) с сотрудником Городского бюро регистрации прав на недвижимость Санкт-Петербурга – представляет *диалог-равенство*, когда оба участника диалога ведут беседу, не направленную на достижение какого-то конкретного результата (как, например, в предыдущем диалоге):

- *Один из наиболее часто возникающих вопросов: подлежат ли государственной регистрации договоры аренды нежилых помещений, заключенные сроком до года?*

- *Регистрации подлежит любой договор аренды недвижимости, независимо от объекта и срока, на который он заключен.*

- *Подлежит ли государственной регистрации договор о совместной деятельности, составной частью которого является сделка с недвижимостью?*

- *Такой договор может быть зарегистрирован как обременение прав собственника*

В последних двух диалогах ярко проявляется такой уже упомянутый выше фактор, как степень официальности обстановки. От этого фактора зависит и степень контроля за собственной речью и соответственно соблюдение языковых норм. В диалоге клиент – сотрудник фирмы степень официальности обстановки низка и говорящие обнаруживают отклонение от литературных норм. В их диалоге присутствуют элементы разговорной речи, как, например, частое употребление частиц (*нажать-то, так вы, да нет*).

Любой диалог имеет свою *структуру*, которая в большинстве типов диалога, как в принципе и в любом тексте, остается стабильной: зачин – основная часть – концовка. За ч и н о м может быть формула речевого этикета (*Добрый вечер, Николай Иванович!*) или первая реплика-вопрос (*Сколько сейчас времени?*), или реплика-суждение (*Сегодня хорошая погода*). Следует отметить, что размеры диалога теоретически безграничны, поскольку его нижняя граница может быть открытой: продолжение практически любого диалога возможно за счет увеличения составляющих его диалогических единств. На практике же любой диалог имеет свою концовку (реплику речевого этикета (*Пока!*), реплику-согласие (*Да, конечно!*) или реплику-ответ).

Диалог рассматривается как первичная, естественная форма речевой коммуникации, поэтому как форма речи он получил свое наибольшее распространение в сфере разговорной речи, однако диалог представлен также и в научной, и публицистической, и официально-деловой речи.

Будучи первичной формой коммуникации, диалог представляет собой неподготовленный, спонтанный тип речи. Это утверждение касается в первую очередь сферы разговорной речи, где тематика диалога может произвольно меняться в ходе его развертывания. Но , даже в научной, публицистической и официально-деловой речи при возможной подготовке (прежде всего вопросных) реплик развертывание диалога будет спонтанным, поскольку в абсолютном большинстве случаев реплики-реакции собеседника неизвестны или непредсказуемы.

В диалогической речи наиболее ярко проявляется так называемый *универсальный принцип экономии средств словесного выражения*. Это значит, что участники диалога в конкретной ситуации используют минимум словесных, или вербальных, средств, восполняя не выражаемую словесно информацию за счет невербальных средств общения – интонации, мимики, телодвижений, жестов. Например, идя на прием к руководителю и находясь в приемной, сотрудник фирмы не будет обращаться к секретарю с вопросом типа «*Николай Владимирович Петрова директор нашей фирмы, находится сейчас у себя в кабинете?*», а может ограничиться кивком головы по направлению к двери кабинета и репликой «*У себя?*» При письменном воспроизведении диалога такая ситуация обязательно развертывается, показывается автором-пишущим в виде ремарки, комментария.

Для существования диалога, с одной стороны, необходима общая исходная информационная база его участников, а с другой – исходный минимальный разрыв в знаниях участников диалога. В противном случае участники диалога не будут сообщать друг другу новую информацию по предмету речи, а следовательно, он не будет продуктивным. Таким образом, неинформативность отрицательно сказывается на продуктивности диалогической речи. Этот фактор может возникать не только при низкой коммуникативной компетенции участников диалога, но и при отсутствии желания у собеседников вступать в диалог или продолжать его. Диалог, состоящий только из одних форм речевого этикета, так называемых этикетных форм, имеет формальный смысл, неинформативен, потребность в получении информации отсутствует, но он является общепринятым в определенного рода ситуациях (при встречах в общественных местах):

- Привет!
- Здравствуй!
- Как дела?
- Спасибо, нормально.

Необходимым условием существования диалогов, направленных на получение новой информации, является такой фактор, как потребность в общении, возникающая вследствие потенциального разрыва в знаниях.

В соответствии с целями и задачами диалога, ситуацией общения, ролью собеседников можно выделить следующие основные типы диалогов: бытовой, деловая беседа, интервью. Прокомментируем первый из них (последние два будут рассмотрены более подробно дальше).

Бытовой диалог характеризуется незапланированностью, возможным отклонением от темы, разнообразием обсуждаемых тем, отсутствием целеустановок и необходимости принятия каких-либо решений, широким использованием несловесных (невербальных) средств общения, личностным выражением, разговорным стилем.

В качестве примера бытового диалога приведем отрывок из повести Владимира Маканина «Простая истина»:

В комнату к Терехову в ту же почти секунду вошла, степенная седая дама

- ...Ты ведь не спишь - я вроде бы слышала твой голос.

- Откашлявшись, она попросила:

- Дай-ка мне, милый, спички

- Пожалуйста.

- Чаю захотелось старухе. А спички куда-то делись – склероз.

- Она присела на минутку:

- Ты вежливый, я тебя люблю.

- Спасибо.

- А Ситников - каков подлец, вздумал магнитофон заводить на ночь глядя. Ты слышал, как я его отдала - что-то, а учить уму-разуму я умею.

И, снисходя к собственной слабости, засмеялась.

- Старческое, должно быть.

В данном тексте присутствуют все типичные для бытового диалога характеристики: незапланированность (соседка случайно зашла к Терехову, хотя ей и нужны были спички), переход от одной темы к другой (спички, которые пожилая соседка потеряла, ее положительное отношение к Терехову, отрицательное отношение к другому соседу, стремление поучать молодых), невербальные средства общения (смех старухи, довольной собой, являющийся также знаком расположения к Терехову), разговорный стиль (синтаксические конструкции: *спички куда-то делись - склероз*, использование разговорной лексики: *заводить магнитофон, отдала* кого-либо, *вроде бы*).

Монолог

Монолог можно определить как развернутое высказывание одного лица.

Монолог характеризуется относительной протяженностью (он может содержать различные по объему части текста, состоящие из структурно и по смыслу связанных высказываний) и разнообразием словарного состава. Темы монолога разнообразны и могут свободно меняться в ходе его развертывания.

Различают два основных типа монолога. В о - п е р в ы х , монологическая речь представляет собой процесс целенаправленного сообщения, сознательного обращения к слушателю и характерна прежде всего для устной формы книжной речи: устная научная речь (например, учебная лекция или доклад), судебная речь и получившая в последнее время широкое распространение устная публичная речь. Наиболее полное развитие монолог получил в художественной речи.

В о - в т о р ы х , монолог – это речь наедине с самим собой, т. е. монолог может быть не направлен непосредственному слушателю (это так называемый «внутренний монолог») и соответственно не рассчитан на ответную реакцию собеседника.

Монолог может быть как неподготовленным, спонтанным, что характерно прежде всего для сферы разговорной речи, так и подготовленным, заранее продуманным.

По цели высказывания монологическую речь делят на три основных типа: информационная, убеждающая и побуждающая.

Информационная речь служит для передачи знаний. В этом случае говорящий должен прежде всего учитывать как интеллектуальные способности восприятия информации слушателями, так и познавательные возможности.

К разновидностям информационной речи относят различного рода выступления, лекции, отчеты, сообщения, доклады.

Приведем пример информационной речи (сообщение директора фирмы «Досуг» об итогах международной выставки «Малый бизнес-98. Технология успеха»):

«Прошедшая выставка, с одной стороны, была широкой рекламой малого бизнеса вообще. С другой - демонстрацией достижений предприятий, участвовавших в этой выставке. С третьей - выставка дала возможность пообщаться коллегам по бизнесу. Но самая главная задача подобного мероприятия, я считаю, - просветительская» (Предприниматель Петербурга. 1998. № 9).

Убеждающая речь обращена прежде всего к эмоциям слушателя. В этом случае говорящий должен учитывать его восприимчивость. К убеждающей разновидности речи относят: поздравительные, торжественные, напутственные.

В качестве примера приведем речь губернатора Санкт-Петербурга на открытии памятника Н. В. Гоголю:

«Произошло событие поистине историческое, мы открываем памятник великому русскому писателю Николаю Васильевичу Гоголю. Мы, наконец-то, выполняем свой долг перед гением мировой литературы. Авторы монумента создали образ зрелого, мудрого, погруженного в себя человека. «Я всегда закутываюсь плащом своим, когда иду по Невскому проспекту», - писал он. Именно таким мы увидели сегодня Гоголя» (Неделя. 1997. № 47).

Побуждающая речь направлена на то, чтобы побудить слушателей к различного рода действиям. Здесь выделяют политическую речь, речь-призыв к действиям, речь-протест.

В качестве примера политической речи приведем отрывок из речи вице-губернатора Санкт-Петербурга, члена политсовета Движения «Яблоко»:

«Важнейшая задача ближайших полутора лет - стабилизация долга города, в том числе с помощью международных, в финансовом отношении более выгодных займов. Если эта задача будет решена - в городе возникнет совсем другая финансовая ситуация. При которой будут лучше решаться вопросы выплаты зарплаты и пенсий, реализации важнейших социальных программ.

Верю, что нам это удастся». (Невский обозреватель. 1997. № 3).

Монолог имеет определенную композиционную форму, которая зависит от жанрово-стилистической или функционально-смысловой принадлежности. К жанрово-стилистическим разновидностям монолога можно отнести ораторскую речь (о которой будет сказано отдельно далее), художественный монолог, официально-деловой монолог и другие типы, к функционально-смысловым типам – описание, повествование, рассуждение (также будут рассмотрены отдельно).

Монологическую речь различают по степени подготовленности и официальности. Ораторская речь всегда представляет собой заранее подготовленный монолог, произносимый в официальной обстановке. Однако в определенной степени монолог – это искусственная форма речи, всегда стремящаяся к диалогу, в связи с этим любой монолог может иметь средства его диалогизации, например обращения, риторические вопросы, вопросно-ответную форму речи, т. е. все то, что может свидетельствовать о стремлении говорящего повысить коммуникативную активность собеседника-адресата, вызвать его ответную реакцию. (Более подробно о средствах диалогизации монологической речи будет сказано в гл. III.)

Рассмотрим особенности построения монологической речи и ее характеристики на конкретном примере.

«Так, времени у меня немного. 30 минут. Хватит? Отлично. Итак, что вас интересует? Образование - экономическое, но работать я начала в одной юридической конторе, И довольно быстро от секретаря-референта дошла до заместителя директора. Время начиналось благоприятное для тех, кто владел азами экономических знаний. А я владела. Но очень скоро поняла это, начала что-то делать. Так уже сложилось, что вокруг оказались филологи со знанием языков, и я организовала курсы, потом - центр переводов.

Мы не сразу начали процветать, конечно, а в какой-то момент и вовсе почти разорились.

Все было непросто. Но я справилась с ситуацией. Да, я пять лет не была в отпуске. Не езжу за границу. Мой дом - вот этот кабинет сутра до ночи. Нет, это неправда, что больше ничего мне не нужно. Конечно, нужно. Но отношения с мужчинами складываются трудно.

Остается сын. В конечном итоге все, что я делаю, - я делаю для него...» (Шульгина Е. - Монологи о важном // газета «Мальчик и девочка». 1997. №1).

В этом отрывке представлен пример неофициального неподготовленного монолога – развернутое высказывание одного лица. Данный монолог представляет собой сообщение, сознательно направленное определенному слушателю. Тематически он отличается определенным однообразием: это сообщение женщины о своей жизни – образовании, работе, проблемах, семье. По цели высказывания его можно охарактеризовать как информационный. Рассматриваемый монолог имеет определенную структуру: *вступлени*е (*Так, времени у меня немного. 30 минут. Хватит? Отлично; Итак, что вас интересует?*), в котором говорящий определяет тему своей речи (*Что вас интересует?*), *основная часть* – собственно рассказ о жизни, и *заключени*е – заключительная часть монолога, где говорящий, подводя итог сказанному, утверждает, что в конечном счете все делает для сына.

* * *

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

§ 4. Функционально-смысловые типы речи

Описание

В зависимости от целей монологического высказывания, способа изложения содержания выделяют такие функционально-смысловые типы речи, как описание, повествование, рассуждение. Первые два типа речи предполагают соотношение с миром «вещей» – предметов, последний – с миром понятий, суждений.

Описание – это словесное изображение какого-либо явления действительности путем перечисления его характерных признаков. Данный тип речи служит для воссоздания мира предметов и установления связей между ними. Схематично описание можно представить следующим образом:

Описание = признак¹ + признак² + признак³...

Цель описания – создать в представлении читателя целостную картину, зафиксировать характерные признаки предмета или лица. В логическом плане описать предмет или явление – значит перечислить его признаки, поэтому для описания важны слова, обозначающие качества, свойства предметов.

С точки зрения объекта описания выделяют следующие типы: бытовое, портретное, интерьерное, пейзажное, научно-техническое, описание положения дел.

Глаголы в описании используются обычно в форме несовершенного вида настоящего и прошедшего времени. Характерная особенность описания как типа речи – статичное расположение предметов на одной плоскости, указание на ряд признаков предметов, отнесенных к определенному моменту речи.

«Nippon Telegraf and Telephon Corp (NTT) представила прототип наручного телефона, разработанного компанией. Это самый маленький в мире телефон его вес составляет всего 45 г. Он имеет очень маленькую антенну и работает на литий-ионной батарее. Микросхемы, на которых работает телефон, особенно хорошо экономят электроэнергию. Новая игрушка набирает номер абонента с голоса,» (Русский телеграф, 1997. №56)

В приведенном примере описание нового телефонного аппарата представлено в статике, здесь присутствует типичная для описания характеристика предмета (в данном случае телефона) и его свойств. Глаголы в описании - несовершенного вида – также дают статическую картину (*телефон имеет антенну, работает на батарее, микросхемы экономят энергию*),

Итак, описание можно охарактеризовать как некую модель монологического сообщения в виде перечисления признаков предмета (в широком понимании).

Повествование

Повествование представляет собой рассказ о событиях и служит для передачи последовательности различных событий, явлений, действий; оно раскрывает связанные между собой явления, действия, происходившие в виде некой цепочки событий в прошлом. Схематично повествование можно представить следующим образом:

Повествование = событие¹ + событие² + событие³...

Последовательность действий, событий передается с помощью глаголов совершенного вида, которые, обозначая последовательно сменяющие друг друга события, показывают развертывание повествования. Обычно предложения в повествовании не бывают относительно длинными, не имеют сложной структуры. Отдельные предложения в повествовании связаны цепной связью. В повествовании соблюдается определенный порядок слов в предложении (его так и называют – повествовательным), когда сказуемое стоит после подлежащего и служит цели изображения последовательности действий. Глаголы-сказуемые обычно обозначают конкретное действие.

«Арбитражный суд обязал ЗАО «Несте-Санкт-Петербург» возместить компании «Балт-Трейд» сумму убытков за поставку некачественного бензина.

Конфликт возник в июле 1997 г., когда владелец Mitsubithi Pajero заправил свой автомобиль бензином марки ВЕ-95Е на автозаправочной станции, принадлежащей АОЗТ «Балт-Трейд». Машина сломалась, даже не успев покинуть бензоколонку. Вызванный из скорой передвижной автомобильной службы «СПАС 0001» мастер констатировал наличие в бензобаке «воды, белой эмульсии неизвестного происхождения»

По требованию клиента компания «Балт-Трейд» взяла на себя расходы по замене деталей, оплате ремонтных работ» (Деловой Петербург, 1998, №39).

В данном примере рассказ представлен в виде цепочки последовательно сменяющих друг друга событий. Развертывание этой событийной цепочки осуществляется прежде всего за счет использования глаголов совершенного вида, обозначающих конкретные действия (**конфликт возник, владелец заправил, машина сломалась, мастер констатировал, компания взяла на себя расходы**). Порядок слов в данном отрывке (следование сказуемого за подлежащим) – повествовательный.

Рассуждение

Рассуждение– это словесное изложение, разъяснение и подтверждение какой-либо мысли. Рассуждение передает ход развития мысли, идеи и должно обязательно приводить к получению нового знания о предмете, объекте, поскольку целью рассуждения является углубление наших знаний об окружающем мире. Данный тип речи характеризуется наличием абстрактной лексики, связанной не с обозначением конкретных предметов, а с отображением мира суждений, а также большим количеством сложных предложений, которые могут передавать различные логические отношения. Схематично рассуждение можно представить следующим образом:

Рассуждение == вопрос (тезис) - суждение¹ – суждение² – суждение³...

«Главное для банка - осознать, что его задачи - сберечь и приумножить средства акционеров и клиентов. Ощущение, что деньги - это собственность, пришло ко многим банкам только через 5-6 лет работы на финансовом рынке. В прежние времена банкиры мало внимания уделяли издержкам, расходам на филиальную сеть и доходам от работы филиалов,

Для регионального банка тесная работа с предприятиями - почти единственный способ выживания. Другой путь - работа с частными вкладчиками, но для этого надо развивать филиальную сеть, и здесь уже придется конкурировать, например, со Сбербанком» (Деловой Петербург. 1998. № 39).

В этом примере ход развития мысли в конечном итоге приводит к получению новых знаний – в данном случае это тезис о выживаемости региональных банков через налаживание работы с предприятиями и развитие филиальной сети. Автор рассуждения использует абстрактную лексику (*осознать, приумножить, ощущение, способ, выживание*).

Рассмотрим основные правила построения рассуждений. Рассуждение должно содержать: посылку (точно сформулированную основную мысль), основную часть (умозаключения, которые отражают ход мыслей, приводящий к новому суждению) и вывод (который должен соотноситься с посылкой и логически вытекать из всего хода рассуждения). Эти три основные части рассуждения даны в следующем конкретном примере:

«Важнейшая задача городской политики - решение проблем обслуживания жилищного фонда (п о с ы л к а). На эти цели тратится около трети городского бюджета, горожане все больше

платят за жилье... и при этом все понимают: деньги тратятся неэффективно. Дело в том, что жилищная сфера чудовищно монополизирована: РЭУ сами себе заказывают работу, сами же получают за нее деньги (о с н о в н а я ч а с т ь) Городу остро необходима реформа жилищной сферы, суть которой - не в тривиальном повышении цен, а в демополизации, в создании механизмов контроля за теми, кто обслуживает жилье» (в ы в о д) (Невский обозреватель. 1997. № 4).

* * *

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

§ 5. Функциональные стили речи

Общая характеристика стилей

Каждый функциональный стиль современного русского литературного языка – это такая его подсистема, которая определяется условиями и целями общения в какой-то сфере общественной деятельности и обладает некоторой совокупностью стилистически значимых языковых средств. 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. Многообразие жанровых разновидностей создается разнообразием содержания речи и ее различной коммуникативной направленностью, т. е. целями общения. Именно цели общения диктуют выбор стилистических приемов, композиционной структуры речи для каждого конкретного случая. В ведущих жанрах каждого функционального стиля речи стандарт языковых средств находит свое наиболее яркое выражение. Периферийные жанры более нейтральны с точки зрения использования языковых средств. Однако каждый функциональный стиль речи имеет свои типические 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 следующие функциональные стили: научный, официально-деловой, газетно-публицистический, художественный и разговорно-обиходный.

Научный стиль

Сфера общественной деятельности, в которой функционирует научный стиль, – это наука. Ведущее положение в научном стиле занимает монологическая речь. Этот функциональный стиль обладает большим разнообразием речевых жанров; среди них основными являются: научная монография и научная статья, диссертационные работы, научно-учебная проза (учебники, учебные и методические пособия и т. п.), научно-технические произведения (разного рода инструкции, правила техники безопасности и проч.), аннотации, рефераты, научные доклады, лекции, научные дискуссии, а также жанры научно-популярной литературы.

Одним из важнейших жанров научного стиля является научная статья, которая может передавать разнообразную по своему характеру и назначению информацию и наиболее часто используется как основной источник научно-технической информации: именно здесь фиксируется все новое, что появляется в определенной отрасли науки. Научные статьи представлены несколькими разновидностями: статья – краткое сообщение о результатах научно-исследовательской и опытно-конструкторской работ; собственно научная или научно-техническая статья, в которой достаточно подробно излагаются результаты работы; передовая статья; историко-научная обзорная статья; дискуссионная (полемика) статья; научно-публицистическая статья; рекламная статья. Каждая из разновидностей статьи отличается собственным содержанием и демонстрирует профиль журнала, где она опубликована.

Научный стиль реализуется преимущественно 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, научные семинары, возрастает роль устной научной речи.

Основными чертами научного стиля и в письменной, и в устной форме являются точность, абстрактность, логичность и объективность изложения. Именно они организуют в систему все языковые средства, формирующие этот функциональный стиль, и определяют выбор лексики в произведениях научного стиля. Для этого функционального стиля характерно использование специальной научной и терминологической лексики, причем в последнее время здесь все больше места занимает международная терминология (сегодня это особенно заметно в экономической речи, например *менеджер, менеджмент, квотирование, ризлтер* и проч.). Особенностью использования лексики в научном стиле является то, что многозначные лексически нейтральные слова употребляются не во всех своих значениях, а только, как правило, в одном. Например, глагол «считать», имеющий четыре значения, в научном стиле реализует преимущественно значение: «делать какое-нибудь заключение о ком-нибудь или чем-нибудь, признавать, полагать».

«Мы ясно понимаем, что разные исследователи могут и должны по-разному представлять себе перспективы развития науки и не претендуем на провозглашение истины в последней инстанции, однако считаем полезным изложение своей точки зрения на этот важный вопрос» (Экология. 1993. № 3).

Употребление в одном, становящемся терминологическим значении характерно и для существительных, и для прилагательных, например, *тело, сила, движение, кислый, тяжелый* и т. п.

В научной речи по сравнению с другими стилями наблюдается более широкое использование абстрактной лексики по сравнению с конкретной. В приведенном выше примере из журнала «Экология» в одном предложении присутствует сразу несколько существительных, выражающих абстрактные понятия: *перспективы, развитие, истина, изложение, точка зрения*.

Лексический состав научного стиля характеризуется относительной однородностью, 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. Примером может служить следующий отрывок:

«Транспортные межцеховые связи по основным видам сырья и готовой продукции, а также передачи грузов между производственными цехами и объектами складского и транспортного назначения в большинстве своем обеспечиваются непрерывным транспортом (...) Автотранспортом готовая продукция поставляется потребителям, близко расположенным, им же выполняются подсобные погрузочно-разгрузочные работы» (Красильников В. А. Промышленное зодчество и экология).

В научном функциональном стиле отсутствует лексика с разговорной и разговорно-просторечной окраской. Этому стилю в меньшей степени, чем публицистическому или художественному, свойственна оценочность. Оценки используются, чтобы выразить точку зрения автора, сделать ее более понятной и доступной, пояснить мысль, привлечь внимание и в основном имеют рациональный, а не эмоционально-экспрессивный характер:

«Широко распространенное мнение о том, что достижение качества атмосферного воздуха на уровне санитарно-гигиенических предельно допустимых концентраций гарантирует одновременно и высокое качество природной среды, ошибочно» (Экология 1993, № 3); *«Интенсивное развитие промышленных предприятий и транспорта на Урале (...) наносят большой экологический и экономический ущерб лесному хозяйству, вплоть до полного разрушения лесов, и в конечном итоге здоровью человека»* (Экология. 1993. № 1).

Научная речь отличается точностью и логичностью мысли, ее последовательным представлением и объективностью изложения. В текстах научного стиля приводятся строгие определения рассматриваемых понятий и явлений, каждое предложение или высказывание логически соединено с предшествующей и последующей информацией:

«Менеджмент представляет собой сложное социально-экономическое, информационное и организационно-технологическое явление, процесс деятельности, имеющий дело со сменой состояний, качеств объекта, что предполагает наличие определенных тенденций и этапов. Отсюда он связан с закономерностями и принципами, которые составляют предмет любой науки. Здесь и генезис, и эволюция, и резкие скачки, и тупиковые ситуации, и целеполагание, и надежда. Менеджмент включает знания, навыки, умения, приемы, операции, процедуры, алгоритмы воздействия через мотивацию, т. е.

все то, что входит в понятие социальных и человеческих технологий» (Высшее образование в России. 1995. № 2).

В этом фрагменте дано общее определение менеджмента в первом предложении, причинно-следственные отношения между первым и вторым предложениями, уточнение в четвертом предложении. Использование соответствующих языковых средств позволяет дать читателям общее представление о менеджменте, анализу которого посвящена статья.

В синтаксических структурах в научном стиле речи максимально демонстрируется отстраненность автора, объективность излагаемой информации. Это выражается в использовании вместо 1-го лица обобщенно-личных и безличных конструкций: *есть основания полагать, считается, известно, предположительно, можно сказать, следует подчеркнуть, надо обратить внимание и т. п.* Этим же объясняется и применение в научной речи большого количества пассивных конструкций, в которых реальный производитель действия обозначается не грамматической формой подлежащего в именительном падеже, а формой второстепенного члена в творительном падеже или вообще опускается. Поэтому на первый план выдвигается само действие, а зависимость от производителя уходит на второй план или вообще не выражается языковыми средствами:

«В системе современного менеджмента в качестве объекта управления рассматриваются, во-первых, организации или предприятия-товаропроизводители, во-вторых, процессы управления как явления (...) Современный менеджмент рассматривается как особая динамическая организация управления» (Высшее образование в России 1995. №2)

Стремление к логичности изложения материала в научной речи приводит к активному использованию сложных союзных предложений, а также конструкций, которые осложняют простое предложение: вводных слов и словосочетаний, причастных и деепричастных оборотов, распространенных определений и проч. (см. предшествующие примеры). 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».*

Проанализируем отрывок из статьи А. Попова «Генезис менеджмента и управления»:

«Российская Федерация находится на пороге XXI в., который будет характеризоваться высоким уровнем информатизации и компьютеризации, инновационным предпринимательством, широким применением информационных технологий менеджмента. В экономике России будет происходить глубокий сдвиг от «управленческой» экономики к экономике «предпринимательской». Есть основания полагать, что предпринимательская экономика из чисто американского явления распространится на другие индустриально развитые страны, а менеджмент пойдет по пути развития новых информационно-управленческих технологий, являющихся основой преобразования предпринимательской экономики в предпринимательское общество» (Высшее образование в России. 1995. № 2).

Этот отрывок содержит множество терминов и абстрактных существительных (*информатизация, компьютеризация, менеджмент, технологии, применение, сдвиг, развитие* и проч.), пассивные глаголы (*характеризоваться, распространится*), причастный оборот, однородные члены, сложноподчиненные предложения с определительным и изъяснительным значением (*который, что*), союз *а*, выражающий сопоставительные отношения. Каждое предложение максимально насыщено информацией; чтобы понять этот текст, надо обратиться к нему не один раз. Информационная насыщенность предложения – характерная черта научного стиля речи.

Тексты научного стиля речи могут содержать не только языковую информацию, но и различные формулы, символы, таблицы, графики и т. п. В большей степени это распространяется на тексты естественных и прикладных наук: математики, химии, физики и др. В качестве примера приведем отрывок из научной статьи А. Олейника на экономическую тему «Издержки и перспективы реформ в России: институциональный подход»:

«Введем дополнительную переменную P , используемую для обозначения вероятности выполнения контракта Продавцом, оцениваемой Покупателем. Соответственно $(1 - p)$ – то, как оценивает Покупатель вероятность обмана. Ожидаемая полезность совершения предоплаты составит тогда $EU = 10p + (-5)(1 - p) = 15p - 5$, а ожидаемая полезность воздержания от предоплаты: $EU = 0p + 0(1 - p) = 0$ Покупатель сделает предоплату, только если $15p - 5$ больше 0, Иными словами, p должна быть больше $1/3$, чем и определяется минимально допустимый уровень доверия Покупателя к Продавцу» (МЭ и МО. 1997. № 12).

Практически любой научный текст может содержать графическую информацию; это одна из черт научного стиля речи.

Официально-деловой стиль.

Основной сферой, в которой функционирует официально-деловой стиль русского литературного языка, является административно-правовая деятельность. Этот стиль 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. Тексты этого стиля представляют огромное разнообразие жанров: устав, закон, приказ, распоряжение, договор, инструкция, жалоба, рецепт, различного рода заявления, а также множество деловых жанров (например; объяснительная записка, автобиография, анкета, статистический отчет и др.). Выражение правовой воли в деловых документах определяет свойства, основные черты деловой речи и социально-организующее употребление языка. Жанры официально-делового стиля выполняют информационную, предписывающую, констатирующую функции в различных сферах деятельности. Поэтому основной формой реализации этого стиля является письменная.

Несмотря на различия в содержании отдельных жанров, степени их сложности, официально-деловая речь имеет общие стилевые черты: точность изложения, не допускающую возможности различий в толковании; детальность изложения; стереотипность, стандартизованность изложения; долженствующе-предписывающий характер изложения. К этому можно добавить такие черты, как официальность, строгость выражения мысли, а также объективность и логичность, которые свойственны и научной речи.

Функция социальной регламентации, которая играет самую важную роль в официально-деловой речи, предъявляет к соответствующим текстам требование однозначности прочтения. В связи с этим для каждого текста должна быть характерна такая точность изложения информации, которая не допускала бы возможности различных толкований. Официальный документ будет выполнять свое назначение, если его содержание тщательно продумано, а языковое оформление безупречно. Именно этой целью определяются собственно лингвистические черты официально-деловой речи, а также ее композиция, рубрикация, выделение абзацев и проч., т. е. стандартизованность оформления многих деловых документов. Вспомните листок по учету кадров, анкету, заполняемую, например, для получения визы, квитанцию на оплату жилищно-коммунальных услуг и т. п.

Лексический состав текстов этого стиля имеет свои особенности, связанные с указанными чертами. Прежде всего в этих текстах используются слова и словосочетания литературного языка, которые имеют ярко выраженную функционально-стилистическую окраску, например *истец, ответчик, протокол, должностная инструкция, заключение под стражу, пассажироперевозки, поставка, удостоверение личности, научный сотрудник* и др., среди них значительное количество профессиональных терминов. Многие глаголы содержат тему предписания или долженствования: *запретить, разрешить, постановить, обязать, назначить* и проч. Следует заметить, что в официально-деловой речи наблюдается самый высокий процент употребления инфинитива среди глагольных форм. Это также связано с императивным характером официально-деловых текстов. Рассмотрим пример:

«При изучении любого международного соглашения, а в особенности соглашения об устранении двойного налогообложения, прежде всего необходимо четко определить сферу его действия в двух аспектах

- *налоги, на которые распространяется действие соглашения,*
- *территории, на которые распространяется действие соглашения»* (Консультант. 1997. № 24).

Даже в этом коротком отрывке имеются слова и словосочетания с официально-правовой окраской (*международное соглашение, двойное налогообложение, налоги*), выражающее долженствование словосочетание *необходимо определить*, такие черты, как строгость выражения мысли, беспристрастная констатация, полная безличность изложения.

Для официально-делового стиля характерна тенденция к сокращению числа значений слов, упрощению их семантической структуры, к однозначности лексических и сверхсловных обозначений, вплоть до узкой терминологизации. Поэтому достаточно часто в текстах данного стиля даются точные определения применяемых слов и понятий, т. е. четко ограничивается их семантический объем. Здесь

недопустимы полисемия (многозначность), метафорическое использование слов, употребление слов в переносных значениях, а 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, нижепоименованный* и т. п. Образование таких слов объясняется стремлением делового языка к точности передачи смысла и однозначности толкования. Этой же цели служат словосочетания «неидиоматического» характера, например *пункт назначения, высшее учебное заведение, 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. Рассмотрим пример:

«Нотариус, занимающийся частной практикой, должен быть членом нотариальной палаты, совершать все предусмотренные законодательством нотариальные действия от имени государства, вправе иметь контору, открывать расчетный и другие счета, в том числе валютный, иметь имущественные и личные неимущественные права и обязанности, нанимать и увольнять работников, распоряжаться поступившим доходом, выступать в суде, арбитражном суде от своего имени и совершать другие действия в соответствии с законодательством Российской Федерации и республик в составе Российской Федерации» (Консультант. 1997. № 24).

Этому тексту присущи многие типичные черты делового стиля: стилистически отмеченные слова и словосочетания (нотариус, нотариальная палата, расчетный счет, арбитражный суд и проч.); «долженствующе-предписывающий» характер изложения, передающийся инфинитивными конструкциями (*должен быть, должен совершать, вправе иметь* и др.); композиционное построение, подчиненное основной теме этого предложения – изложению прав и обязанностей нотариуса, занимающегося частной практикой; беспристрастная констатация фактов, изложенных по мере их значимости; полное отсутствие какой-либо оценки.

Официально-деловая речь отражает не индивидуальный, а социальный опыт, вследствие чего ее лексика предельно обобщена в семантическом отношении, т. е. устранено все остро-своеобразное, конкретное, неповторимое, а на передний план выдвинуто типичное. Для официального документа важна юридическая сущность, поэтому предпочтение отдается родовым понятиям, например *прибыть (приехать, прилететь, прийти* и т. д.), транспортное средство (*автобус, самолет, «Жигули»* и т. д.), населенный пункт (*деревня, город, село* и т. д.) и др. При назывании лица употребляются имена существительные, обозначающие лицо по признаку, обусловленному каким-либо отношением или действием (*преподаватель Сергеева Т. Н., свидетель Молотков Т. П., ректор университета Старов Е. И.* и т. п.).

Для деловой речи характерно использование отглагольных существительных, которых в официально-деловом стиле больше, чем в других стилях, и причастий: *прибытие поезда, предоставление жилплощади, обслуживание населения, пополнение бюджета, принятие мер; данный, указанный, вышепоименованный* и т. п.; широко используются сложные отыменные предлоги: *в части, по линии, на предмет, во избежание, по достижении, по возвращении* и др.

Обычно предложение содержит достаточно большой объем информации и рассчитано на повторное прочтение. Простые предложения часто осложняются однородными членами, что обусловлено необходимостью исчерпать предмет сообщения. Активно используются пассивные конструкции; как и в научной речи, большое место занимают сложноподчиненные предложения с придаточным условия:

«Порядок ведения заседания и исследования дополнительных доказательств, если они были представлены в апелляционную инстанцию, определяется председательствующим. По общему правилу вначале заслушиваются объяснения лиц, участвующих в деле, и их представителей. Сначала выступает лицо, подавшее апелляционную жалобу, и его представитель. В случае обжалования решения обеими сторонами первым выступает истец» (Хозяйство и право. 1997. № 1).

В этом отрывке первое предложение – сложноподчиненное с придаточным условия. В последующих предложениях несколько причастий (*участвующих, подавшее*), пассивный глагол (*заслушиваются*), сложный отыменный предлог (*в случае*). Строгая логика и точность изложения определяют последовательность действий в представленной ситуации. Данный текст выполняет роль регламента и устанавливает порядок процедуры рассмотрения апелляционной жалобы.

Деловой речи, как уже упоминалось, свойственны безличность изложения и отсутствие оценочности. Здесь имеют 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 различных доверенностей, при заключении трудового соглашения и т. п. Так, доверенность имеет вид:

Д О В Е Р Е Н Н О С Т Ь

Я, Алексеева Анна Ивановна, проживающая по адресу: г. Санкт-Петербург, ул. Пражская, д. 35, кв. 127, паспорт УШ-ВИ № 964863, выданный 12 отд. милиции г. Санкт-Петербурга 26 января 1992 г, доверяю Хитровой Ольге Александровне, проживающей по адресу г. Санкт-Петербург, ул. Кораблестроителей, д. 65, кв. 98, заключение договора с издательством «Юристъ» от моего имени.

29 05 98

Алексеева

Однако даже в таких ситуациях форма написания многих документов клиширована и ориентирована на безличность. Напомним, как пишется заявление о предоставлении отпуска:

Заведующему кафедрой физики
проф. И. С. Петрову
преподавателя С. И. Андреева

З А Я В Л Е Н И Е

Прошу предоставить мне очередной отпуск за 1997/98 учебный год с 15.06..98

25.05.98

Андреев

Газетно-публицистический стиль

Газетно-публицистический стиль функционирует в общественно-политической (сфере и используется в ораторских выступлениях, в различных газетных жанрах (например, передовая статья, репортаж и др.), в публицистических статьях в периодической печати. Он реализуется как в письменной, так и в устной форме.

Одной из основных характерных черт газетно-публицистического стиля является сочетание двух тенденций – тенденции к экспрессивности и тенденции к стандарту. Это обусловлено функциями, которые выполняет публицистика: информационно-содержательная функция и функция убеждения, эмоционального воздействия. Они имеют особый характер в публицистическом стиле. Информация в этой сфере общественной деятельности адресована огромному кругу людей, всем носителям языка и членам данного общества (а не только специалистам, как в научной сфере). Для актуальности информации очень значим временной фактор: информация должна передаваться и становиться общеизвестной в кратчайшие сроки, что совсем неважно, например, в официально-деловом стиле. В газетно-публицистическом стиле убеждение осуществляется путем эмоционального воздействия на читателя или слушателя, поэтому автор всегда выражает свое отношение к сообщаемой информации, но оно, как правило, не является только его личным отношением, а выражает мнение определенной социальной группы людей, например какой-то партии, какого-то движения и проч. Итак, с функцией воздействия на массового читателя или слушателя связана такая черта газета-публицистического стиля, как его эмоционально-экспрессивный характер, а с быстротой передачи общественно значимой информации связан стандарт этого стиля.

Тенденция к стандарту означает стремление публицистики к строгости и информативности, которые свойственны научному и официально-деловому стилям. Например, к числу стандартных для газетно-публицистического стиля можно отнести *неуклонный рост, временная поддержка, широкий размах, дружественная обстановка, официальный визит* и т. п. Тенденция к экспрессивности выражается в стремлении к доступности и образности формы выражения, что характерно для художественного стиля и разговорной речи – в публицистической речи переплетаются черты этих стилей. Приведем небольшой фрагмент статьи Д. Смирновой «Женщины на виду»:

«В любом обществе существует ряд проблем, напрямую связанных с социальным

функционированием женщины. Именно этими проблемами давно занят феминизм, настаивающий не на равенстве, а на инакости женщин и мужчин. Образование и медицина, права детей и инвалидов, воинская обязанность и уложение о наказаниях - вот поле общественной деятельности, на котором женская мягкость, способность к компромиссу, предпочтение частного общественному должны были бы сослужить свою службу. В сущности, все равно, кто объединит все это в одну программу - мужчина или женщина. Но женщине все же сподручней. Как говаривала бабушка, «что с мужчинами разговаривать - они ведь даже одеться по погоде не умеют» (Пульс. 1998. № 36).

Здесь использованы слова и словосочетания, свойственные научному стилю (*ряд проблем, социальное функционирование женщины, предпочтение частного общественному* и др.), официально-деловому (*права детей и инвалидов, воинская обязанность, уложение о наказаниях*), а также разговорные, даже просторечные выражения (*сподручней, сослужить службу, как говаривала бабушка*),

Газетно-публицистический стиль обладает одновременно консервативностью и подвижностью. С одной стороны, в публицистической речи присутствует достаточное количество штампов, общественно-политических и иных терминов. С другой стороны, стремление к убеждению читателей требует все новых языковых средств, чтобы оказывать на них воздействие. Именно этой цели служат все богатства художественной и разговорной речи.

Лексика газета-публицистического стиля имеет ярко выраженную эмоционально-экспрессивную окраску, включает разговорные, просторечные и даже жаргонные элементы. Здесь используются такие лексико-фразерлогические единицы и словосочетания, которые объединяют в себе функциональную и экспрессивно-оценочную окраски, например *оболванивание, желтая пресса, пособник* и т. п.; они не просто показывают принадлежность газетно-публицистическому стилю речи, но содержат отрицательную оценку. Многие слова приобретают газетно-публицистическую окраску в том случае, если они употребляются в переносном значении. Например, слово *сигнал* становится функционально окрашенным, реализуя переносные значения «то, что служит толчком к началу какого-то действия» (*Эта статья послужила сигналом к дискуссии*) и «предупреждение, сообщение о чем-нибудь нежелательном, что может совершиться» (*Поступил не один сигнал о неблагоприятной ситуации на заводе*).

Газетно-публицистическая речь активно использует иноязычные слова и элементы слов, в частности приставки *а-, анти-, про-, нео-, ультра-* (*антиконституционный, ультраправыми* др.). Именно благодаря средствам массовой информации в последнее время значительно пополнился активный словарь иноязычных слов, входящих в состав русского языка: *приватизация, электорат, деноминация* и др.

Рассматриваемый функциональный стиль не только привлекает весь запас, эмоционально-экспрессивных и оценочных слов, но и включает в сферу оценочности даже имена собственные, названия литературных произведений и т. п., например *Плюшкин, Держиморда, Человек в футляре* и др. Стремление к выразительности, образности и в то же время к краткости реализуется также с помощью прецедентных текстов (текстов, знакомых любому среднему члену какого-то общества), что сегодня является неотъемлемой частью публицистической речи. В начале статьи Ю. Гладильщикова «Про контркультуру» читаем:

«Бывшие советские интеллигенты продолжают ставить на молодежь. Появится - верят они - новое поколение русских (грузинских, etc.) мальчиков, которое не захочет мириться с подлостью отцов» (Итоги. 13 мая 1997 г.).

Последняя фраза является прецедентной, «русские мальчики» у Ф. М. Достоевского ставили перед собой мировые неразрешимые вопросы. Таким образом, автор статьи очень выразительно характеризует тип «советского интеллигента», начитанного, знающего Достоевского, стремящегося переделать мир (о крылатых словах см. § 4 главы IX «Культура речевого общения»).

Синтаксис газетно-публицистического стиля речи тоже имеет свои особенности, связанные с активным употреблением эмоционально и экспрессивно окрашенных конструкций: восклицательных предложений различного значения, вопросительных предложений, предложений с обращением, риторических вопросов, повторов, расчлененных конструкций и др. Стремление к экспрессии обуславливает использование конструкций с разговорной окраской: построений с частицами, междометиями, построений фразеологического характера, инверсий, бессоюзных предложений, эллипсисов (пропуск того или иного члена предложения, структурная неполнота конструкции) и др. Оцените с точки зрения синтаксиса еще один отрывок из статьи Ю. Гладильщикова:

«Пророчить молодежный бунт - как-то банально Но в границах постсоветского пространства

подобное пророчество вполне логично. Ведь в СССР так и не было того, что пережил западный мир, - не было контркультуры.

Как это не было? А наши хиппи? А наш андерграунд А рок? А пакостные режиссеры - «параллельщики»? (...) Не вдаваясь в детали, замечу, что это, конечно, никакая не контркультура... И шестидесятники, и семидесятники, сидя по кухням, брались за руки в едином антитоталитарном порыве. Мечтали о свободе для всего общества. Это была не контркультура, а дружба тех, кто мыслит шире, против тех, кто мыслит уже. Не зависевшая от возраста».

В этом тексте пять вопросительных предложений. Последнее предложение разделено на два коммуникативно-самостоятельных предложения, неполное предложение (*Мечтали о свободе...*), повтор сказуемого в третьем предложении (*не было*). Кроме того, здесь присутствует экспрессивная и эмоционально-оценочная лексика, имеющая разговорную окраску (*пакостные, испоганивший*), прецедентная фраза *брались за руки...* (сразу вспоминается «Возьмемся за руки, друзья» Б. Окуджавы). Все эти средства служат автору для создания эмоционального, образного текста.

Художественный стиль

Художественный стиль речи как функциональный стиль находит применение в художественной литературе, которая выполняет образно-познавательную и идейно-эстетическую функцию. Чтобы понять особенности художественного способа познания действительности, мышления, определяющего специфику художественной речи, надо сравнить его с научным способом познания, определяющим характерные черты научной речи.

Художественной литературе, как и другим видам искусства, присуще конкретно-образное представление жизни в отличие от абстрагированного, логико-понятийного, объективного отражения действительности в научной речи. Для художественного произведения характерны восприятие посредством чувств и перевоссоздание действительности, автор стремится передать прежде всего свой личный опыт, свое понимание и осмысление того или иного явления.

Для художественного стиля речи типично внимание к частному и случайному, за которым прослеживается типичное и общее. Вспомните хорошо вам известные «Мертвые души» Н. В. Гоголя, где каждый из показанных помещиков олицетворял некие конкретные человеческие качества, выражал некоторый тип, а все вместе они являлись «лицом» современной автору России.

Мир художественной литературы – это «перевоссозданный» мир, изображаемая действительность представляет собой в определенной степени авторский вымысел, а значит, в художественном стиле речи главнейшую роль играет субъективный момент. Вся окружающая действительность представлена через видение автора. Но в художественном тексте мы видим не только мир писателя, но и писателя в этом мире: его предпочтения, осуждения, восхищение, неприятие и т. п. С этим связаны эмоциональность и экспрессивность, метафоричность, содержательная многоплановость художественного стиля речи. Проанализируем небольшой отрывок из рассказа Н. Толстого «Иностранец без питания»:

«На выставку Лера отправилась только ради ученика, из чувства долга. «Алина Крюгер. Персональная выставка. Жизнь как утрата. Вход свободный». В пустом зале бродил бородач с дамой. На некоторые работы он смотрел через дырку в кулаке, чувствовался профессионал. Лера тоже посмотрела через кулак, но разницы не заметила: все те же обнаженные мужчины на курьих ножках, а на заднем плане пагоды в огне. В буклете про Алину было сказано: «Художница проецирует притчевый мир на пространство бесконечного». Интересно, где и как учат писать искусствоведческие тексты? Наверное, с этим рождаются. Бывая в гостях, Лера любила листать художественные альбомы и, посмотрев репродукцию, прочесть, что об этом пишет специалист. Видишь: мальчик накрыл насекомое сачком, по бокам ангелы трубят в пионерские горны, в небе самолет со знаками Зодиака на борту. Читаешь: «Художник рассматривает холст как культ мгновения, где упрямство деталей взаимодействует с попыткой осмысления будней». Думаешь: автор текста мало бывает на воздухе, держится на кофе и сигаретах, интимная жизнь чем-нибудь осложнена» (Звезда. 1998. №1).

Перед нами не объективное представление выставки, а субъективное описание героини рассказа, за которой отчетливо виден автор. Текст построен на соединении трех художественных планов. Первый план – это то, что видит на картинах Лера, второй – искусствоведческий текст, интерпретирующий содержание картин. Эти планы и стилистически выражены по-разному, намеренно подчеркивается

книжность, заумность описаний. А третий план – это авторская ирония, которая проявляется через показ несоответствия содержания картин и словесного выражения этого содержания, в оценке бородача, автора книжного текста, умения писать такие искусствоведческие тексты.

Как средство общения художественная речь имеет свой язык – систему образных форм, выражаемую языковыми и экстралингвистическими средствами. Художественная речь наряду с нехудожественной составляют два уровня национального языка. Основой художественного стиля речи является литературный русский язык. Слово в этом функциональном стиле выполняет номинативно-изобразительную функцию. Приведем начало романа В. Ларина «Нейронный шок»:

«Отец Марата Степан Порфирьевич Фатеев, с младенческих лет сирота, был из рода астраханских биндюжников. Революционный вихрь выдул его из паровозного тамбура, проволока через завод Михельсона в Москве, пулеметные курсы в Петрограде и закинул в Новгород-Северский, городишко обманчивой тишины и благостности» (Звезда. 1998. № 1).

В этих двух предложениях автор показал не только отрезок индивидуальной человеческой жизни, но и атмосферу эпохи огромных изменений, связанных с революцией 1917 г. Первое предложение дает знание социальной среды, материальных условий, человеческих отношений в детские годы жизни отца героя романа и его собственных корней. Простой, грубоватый люд, окружавший мальчика (*биндюжник* – просторечное название портового грузчика), тяжелый труд, который он видел с детства, неприкаянность сиротства – вот что встает за этим предложением. А следующее предложение включает частную жизнь в круговорот истории. Метафорические словосочетания *Революционный вихрь выдул...*, *приволок...*, *закинул...* уподобляют человеческую жизнь некой песчинке, которая не может противостоять историческим катаклизмам, и в то же время передают стихию всеобщего движения тех, «кто был никем». В научном или официально-деловом тексте такая образность, такой слой глубинной информации невозможны.

Лексический состав и функционирование слов в художественном стиле речи имеют свои особенности. В число слов, составляющих основу и создающих образность этого стиля, прежде всего входят образные средства русского литературного языка, а также слова, реализующие в контексте свое значение. Это слова широкой сферы употребления. Узкоспециальные слова используются в незначительной степени, только для создания художественной достоверности при описании определенных сторон жизни. Например, Л. Н. Толстой в «Войне и мире» при описании батальных сцен использовал специальную военную лексику; значительное количество слов из охотничьего лексикона мы найдем в «Записках охотника» И. С. Тургенева, в рассказах М. М. Пришвина, В. А. Астафьева, а в «Пиковой даме» А. С. Пушкина много слов из лексикона карточной игры и т. п.

В художественном стиле речи очень широко используется речевая многозначность слова, что открывает в нем дополнительные смыслы и смысловые оттенки, а также синонимия на всех языковых уровнях, благодаря чему появляется возможность подчеркнуть тончайшие оттенки значений. Это объясняется тем, что автор стремится к использованию всех богатств языка, к созданию своего неповторимого языка и стиля, к яркому, выразительному, образному тексту. Автор использует не только лексику кодифицированного литературного языка, но и разнообразные изобразительные средства из разговорной речи и просторечья. Приведем небольшой пример:

*«В трактире Евдокимова уже **собрались было** гасить лампы, когда начался скандал. Скандал начался так. **Сперва** в зале все выглядело благообразно, и даже трактирный половой Потап сказал хозяину, что, **мол, нынче бог миловал** – ни единой битой бутылки, как вдруг в глубине, в полутьме, в самой сердцевине загудело, будто пчелиный рой.*

- Батюшки светы, - лениво изумился хозяин, - вот, Потапка, сглаз твой, черт! Ну надо ж было каркать, черт!» (Окуджава Б. Похождения Шилова).

На первый план в художественном тексте выходят эмоциональность и экспрессивность изображения. Многие слова, которые в научной речи выступают как четко определенные абстрактные понятия, в газетно-публицистической речи – как социально-обобщенные понятия, в художественной речи несут конкретно-чувственные представления. Таким образом, стили функционально дополняют друг друга. Например, прилагательное *свинцовый* в научной речи реализует свое прямое значение (*свинцовая руда, свинцовая пуля*), а художественной образует экспрессивную метафору (*свинцовые тучи, свинцовая ночь, свинцовые волны*). Поэтому в художественной речи важную роль играют словосочетания, которые создают некое образное представление.

Для художественной речи, особенно поэтической, характерна инверсия, т. е. изменение обычного порядка слов в предложении с целью усилить смысловую значимость какого-либо слова или придать

всей фразе особую стилистическую окраску. Примером инверсии может служить известная строка из стихотворения А. Ахматовой «Все мне видится Павловск холмистый...» Варианты авторского порядка слов разнообразны, подчинены общему замыслу.

Синтаксический строй художественной речи отражает поток образно-эмоциональных авторских впечатлений, поэтому здесь можно встретить все разнообразие синтаксических структур. Каждый автор подчиняет языковые средства выполнению своих идейно-эстетических задач. Так, Л. Петрушевская, чтобы показать неустроенность, «заморочки» семейной жизни героини рассказа «Поэзия в жизни», включает в состав одного предложения несколько простых и сложных предложений:

«В истории же Милы далее все покатило по нарастающей, муж Милы в новой двухкомнатной квартире теперь уже не защищал Милу от матери, мать жила отдельно, а телефона не было ни там, ни здесь - муж Милы стал сам себе и Яго и Отелло и с насмешкой из-за угла наблюдал за тем, как к Миле пристают на улице мужики его типа, строители, старатели, поэты, не знающие, как тяжела эта ноша, как неподъемна жизнь, если биться в одиночку, поскольку красота в жизни не помощница, так примерно можно было бы перевести те матерные, отчаянные монологи, которые бывший агроном, а ныне научный сотрудник, муж Милы, выкрикивал и на ночных улицах, и у себя в квартире, и напившись, так что Мила скрывалась с малолетней дочерью где-то, нашла себе приют, и несчастный муж бил мебель и швырял железные кастрюли».

Это предложение воспринимается как бесконечная жалоба несчетного количества несчастных женщин, как продолжение темы печальной женской доли.

В художественной речи возможны и отклонения от структурных норм, обусловленные художественной актуализацией, т. е. выделением автором какой-то мысли, идеи, черты, важной для смысла произведения. Они могут выражаться в нарушении фонетических, лексических, морфологических и других норм. Особенно часто этот прием используется для создания комического эффекта или яркого, выразительного художественного образа:

«Ай, милый, - покачал головой Шипов, - зачем же так-то? Не надо. Я же тебя насквозь вижу, мон шер... Эй, Потапка, ты чего же человека на улице позабыл? Веди его сюда, будя. А что, господин студент, как вам сдается этот трактир? Грязнецо ведь А вы думаете, он мне по ндраву?... Я в настоящих ресторациях бывал-с, знаю... Чистый ампи́р-с... Да ведь там с людьми не поговоришь, а здесь я кое-чего могу и узнать» (Окуджава Б. Похождения Шилова).

Речь главного героя характеризует его очень ярко: не слишком образованный, но амбициозный, желающий производить впечатление барина, господина. Шипов употребляет элементарные французские слова (*мон шер*) наряду с просторечными *будя, ндрав, здесь*, которые не соответствуют не только литературной, но и разговорной норме. Но все эти отклонения в тексте служат закону художественной необходимости.

Разговорно-обиходный стиль

Разговорно-обиходный функционирует в сфере повседневно-бытового общения. Этот стиль реализуется в форме непринужденной, неподготовленной монологической или диалогической речи на бытовые темы, а также в форме частной, неофициальной переписки. Под непринужденностью общения понимают отсутствие установки на сообщение, имеющее официальный характер (лекция, выступление, ответ на экзамене и т. п.), неофициальные отношения между говорящими и отсутствие фактов, нарушающих неофициальность общения, например посторонние лица. Разговорная речь функционирует лишь в частной сфере общения, в обиходно-бытовой, дружеской, семейной и т. п. В сфере массовой коммуникации разговорная речь неприменима. Однако это не значит, что разговорно-обиходный стиль ограничивается бытовой тематикой. Разговорная речь может затрагивать и другие темы: например, разговор в кругу семьи или разговор людей, находящихся в неофициальных отношениях, об искусстве, науке, политике, спорте и т. п., разговор друзей на работе, связанный с профессией говорящих, беседы в общественных учреждениях, например поликлиниках, школах и т. п. Приведем пример из романа В. Ларина «Нейронный шок»:

- Меня взяли в клещи и теперь будут сжимать - только что приватно дали об этом понять в первом отделе.

Вяча присвистнул. - Ну и выводы?

Татьяна задумчиво проследила за плутающим у плафона колечком табачного дыма.

- Как сказать.. Цереброзом я, разумеется, буду заниматься по-прежнему, но уже нелегально. А

тему мозга, ту, которую нам навязывают, потяну двумя параллелями:

одну - к истине ведущей, вторую - от истины уводящей.

-... С огнем играешь.

- Что делать, иначе в перспективе у нашего народа - тотальная интеллектуальная кастрация, вместо народа - толпа дешевых биороботов... Пардон, меня это не устраивает.

-... А твоя докторская, книги, статьи, научное реноме в конце концов?» (Звезда. 1998. №1).

В приведенном отрывке – разговор коллег по работе, поддерживающих приятельские отношения. Он неподготовлен, проходит в неофициальной ситуации, однако тема разговора связана с профессиональной деятельностью говорящих, поэтому в нем используется научная лексика (*церебровз, тема мозга, биороботы, докторская, научное реноме*). Форма реализации разговорной речи преимущественно устная.

Разговорно-обиходный стиль противопоставляется книжным стилям, так как они функционируют в тех или иных сферах общественной деятельности. Однако разговорная речь включает в себя не только специфические языковые средства, но и нейтральные, являющиеся основой литературного языка. Поэтому данный стиль связан с другими стилями, которые также используют нейтральные языковые средства. В пределах литературного языка разговорная речь противопоставлена кодифицированному языку в целом (кодифицированной речи называется, потому что именно по отношению к ней ведется работа по сохранению ее норм, за ее чистоту). Но кодифицированный литературный язык и разговорная речь представляют собой две подсистемы внутри литературного языка. Как правило, каждый носитель литературного языка владеет этими обеими разновидностями речи.

Основными чертами обиходно-разговорного стиля являются уже указанные непринужденный и неофициальный характер общения, а также эмоционально-экспрессивная окраска речи. Поэтому в разговорной речи используются все богатства интонации, мимика, жесты. Одной из ее важнейших особенностей является опора на внеязыковую ситуацию, т.е. непосредственную обстановку речи, в которой протекает общение. Например: (*Женщина перед уходом из дома*) *Что мне надевать-то? (о пальто) Вот это, что ли? Или это? (о куртке) Не замерзну ли?* Слушая эти высказывания и не зная конкретной ситуации, невозможно догадаться, о чем идет речь. Таким образом, в разговорной речи внеязыковая ситуация становится составной частью акта коммуникации.

Обиходно-разговорный стиль речи имеет свои лексические и грамматические особенности. Характерной чертой разговорной речи является ее лексическая разнородность. Здесь встречаются самые разнообразные в тематическом и стилистическом отношении группы лексики: и общекнижная лексика, и термины, и иноязычные заимствования, и слова высокой стилистической окраски, и даже некоторые факты просторечия, диалектов и жаргонов. Это объясняется, во-первых, тематическим разнообразием разговорной речи, не ограничивающейся рамками бытовых тем, обиходных реплик, во-вторых, осуществлением разговорной речи в двух тональностях – серьезной и шутливой, и в последнем случае возможно использование разнообразных элементов. Приведем еще один отрывок из романа В. Ларина «Нейронный шок»:

- *Имею доложить!* - заявил громогласно. - *Чтобы не уморить служителей Мельпомены, сделаю это штрихпунктиром, а то они у нас головкой слабенкие. Технари, внимание. Итак... Итак, волею, дарованной мне Господом гениальности, я сделал несокрушимый математический замок, который надежно охранит в э-вэ-эм наши идеи. Всех, кто посягнет на наши мысли, мой «замок», или «ключ», направит в тупик к фальш-программе, которая закончится «Калинкой». Раз заиграло, значит, в памяти машины роется чужой, ату его!*

- *А если злоумышленник подберет правильный шифр?* - спросила Татьяна.

- *Исключено!*

- *А все-таки?* - подначил Бартенин.

- *Тогда моя «киберсекретка» загонит вора на второй «ключ», «ключ-капкан», где машина задаст счастливчику двенадцать вопросов. На их основании она определит принадлежность любопытного к почтенной стукаческой когорте... Социологи на совесть проработали алгоритм принадлежности к ордену волосатого уха* (Звезда. 1998. № 1).

В этом отрывке наряду с общелитературной лексикой встречаются слова терминологического характера (*математический замок, эвэ-эм, алгоритм* и др.), слова «высокого стиля» (*служители Мельпомены, посягнуть, имею доложить* и др.), разговорные выражения (*уморить, технари, стукаческий, волосатое ухо*), устаревшее *злоумышленник*, глагол *рыться*, употребленный в переносном значении, *ату* из охотничьего лексикона, а сочетание слов с различной стилистической и оценочной

окраской создает иронический эффект (чтобы не уморить служителей Мельпомены, алгоритм принадлежности к ордену волосатого уха, к почтенной стукаческой когорте, ату его),

Синтаксические конструкции тоже имеют свои особенности. Для разговорной речи типичны построения с частицами, с междометиями, построения фразеологического характера: *«Тебе говорят-говорят -и все без толку!»*, *«Да куда же ты? Там же грязь!»* и проч.

Разговорной речи свойственны эмоционально-экспрессивные оценки субъективного характера, поскольку говорящий выступает как частное лицо и выражает свое личное мнение и отношение. Очень часто та или иная ситуация оценивается гиперболизированно: *«Ничего себе цена! Сума сойти!»*, *«Цветов в саду - море!»*, *«Пить хочу! Умру!»* Характерно использование слов в переносном значении, например: *«В голове у тебя каша!»*

Порядок слов в разговорной речи отличается от используемого в письменной. Здесь главная информация концентрируется в начале высказывания. Говорящий начинает речь с главного, существенного элемента сообщения. Чтобы акцентировать внимание слушающих на главной информации, пользуются интонационным выделением. Вообще же порядок слов в разговорной речи обладает высокой вариативностью.

* * *

Таким образом, для каждого функционального стиля речи характерны свои особенности. Для научного стиля присуще использование специальной научной и терминологической лексики, графической информации, четкое определение понятий и явлений, строгая логичность и последовательность изложения, усложненный синтаксис. Деловому стилю свойственны профессиональная терминология, точность определения применяемых слов и выражений, клишированность языковых средств. Главнейшим свойством газетно-публицистического стиля является его информативность и экспрессивность. Художественная речь использует все разнообразие и все богатства национального языка, чтобы создать яркий, запоминающийся образ. Понимание особенностей художественного стиля речи помогает более глубокому прочтению литературных произведений, обогащает нашу практическую речь. Главной особенностью разговорной речи является ее непринужденность, неподготовленность. Для нее характерны лексическая разнородность, использование разговорных и просторечных слов, упрощенного синтаксиса, эмоционально-экспрессивной оценочности, мимики, жестов.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

К § 1-4 «Основания классификации и общая характеристика форм речи»,
«Устная и письменная формы речи», «Диалог и монолог»,
«Функционально-смысловые типы речи»

1. На основании каких факторов можно классифицировать речь? Назовите основные разновидности речи.
 2. Что такое литературная речь?
 3. Какие особенности имеют письменная и устная формы речи? Как они связаны с функциональными стилями русского языка.
 4. Дайте определение диалога и монолога как формы устной речи.
 5. Что является основной единицей коммуникативно-речевой структуры диалога и каким образом создается диалогическое единство.
 6. В каких случаях диалог может быть неинформативным.
 7. Почему для диалогической речи характерны неполные структуры (неполные предложения)?
 8. Укажите основные виды диалога.
 9. Укажите три основных типа монологической речи и дайте их краткую характеристику
 10. Укажите три функционально-смысловых типа речи и их основные признаки.
- II. Укажите основные правила построения рассуждений.

К § 5 «Функциональные стили речи»

1. Какие факторы влияют на выделение функциональных стилей речи?
2. Назовите основные функциональные стили русского языка.
3. В какой сфере общественной деятельности функционирует научный стиль. Назовите его основные черты. Какой жанр научной прозы является одним из важнейших и почему?
4. Назовите основные черты деловой речи.

5 Какие основные черты имеет газетно-публицистический стиль и какими языковыми средствами они выражаются?

6 Какие черты, присущие художественному стилю речи, вы могли бы назвать?

7 Какие черты характеризуют ситуацию общения в обиходно-разговорной речи? Какие лингвистические особенности разговорной речи вы можете назвать?

ЛИТЕРАТУРА

1. Амирова Т. П. Функциональная взаимосвязь письменного и звукового языка. М., 1985.
2. Бойкова Н.Г., Коньков В. И., Попова Т. И. Устная речь. Л, 1988
3. Бубнова Г. И., Гарбовский Н. К. Письменная и устная коммуникация: Синтаксис и просодия. М., 1991.
4. Васильева А. Н. Художественная речь. М, 1987.
5. Гойхман О.Я., Надеина Т. М Основы речевой коммуникации. М., 1997.
6. Голанова Е. И. Устный публичный диалог, жанр интервью // Русский язык конца XX века (1985-1995) М., 1996.
7. Диалогическая речь. Монологическая речь // Лингвистический энциклопедический словарь. М., 1990.
8. Земская Е. А. Русская разговорная речь: лингвистический анализ и проблемы обучения. М., 1987.
9. Зиндер Л. Р. Очерк общей теории письма. Л, 1987.
10. Кожин А. Н. и др. Функциональные типы русской речи. М, 1982
11. Коньков В. И. Речевая структура газетного текста. СПб., 1995
12. Митрофанова О.Д. Научный стиль речи: проблемы обучения М, 1985.
13. Накорякова К. М. Литературное редактирование материалов массовой информации. М., 1996.
14. Речь в научно-лингвистическом и дидактическом аспекте. М., 1991.
15. Русский язык в его функционировании. Уровни языка М., 1996.
16. Сиротинина О. Б. Что и зачем нужно знать учителю о русской разговорной речи. М., 1996.
17. Федоровская О. А. О жанровой классификации научно-технических документов и их лингвистических особенностях // Разновидности и жанры научной прозы Лингвистические особенности. М., 1989.
18. Якубинский Л. П. О диалогической речи // Избранные работы язык и его функционирование. М., 1986.

ГЛАВА III ОРАТОРСКАЯ РЕЧЬ

Ораторской речью называют воздействующую, убеждающую речь, которая обращена к широкой аудитории, произносится профессионалом речи (оратором) и имеет своей целью изменить поведение аудитории, ее взгляды, убеждения, настроения и т. п. Стремление говорящего изменить поведение слушателя может касаться самых различных сторон его жизни: убедить голосовать за нужного депутата, склонить к принятию нужного решения в сфере коммерческой деятельности, побудить его покупать определенные товары, продукты и т. п. Таких конкретных целей существует бесчисленное множество, но в любом случае воздействующая речь направлена на внеязыковую действительность, в сферу жизненных интересов, потребностей слушателя. Умение убеждать всегда ценилось обществом. Особенно велика роль профессионала речи в сфере политики, общественной деятельности. Возрастание роли воздействующей речи в жизни общества привело к возникновению учения, которое разрабатывало теорию этой разновидности речевой деятельности. Такое учение называется *риторикой*. В русской традиции в качестве синонимов употребляются также слова «оратория» и «красноречие».

Традиционное риторическое учение состояло из пяти частей. В учении о нахождении рассказывалось о содержательной разработке текста. Учение о расположении разрабатывало вопросы композиции воздействующего текста. Учение о выражении – центральная часть риторического учения, здесь давалось представление о таких качествах речи, как правильность, ясность, четкость, точность, уместность. Одновременно вырабатывались навыки художественной обработки речевого материала, обращалось внимание на форму и приемы подачи содержания. Эта часть риторики включала в себя раздел о тропах и фигурах. Учение о запоминании имело целью развить профессиональные навыки оратора, связанные с работой памяти. Учение о произнесении разрабатывало теорию звучащей речи. Именно сам акт произнесения воспринимался как действие оратора, требующее определенного результата.

Для общества в целом основная цель обучения языку состоит в том, чтобы научить каждого члена общества облекать любую социально значимую информацию в соответствующую речевую форму. В этих условиях естествен рост интереса к проблемам старой риторической науки, к теории убеждающей речи вообще

§ 1. Выступление как разновидность ораторской прозы

Содержание и композиция

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

1. К выступлению обязательно нужно подготовиться. Не следует рассчитывать на удачную импровизацию, если существует хотя бы малейшая возможность для подготовки.

2. Прежде всего следует четко сформулировать тему выступления, спросив себя: что я хочу сказать? Не следует самоуверенно полагать, что говорящему это всегда и так ясно. Однако многие выступающие только после того, как они начали говорить, приходят к осознанию того, что все же не представляют достаточно четко, какую мысль они стремятся донести до слушателей, которые, как правило, понимают неподготовленность выступающего раньше его.

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

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

5. Определите главную мысль, расчленив ее на отдельные составляющие. Это членение должно быть проведено последовательно на основе одного принципа. Составляющие главную мысль компоненты должны быть соразмерны по важности, связаны между собой в одно целое. Каждая составляющая вашей главной мысли будет представлять отдельную часть вашего выступления, которая может быть названа по ключевому слову этой части выступления.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2. Я живо тронут вашим решением присудить мне вашу премию. Принимаю ее с благодарностью и с сознанием долга перед тем высоким человеческим понятием, которое звучит, содержится, заключено в

названии вашей организации, в символе, соединившем нас сегодня здесь. Этого символа естественно коснуться и в моем ответном слове.

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

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

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

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

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

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

9. Подлинно человеческая свобода – есть от Бога нам данная свобода *внутренняя*, свобода

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

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

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

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

Информационное обеспечение выступления

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

Следует заранее продумать, какие цифры вы приведете. В тексте не должно быть много цифрового материала, так как большое количество цифр утомляет слушателей, заслоняет главное. Цифры должны быть понятными, опираться на реальные фоновые знания аудитории. Например, широкой аудитории малопонятны или непонятны совсем цифровые данные об урожайности, надоях, количестве выработанных или затраченных энергоресурсов, спортивных рекордах и т. д. Поскольку редко кто может знать, какова урожайность, скажем, ржи или ячменя в средней полосе России и т. п., такие показатели следует приводить в сравнении. В аудитории, составленной из специалистов, цифрового материала может быть больше. Фоновые знания специалиста позволяют ему усваивать этот материал более быстро и легко. Следует по возможности ярко, оригинально интерпретировать цифровые данные. Например, один из российских корреспондентов в Японии нашел такой способ объяснить аудитории, насколько велика стоимость земли в центре Токио. «Я стою в центре Токио, в руках у меня самая крупная денежная купюра Японии. Один квадратный метр земли, на которой я стою, стоит так дорого, что купюры, заплаченные за него, покроют поверхность квадратного метра земли несколькими слоями».

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

При подготовке текста выступления отдельное, самостоятельное направление работы составляет работа с цитатами. Назначение цитаты может быть различным. Одни цитаты рассчитаны на эмоции; другие апеллируют к сознанию, убеждают приведенным фактическим материалом, третьи опираются на авторитет источника (мое мнение верно потому, что такого же мнения придерживается всем известный человек, авторитет которого неоспорим). Этот механизм использования цитаты характерен для сакральных (священных) текстов (так цитируется Библия), а также для идеологических текстов особой

значимости (с этой целью, например, в недавнем прошлом цитировались произведения В. И. Ленина).

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

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

Контакт с аудиторией

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

Коммуникативное состояние говорящего

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

- Запретить себе думать о посторонних вещах.
- Сосредоточить свое внимание на слушателях.
- Внимательно следить за их реакцией.
- Убедить себя в том, что в данный момент нет ничего более важного и значимого, чем ваше выступление и внимание аудитории.
- Вкладывать в речевое действие все физические и моральные силы.
- Иметь наступательный волевой настрой, вести аудиторию за собой, а не идти на поводу у аудитории.
- Понимать, что публичное выступление – это профессиональное действие, связанное с осуществлением вашего намерения, которое должно достичь цели.

Все эти составляющие внутреннего состояния говорящего находят отражение в выражении лица, в мимике, характере взгляда, в позе, осанке, движениях тела. Подобная информация считывается аудиторией на подсознательном уровне. Из этого следует, что провалить свое выступление можно даже до того, как будет произнесено первое слово. Нельзя выходить к аудитории и начинать говорить, чувствуя себя расслабленным, безвольным, равнодушным, безынициативным. Все это сразу ощутит аудитория (пусть даже и не осознает поначалу), и ее реакция будет неблагоприятной, пассивной.

Контактоустанавливающие речевые действия

О контакте с аудиторией следует помнить еще при подготовке текста выступления. Существуют специальные речевые действия, назначение которых – установление и поддержание контакта. К ним относятся: обращение, приветствие, комплимент, прощание. Варианты этих речевых действий хорошо разработаны и приводятся в пособиях по речевому этикету. Следует выбрать для себя несколько вариантов каждого из этих действий и хорошо освоить их в интонационном отношении, в отношении стиля. Начинать выступление без приветствия и обращения можно лишь на сугубо деловом совещании в узком кругу специалистов, встречи с которыми происходят достаточно часто. Обращения могут и должны употребляться и в центральной части выступления, они активизируют внимание слушателей.

Очень важную роль при поддержании контакта играют метатекстовые конструкции. *Метатекст* – это те слова и предложения вашей речи, в которых вы говорите о том, как она построена, о чем и в какой последовательности вы собираетесь говорить или писать, т. е. метатекст – это текст о тексте. Метатекстовое оформление выступления можно уподобить разметке проезжей части дороги и

расстановке вдоль дороги знаков, обозначающих повороты, уклоны, трудные места. Хороший оратор всегда обозначает метатекстовыми конструкциями части своего выступления: *в начале своего выступления я бы хотел обратить ваше внимание на...; повторим еще раз...; теперь перейдем к вопросу о; во-первых...; во-вторых...; в-третьих...; в заключение хотелось бы сказать о том, что...* и т. п.

Диалогизация выступления

Для успешного общения с аудиторией, постоянного контакта очень важно внести в выступление элементы диалога. Диалог – основная коммуникативная форма речи. Именно диалог представляет собой изначальную, первичную форму существования языка, отвечающую самой природе человеческого мышления, которое по своей природе диалогично. Любое сказанное или предполагаемое слово представляет собой реакцию на чужое слово. Монолог – это искусственное речевое построение; он по сравнению с диалогической речью имеет очень небольшой возраст. Усвоение и построение монологической речи требуют специальных усилий, дополнительного обучения. Монологический текст воспринимается всегда с большими трудностями, чем диалог. Поскольку ораторское выступление – это монологическая речь, то для успешного и постоянного контакта с аудиторией очень важно вносить в выступление элементы диалога. Рассмотрим простейшие приемы диалогизации текста.

Любую тему, ее отдельные частные аспекты можно обозначить в виде *вопросительного предложения* или *вопросно-ответного единства*: *«Задумавшись: если кому-то народ оказывает доверие, то для чего он это делает? Исключительно для того, чтобы избранник решал его, народа, проблемы»* (Известия. 1998. 9 апр.). Данное содержание можно было бы выразить в следующем виде: *«Если народ кому-то оказывает доверие, то он делает это исключительно для того, чтобы избранник решал его. народа, проблемы»*. Однако данная конструкция труднее для восприятия и обладает меньшей контактоустанавливающей силой. Сила воздействия увеличивается, если расположить рядом два, три вопроса: *«Во-первых, что такое народное доверие? По каким критериям можно определить, пользуется тот или иной кабинет народным доверием или нет? По тиражируемым СМИ. рейтингам популярности (или непопулярности) главы кабинета?»* (Там же).

Диалогизация текста может проявляться и по-иному. Говорящий в ходе выступления встает на точку зрения предполагаемого оппонента, собеседника, слушателя, и часть текста строится с этой чужой точки зрения, чтобы затем присоединиться к ней, уточнить ее, опровергнуть и т. д.:

«Я прекрасно понимаю, что сорок раз еще опозорюсь и с передачей, и с личной жизнью. Не смогу ответить на какой-нибудь вопрос. Найдутся остроловы, которые меня засмеют Журналисты начнут писать» «Куда ты лезешь со своей прошлой жизнью?» Но это надо пережить». (Общая газета. 1998. № 14); *«А ведь бывают случаи, когда не психиатр даже, а только священник может помочь. Но к нему стесняются идти. Ему же руку надо целовать, мало ли что еще ... У нас ведь масса предубеждений, которые возникли благодаря советской власти»* (Там же).

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

Синтаксические особенности

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

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

2. Более легко воспринимаются такие типы конструкций, которые тяготеют к сфере разговорной речи. По структуре эти конструкции представляют собой предложения нераспространенные и малораспространенные, односоставные (определенно-личные, неопределенно-личные, обобщенно-личные, безличные, назывные), неполные, неосложненные. Эти конструкции могут быть как самостоятельными предложениями, так и частями сложных предложений. Приведем пример такого текста:

«Причина четвертая: сила семейной традиции. Человек родился и вырос в шахтерском краю, где

кормилец на всех один – уголек. В шахте 30 лет откалывал уголь его отец, умерший от силикоза. В забое работает старший брат. А теперь опускается он. И это привычное дело дает молодому шахтеру ощущение безопасности» (АиФ. 1998. № 16).

Для того чтобы получить текст такого типа, при его написании (или произношении) следует ориентироваться на разговорную интонацию. Интонационный рисунок текста задается его синтаксическим строем. Поэтому при ориентации на разговорную интонацию формируется соответствующий (такой, как в разговорной речи) синтаксический строй текста.

Длинные предложения, т. е. значительно распространенные и осложненные причастными, деепричастными оборотами, вставными конструкциями, сложные предложения с большим количеством придаточных частей затрудняют восприятие и неприемлемы для ораторского воздействующего выступления.

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

а) «Когда на одной из неблагополучных шахт Воркуты Гостехнадзор пригрозил отобрать лицензию из-за нарушений техники безопасности, горняками это было воспринято как покушение на права человека» (АиФ. 1998. № 16); б) «На одной из неблагополучных шахт Воркуты Гостехнадзор пригрозил отобрать лицензию из-за нарушений техники безопасности. Горняки восприняли это как покушение на права человека».

При работе с массовой аудиторией следует предпочесть вторую конструкцию.

Лексические особенности

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

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

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

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

При подготовке ораторского выступления нельзя злоупотреблять также использованием терминов: не перегружайте текст терминологией и не используйте узкоспециальные термины.

Личностный тип общения

Контакт с аудиторией будет более успешным, если выступающий будет использовать личностный тип общения. Этот тип общения предполагает при работе с аудиторией строить речь таким же образом, как беседу с конкретным лицом при непосредственном контакте («живая» беседа). Личностный тип общения предполагает что говорящий в ходе выступления четко обозначает свое авторское *Я*: свое отношение к предмету речи, к собеседнику.

В качестве средства выражения авторского *Я* опытные ораторы используют практически все средства языка. Однако для таких языковых средств, как местоимения, частицы, вводные слова, сложно

подчиненные предложения с придаточным изъяснительным выражение авторского *Я* является основным функциональным назначением. Частицы (*лишь, даже, вот, же и др.*), несмотря на малую величину звукового материала, совершенно однозначно указывают на присутствие в текста голоса автора, выражая довольно часто и авторское отношение. Некоторые частицы очень экспрессивны, выразительны (*знай себе, взял да и др.*). С той же целью используются вводные слова: выражение отношения отражено в них более четкое, определенное:

«Но, так или иначе, даже на неудачных его стихах, на всем, что слетало с его уст, был налет какого-то божественного, экстатического вдохновения, как это бывало у пророчествовавших юродивых на Руси» (Общая газета. 1998. № 15).

Данный текст буквально насыщен местоимениями: *его, всем, что, его, какого-то, это*. Все эти местоимения, а также вводное слово *так или иначе* и частица *даже* придают тексту ощущение звучания авторского голоса.

Наиболее ярко выражают авторское отношение (и, соответственно, авторское сложноподчиненные предложения с придаточным изъяснительным (*я считаю, что; ясно, что и др.*): «**Тут, кстати, замечу, что** произведениями искусства пасхальные яйца стали в те времена, когда в обряде дарения яиц на Пасху стали участвовать царские и великокняжеские семьи». Выделенная конструкция (*Тут, кстати, замечу, что*) может быть опущена без всякого ущерба для сообщаемой информации. Ее назначение – помочь говорящему обозначить свое *Я* в тексте и тем самым сделать свое выступление более личностным, т. е. обращенным к аудитории.

* * *

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

§ 2. Логика, этика, эстетика речи

Правила построения ораторской речи

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

- Будьте последовательны в своей речи. Не переходите к следующему пункту выступления, пока не закончите предыдущий. Многократное возвращение к недосказанному производит крайне неблагоприятное впечатление.

- Начинайте выступление с наиболее существенных положений, оставляя на конец частное и второстепенное.

- Не тратьте время на то, что не является необходимым, без чего можно обойтись в выступлении.

- Не повторяйтесь. Если считаете необходимым повторить сказанное, оговорите это специально. Дайте понять, что это намеренное повторение.

- Не уходите в сторону от обсуждаемого вопроса; не отвлекайтесь на посторонние, малозначимые для сути дела проблемы, факты, сведения, примеры и т. п.

- В конце выступления обобщите сказанное и сделайте выводы.

Логические законы

Готовя выступление, следует учитывать основные логические законы.

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

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

3. **Закон исключенного третьего**. Утверждение и его отрицание не могут быть одновременно ни истинными, ни ложными, одно из них необходимо истинно, другое – необходимо

ложно. Если в выступлении сформулировано какое-то положение в виде высказывания, а затем – его отрицание, то одно из этих высказываний будет истинным, а другое – ложным.

4. **Закон достаточного основания.** Всякая мысль признается истинной, если она имеет достаточное основание. Поскольку наши суждения, высказывания могут быть истинными или ложными, то, утверждая истинность высказывания, следует дать обоснование этой истинности.

На основе логических законов, которые носят формальный характер, фиксируют формальную правильность различных интеллектуальных операций в чистом виде, складываются конкретные правила, рекомендации, инструкции, предусматривающие достижение вполне определенного необходимого результата в практической деятельности. Так, на основе закона непротиворечия может быть сформулировано правило: не использовать противоречивые высказывания. Поэтому говорят не просто о законах логики, а о законах и правилах логики (см. об этом: *Свинцов В.И.* Логика. Элементарный курс для гуманитарных специальностей. М., 1998).

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

* *Ивин А.А.* Основы теории аргументации. М., 1992. С. 3.

а) Неполная аналогия. Приводя умозаключение по аналогии, помните, что аналогия не всегда бывает полной. Утверждение «процесс работы над текстом устного выступления аналогичен процессу написания статьи» верно лишь отчасти: есть много общего между написанием статьи и созданием текста устного выступления, но есть и существенные различия. Полной аналогии здесь нет.

б) Отождествление временной последовательности событий с их причинной связью: временная последовательность событий не всегда подразумевает наличие между ними причинно-следственных отношений. Если предприятие оказалось банкротом после внесения изменений в налоговое законодательство, это не означает, что они оказались причиной банкротства: такая зависимость может быть, но может и отсутствовать.

- Квазилогические рассуждения: *«Я не против, когда кто-то решает служебные дела поличному телефону, значит, они тоже не должны быть против, когда я звоню им домой по служебному делу».*
 - Ошибки объединения: *«Эта газета для бездомных, следовательно, ее выпускают лица без определенного места жительства».*
 - Ошибки разъединения: *«Совет директоров компании исчерпал свои возможности, следовательно, люди, в него входящие, тоже исчерпали свои возможности».*
- Подробнее о логических ошибках см. в гл. 4

Этика ораторского выступления

Отношение оратора к аудитории должно быть абсолютно доброжелательным и профессиональным.

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

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

свои чувства, эмоции, отношения.

Отметим некоторые типичные ошибки, которые допускают выступающие (даже помимо своей воли).

1. Не следует изображать, представлять глупыми, нечестными, непоследовательными, слабохарактерными тех лиц, мнение которых вы оспариваете. Нельзя следовать утверждению: *«Непоследовательный человек не может быть прав»*. Надо разбирать мнение, точку зрения, взгляды оппонента, а не его жизнь.

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

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

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

5. Не бравируйте личными качествами, не преувеличивайте свою роль в каких-либо событиях, совместной деятельности и т.д.

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

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

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

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

Эстетические качества речи

Хорошее выступление – выступление цельное в ритмико-интонационном отношении. Но в то же время внутри этого единого ритмико-интонационного целого должно быть разнообразие. Монотонность притупляет внимание, однообразие ритма и интонации отрицательно сказывается на восприятии. Поэтому хорошая воздействующая речь выдержана в определенной стилевой манере от начала до конца, что делает этот текст цельным и целым. В то же время единая стилевая манера предполагает элементы разнообразия: увеличение или замедление темпа, разнообразные интонационные контуры. Поэтому написанные при подготовке отрезки текста следует обязательно прочитывать вслух, по крайней мере – проговаривать «про себя». Именно интонация, ритм речи подскажут, где ограничить объем конструкции или, наоборот, увеличить его, где переставить слова и т. п. Подчеркнем: говоря о лексике и синтаксисе, мы подразумеваем в данном случае благозвучность текста, гармонию ритма, а не контактоустанавливающие особенности, о которых говорилось выше.

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

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

(установить единственный налог – с оборота)» (Деловой Петербург. 1996. 19 марта).

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

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

Очень много проблем связано с точностью словоупотребления. В русском языке большое количество слов имеет сходные или близкие значения, и не всегда прост? выбрать нужное слово из группы близких по значению слов: следует учитывать оттенки значения, стилистическую окраску, общий смысловой ореол слова и т. п. Приведет несколько примеров:

«Фирма решила простимулировать дизайнеров к использованию в оформлении офисов продукции германской фирмы» (Деловой Петербург 1996 19 марта). Неудачно употреблено слово «простимулировать». Возможный вариант: «Фирма решила убедить дизайнеров использовать в оформлении офисов продукцию германской фирмы».

«Реставраторы фирмы «Антиквар» в 1992 году оценили, что создание подлинных интерьеров в доме Кутузова обойдется в 13 млрд рублей» (Там же) Необходимо: «Реставраторы фирмы «Антиквар» в 1992 году подсчитали, что...»

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

При сомнении в правильности выбора слова следует воспользоваться толковым словарем русского языка. Работа со словарем должна стать постоянной и важной составляющей работы профессионала речи.

Выразительность речи, ее воздействующая сила увеличивается, если оратор использует разнообразные изобразительно-выразительные средства. Выступление становится более убедительным, привлекательным, что способствует установлению более тесного контакта с аудиторией. В значительной степени это объясняется тем, что изобразительно-выразительные средства апеллируют к миру чувств и эмоций аудитории. В конфликтной ситуации чаша весов часто склоняется в пользу того, кто сумел овладеть эмоциями и чувствами аудитории. Укажем наиболее распространенные изобразительно-выразительные средства, используемые в воздействующей публичной речи.

1. **М е т а ф о р а** представляет собой перенос наименования на основе сходства. Для использования в качестве метафоры пригодны слова с предметным значением, т. е. с таким значением, определить которое можно, указав на соответствующий предмет, звук, запах и любой другой чувственно воспринимаемый элемент окружающего нас мира. *«Владимир Иванович (Малышев) любил жить в одноэтажном доме науки, потому что он не был горожанином, он всегда оставался в городе выходцем из деревни»* (Д. С. Лихачев).

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

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

4 **Г и п е р б о л а** (преувеличение) – количественное усиление интенсивности, свойств, особенностей

поведения и т. п.: «А и если мы не воспитаем сами класть твердые границы своим желаниям и требованиям, подчинять интересы критериям нравственности - нас, человечество, просто разорвет. Оскалятся худшие стороны человеческой природы» (А. И. Солженицын).

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

6. **А н т и т е з а** (противопоставление) часто строится на основе антонимии. Противопоставленные понятия лучше выявляют свою специфику на фоне друг друга: «Рассказы о нем (В. И. Малышеве) надо всячески фиксировать, но рассказывать о нем как о мертвом может быть еще рано: мы все его хорошо помним живым и очень чувствительны ко всякой фальши,» (Д. С. Лихачев).

7. **П о д х в а т** – повторение в начале следующей конструкции слов, стоящих в конце предшествующей конструкции. Этим достигается актуализация, усиление смысла повторяемого слова и всей конструкции в целом: «Я действительно очень устал. Устал от тяжелых, напряженнейших матчей, от длительных, утомительных перелетов, от смены часовых поясов, постоянного психологического напряжения и просто от всего, что вокруг» (Огонек 1997. № 46).

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

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

10. **Р и т о р и ч е с к и й в о п р о с** – предложение, по форме построенное как вопросительное, но по цели высказывания являющееся повествовательным: риторический вопрос несет позитивную информацию. Несоответствие содержания и формы порождает экспрессию: «Но, если вы свободны порождению, зачем вы подставляете шею рабству? Зачем вы помогаете нашим рабовладельцам?» (А. И. Солженицын).

11. **В о п р о с н о - о т в е т н о е е д и н с т в о** – способ диалогизации текста. Информация, оформленная в виде вопросно-ответного единства, актуализируется: «В чем заключалась красота его научного мировоззрения? Его «научного мироощущения» (может быть и такое)? В его научном методе, научном подходе к проблемам всегда ощущалось нравственное начало» (Д. С. Лихачев).

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

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

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

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

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К

§ 1 «Выступление как разновидность ораторской прозы»

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

К § 2 «Логика, этика и эстетика речи»

1. Какими основными правилами следует руководствоваться при построении последовательности изложения материала?
2. Назовите основные логические законы. Приведите примеры.
3. Чем должно определяться отношение оратора к аудитории?
4. Назовите основные ошибки оратора при его работе с аудиторией.
5. Чем определяется гармоничное звучание текста?
6. Назовите основные выразительные приемы. Приведите свои примеры.

ЛИТЕРАТУРА

1. Головин Б.Н. Основы культуры речи. М., 1988.
2. Ивин А. А. Основы теории аргументации. М., 1997.
3. Кохтев Н. Н. Риторика. М., 1994.
4. Ножиш Е. А. Мастерство устного выступления. М., 1989.
5. Сопер П. Основы искусства речи. М., 1992.
6. Свинцов В. И. Логика. Элементарный курс для гуманитарных специальностей. М., 1998.
7. Скрижанская Ю. С., Третьяков В. П. Грамматика общения. Л., 1990.
8. Франс Х. ван Еемерен, Роб Гроостендорст. Аргументация, коммуникация и ошибки. СПб., 1992.

ГЛАВА IV

ЛОГИЧЕСКИЕ И ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИЕМЫ ПОЛЕМИКИ

Мир, в котором живет современный человек, соткан из противоречий. По этой причине он более полемичен, чем когда-либо прежде. И будущее человека в значительной степени зависит от того, сумеет ли он – человек – организовать, сделать жизненной ценностью плодотворное и эффективное общение (именно оно составляет сущность процессов коммуникации, в том числе и речевые) в самых разных сферах человеческой жизнедеятельности в политике, бизнесе, науке, между поколениями, представителями разных культур и т.д.

Сегодня, в конце XX столетия, большая часть человечества осознала очень простой и очевидный факт, что лишь немногие суждения о мире истинны и не требуют доказательств. Но львиная доля наших суждений предполагает активную мыслительную деятельность, протекающую в режиме спора (дискуссии, полемики).

Насколько нудной, вялой, неинтересной, скучной была бы жизнь человека, если бы речевые коммуникации между людьми сводились к строгой и бесстрастной констатации «положения дел». В действительности, в коммуникативных процессах помимо высказываний, выражающих то или иное состояние дел, содержатся побуждения, вопросы, оценки, согласия и возражения вплоть до неприятия чего либо. Кроме того, определенную окраску, характер коммуникативным актам придает манера поведения, позы, выражения лиц. Все это мы можем обнаружить в спорах.

Спор представляет собой одну из основных форм человеческой коммуникации, в рамках которой

уточняются позиции противоборствующих сторон, вырабатывается оптимальное решение проблемы, «рождается истина». Вывод из сказанного выше предельно прост. «Роскошь человеческого общения» (А. Сент-Экзюпери) является наградой за изнурительный труд ума, высокий уровень логической культуры и культуры поведения, а также за филигранное владение искусством спора

§ 1. Общая характеристика спора

Понятие спора

Спор – акт речевой коммуникации, однако не всякий коммуникативный процесс является спором. Зафиксируем сущность спора посредством логической операции определения. *Спор* – это коммуникативный процесс, в рамках которого происходит сопоставление точек зрения, позиций участвующих в нем сторон, при этом каждая из них стремится аргументированно утвердить свое понимание обсуждаемых вопросов и опровергнуть доводы другой стороны. Редкий спор заканчивается безусловной победой одной из сторон, но это не умаляет ценность данного коммуникативного акта. В о - п е р в ы х , поскольку в споре соревнуются идеи, то его участники обогащаются идейно: обмен идеями, в отличие от обмена вещами, более эффективен. Б. Шоу так обосновывал этот тезис: если у вас есть одно яблоко и у меня одно, то при обмене ими и у вас, и у меня останется по одному яблоку; но если у вас есть одна идея, а у меня другая и мы обмениваемся ими, то в результате у каждого из нас будет по две идеи. В о - в т о р ы х , осуществив процесс спора, стороны приходят к более глубокому уяснению как своей собственной позиции, так и позиции своего оппонента. В - т р е т ь и х , в споре можно узнать нечто новое и тем самым дополнить свой багаж знаний и расширить кругозор.

Искусство ведения спора получило название *эристика*. Эристика является интегральным искусством, возникающим на стыке знаний и умений, вырабатываемых логикой, психологией, этикой и риторикой. При таком подходе искусство спора характеризуется двумя основными признаками: доказательностью и убедительностью. *Доказательность* – это логическое воздействие на оппонента принудительностью рассуждения. *Убедительность* – это психологическое воздействие на оппонента, направленное на восприятие им той или иной идеи. В рамках спора доказательность и убедительность относительно независимы. Возможны следующих их комбинации: а) доказательно и убедительно; б) доказательно, но не убедительно; в) не доказательно, но убедительно; г) и не доказательно, и не убедительно. Идеальный вариант, к которому необходимо стремиться в любом споре, – доказательность и убедительность рассуждений одновременно. За более чем двухтысячелетнюю историю своего существования эристика выработала общие рекомендации, выполнение которых способствует повышению плодотворности спора:

- Если есть возможность достичь согласия без спора, лучше ею воспользоваться.
- Не спорьте по мелочам; если уж спорить, то только по принципиальным вопросам.
- Почву для спора образует наличие несовместимых позиций относительно одного и того же предмета; если же позиции совместимы, нужда в споре отпадает.
- Спор должен быть предметным, а предмет спора – достаточно ясным и неизменным на всем его протяжении.
- Спор возможен только при наличии определенной общности исходных позиций, которая способна стать источником начального взаимопонимания спорящих, а также известной суммы знаний о предмете спора.
- Спор предполагает следование определенным законам и правилам логики, этики и психологии.
- Спор не должен быть самоцелью, в споре недопустимы выпады личного характера; помните, что спор должен быть средством достижения истины, выработки оптимального решения.
- В споре следует использовать только корректные приемы, которые могут содержать в себе элементы хитрости, внезапности, атаки, но не лжи, очернения и унижения достоинства противника, подмены предмета спора и т. д.. Стремитесь излагать свои мысли кратко, связно и красиво. Виды спора весьма многообразны. Спор может быть конструктивным (товарищеским) или деструктивным (враждебным), устным или письменным, организованным или стихийным, основательным или поверхностным, содержательным или формальным. Перечисленные виды спора выделены по внешним признакам. В жизни больше внимания уделяется содержательным аспектам спора, поэтому одним из важных моментов является выбор вида спора (дискуссии или полемики), который определяется конкретными обстоятельствами.

Дискуссия

Термин «дискуссия» происходит от латинского *discussio* – рассмотрение, исследование. *Дискуссия* – это вид спора, в рамках которого рассматривается, исследуется, обсуждается какая-либо проблема с целью достичь взаимоприемлемого, а по возможности и общезначимого ее решения. Как правило, участниками дискуссии являются лица, которые обладают необходимыми знаниями по обсуждаемым вопросам и имеют полномочное право принимать решение или рекомендовать принять то или иное решение.

Дискуссия представляет собой последовательную серию высказываний ее участников относительно одного и того же предмета, что обеспечивает необходимую связность обсуждения. В большинстве случаев тема дискуссии формулируется до ее начала, что дает возможность ее участникам подготовиться к ней более основательно.

От других видов споров, прежде всего полемики, дискуссия отличается своей целенаправленностью и используемыми средствами. Цель любой дискуссии – достижение максимально возможной в данных условиях степени согласия ее участников по обсуждаемой проблеме. Очевидно, что дискуссия содержит в себе известную долю компромисса, так как она в большей мере ориентирована на поиск и утверждение истины или оптимального решения, чем на торжество определенной позиции. Истина или оптимальное решение являются сплавом, синтезом необходимых, взаимосвязанных элементов, которые обычно содержатся в различных точках зрения, высказанных участниками дискуссии. Средства, используемые в дискуссии, должны признаваться всеми ее участниками. Применение иных средств не допускается.

Итог дискуссии не должен сводиться к сумме высказанных точек зрения относительно обсуждаемого предмета. Он должен представлять собой синтез объективных и необходимых черт, присущих дискутируемому предмету. Другими словами, результат дискуссии должен выражаться в более или менее объективном суждении, поддерживаемом всеми участниками дискуссии или их большинством. Таким образом, в дискуссии выкристаллизовывается более четкая и ясная формулировка решения проблемы, снимается, устраняется до известного предела момент субъективности: убеждения одного человека или группы людей получают должную поддержку других и тем самым объективируются, обретая определенную обоснованность.

Полемика

В русский язык слово «полемика» пришло из древнегреческого: *polemikos* переводится как воинствующий, враждебный. Действительно, в отличие от дискуссии в полемике присутствует состязательность, борьба, определенная степень воинственности и враждебности, что детерминировано целью, которая преследуется участниками полемики. Именно поэтому в сознании большинства людей полемика ассоциируется с коммуникативным актом, называемым острым спором. *Полемика* – вид спора, в рамках которого основные усилия сторон направлены на утверждение (победу) своей позиции относительно обсуждаемого предмета. Отметим обличительные черты полемики. В о - п е р в ы х , основная задача, которую решают полемизирующие стороны, – утверждение своей позиции. В о - в т о р ы х , участвующие в полемике стороны более, чем в дискуссии, вольны в выборе средств спора, его стратегии и тактики. В полемике допускается использование большего числа корректных приемов, таких, как захват инициативы, внезапность в использовании имеющихся в распоряжении спорящих доводов, в том числе и психологических, навязывание своего сценария спора и т. п.

Вместе с тем существует ряд моментов, роднящих полемику и дискуссию: наличие определенного предмета спора, содержательная связность, детерминированная открытостью к аргументам другой стороны и очередностью выступлений спорящих, недопустимость использования некорректных логических и психологических приемов, нарушение этических норм.

Безусловно, победа в полемике, особенно если она получила общественный резонанс (например, среди коллег), может принести некоторое удовлетворение. Но следует помнить, что в общественном сознании спор ассоциируется со средством достижения истины, поэтому решение, основанное на победившей в полемике позиции, влечет за собой соответствующую меру ответственности. Нетрудно догадаться, каковы будут последствия и какой будет мера ответственности, если в полемике победит ошибочная точка зрения. Следовательно, не стоит торопиться принимать за основу действий победившую в полемике позицию. Надо еще раз взвесить все «за» и «против», посоветоваться с

Стратегия и тактика спора

В реальной жизни мы нечасто сталкиваемся с дискуссией или полемикой в чистом виде. Как правило, эти два вида спора сочетаются в рамках одного и того же коммуникативного процесса, детерминируя своеобразие его этапов. По этой причине необходимо иметь представление о стратегии и тактике спора.

Стратегия спора – это общий план его ведения. На сегодняшний день нет какой-либо единой и неизменной стратегии спора и вряд ли таковая когда-либо будет создана, поскольку складывающаяся в споре ситуация не статична, она постоянно меняется и, невозможно предугадать заранее все мыслимые аспекты и нюансы спора; кроме того, в подавляющем большинстве случаев каждая из спорящих сторон придерживается своей собственной стратегии. Тем не менее весьма полезно наметить для себя основные ее контуры.

Пропонент – тот, кто выдвигает и отстаивает некоторый тезис – должен позаботиться о том, чтобы обеспечить максимально возможную степень его обоснованности. Для этого, естественно, необходимо заранее продумать возможные доводы в защиту тезиса, а также последовательность их выдвижения. Как и в «науке побеждать», следует побеспокоиться о «резерве», разделив аргументы на основные и резервные. Основными являются аргументы, которые представляются пропоненту достаточными для обоснования тезиса; резервные аргументы используются в случае осложнений. Например, некоторую часть резерва могут составлять уместные ответы на возможные контраргументы противоположной стороны.

Оппонент – это тот, кто оспаривает тезис. Если оппонент заранее ознакомлен с содержанием тезиса или с темой предстоящего обсуждения, ему можно рекомендовать заранее продумать слабые места тезиса и подобрать опровергающие доводы (контраргументы) или сосредоточить свое внимание на проблемных пунктах темы обсуждения и по возможности выработать проекты решения проблемных ситуаций.

Выше уже указывалось, что не стоит спорить по второстепенным вопросам. Споры же по принципиальным вопросам редко бывают стихийными. Поэтому должная организация процедуры спора (как правило, в виде дискуссии) является необходимым элементом стратегии спора. Организационные вопросы весьма разнообразны: предварительные наброски круга лиц, компетентных в обсуждаемых (дискутируемых) проблемах; последовательность выступлений; в случаях известного несовпадения точек зрения по данному вопросу разумно отобрать круг людей, которые могли бы обеспечить наиболее плодотворное обсуждение, и др.

Вопрос о тактике спора, так же, как и вопрос о его стратегии, на сегодняшний день детально не разработан. Тем не менее грамотное использование тактических приемов в споре в значительной мере повышает его эффективность, способствуя достижению стратегических целей.

Тактика спора – это подбор и использование в споре определенной совокупности логических и психологических приемов. Скажем, если вы опровергли точку зрения своего противника, то это еще не значит, что ваша собственная точка зрения верна: она должна быть обоснована. Очевидно, что на разных этапах спора используются и разные тактические приемы. Их характер зависит от многих факторов: содержания спора, состава его участников, интеллектуальных и психологических особенностей спорящих сторон и т. д. Рассмотрим наиболее важные моменты тактики спора.

В о - п е р в ы х, в любом споре тактически верным будет корректное поведение его участников. Спокойствие, уравновешенность, рассудительность, способность сдерживать естественным образом возникающие эмоции – вот те черты, проявление которых улучшит имидж каждой из спорящих сторон. Кроме того, в случае всплеска эмоций демонстрация одной из сторон спора названных выше качеств будет способствовать затуханию волн эмоционального возбуждения, а следовательно, минимизирует возможность трансформации спора в свару рыночных торгов.

В о - в т о р ы х, также беспронимчивым тактическим приемом является внимательное и доброжелательное отношение к высказываниям противной стороны. Эффект этого приема можно усилить с помощью типичных для таких случаев выражений: «*Мне нравится ваша мысль (предложение, тезис), над ней следует хорошенько подумать*», «*Это свежий взгляд на проблему, неплохо бы обсудить перспективы, которые он открывает*» и т. п.

В - т р е т ь и х, инвариант тактики спора составляет открытость (восприимчивость) одной стороны

для убедительных доводов другой. Демонстрируя это качество, вы воздействуете на психологический настрой противоположной стороны, заставляя ее быть более «сговорчивой», как бы подготавливая ее к принятию ваших собственных доводов, а в конечном итоге – и вашей точки зрения.

В - ч е т в е р т ы х , очень распространен тактический ход, называемый «условное принятие доводов противника». Этот тактический прием позволяет избежать прямого опровержения точки зрения соперника в споре. Условно соглашаясь с доводами противника, мы как бы вместе с ним посредством дедукции выводим из его посылок сомнительные следствия, тем самым подводя к нужному окончательному выводу. Таким образом, противник превращается в соучастника, опровергающего свои собственные рассуждения.

Возможна другая вариация тактического приема «условное принятие доводов противника». Довольно часто оказывается, что тот или иной контрдовод соперника совместим с нашей собственной позицией. В таком случае отпадает необходимость его опровержения. Рассматриваемый тактический ход позволяет избежать траты сил, энергии, времени.

Несмотря на то что тактика относится к определенным этапам спора, всегда полезно отслеживать общую картину спора. Сосредоточив свое внимание на данной стадии спора, необходимо держать в поле зрения и «поле сражения» в целом. При этом следует вести своеобразную «бухгалтерию»: какие аргументы приняты противником, а какие – отвергнуты, какие контраргументы выдвинуты, а какие еще могут последовать, и т. п. В зависимости от ситуации может возникнуть необходимость «ревизии» своих собственных аргументов, причем некоторые из резервных аргументов могут быть переведены в разряд основных, и наоборот.

Следовательно, стратегия и тактика спора – две стороны одной медали. Не стоит пренебрегать ни одной из них. Как бы хорошо ни были продуманы стратегия или тактика по отдельности, только их взаимная увязка, сплавленность позволят достичь успеха в споре, пусть не абсолютного, но все же успеха.

* * *

Таким образом, спор является одним из основных видов речевой коммуникации. С его помощью достигается более глубокое понимание того предмета, по поводу которого происходит общение, более четко обозначаются позиции людей, которые участвуют в данном коммуникативном процессе; кроме того, спор является эффективным средством выработки оптимального решения тех или иных вопросов. В конце концов, спор вносит разнообразие в общение людей, украшает речевые коммуникации, делая их живыми и запоминающимися.

§ 2. Логические аспекты спора

Вопросно-ответный комплекс

Любой человек имеет хотя бы минимальный опыт общения, участия в диалоге. И этот опыт свидетельствует, что редкий акт общения между людьми обходится без вопросов и ответов на них, тем более такой, как спор.

Вопросно-ответный комплекс является необходимым элементом общения и мышления людей. Данное логико-лингвистическое образование выполняет две важнейшие функции в процессе мышления и общения – познавательную и коммуникативную. П о з н а в а т е л ь н а я (эпистемическая) функция вопросно-ответного комплекса заключается в фиксации в мысли и выражении в языке знаний человека о внешнем мире и себе самом. К о м м у н и к а т и в н а я функция реализуется прежде всего через вопросы и ответы, посредством которых происходит передача знаний и представлений (мнений, точек зрения) от одного человека к другому.

Вопрос и ответ, взятые вместе, образуют единство противоположностей. Вопрос заключает в себе просьбу или требование какой-либо информации. О т в е т – это такое высказывание, которое должно содержать в себе требуемую информацию.

Долгое время вопросно-ответный комплекс был предметом изучения риторики. Постановка вопросов рассматривалась как риторический прием (например, риторический вопрос). При этом было замечено, что вопрос обладает сильным активизирующим воздействием на слушателя, оживляет речь, привлекая внимание аудитории, пробуждая в ней интерес, инициативу, стремление участвовать в акте коллективного размышления. С развитием науки, а также демократических форм общественного

устройства вопросно-ответный комплекс становится предметом пристального внимания логиков. Известный английский философ и историк Р. Дж. Коллингвуд указывал, что логика, обращающая внимание только на ответы как акты «утвердительного мышления» и пренебрегающая вопросами как актами «вопросительного мышления», является ложной логикой.

Современные логики наряду с другими теориями разрабатывают и развивают теорию вопросно-ответного комплекса, которая называется эротематической (от греч. erotematikos – в форме вопроса) или интеррогативной (от лат. interrogativus – вопросительный) логикой.

В споре, равно как и в любом другом виде речевой коммуникации, ведущая роль принадлежит вопросу. Именно посредством вопросов задается общее направление спора.

Вопрос—это высказывание, истинность которого не установлена или в котором не определены в каком-либо отношении его элементы – логические подлежащее и сказуемое.

Любой вопрос основан на каком-либо знании. Формулируя вопрос, спрашивающий тем самым хочет уточнить это знание, дополнить и углубить его.

«*Кто является основателем компании «Microsoft»?*» В этом вопросе уже содержится знание (информация), что компания «Microsoft» была кем-то основана. С помощью вопроса его автор выражает свою потребность узнать не известное ему имя человека, который создал указанную компанию. Логическая составляющая данного вопрошания состоит в том, что в мышлении автора вопроса не определено логическое подлежащее, на что и указывает вопросительное слово «*кто*». Таким образом, вопрос является формой мысли, которая служит переходным звеном от неполной информации (незнания) к более полной информации (новому знанию) на основе исходной информации (имеющегося знания).

Информация, на которой основан вопрос и которая так или иначе в нем содержится, называется *матрицей (предпосылкой) вопроса*. Информация, на отсутствие которой указывается в вопросе, называется *неизвестной переменной вопроса*. Только наличие предпосылки и неизвестной переменной делает возможным сам вопрос, а также предопределяет характер ответа и его общую схему.

Виды вопросов классифицируют по разным основаниям. *По характеру информации*, на отсутствие которой указывает вопрос, выделяют *ли-вопросы* и *что-вопросы*.

Л и - в о п р о с ы заключают в себе просьбу указать истинность или ложность того, что содержится в матрице вопроса: «*Правда ли, что Билли Гейтс является основателем компании «Microsoft»?*» На такие вопросы можно отвечать кратко, односложно: *да* или *нет*, «да» или «нет» можно дополнить высказыванием того, что говорится в матрице вопроса: «*Да, Билли Гейтс является основателем компании «Microsoft».*»

Помимо «да» или «нет» на *ли-вопрос* возможен и такой ответ: «*Никто этого не знает*», «*Я этого не знаю*» (например, «*Есть ли жизнь на Марсе, нет ли жизни на Марсе? - Науке это неизвестно*»). Другими словами, надо быть готовым к тому, что подтверждение истинности имеющейся у вас информации не последует.

Ч т о - в о п р о с ы содержат в себе требование восполнить пробел в какой-либо информации, дополнить уже имеющуюся информацию. Ответом на такие вопросы должно служить высказывание, содержащее предпосылку вопроса и ту информацию, на которую эта предпосылка указывает, но которой в ней самой нет: «*Билли Гейтс является основателем компании «Microsoft».*»

Для построения *что-вопросов* используются разные вопросительные слова, указывающие на характер запрашиваемой информации (знания): *что, где, когда, почему, как, сколько, какой, для чего, для кого* и т. д.

По своему строению вопросы могут быть простыми и сложными. Простым (элементарным) является вопрос, в структуре которого содержится только одна матрица и только одна неизвестная переменная: «*Каковы финансовые активы вашей компании?*»

С л о ж н ы й в о п р о с представляет собой совокупность простых вопросов, связанных в единое целое посредством союзов *и, или, либо.., либо, если... то* и др. Сложный вопрос может состоять из нескольких матриц и одной неизвестной переменной («*Каковы финансовые и материальные активы вашей компании?*»), из одной матрицы и нескольких неизвестных переменных («*Кто и когда создал вашу компанию?*»), из нескольких матриц и нескольких неизвестных переменных («*Кто и когда создал вашу компанию и каковы ее материальные и финансовые активы?*») Прежде чем отвечать на "сложный" вопрос, следует расчленить его на элементарные вопросы. Это позволяет оценить качество простых вопросов, составляющих данный сложный, и тем самым снизить вероятность путаницы в ответе.

Среди простых вопросов выделяют открытые и закрытые. Смысл о т к р ы т ы х в о п р о с о в

неоднозначен, поэтому ответы на такие вопросы не ограничены строгими рамками и даются в свободной форме. Например, на вопрос *«Каковы перспективы развития банковского бизнеса в России?»* можно дать ответ в форме доклада, причем аспекты рассматриваемой проблемы выбирает сам докладчик, он же определяет характер и дозировку информации.

З а к р ы т ы й в о п р о с заключает в себе однозначность и определенность, поэтому ответ на него должен быть мотивирован жесткими рамками: определенным характером и точной дозировкой запрашиваемой информации. Ответ на закрытый вопрос предполагает указание на тот род информации, к которому относится неизвестная переменная вопроса (неизвестной она является в относительном смысле). Примером закрытого вопроса служит уже приводившийся выше вопрос *«Кто создал компанию «Microsoft?»*.

Для того чтобы вопрос выполнил свои функции, он должен быть правильно поставлен. Рассмотрим критерии *правильности (корректности) вопросов*.

П е р в ы й к р и т е р и й – вопрос должен быть разумным, заключать в себе определенный смысл. Вряд ли кто-либо ответит на вопрос *«Кто был первым императором США?»* Очевидно, что этот вопрос бессмыслен, так как содержит в своей матрице термин (*«император США»*), который не имеет значения, т. е. не может быть соотнесен ни с одним множеством предметов действительности.

В т о р о й к р и т е р и й – ясность вопроса. В матрице вопроса могут отсутствовать пустые термины, но присутствовать многозначные, «размытые» термины (имеющие две или более интерпретации): *«Как вам правится этот банк?»* Оставляя в стороне языковые аспекты формулировки этого вопроса, отметим, что поставленный вопрос с точки зрения логики не соответствует обсуждаемому критерию: он многозначен. Что именно хочет узнать вопрошающий: мое мнение по поводу здания, в котором расположен банк, его внутреннего убранства, системы обслуживания клиентов, подготовки и внешнего вида персонала или, может быть, его интересует привлекательность вкладов? Таким образом, неясно поставленный вопрос может породить массу уточняющих вопросов.

Если первый критерий корректной постановки вопросов содержит в себе запрет на отсутствие смысла, то второй критерий налагает запрет на многозначность вопроса. Соблюдение этих критериев постановки вопросов является неременным условием конкретности обсуждаемых в споре вопросов. Иначе говоря, предмет спора сохраняет свою конкретность.

Т р е т ь и й к р и т е р и й постановки вопроса – истинность его предпосылок (матриц). Ясно, что вопрос *«Сколько весит мысль об одном долларе?»* некорректен именно потому, что его матрица неверна: мысль вообще, мысль об одном долларе в частности, не имеет никакого веса (в физическом смысле), нисколько не весит.

Естественно, что всякий вопрос предполагает ответ.

О т в е т – это высказывание, содержащее недостающую в вопросе информацию. Основная функция ответа заключается в том, чтобы минимизировать недостаточность информации, на которую указывает вопрос (и прежде всего входящая в него неизвестная переменная), или указать на некорректность постановки вопроса.

На один и тот же вопрос можно ответить по-разному. Вид ответа, который будет дан на поставленный вопрос, зависит от ситуации, от вопроса и его корректности.

И с т и н н ы е (правильные) ответы соответствуют действительности, ложные (неверные) – не соответствуют действительности (ср.: *«Билли Гейтс основал компанию «Microsoft»* и *«Л. Чубайс основал компанию «Microsoft»*).

П р я м ы м и являются ответы, воспроизводящие матрицу вопроса (см. пример истинного ответа). **К о с в е н н ы е** – это высказывания, из которых может быть выведена матрица вопроса: *«Рыба ли кит?»* – *«Кит-млекопитающее»*. Так как известно, что рыбы не являются млекопитающими, из последнего высказывания следует отрицательное высказывание *«Кит не рыба»*.

В к р а т к и х ответах не воспроизводится матрица вопроса: в них содержится только тот элемент мысли, который устраняет неизвестность переменной вопроса. *«Кто открыл Америку?»* – *«Колумб»*. *«Правда ли, что Колумб открыл Америку?»* – *«Да»*. В **р а з в е р н у т ы х** ответах содержатся и логический элемент, устраняющий неизвестность переменной вопроса, и матрица вопроса (*«Колумб открыл Америку?»* – *«Да, Колумб открыл Америку»*).

П о л н ы й ответ должен содержать в себе логические элементы, устраняющие неизвестность всех переменных, присутствующих в вопросе: *«Кто и когда открыл Америку?»* – *«Колумб открыл Америку 12 октября 1492 г.»*. В **н е п о л н о м** ответе устраняется неизвестность лишь некоторых переменных вопроса: *«Кто и когда открыл Америку?»* – *«Колумб открыл Америку»*. В этом ответе устраняется

неизвестность относительного того, кто открыл Америку, но не устраняется неизвестность относительно времени (даты) ее открытия.

Действительными ответами являются те высказывания, истинность которых доказана надлежащим образом в некоторой системе знаний (*«Колумб открыл Америку»*). Возможные ответы – те, которые содержат запрашиваемую в вопросе информацию, но эта информация не обоснована в должной мере (*«Викинги открыли Америку»*).

В поисках ответа на поставленный вопрос следует помнить, что качество ответа напрямую зависит от качества вопроса. Тем не менее ответ должен удовлетворять определенным критериям.

В о - п е р в ы х , ответ должен быть информативнее вопроса. Даже если ответ является неполным, все-таки при вычитании из объема его информации объема информации вопроса разница должна быть положительной.

В о - в т о р ы х , ответ следует давать на языке вопроса. Если вопрос корректен, то и ответ должен быть корректен, т. е. соответствовать параметрам вопроса: быть точным, ясным, однозначным, содержать в себе терминологию, которая используется при формулировке вопроса. Вряд ли непрофессионал что-либо поймет (извлечет какую-либо информацию) из ответа специалиста, если тот на вопрос об основных причинах кризиса российской экономики будет отвечать на языке современной экономической науки, используя термины *макро- и микроэкономика, секвестр, реструктуризация долгов, авизо, ликвидность ценных бумаг, клиринговые и оффшорные операции* и т. п.

В - т р е т ь и х , ответ на некорректный вопрос должен содержать в себе информацию о неправильности вопроса, особенно в том случае, если вопрос содержит ложную предпосылку. Например, в ответе на вопрос *«Кто был первым императором США?»* следует указать на ложность самого вопроса: историческая наука не знает и не может знать имени исторического лица, которое занимало трон США; всем известно, что нельзя занять место, которое не существует.

В - ч е т в е р т ы х , ответом на вопрос может быть другой вопрос, если только последний является уточняющим по отношению к первому или представляет собой риторический вопрос, т. е. является риторическим приемом. Во всех других случаях ответ вопросом на вопрос следует квалифицировать как логическую уловку, имеющую цель избежать ответа на поставленный вопрос и перевести разговор, спор в иную область или переложить бремя решения вопроса на кого-либо другого.

Аргументация

Подавляющее большинство *речевых актов* содержит в себе аргументацию. *Аргументация* – это логико-коммуникативный процесс, направленный на обоснование позиции одного человека с целью последующего ее понимания и принятия другим человеком. Тот, кто обосновывает свою позицию, называется а р г у м е н т а т о р о м . Тот, кому адресована обосновываемая позиция, называется р е ц и п и е н т о м . В споре аргументатора называют проponentом, а реципиента – оппонентом.

Из определения аргументации следует, что она включает в себе два аспекта – логический и коммуникативный.

С точки зрения логической теории аргументация представляет собой логическую (мыслительную) процедуру поиска и предъявления оснований для данного положения. Строго логически истинность входящих в аргументы элементов должна определять истинность обосновываемой позиции. Это является нормой для научных коммуникаций. За рамками научных коммуникаций, как правило, аргументируемое положение опирается на основания иного рода, например на мнение авторитета, сиюминутное настроение аудитории, на силу традиции, на стереотипы, религиозную веру и т. д.

В терминологии теории коммуникаций аргументацию можно трактовать как процесс выражения в языке аргументатором определенной информации с целью ее передачи реципиенту, понимания и восприятия ее последним. В конечном итоге любая аргументация преследует цель – образование определенного убеждения у реципиента. Если он воспринял, понял и согласился с положением, которое обосновывал аргументатор, цель считается достигнутой.

От вопросно-ответного комплекса аргументация отличается двумя важными признаками: 1) в рамках аргументации происходит отбор из уже известных положений тех, которые необходимы для обоснования данной позиции; 2) в аргументации обе стороны – и аргументатор и реципиент – активны, т. е. между ними имеется как прямая, так и обратная связь, т. е. если в аргументации коммуникативный процесс осуществляется в обоих направлениях, то в вопросно-ответном комплексе – от вопрошающего

к отвечающему.

Следует помнить, что в реальных коммуникативных актах, например в споре, полемике, логический и коммуникативный аспекты реализуются как единое целое. Отмеченное выше различие между ними – всего лишь абстракция, позволяющая точнее и глубже понять природу аргументативного процесса как акта коммуникации.

В *структуру аргументации* входят тезис, аргументы (основания, доводы) и демонстрация.

Тезис – это положение, позиция, которая подлежит обоснованию. Именно ему должен уделять основное внимание аргументатор или оппонент. Это означает, что в процессе аргументации любая вовлекаемая в него информация должна концентрироваться вокруг тезиса и служить его детальному анализу.

Происхождение тезиса связано с ситуацией. Оспариваемым тезисом может стать ответ на какой-либо вопрос, высказанное кем-то мнение по определенному предмету. В случае организованной полемики тезис формулируется заранее.

В споре и проponent, и оппонент, как правило, придерживаются своего тезиса. Однако, если становится очевидной несостоятельность тезиса, можно ожидать, что выдвинувшая его сторона откажется от него; но это еще не значит, что будет принят тезис противника.

Аргументы – это известные, заранее добытые положения, с помощью которых достигаются обоснованность и убедительность тезиса. Отбор аргументов – дело творческое, и множество факторов оказывает влияние на этот процесс: мировоззрение, уровень образования аргументатора, его идеологические и культурные установки, конкретные обстоятельства, сопровождающие процесс аргументации, и т. д. По этой причине аргументы, понятные и убедительные в одной аудитории, могут оказаться несостоятельными, т. е. неубедительными и непонятными, в другой аудитории.

Демонстрация – это логическая связь тезиса и аргументов. Принудительная сила аргументации детерминирована характером демонстрации. Наибольшую принудительную силу имеет демонстрация в форме дедуктивных умозаключений, если, конечно, она логически корректна (т. е. соответствует законам и правилам логики). *«Все люди умеют мыслить. Я человек. Следовательно, я умею мыслить»* В данном случае тезис *«Я умею мыслить»* с логической необходимостью вытекает из приведенных аргументов.

Демонстрация в форме индукции, т. е. когда общий тезис выводится из ряда однотипных частных аргументов, или в форме аналогии обладает меньшей логической необходимостью по сравнению с дедукцией. Например, при проверке на предмет качества данного количества единиц товара из данной партии при условии их полного соответствия нормативам делается вывод о том, что вся партия товаров качественна, о чем и свидетельствует сертификат. Но иногда то, что было принято как обоснованное и убедительное, может оказаться ложным. Скажем, некачественная единица товара может не попасть в контрольную группу» а значит, поступит в торговлю как качественная. Очень часто демонстрация в форме сравнения, метафоры преследует цель оказать воздействие не на логическую сторону человеческого сознания, а на эмоциональную (чувственную). В таких случаях логическая связь тезиса и аргументов оттесняется воздействием психологического характера, основанного на привычном и очевидном. Например, необходимость полностью и в срок платить налоги сравнивают с привычным и очевидным внесением части доходов членов семьи в общий семейный котел.

Завершая анализ структуры аргументации, следует отметить, что очень часто в речи аргументация не выражается явно, поэтому реципиенту или оппоненту необходимо прилагать определенные усилия по выявлению всех ее структурных элементов.

Виды аргументации весьма разнообразны. Например, по форме демонстрации аргументация может быть дедуктивной, индуктивной, в форме аналогии, сравнения, метафоры и т. д. Мы рассмотрим лишь те виды аргументации, которые чаще всего встречаются в полемических коммуникативных актах.

Доказательство – вид аргументации, в рамках которого истинность тезиса прямо или опосредованно выводится из истинности аргументов. Как вид аргументации доказательство имеет своей целью исключить любые сомнения в истинности тезиса, тем самым продемонстрировать необходимость его принятия. Например, если мы согласны с тем, что все цивилизованные страны имеют рыночную экономику, а также с тем, что Россия должна занять достойное место в ряду цивилизованных стран, то хотим мы того или нет, но мы должны принять и тезис о том, что в России необходимо развивать рыночную экономику.

Доказательство может быть прямым или косвенным. В **прямом** доказательстве тезис непосредственно выводится из аргументов, как в приведенном выше примере. В косвенном

доказательстве истинность тезиса устанавливается опосредованно, процесс аргументации осуществляется как бы обходным путем.

Косвенное доказательство является эффективным средством ведения спора. Однако оно таит в себе подводные камни, которых надо остерегаться. Дело в том, что при косвенном доказательстве все внимание участников спора сосредоточивается не на тезисе, а на антитезисе или других альтернативах. В силу этого всегда существует опасность «утонуть» в деталях, подробностях того, что находится вокруг тезиса, возможно, что тезис будет подменен или вовсе потерян.

Наиболее часто в споре используются доказательства «от противного» (апагогическое) и разделительное. Технология а п а г о г и ч е с к о г о доказательства такова: 1) по отношению к тезису формулируется антитезис, который условно принимают как истинный; 2) антитезис ставят в определенную логическую связь с аргументами, из чего выводят ряд следствий с той целью, чтобы среди них найти хотя бы одно ложное, например то, которое не соответствует какой-либо конкретной ситуации, или то, в котором утверждается нечто противоположное тому, что констатируется в одном из аргументов, 3) фиксируется, что среди следствий, выведенных из антитезиса, действительно есть ложное; 4) на основании предыдущего делается вывод о том, что антитезис ложен; 5) на основании закона исключенного третьего от ложности антитезиса переходят к утверждению истинности тезиса.

Приведем пример доказательства «от противного» Оценивая выступление своего коллеги, участники делового совещания рассуждали так: (а) если бы выступление руководителя отдела маркетинга было неинтересным, (б) то оно не вызвало бы такого внимания аудитории и не породило бы такого множества вопросов и острого содержательного спора, (в) значит, его выступление было интересным. В части (а) этого рассуждения сформулирован антитезис («выступление руководителя отдела маркетинга было неинтересным») по отношению к тезису («его [руководителя отдела маркетинга] выступление было интересным»), который содержится в части (в). В части (б) высказаны вытекающие из антитезиса следствия («оно [выступление руководителя отдела маркетинга] осталось бы без внимания аудитории, не вызвало бы ни одного вопроса, и тем более – острого содержательного спора»). Одновременно с этим констатируется, что указанные выше следствия из антитезиса не соответствуют реально наблюдавшейся ситуации (на что указывают отрицательная форма глагола и его сослагательное наклонение [«не вызвало бы»]). В итоге делается вывод о том, что тезис верен, что и утверждается в части (в) приведенного рассуждения.

Р а з д е л и т е л ь н о е д о к а з а т е л ь с т в о (или доказательство «методом исключения») более трудоемко, чем апагогическое, так как в его рамках сопоставляются не два положения, как в доказательстве «от противного», а три и более. Здесь технология такова: 1) формулируются три или более несовместимых друг с другом альтернатив, среди которых должен быть и доказываемый тезис; 2) одна за другой рассматриваются и исключаются как ложные все альтернативы, кроме той, которая и является тезисом.

Есть одно ограничение, связанное с использованием разделительного доказательства: оно возможно только тогда, когда аргументатор уверен, что аргументируемое положение находится среди рассматриваемых альтернатив. Например, методом исключения можно доказать, что данная компания завоевала рынок благодаря высокому качеству своей продукции, а не благодаря демпинговым ценам, монополии, коррупции, лоббированию своих интересов в эшелонах власти и т.п.

Опровержение – это логическая операция обоснования ложности некоторого тезиса или демонстрация его необоснованности, т.е. в отличие от доказательства опровержение преследует прямо противоположную цель и является как бы его обратной стороной. Различают три способа опровержения: критика тезиса, критика аргументов или критика демонстрации.

Самым действенным способом опровержения является критика тезиса, выдвинутого противником. Выявленная ложность тезиса имеет принудительную силу для любого здравомыслящего человека. Но этот способ опровержения наиболее сложен и трудоемок по интеллектуальным затратам. И прежде чем его использовать, следует трезво оценить свои силы и свой багаж знаний из той области, к которой относится опровергаемый тезис.

Существуют следующие разновидности критики тезиса.

Опровержение фактами – самый простой и, можно сказать, «наглядный» способ опровержения. Его суть состоит в том, что выдвинутому определенным тезис предъявляются факты, противоречащие этому тезису.

Например, академик РАН Эдуард Кругляков в статье «Россия снова во мгле?» с помощью фактов в виде статистических данных опровергает тезис астрологов о научности их прогнозов: «Согласно

утверждениям астрологов, предрасположенность человека к той или иной профессии определяется с помощью гороскопа. Дж. Мак-Джерви (США) изучил распределение дат рождения 17 тысяч ученых и 6 тысяч политических деятелей относительно зодиакальные знаки. Оно оказалось совершенно случайным. Б. Сильвермен (США) изучил влияние знака Зодиака, соответствующего рождению каждого из супругов, на вероятность их бракосочетания или развода. Он использовал данные о 2978 свадьбах и 478 разводах... Оказалось, что никакого согласия между предсказаниями и реальностью нет». («24 часа». 1998. № 24).

Однако следует помнить, что существуют различные варианты интерпретации фактов.

Доказательство истинности антитезиса представляет собой самостоятельное, т.е. независимое от тезиса, обоснование суждения, положения, находящегося в отношении противоречия к этому тезису. Согласно закону противоречия, из истинности одного суждения следует ложность другого, ему противоречащего.

Например, академик РАН М.Н. Тихомиров опровергал тезис о том, что в сравнении с точными науками от истории нет никакой пользы, следующим образом: «Вот корова пасется на поле, и ей безразлично – Бородинское это поле или выпас сельца Аняткино. Овцы ходят по полю, и им все равно – Куликово это поле или лужок при деревне Чернушкино. А нам не все равно. Мы – люди. Человек не может считаться человеком, если он не знает своего рода-племени, если ему наплевать на родной край. Человек становится гражданином с того момента, когда узнаёт, что такое его страна и чем она славна.

Русский не сознает себя русским, покуда не узнал он о Дмитрии Донском, про Полтаву и Петра, про Пушкина и Некрасова...

Без истории же и литературы познание невозможно. Никакие мосты, самые распрекрасные, человека человеком не сделают, если он лишен памяти, а память людская в исторической науке воплощается».

Установление ложности следствий, вытекающих из тезиса – способ опровержения, более известный как «сведение к абсурду». Технология этого способа опровержения такова: 1) допускается истинность тезиса; 2) из него выводятся следствия; 3) устанавливается ложность хотя бы одного следствия; 4) поскольку принятый условно тезис приводит к ложному следствию, его квалифицируют как ложный.

Например, известный российский философ А.Ф. Лосев путем сведения к абсурду отвергает тезис о том, что Диоген Лаэртский (1-я половина III в.) придерживается взглядов тех философов, о которых пишет наиболее подробно. (Следует отметить, что трактат Диогена Лаэртского до сих пор является единственной известной современному человеку «историей философии», написанной в античности. Поэтому вопрос о мировоззрении самого Диогена Лаэртского естественным образом возникает как у исследователей его сочинения, так и простых читателей). Допустим, что это так, рассуждает профессор Лосев. В таком случае Диоген Лаэртский разделяет взгляды Платона, стоиков, скептиков и эпикурейцев, ибо подробнее всего он рассказывает именно об этих философах. «Но ведь эти философские школы отличны друг от друга, чтобы излагающий их автор принадлежал ко всем этим трем школам одновременно». Очевидно, что таким способом невозможно определить собственные философские взгляды Диогена Лаэртского (*Лосев А. Ф.* Диоген Лаэртский и его метод)

Критика аргументов как способ опровержения более привлекателен, чем критика тезиса. Как правило, критиковать аргументы противника удобнее и проще, можно сказать, интеллектуально «экономичнее». Но при этом нельзя забывать, что недостаточность, сомнительность или ложность аргументов не делают опровергаемый тезис ложным, а только лишь ослабляют его.

Возможны три варианта критики аргументов. 1) можно показать их ложность (например, использование аргумента «За деньги можно купить все» в любом рассуждении недопустимо в силу его очевидной ложности), 2) можно продемонстрировать недостаточность приведенных аргументов (например, отсутствие или низкий уровень инфляции еще не являются достаточными аргументами для утверждения, что российский рубль является твердой валютой), 3) можно указать на сомнительность происхождения аргумента (например, слухи, сплетни, бульварная пресса, так называемые конфиденциальные источники и т.д.).

Критика демонстрации, так же, как и критика аргументов, только лишь ослабляет тезис противника. Но в отличие от критики аргументов и критики тезиса этот способ опровержения требует прочных логических знаний, прежде всего закономерностей построения логических форм, таких, как понятие, суждение, умозаключение. Этот способ заключается в том, что в его рамках указывают на отсутствие необходимой логической связи между доказываемым тезисом и аргументами, признаками которой являются нарушения требований законов и правил логики, т.е. логические ошибки.

Например, в рассуждении (а) Я – хороший бизнесмен, (б) ты – не я, значит, (в) ты не являешься хорошим бизнесменом» тезис, высказанный в части (в), нельзя считать обоснованным, так как само рассуждение, имеющее своим результатом этот тезис, построено вопреки правилам простого категорического силлогизма, который в данном случае является формой приведенного доказательства.

Критика аргументов и критика демонстрации представляют собой возражения в отношении тезиса противника в споре. Успешная реализация той и другой критики еще не означает полной победы в споре; они представляют лишь временное затруднение для противоборствующей стороны. Опытный спорщик знает, что эти затруднения можно ликвидировать с помощью новых аргументов или на основе исправления изъянов логической связи отстаиваемого тезиса и аргументов

Подтверждение – широко используемый в практике спора вид аргументации. Оно особо эффективно, когда существует необходимость обоснования нетрадиционного, инновационного решения, новой перспективной точки зрения или предложения. В рамках подтверждения тезиса из предложенной нестандартной точки зрения выводят следствия и ищут их согласования с реальным положением дел, с фактами.

Например, академик РАН Эдуард Кругляков, в упоминавшейся выше статье «Россия снова во мгле?» с помощью подтверждения таким образом аргументирует свою позицию: «Автор (здесь Э. Кругляков имеет в виду себя) весьма далек от легенд о масонских заговорах, однако должен заметить, что планомерность кампании по оболваниванию населения нашей страны средствами массовой информации просматривается. Вспомним массовое одурачивание зрителей и телезрителей на телесеансах Кашпировского. А как эффектно дурачил народ Алан Чумак, заряжавший все и вся, от простой воды до кремов! Кстати, Чумак до сих пор подвизается время от времени на телевидении. На страницы газет хлынул поток совершенно нелепых историй, связанных с колдунами, прорицателями, экстрасенсами и, конечно же, с инопланетянами. «Меню» разнообразилось за счет репортажей из «суперсекретных» лабораторий, где «ученые» обнаружили и исследовали душу человека, расправились с проблемой рака и т.д. Один из последних «шедевров» связан с пирамидами, с помощью которых ловкие дельцы лечат болезни, очищают воды, повышают урожайность различных сельскохозяйственных культур и даже получают алмазы более высокой твердости» (24 часа. 1998. № 24).

Чтобы аргументация была сильной, убедительной и приводила к желаемым результатам, необходимо выполнять *следующие правила*:

Тезис должен быть сформулирован ясно и точно. Для этого нужно: 1) дать определение всем необходимым понятиям; 2) точно указать, о каком именно отношении между ними идет речь; 3) указать, для какой цели осуществляется аргументация данного тезиса; 4) исключить из тезиса неявные условия, положения и следствия (ситуативные или индексные слова: *здесь, теперь, я, мы* и т.д.).

- Тезис должен быть тождественным в течение всего рассуждения, т.е. не должен меняться в течение хода аргументации.

- Аргументы, приводимые в подтверждение к тезису, должны быть истинными и не противоречить друг другу.

- Аргументы должны быть достаточными: не слишком широкими, из которых следует все, что угодно, но и не слишком узкими.

- Аргументы должны быть суждениями, истинность которых доказана независимо от тезиса (не должно быть круга в доказательстве).

- Источники аргументов должны быть известными и достоверными.

- Демонстрация аргументации должна представлять собой правильное рассуждение, т.е. быть таким рассуждением, которое соответствует законам и правилам логики.

Участники спора нередко нарушают правила аргументации. Эти нарушения есть не что иное, как *ошибки в аргументации*. Рассмотрим наиболее типичные из них.

Ошибки в отношении тезиса.

«Подмена тезиса» представляет собой неявный переход от аргументации исходного тезиса к аргументации другого тезиса. Эта ошибка, как правило, обусловлена: непониманием предмета рассуждения; волнением человека, когда психологический фактор превалирует над логическим; сознательным желанием подмены текста, т.е. обманом. В результате исходный тезис не аргументирован, но вместе с тем создано впечатление его обоснованности. «Подмена тезиса» возможна в трех вариантах:

- 1) «полная подмена тезиса», когда аргументируют совершенно другой тезис (например, некто хочет доказать, что нерассудительный человек глуп, а доказывает, что глупый человек нерассудителен; с

точки зрения логики это не одно и то же);

2) «переход в другой род», или «частная подмена тезиса», когда аргументируют тезис, либо менее общий относительно первоначально сформулированного, либо более общий.

В *первом случае* доказывається «слишком мало». Так, утверждая, что развивающиеся страны существенно упрочили свой экономический потенциал, недостаточно сослаться на более высокие, чем в развитых странах, темпы роста совокупного национального дохода, ибо не будут учтены такие важные показатели, как производительность труда, затраты ресурсов на производство единицы продукции, ее ассортимент и т.д. Во *втором случае* доказывают «слишком много». Например, когда некто, основываясь на многочисленных случаях незаконного ведения бизнеса в России, вместо тезиса «Довольно большая часть бизнеса в России ведется незаконно» доказывает тезис о том, что весь российский бизнес ведется незаконно;

3) «довод к человеку» – переход при аргументации тезиса к обсуждению личных качеств лица, выдвинувшего данный тезис.

Например, при обсуждении идеи, выдвинутой молодым сотрудником фирмы, другой сотрудник, имеющий гораздо больший стаж работы в данной фирме, может сделать такой ход в споре: «Кого мы слушаем, без году неделя работает у нас, а уже лезет со своими идеями».

О ш и б к и в а р г у м е н т а х .

«О с н о в н о е з а б л у ж д е н и е»: в качестве аргументов используют суждения, которые выдают или пытаются выдать за истинные.

Например, некоторые и сейчас рассуждают так: «Если в образовании упор делать на связь с практикой, то мировоззренческие и теоретические компоненты образования становятся второстепенными. Необходимо делать упор на связь с жизнью, значит, теоретическим и мировоззренческим положениям можно не уделять особого внимания». Здесь первая посылка явно ложная, так как хорошая теория всегда имеет практическую направленность.

«П р е д в о с х и щ е н и е о с н о в а н и я»: в качестве аргументов используются положения, которые не являются заведомо ложными, но сами нуждаются в доказательстве, тем самым предвосхищается их достоверность (например, не следует ссылаться на мнение авторитетных людей, предварительно не выяснив, что они думают по поводу обсуждаемой проблемы).

«К р у г в д о к а з а т е л ь с т в е»: аргументы, с помощью которых обосновывается тезис, в свою очередь обосновываются тезисом, часто выраженным при этом в иной форме.

Например, ошибка «круг в доказательстве» содержится в следующем рассуждении: «(а) Конкуренция стимулирует экономику, (б) потому что конкуренция означает, что каждый хочет быть лучше всех, быстрее всех и продавать товар дешевле всех, (в) Поскольку в конце концов каждый хочет быть участником конкуренции, (г) чтобы конкурировать с другими людьми, (д) то это оказывается полезным для развития экономики». Нетрудно заметить, что часть (д) данного рассуждения тождественна части (а). Таким образом, круг замкнулся.

О ш и б к и в о т н о ш е н и и д е м о н с т р а ц и и . «М н и м о е с л е д о в а н и е» или «н е с л е д у е т»: связь тезиса и аргументов не имеет необходимого характера.

Например, в рассуждении «Если страна развита, то она имеет многопартийную политическую систему. В Англии существует многопартийная политическая система. Значит, Англия – развитая страна». В этом рассуждении демонстрация имеет логически неправильную форму: логика запрещает переходить от утверждения следствия к утверждению основания, так как в этом случае не обеспечивается истинность заключения при условии, что посылки истинны; следовательно, в данном случае логическая связь тезиса и аргументов не имеет необходимого логического характера.

«О т с к а з а н н о г о с у с л о в и е м к с к а з а н н о м у б е з у с л о в н о»: здесь аргумент, истинный лишь в определенном смысле, при определенных условиях и для данного времени, используется в качестве верного при всех условиях и для любого времени. Вследствие этого связь тезиса и аргумента перестает быть логически необходимой.

Например, «Возлюби ближнего своего» с точки зрения логики совершенно неясно, почему человек должен любить всех независимо от того, кто перед ним, при каких обстоятельствах и в какое время.

Логические уловки в споре

В отличие от логических ошибок (*паралогизмов*), которые представляют собой неосознанные нарушения правил и законов логики, *логические уловки* являются преднамеренными отступлениями от

логических норм – законов и правил логики. Иначе логические уловки называют *софизмами*» Любой софизм маскируют под правильное рассуждение, преследуя цель ввести противника в заблуждение. Для того чтобы не попасться на софистическую удочку, необходимо уметь нейтрализовать логические уловки, т.е. выявлять скрытые в них логические ошибки. Едва ли возможно перечислить все множество софизмов, поэтому рассмотрим лишь несколько примеров современных вариаций древних софизмов.

Предприниматель может так «доказывать» своему партнеру, что у него есть деньги: «То, что ты не потерял, у тебя есть. Денег ты не терял. Значит, они у тебя есть!» Данный софизм построен на ложном аргументе «то, что ты не потерял, у тебя есть». Этот аргумент недостаточен, ибо деньги можно вложить в какое-либо дело; они будут отсутствовать, но не будут потеряны (если, конечно, вложены грамотно).

- Человеку можно задать вопрос, ожидая в ответ «да» или «нет»: «перестали ли вы обманывать государство?» Любой из указанных ответов ставит отвечающего в щекотливое положение: либо он перестал обманывать государство, например по части уплаты налогов, либо он продолжает делать это. Очевидно, что данный вопрос содержит ложную предпосылку.

- Софизм, основанный на неправильной постановке вопроса, таков: «Что следует делать – справедливое или законное?» В вопросах данного типа скрыта ошибка «принятия многих вопросов за один». В этих случаях нельзя давать ответ, выбирая одну из указанных альтернатив. Ясно, что эти альтернативы не исключают друг друга, а могут совмещаться.

- Довольно часто вопрос ставят таким образом, чтобы получить нежелательный ответ и добиться нужного, выгодного для вопрошающего ответа. С этой целью в матрицу вопроса вводят однозначно неприемлемые или весьма сомнительные альтернативы, а также ту, которая предпочтительна для задающего вопрос: «Чего вы хотите: вернувшись в тоталитарную Россию коммунистов, потерять свободу, или жить свободно, строя президентскую республику?» Но ведь можно жить свободно и в парламентской республике.

Весьма распространены уловки, основанные на использовании неопределенности ситуативных слов. Например, рекламный девиз «Сегодня – в кредит, завтра – за наличные» рекламодатель волен истолковывать как ему угодно, нисколько не заботясь о правах потребителей. Если вы столкнулись с такой уловкой, то требуйте устранить неопределенности: когда – сегодня? когда – завтра?

- В ряде случаев логические уловки могут основываться на логических парадоксах, которые представляют собой тот или иной дефект в рассуждении, для которого не найдено общепринятого решения. В практике спора подобные уловки рассматривают как софизмы. Например, софизм «куча» в современном варианте: «Последовательным добавлением монет нельзя составить никакую кучу денег, потому что если вы взяли одну монету, то это явно не куча денег. Таким образом, никогда путем добавления одной монеты к некуче денег нельзя получить кучу денег».

Умение выявлять логические уловки в споре – залог того, что вы по крайней мере не проиграете спор. Способы нейтрализации уловок столь же многообразны, как и сами уловки. Нейтрализация уловки определяется, с одной стороны, характером спора, с другой – характером логической уловки. Главное – разоблачить уловку. Крайне важно сделать это грамотно, т.е. выявить сущность и указать предназначение уловки. Если вы сумеете это сделать, то можете ожидать, что дальнейшее течение спора будет более конструктивным, так как своими квалифицированными действиями вы дадите противнику понять, что вы – за честный спор и всевозможные незаконные с точки зрения логики действия будут вами решительно пресекаться.

* * *

Таким образом, знание важнейших логических аспектов спора, рассмотренных в данном параграфе, позволяет уверенно чувствовать себя в любом коммуникативном процессе, и особенно тогда, когда акт коммуникации принимает форму спора. К тому же это знание дисциплинирует мышление, придает ему черты строгости и последовательности, а также может стать средством нахождения истины и мощным оружием против лжи и обмана.

§ 3. Социально-психологические аспекты спора

Общая характеристика социально-психологических аспектов спора

Будучи разновидностью речевой коммуникации, спор (особенно такой его вид, как полемика) представляет собой процесс, обладающий множеством граней, сторон, часть из которых образует

социально-психологический компонент спора. Спор не сводится к поочередному высказыванию мнений участвующими в нем сторонами. В деловом споре (полемике по существу вопроса) необходимо учитывать интересы, желания, стремления, симпатии, ценностные ориентации противной стороны. Но при этом следует помнить, что всякая апелляция к желаниям и чувствам людей должна входить в их сознание как логическое основание: чем более вески логические доводы, тем более устойчиво психологическое воздействие. В результате противоположная сторона может согласиться даже на обременительные ограничения, издержки и хлопоты, связанные с ними.

Начиная спор, каждая из сторон обладает собственными установками, которые она использует в качестве критериев оценки всего того, что делает и говорит другая сторона. Поэтому, чтобы достичь поставленной цели, ради которой и затевается спор, необходимо пробудить у оппонента интересы, согласующиеся с этой целью, а также обойти или преодолеть те его желания и устремления, которые могут стать препятствием на вашем пути к цели.

Психологи разделяют основные желания, устремления, интересы людей на четыре главные группы: стремление к самосохранению, к продолжению рода, к утверждению своей личности и различные чувства (любовь, ненависть, радость» горе и т.д.). Большей силой обладают те из психологических доводов, которые обращены к одному или нескольким желаниям, устремлениям, испытываемым в повседневной жизни. В связи с этим небесполезным будет обзор основных психологических доводов, которые могут быть использованы в споре.

Физическое благополучие

Возникновение угрозы для жизни, здоровья или безопасности является самой сильнейшей мотивировкой. Доводы такого рода называют «убийственными». При их использовании главная задача состоит в том, чтобы изображение опасности было реальным, конкретным, буквально осязательным, для чего следует приводить яркие примеры и статистические выкладки, демонстрирующие ее размер. Апеллируя к чувству опасности и его отрицательной оценке, мы тем самым побуждаем нашего оппонента искать путь, который привел бы его к благополучию. Физическое же благополучие включает в себя желание свободы и деятельности, что в свою очередь влечет за собой мотивы физического порядка, связанные с обыденными привычками: стремление к комфорту, достатку и т.п. Так, писатель А.И. Солженицын, говоря о необходимости смены курса правящей элиты, апеллирует к чувству самосохранения российских граждан. Опираясь на статистику, он показывает, что Россия конца XX в. переживает настоящее демографическое крушение – «зловещее вымирание» славянских народов (АиФ. 1998. № 22).

Экономические и социальные интересы

В условиях рыночной экономики этот довод в споре используется очень часто, направлен на то, чтобы вызвать желание вернуть затраченные средства с прибылью, накопить и увеличить материальные блага в той или иной форме, укрепить профессиональные гарантии. При этом обращение к экономическим интересам будет тем более убедительным, чем большее количество свидетельств окупаемости издержек будет приведено. Чтобы оценить силу обращения к экономическим интересам, вспомним известную всей России рекламную кампанию МММ; ее лейтмотив прост: приобретение акций МММ – самое лучшее вложение капитала.

Общественные интересы основываются на устремлениях людей, возникающих в процессе их общения. В том или ином виде профессиональной деятельности наиболее часто общественные интересы проявляются в форме стремления к завоеванию хорошей репутации, престижа, авторитета или власти в определенной социальной группе. В свою очередь указанные устремления вызывают -желание продемонстрировать черты благородства, мужества, стойкости, твердости, принципиальности и т.д. Практически всегда человек готов принести в жертву свои средства, время и энергию на то, чтобы усилить положительные черты своего имиджа, добиться влияния и уважения в той общественной среде, которая образует поле его профессиональной деятельности.

Например, обращение к социальным интересам содержится в статье бывшего премьер-министра РФ С.В. Кириенко «Шахтерский кризис: истоки и преодоление»: *«Разработанная с начала года и утвержденная Указом Президента от 8 мая программа поддержки угольной отрасли предусматривает и другие источники финансирования. В частности, дополнительные доходы от госмонополии на алкоголь. Других денег у государства, чтобы отдать их шахтерам, нет. Поскольку их*

тогда придется забирать тех же учителей, врачей, военных, которые, в отличие от угольщиков, на 100% финансируются бюджетами разных уровней. Они ведь продукцию не производят и не продают. А кто будет их финансировать? Так что на такие меры правительство не пойдет никогда. Оно обязано заботиться о всех» (АиФ. 1998. № 22).

Чувство собственного достоинства

Открытая лесть как способ подачи психологического довода в любом споре неприемлема. Использование обращения к чувству собственного достоинства требует изобретательности и определенной щепетильности. Этот довод следует конструировать таким образом, чтобы сметливость, здравый смысл, практический подход, проницательность и другие положительные черты вашего оппонента только лишь подразумевались, но не декларировались бы явно. Этот довод можно усилить демонстрацией вашей убежденности в том, что противоположная сторона способна проявить указанные качества с недюжинной силой.

Например, среди доводов Президента Б.Н. Ельцина в пользу принятия депутатами Государственной Думы кандидатуры С.В. Кириенко были апелляции к их здравому смыслу и практическому подходу: мол, оставьте в стороне политические резоны и поставьте о главу угла интересы дела - экономического роста России, чем и должен будет заняться Кириенко в качестве премьер-министра; тем самым, вы, депутаты, покажете стране, что понимаете те задачи, которые перед ней стоят.

Справедливость и право

Обращение к справедливости и праву может оказаться сильнее, чем обращение к противоположным интересам. В какой бы степени человек ни был слабым, злым, завистливым и т.п., он старается оправдать свои действия в собственных глазах. Поэтому обращение к великодушию, чувству сострадания к слабым, к чувству долга, правды или справедливости, а также и другим благородным побуждениям может оказать сильное влияние на вашего оппонента, сопоставимое по силе с обращением к личному интересу. Нужно по-настоящему пробудить чувство справедливости и права (в данном случае имеется в виду как юридическое так и моральное право) каким-либо примером физического или нравственного насилия или примером гонения невинных людей, жестокого обращения с животными, как люди, к чувствам которых вы апеллируете, будут настаивать на действиях, направленных на подавление этого зла.

Например, вспомним, как откликнулись в марте 1998 г. деловые круги России на призыв московского мэра Ю.М. Лужкова не покупать товары из Латвии в ответ на ущемление прав и прямое физическое гонение латвийскими властями русскоязычного населения. В самой Латвии результаты таких действий российской стороны были весьма ощутимы; это подтверждает тот факт, что всякий раз, когда границы между добром и злом резко очерчены, прямолинейная и искренняя апелляция к лучшим душевным порывам людей приводит к горячей поддержке.

Развлечение и игра

Большинство людей пронесит тягу к играм и развлечениям через всю жизнь. Стремление к играм и развлечениям основано на сложном синтезе чувства соревнования, ощущения конфликта, потребности в отдыхе, обладания воображением и юмором. Люди готовы платить деньги за то, чтобы испытать чувство риска, ощутить дух соревнования, отвесть вкус победы. Об этом свидетельствует популярность во всем мире всевозможных лотерей, азартных игр (заметим, что игорный бизнес является одним из самых доходных), телеигр, рекламных кампаний, включающих в себя розыгрыши призов. Во всех этих случаях организаторы лотерей и телеигр, хозяева игорных заведений, разработчики рекламных кампаний, апеллируя к названным выше чертам психики людей, находят своих клиентов.

Использование в споре, полемике психологических доводов предполагает творчество, инициативу и импровизацию. Представленные ниже правила могут способствовать повышению действенности психологических доводов.

1. Доводы должны соответствовать обстановке и существу спора. Так, в деловых переговорах на переднем плане стоят физические и экономические интересы, поэтому будет бесполезна апелляция к

чувству совести противоположной стороны как ответ на требование завышенных процентов.

2. Психологические доводы должны опираться на конкретные примеры. Чувства людей будут всегда конкретны в отличие от форм мышления. Голая апелляция к чувствам воспринимается как лозунг на знаменах; надо еще очень постараться, чтобы люди встали под эти знамена. И побудить их сделать это может конкретный пример, содержащий красочные подробности.

3. Избегайте пошлых или явно бьющих на чувство призывов. Психологические доводы следует выдвигать сдержанно и с достоинством. Всякий эмоциональный «разгул» одной из спорящих сторон вызывает внутреннее противодействие у другой, поскольку расценивается как попытка «залезть в душу». Стремление одной стороны возбудить какое-либо чувство не должно заходить далее той черты, до которой другая сторона готова пустить. Поэтому предпочтительней обращаться к фактам, вызывающим чувства, чем к самим чувствам.

Например, в споре стачкома и администрации представителям стачкома следует указать на факты невыполнения администрацией предприятия своих обязательств, а не заявлять, что эта администрация «достала» своих работников бесконечной чередой своих обещаний.

4 Необходимо сочетать психологические доводы с логическими элементами. Никто даже короткое время не выдержит массированного давления на чувства (*«хватит читать мне мораль»*), равно как и сухих академических рассуждений (*«хватит читать мне лекцию»*). Следует гармонично сочетать и те, и другие, ненавязчиво показывая их связь. Так, к общепризнанному положению о том, что чтение книг способствует развитию личности, ее духовного мира, можно добавить психологический довод, что чтение книг сулит немалое удовольствие.

В ситуации спора (полемики) завуалированные отступления от правил спора называются уловками. Далее дан обзор социально-психологических (в отличие от логических) уловок

«П р и м а н к а». Как правило, эта уловка представляет собой достаточно скрытую лесть. Противоположная сторона может подталкивать вас к принятию ее предложения, тезиса, ссылаясь на вашу проницательность, недюженный интеллект и т.п. Эта уловка особенно сильно воздействует на честолюбивых людей. Принимая такие «правила игры», они оказываются перед дилеммой: либо ухудшить свой имидж, либо принять данное предложение (данный тезис). Нейтрализовать эту уловку довольно просто, предложив оппонентам обсудить все подробнее, мотивируя это не только собственной проницательностью, но и стремлением «докапываться до самых корней».

«С а м о в о с х в а л е н и е». Расписывая свои достижения, таланты, оппонент пытается поставить вас в положение «младшего брата», «птенца» по сравнению с ним – «орлом». На это можно ответить, что все когда-то начинали и – надо думать – совершали немало ошибок, ведь человеку свойственно ошибаться.

«Д о с к а з а н и е». *«Позвольте, я продолжу вашу мысль»* или *«О, я понимаю, куда вы клоните,..»* Такие слова могут скрывать уловку, состоящую в том, что ваш соперник домысливает развитие ситуации, выводя ее за рамки известных фактов: *«Вчера у нас отняли сбережения Сегодня посадили на хлеб и воду. А завтра отнимут последнюю рубашку До каких же пор будем терпеть антинародное правительство!»* Но не торопитесь останавливать противоположную сторону. Не исключено, что она «доскажет» то, что вы хотели сказать. Тогда не лишним будет констатировать, что стороны достигли определенного уровня взаимопонимания.

«Г и б к а я т е р м и н о л о г и я». Эта уловка связана с таким подбором слов, который вызывает определенный настрой у слушателей – отрицательный или положительный. Ср.: бюрократы – работники сферы управления, скотник – специалист по ассенизации животноводческой фермы, шпик – разведчик, осведомитель – неофициальный источник информации и т.д.

«Д е м а г о г и я». Явное преувеличение последствий принятия того или иного предложения, искажение этих последствий с целью утвердить свое собственное предложение.

«Ф и л о с о ф и я» («птичий язык»). Данная уловка характерна для любителей говорить «мудреным языком». С ее помощью маскируют отсутствие ответа или нежелание отвечать на поставленный вопрос, а также некомпетентность в обсуждаемом вопросе. Например, члены Правительства РФ, разъясняя свои действия, решения, используют выражения: «нулевой рост», «максимально гарантированный минимум», «замедление темпов падения», «сокращение налоговых ожиданий» и т.п.

«Т р е с к о т н я». Высказывание множества мыслей в быстром темпе приводит соперника в замешательство, так как рвется нить разговора и выбивается почва из-под его ног. Попросите начать сначала и помедленнее.

«М н о г о з н а ч и т е л ь н а я н е д о с к а з а н н о с т ь». Высказывая свою мысль, ваш оппонент

делает глубокомысленный и многозначительный вид, подразумевая, что он мог бы еще многое сказать по этому поводу, но не считает нужным это делать. Попросите его продолжить – ведь это так интересно.

«Мнимая невнимательность». Противоположная сторона умышленно (при этом напуская на себя вид невинной овечки) не замечает те доводы, на которые не может ответить по существу. В этом случае можно поставить вопрос о способности ведения спора вашим соперником.

«Бремя доказательства» Тезис высказан, но никоим образом не аргументирован. С помощью вопроса «...Кто-нибудь имеет возражения против этого?» центр спора смещается, ибо, «клюнув» на эту уловку, вам придется критиковать выдвинутый противником тезис, приводят различные аргументы в подкрепление своей точки зрения. Он нападает, а вы вынуждены защищаться. Данную уловку легко нейтрализовать, если придерживаться принципа «Возлагай бремя доказательства на противника».

«Симуляция непонимания». Противник может попытаться представить дело так, что он не понимает, о чем идет речь, и с помощью надуманных вопросов постарается свернуть спорную тему или создать впечатление несостоятельности ваших утверждений. Такую уловку можно нейтрализовать намеком на то, что вы готовы дать вашему сопернику некоторое время на изучение оспариваемого вопроса. Если же он не согласится, следует предложить ему отказаться от участия в споре или выставить своего более компетентного представителя.

Очень часто в споре используются *организационно-процедурные уловки*. Большинство из них применяется в публичных речевых коммуникативных актах, например в дискуссиях, публичных дебатах, нередко переходящих в полемику (например, на заседаниях Государственной Думы).

Уловка «брать горлом» состоит в повышении тона, одна спорящая сторона перебивает другую, не дает ей говорить, в конце концов словесно «забивает» ее, тем самым лишая возможности продолжать спор. Сохраняя спокойствие. Дождитесь, пока словесный вулкан не поутихнет, а затем предложите вернуться к тому месту, в котором спор был прерван.

Другая уловка основана на известной особенности человеческой психики: лучше всего запоминаются первое и последнее выступления. Поэтому постарайтесь добиться, чтобы первым и последним выступающими были ваши сторонники или по крайней мере сочувствующие, но не сторонники противоположной стороны.

Еще один способ «затереть» противника в споре – держать его в строгих рамках регламента, в то время как представители другой стороны получают всевозможные поблажки процедурного характера.

Следующая довольно часто используемая уловка – откладывание обсуждения главного вопроса. Этот способ преследует цель утомить участников спора, а затем без детального обсуждения объявить нужное решение главного вопроса.

Нередко используется такая уловка, как жесткая фиксация принятого решения даже в случае поступления информации, которая может стать веским основанием для пересмотра ранее принятого решения. И наоборот: некоторую поступившую позже незначительную информацию представляют как имеющую принципиальное значение для пересмотра ранее принятого решения.

Выше рассмотрены далеко не все уловки психологического и организационного характера, а только те, которые наиболее часто используются. В речевых коммуникациях можно встретить и многие другие. По этой причине трудно говорить о всех возможных способах их нейтрализации. Но в любом случае их суть заключается в квалифицированном разоблачении уловки на основе анализа существа и предназначения данной уловки. В результате автор уловки и другие участники спора осознают бесполезность уловок, понимая, что дальнейшие попытки их использования могут свести к нулю шансы выиграть спор или достойно его закончить.

* * *

Таким образом, мы выяснили, что общение между людьми протекает в разных режимах, в том числе и в режиме спора. Более того, продвижение к рынку и демократии делает умение спорить неотъемлемой чертой цивилизованного человека независимо от сферы его деятельности. Поэтому необходимо знать, какие логические и психологические приемы спора существуют, как их можно и нужно использовать, чего следует остерегаться в споре. Конечно, невозможно рассказать о всех нюансах, всех аспектах спора; нами представлены лишь самые распространенные из них.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К

К § 1 «Общая характеристика спора»

1. Что такое спор? В чем заключается его ценность?
2. Перечислите общие рекомендации ведения спора.
3. Что такое дискуссия? Назовите ее основные черты.
4. Что такое полемика? Назовите ее основные характеристики.
5. Что вы знаете о стратегии и тактике спора?

К § 2 «Логические аспекты спора»

1. Что такое вопрос? Назовите его виды и критерии постановки
2. Что такое ответ? Каковы виды ответов и критерии их правильности?
3. Что такое аргументация? Каковы ее основные свойства?
4. Какие элементы составляют структуру аргументации? Дайте характеристику каждому из них.
5. Какие виды аргументации наиболее часто используются в споре? Дайте подробную характеристику каждого из них.
6. Какие правила надо соблюдать, чтобы аргументация была убедительной и доказательной?
7. Какие типичные ошибки в аргументации вы знаете?
8. Что такое логическая уловка? Какие логические уловки вам известны?

К § 3 «Социально-психологические аспекты спора»

1. На что направлены психологические доводы?
2. Перечислите основные виды психологических доводов?
3. Какие правила надо соблюдать, чтобы использование психологических доводов было эффективным?
4. Какие психологические и организационно-процедурные уловки вы знаете? Назовите возможные способы их нейтрализации

ЛИТЕРАТУРА

1. Брутян Г.А. Аргументация. Ереван, 1984.
2. Ееремен Ф.Х. ван, Гроотендорст Р. Аргументация, коммуникация и ошибки. Л., 1992
3. Логика: Логические основы общения Учеб. пособие для вузов / В.Ф. Берков, Я. С. Яскевич, В.И. Бартон и др. М.» 1994.
4. Павлова К. Г. Психология спора. Логико-психологические аспекты Владивосток, 1988.
5. Поварнин С.И. Спор. О теории и практике спора // Вопросы философии. 1990 №3
6. Прошутин Н.Ф. Что такое полемика. М., 1985.

ГЛАВА V

ДЕЛОВАЯ БЕСЕДА. ДЕЛОВОЕ СОВЕЩАНИЕ. ТЕЛЕФОННЫЙ РАЗГОВОР

Практически все дела начинаются, осуществляются и завершаются при помощи речевых взаимодействий между людьми. В данной главе мы рассмотрим деловые беседы и совещания, а также телефонную коммуникацию как особый вид речевого общения.

В жизни любой организации или предприятия эти виды делового общения занимают важное место. Обмен информацией, выдвижение и разработка рабочих идей, контроль и координация деятельности сотрудников, подведение итогов и оценка достигнутого – вот лишь некоторые стороны деятельности организации, которые связаны с проведением совещаний и деловых бесед разного рода. Между собой их сближают такие моменты, как ориентация на интересы работы, спланированность, некоторый формализм языка, т.е. все то, что придает деловой характер этим речевым взаимодействиям. Вместе с тем деловые беседы, деловые совещания и телефонные разговоры можно рассматривать как самостоятельные виды деловой коммуникации. Они отличаются друг от друга не только целями, ради которых проводятся, формой контакта, но и числом участников, что предопределяет социально-психологические особенности их организации и проведения.

§ 1. Особенности служебно-делового общения

Прежде чем перейти к более подробной характеристике деловых бесед и совещаний, выделим некоторые организационные и психологические особенности делового общения, которые во многом

определяют речевое поведение деловых партнеров и отличают его от общения вне деловой среды.

Коммуникация в организациях

Для каждого из нас очевидно, что разговор между сотрудниками одной и той же в организации, обсуждающими деловой вопрос, или разговор между руководителем и подчиненным принципиально отличаются от разговоров между этими же людьми вне служебных рамок.

Деловое общение – это такое взаимодействие людей, которое подчинено решению определенной задачи (производственной, научной, коммерческой и т.д.), т.е. цель делового взаимодействия лежит за пределами процесса общения (в отличие от личностно ориентированного общения, предметом которого выступает именно характер отношений между его участниками).

Принципы деятельности любой социальной организации (фирмы, учреждения) накладывают определенные ограничения на поведение людей. Отметим среди них следующие:

1. **Достаточно жесткая регламентация** целей и мотивов общения, способов осуществления контактов между сотрудниками, которая объясняется тем, что за каждым работником в организации нормативно закрепляется стандарт поведения в виде устойчивой структуры формальных прав и обязанностей, которому он должен следовать. Поэтому психологически деловое общение оказывается в значительной степени формализованным, отстраненным, «холодным».

Соответственно в отношении речевого поведения ожидается, что обмен сведениями между сотрудниками носит не личный характер, но подчинен прежде всего совместному решению служебной задачи.

2. **Иерархичность построения организации**: между подразделениями и сотрудниками закрепляются отношения подчинения, зависимости, неравенства. Одним из следствий действия этого принципа для речевой коммуникации оказывается проблема условий передачи точной и по возможности полной информации по звеньям иерархической пирамиды и соответственно эффективности обратной связи.

Так, эффективность распространения деловой информации «по горизонтали» (т.е. между отделами, подразделениями или сотрудниками одного уровня), как правило, очень высока. Люди, работающие на одном и том же уровне, понимают друг друга «с полуслова», им не требуется детальное и подробное объяснение сути задачи.

Эффективность вертикальной коммуникации (т.е. вверх и вниз по иерархическим уровням) значительно ниже. По некоторым данным, лишь 20–25% информации, исходящей от высшего управленческого звена, доходит непосредственно до конкретных исполнителей и правильно ими понимается. Отчасти это объясняется тем, что на пути прохождения информации от источника (говорящего) к адресату в любом иерархически организованном управлении присутствуют звенья-посредники. Посредниками могут становиться линейные руководители, секретари, ассистенты, канцелярские работники и др. Устные сообщения при передаче с одного уровня на другой (как вниз, так и вверх) могут быть сокращены, отредактированы, искажены прежде, чем они дойдут до получателя (эффект «испорченного телефона»).

Другая причина, вызывающая низкую эффективность вертикальной коммуникации, связана с убеждением, распространенным среди некоторых руководителей, что подчиненным вовсе не обязательно знать о положении дел на предприятии в целом, они должны выполнять поставленные перед ними задачи, исполнять принятые решения и не задавать лишних вопросов. Однако, как установлено психологией восприятия, человек будет действовать осмысленно, если он знает не только выполняемую им конкретную операцию, но и видит более широкий контекст, в который она вписана. Если конкретные исполнители лишены сведений такого рода, они начинают искать ответы самостоятельно, при этом искажая и домысливая имеющуюся информацию.

Стремление учесть эти особенности служебно-деловой коммуникации проявляется, с одной стороны, в требовании письменной фиксации распоряжений, решений, приказов, а с другой – в признании деловых бесед важнейшим средством повышения эффективности обратной связи в организации.

3. **Мотивация труда** как условие эффективной деятельности организации или предприятия. Необходимость в особых усилиях по стимулированию труда может быть отчасти объяснена объективной противоречивостью поведения и самоощущения человека в организации: в деловом общении он выступает одновременно как конкретная целостная личность и как представитель организации, т.е. носитель определенных профессионально-ролевых функций. В случае, если его

потребности как личности не удовлетворяются в процессе его деятельности в организации или его собственные идеи и стиль поведения не совпадают с групповыми нормами, может возникнуть внутриличностный конфликт, снизиться интерес к выполняемой работе. Конфликты такого рода часто оказываются темой обсуждения между сотрудниками, а иногда причиной проблемных бесед между руководителем и подчиненным.

Наряду с такими способами мотивации труда персонала, как различные виды морального и материального поощрения, продвижение по службе, повышение квалификации за счет организации и др., огромное мотивационное воздействие могут оказывать беседы руководителя с подчиненными: критические оценки, форма постановки задач, ответы руководителя на вопросы; они могут либо помогать сотрудникам ориентироваться в своей деятельности, побуждать их работать успешнее и прибыльнее, либо препятствовать этому.

Требования к речевой коммуникации в деловой среде

Принципы жизнедеятельности любой организации предопределяют особенности служебно-делового общения и во многом объясняют характер требований к речевой коммуникации в деловой среде. Эти требования могут быть сформулированы следующим образом:

- Четко определяйте цели своего сообщения
- Делайте сообщение понятным и доступным для восприятия разными группами работников: находите конкретные иллюстрации общих понятий, развивайте общую идею, используя яркие примеры.
- Делайте сообщения по возможности краткими и сжатыми, отказывайтесь от излишней информации, привлекайте внимание сотрудников лишь к тем проблемам, которые касаются их конкретно.
- В разговоре с сотрудниками следуйте правилам активного слушания, демонстрируйте им сигналы вашего понимания и готовности к совместным действиям.

* * *

Таким образом, приведенные правила в равной мере должны соблюдаться как в разговоре между двумя деловыми собеседниками, так и при групповом общении. В то же время их использование и конкретное проявление в деловой беседе и на деловом совещании имеет свои особенности.

§ 2. Деловая беседа

Деловая беседа – это разговор преимущественно между двумя собеседниками, соответственно ее участники могут и должны принимать во внимание специфические особенности личности, мотивов, речевых характеристик друг друга, т.е. общение носит во многом межличностный характер и предполагает разнообразные способы речевого и неречевого воздействия партнеров друг на друга

В Теории управления беседа рассматривается как вид делового общения, специально организованный предметный разговор, служащий решению управленческих задач. В отличие от деловых переговоров, которые значительно более жестко структурированы и, как правило, ведутся между представителями разных организаций (или подразделений одной организации), деловая беседа, хотя всегда имеет конкретный предмет, более личностно ориентирована и чаще происходит между представителями одной организации.

Цели и задачи деловой беседы

К числу *целей, требующих проведения деловой беседы*, можно отнести, во-первых, стремление одного собеседника посредством слова оказать определенное влияние на другого, вызвать желание у другого человека или группы к действию, с тем, чтобы изменить существующую деловую ситуацию или деловые отношения, другими словами, создать новую деловую ситуацию или новые деловые отношения между участниками беседы; во-вторых, необходимость выработки руководителем соответствующих решений на основании анализа мнений и высказываний сотрудников.

В сравнении с другими видами речевой коммуникации *деловая беседа обладает следующими преимуществами:*

- Быстрота реагирования на высказывания собеседников, способствующая достижению целей.

- Повышение компетентности руководителя благодаря учету, критической проверке и оценке мнений, предложений, идей» возражений и критических замечаний, высказанных в беседе.

- Возможность более гибкого, дифференцированного подхода к предмету обсуждения как следствие понимания контекста проведения беседы, а также целей каждой из сторон.

Деловая беседа благодаря эффекту обратной связи, который наиболее ярко проявляется именно в непосредственном межличностном взаимодействии, позволяет руководителю реагировать на высказывания партнера в соответствии с конкретной ситуацией, т.е. с учетом цели, предмета и интересов партнеров.

При проведении деловых бесед желательно следовать сформулированным в первой главе правилам эффективной речевой коммуникации. В то же время деловую беседу как непосредственное взаимодействие двух ее участников нужно строить на основе следующих важных принципов:

- Сознательная настройка на уровень собеседника, учет содержания выполняемых им задач, его полномочий и сферы ответственности, жизненного и трудового опыта, интересов, особенностей его мышления и речи.

- Рациональная организация процесса беседы, что прежде всего означает краткое изложение собеседниками содержания информации по обсуждаемой теме, ибо пространное изложение и избыточная информация осложняют усвоение самого существенного.

- Простота, образность, четкость языка как условие доходчивости информации, следовательно, ориентации на собеседника.

Роль вопросов в деловой беседе

Беседа не монолог, а диалог, т.е. двустороннее общение, целью которого является либо стремление лучше понять характер возникшей проблемы, либо воздействие на одного из собеседников с учетом его интересов и мнения по обсуждаемому вопросу. Поэтому необходимо так формулировать вопросы, определения, оценки, чтобы они прямо или косвенно приглашали собеседника высказать свое отношение к изложенному мнению.

Так как диалог контролирует спрашивающий, то с помощью вопросов он может направить процесс передачи информации в русло, соответствующее его планам и пожеланиям; перехватить и удержать инициативу в беседе; активизировать собеседника, переходя тем самым от монолога к диалогу; дать возможность собеседнику проявить себя. Следовательно, умение задавать вопросы становится ключевым инструментом для быстрого и точного получения необходимой информации. Учитывая это, остановимся подробнее на видах и функциях вопросов.

Вопросы можно классифицировать по разным основаниям. В управленческой деятельности полезно проводить различия между следующими категориями вопросов: по характеру ожидаемых ответов; по заключенному в них содержанию; по функциям, которые они выполняют.

Уже известные нам из главы IV закрытые и открытые вопросы разделяются *по характеру ожидаемых ответов*,

З а к р ы т ы е в о п р о с ы . Это вопросы с жесткой структурой, на них можно ответить просто *да* или *нет* или несколькими словами. Например, «Сколько вам лет?», «Где вы живете?», «Какую школу вы закончили», «Вам нравится эта работа?» и т.п. Необходимо учитывать, что формулировки с использованием частицы *ли* (типа «Нравится ли Вам ?», «Хотели бы Вы ?», «Согласны ли вы ?», «Любите ли вы ?») представляют собой вариант закрытых вопросов и могут вызвать смещение ответов в положительном направлении, так же как и вопросы типа «Разве вы не хотите?» Конструкция вопросов типа «Вы ведь не думаете?», «Не правда ли?» склоняет опрашиваемого к отрицательному ответу. Если в беседе желательно избежать такого рода наведения на ответ, то лучше использовать альтернативные вопросы как вариант закрытых вопросов. Например, «Как вы считаете, соответствует или не соответствует подготовка выпускников школ требованиям, предъявляемым вузами?» или «Вы хотели бы продолжить образование или нет?».

Закрытые вопросы позволят получать точную информацию, но с их помощью сложно вызвать более глубокое и развернутое сообщение, если собеседник не пожелает раскрыться сам.

О т к р ы т ы е в о п р о с ы – вопросы менее структурированные, они предполагают большую свободу в выборе ответа и начинаются со слов *что, как, зачем, почему* и т.п.: «Что вы чувствуете при виде этого человека?», «Расскажите о себе», «Что вы думаете об этой специальности?», «Каковы ваши профессиональные цели?», «По каким причинам вы хотите уйти из нашей организации» и т.п. На

эти вопросы человек отвечает в соответствии с тем, как он видит и чувствует проблему. Именно поэтому открытые вопросы используются для прояснения сложной, запутанной ситуации либо для того, чтобы точнее понять отношение человека к предмету беседы.

По заключенному в вопросах содержанию их можно подразделить на две большие группы: на вопросы о фактах (информационные) и вопросы о мнениях, желаниях, установках.

В о п р о с ы о ф а к т а х (информационные) связаны с тем, что реально осуществилось во времени и пространстве: «Вы были вчера на собрании?», «В каком году вы закончили школу?», «Это фотография вашего сына?» Ответы на них не представляют труда, поэтому ими часто начинают разговор, давая возможность человеку втянуться в беседу. Часто эти вопросы носят закрытый характер, однако они могут быть и открытыми: «Что является предметом вашего исследования?», «Как возникла идея организации этого праздника?» и т.п.

В о п р о с ы о м н е н и я х , ж е л а н и я х , у с т а н о в к а х . Получение ответов на эти вопросы связано с более значительными трудностями, чем на вопросы о фактах и знаниях. Отношение, оценки, желания человека могут быть ясными и четко оформленными, а могут быть смутными и расплывчатыми, могут им осознаваться или не осознаваться. Мнение человека по любому вопросу может быть неоднозначным. Так, работа может нравиться с точки зрения престижа и не удовлетворять в отношении заработка. Поэтому при ответе на вопросы такого рода люди более чувствительны к формулировкам и последовательности вопросов, чем в ответах на вопросы о фактах. Спрашивающему важно сохранить нейтральность в отношении предмета беседы, стараться избегать слов (высказываний), несущих явную оценку. Например, недопустимы фразы типа «Неужели вам это нравится?» или «В вашем возрасте думать об этом?» Чтобы дать возможность собеседнику высказать свое отношение, уместны вопросы типа «Мне интересно услышать ваше мнение», «Как бы вы хотели, чтобы данная проблема разрешилась?», «Что вы думаете по этому поводу?» и т.п.

Наконец, можно выделить две большие группы вопросов по функциям, которые они выполняют в ходе беседы: вопросы, направленные на проверку, уточнение, дополнение полученной информации, и так называемые функционально-психологические вопросы, используемые для снятия напряжения, для контроля за направлением беседы, для перехода от одной темы к другой.

К группе вопросов по функциям можно отнести так называемые контрольные, уточняющие и зондирующие вопросы.

К о н т р о л ь н ы е в о п р о с ы служат проверке достоверности ответов. Если сначала вы спрашиваете, насколько ваш собеседник доволен работой, то через несколько вопросов может быть задан первый контрольный вопрос: «Хотели бы вы перейти на другую работу?», затем второй: «Предположим, что вы по каким-то причинам временно не работаете. Вернулись бы вы на прежнее место работы?» Сопоставление ответов на три вопроса дает информацию об искренности собеседника.

У т о ч н я ю щ и е в о п р о с ы следуют за поставленным вопросом, уточняя или перепроверяя сказанное. Собеседника просят объяснить высказанные мысли или чувства. Эти вопросы часто используют, когда ответы неясны или неполны. Например, «Продолжайте, что вы хотели сказать?», «Объясните, что это значит?», «Приведите, пожалуйста, пример. Что вы имели в виду, когда сказали это?» Уточняющие вопросы являются эффективным способом получения полных ответов и контролируют направленность беседы.

З о н д и р у ю щ и е в о п р о с ы имеют цель получить как можно больше необходимой информации о собеседнике, чтобы решить, в каком направлении действовать. Отличие зондирующих вопросов от уточняющих состоит в том, что к зондирующим прибегают в ситуации, когда собеседнику причины его собственного поведения или эмоционального состояния либо не ясны, либо он не хотел бы о них говорить; в таких случаях невозможно получить информацию, прибегая к прямым уточнениям. Искусство беседы в подобных ситуациях предполагает деликатность, проявление эмоционального сопереживания. В то же время техника проведения разговора направлена на то, чтобы приблизиться к сути дела, выясняя с разных сторон, в чем заключается проблема. Примерами могут служить любые вопросы, направленные на прояснение переживаний собеседника: «И часто это происходит?», «А как это связано с тобой?», «Кто там был?», «Что произошло?» и т.п.

Желая прояснить возможное поведение собеседника в конкретной ситуации, спрашивающий также может обратиться к зондирующим вопросам. При этом вместо прямого вопроса, типа «Что бы вы делали если, ..?», психологически тоньше действуют вопросы, сформулированные следующим образом: «Вам когда-нибудь приходилось сталкиваться с агрессивным поведением сотрудника на своей предыдущей работе? Что вы делали? Почему вы поступили именно так? Что произошло, если бы вы

поступили иначе?»

В группе функционально-психологических вопросов можно выделить зеркальные, косвенные (проективные), эстафетные, вопросы-мости, заключающие.

Зеркальные вопросы, построенные на полном повторении ответа собеседника или на повторении ключевых слов в его ответе, направлены на то, чтобы достичь действительного понимания его чувств, переживаний, состояния. Примерами зеркальных вопросов могут служить следующие: *«Я правильно понял, что вы считаете...»* (следует повторение того, что сказал собеседник) или *«Вы сказали, что...»* (следует повторение сказанного собеседником) *«Почему вы так решили?»* Высказывания, сконструированные подобным образом, выполняют несколько функций в беседе: повторение слушателем слов собеседника вызывает у последнего ощущение, что его слышат, а значит, и понимают; кроме того, слыша свое высказывание со стороны, человек может отнестись к нему критически, уточнить свои мысли и чувства.

Косвенные вопросы используются в тех случаях, когда есть опасение, что на прямой вопрос человек не будет отвечать искренне. Тогда может быть задан вопрос не о мнении собеседника, а, скажем, о мнении его коллег по работе или об общественном мнении. Например: *«Как, по- Вашему, общественное мнение оценит переход к платному высшему образованию?»* или *«Как ваши коллеги оценивают трудовую дисциплину в организации?»* В конструкции вопросов такого типа заложены элементы проективной методики, согласно которой человек, формулируя мнение своих коллег или сограждан, фактически выражает свое отношение к проблеме. Косвенные вопросы применяются и в том случае, когда спрашивающий хочет скрыть свою заинтересованность в чем-то или не желает явно демонстрировать свое отношение к чему-либо. Например, желая знать, состоялся ли разговор между его собеседником и третьим лицом, и в то же время не желая раскрывать свой интерес, он может косвенным путем получить важную для него информацию. Для этого можно задать ряд вопросов, как бы случайно подводящих к нужному ответу, например: *«Вы заходили сегодня в такой-то отдел?»*, *«Интересно, был ли там такой-то?»*, *«Он обращался ко мне с просьбой, а вас он ни о чем не просил?»*

Эстафетный вопрос предназначен для поддержания и продолжения диалога, для того чтобы переход от одной темы к другой в процессе беседы выглядел логичным и психологически уместным. По своей структуре он подхватывает последние слова говорящего с тем, чтобы развить тему.

Приведем фрагмент интервью с художником М. Шемякиным (журнал «Домовой». 1995. № I):

– У вас, говорят, в Америке поместье. Это шутливое название вашего дома с участком?

– Да нет, какие шутки. Это бывшая консерватория со зданиями, в которых было несколько концертных залов, теперь там мои мастерские. Земли шесть гектаров. Это все к северу от Нью-Йорка, в двух часах езды, в горах... Там, в поместье, живу, работаю.

– У вас поместье, а это прекрасная возможность жить в башне из слоновой кости и работать. Но вам дома не сидится. Вы этого не хотите? Вам нужны встряски, внешняя активность?»

Вопросы-мости также используют для перехода к другой теме в беседе: *«А теперь несколько вопросов о...»* или *«А сейчас поговорим о другом»*

Заключающие вопросы используют при завершении беседы, если важно подчеркнуть равноправие собеседников, уважительное отношение между ними либо еще раз уточнить содержание достигнутых договоренностей: *«Смог ли я убедить вас в том, что...»*, *«Итак, вы сможете сдать этот отчет в среду?»*

Таким образом, каждый вопрос должен вносить свой вклад в обсуждение темы и содействовать решению поставленной в деловой беседе задаче.

Виды деловых бесед

По такому основанию, как *цели и методы ведения разговора*, принято выделять в качестве самостоятельных видов: собеседование при приеме на работу, собеседование при увольнении с работы, проблемные и дисциплинарные беседы.

Беседа при приеме на работу носит характер «приемного» интервью, основная цель которого оценить деловые качества поступающего на работу. В сущности, оно сводится к нескольким базовым вопросам и соответствующим ответам на них. Форма вопросов может варьироваться, но их содержание направлено на получение информации, которую можно сгруппировать в следующие блоки:

- что представляет собой человек, обратившийся с заявлением о приеме на работу;
- почему он ищет работу;

- каковы его сильные и слабые стороны;
- каковы его взгляды на эффективное руководство (иначе говоря, его представление о хорошем начальнике);
- что он считает наиболее весомыми своими достижениями;
- на какую зарплату он рассчитывает.

Беседа при увольнении с работы имеет две разновидности: ситуацию незапланированного, добровольного ухода сотрудника и ситуацию, когда работника приходится увольнять или сокращать.

1 В ходе беседы необходимо выявить истинную причину увольнения, его мотивы вызвано оно неудовлетворенностью производственным процессом, невниманием или обидой, какими-либо иными причинами. Необходимость проведения собеседования в этом случае обусловлена заботой руководителя об улучшении управленческой деятельности на различных уровнях производства. Для этого полезно задавать вопросы, связанные с содержанием, объемом, условиями выполнения работником производственных заданий, выяснением его оценки таких заданий и условий их выполнения. Следует узнать, что не нравилось сотруднику в его работе и, напротив, что доставляло удовлетворение. Служащие, которые покидают организацию по собственному желанию, как правило, искренни в своих замечаниях и пожеланиях и делятся информацией, которая может улучшить положение тех, кто остается.

2. Иначе протекают беседы с работником, которого приходится увольнять. Процедура увольнения по решению руководства крайне трудна для всех, кто принимает в ней участие. В специальной литературе она получила название прощального разговора. Эта процедура опирается на знание специфики такого разговора и на владение техникой его проведения. Так, прощальный разговор никогда не назначается перед выходными днями или праздниками: его не следует проводить непосредственно на рабочем месте увольняемого или в помещении, где работает большое количество народа; он не должен продолжаться более 20 мин, так как работник, переживающий неприятное известие, не в состоянии внимательно слушать и обдумывать различные подробности, которые излагает ему руководитель. Если руководителю предстоит упрекать работника в нарушении дисциплины или говорить о других нарушениях, то он должен быть точным и корректным в изложении фактов и не дать увольняемому оснований сомневаться в справедливости высказанных упреков. В зарубежной практике рекомендуется заготовить гуманный для увольняемого ход; например предложить ему список свободных рабочих мест на другом предприятии или предложить нечто вроде «реабилитационной Программы» для увольняемого, в которой предусмотрено сохранение его уверенности в собственных силах, поддержание его авторитета в глазах окружающих и домашних.

Проблемные и дисциплинарные беседы вызваны к жизни либо возникновением сбоев в деятельности сотрудника и необходимостью критической оценки его работы, либо фактами нарушения дисциплины.

В процессе подготовки проблемной беседы руководитель должен заранее ответить на вопросы о смысле, цели, результатах, средствах и методах решения проблемы, стремясь к тому, чтобы в ходе беседы подчиненный принял позицию руководства. При этом существуют некоторые правила, позволяющие избежать беседы в форме «разноса» и провести ее с конструктивными результатами. Для этого следует:

- 1) получить необходимые сведения о сотруднике и его работе,
- 2) построить беседу, соблюдая следующую очередность в сообщении информации; сообщение, содержащее положительную информацию о деятельности сотрудника; сообщение критического характера, сообщение похвально-поучительного характера;
- 3) быть конкретным и избегать неясностей (оборотов типа «Вы сделали не то, что нужно», «Вы не выполнили задания» и т.п.);
- 4) критиковать выполнение задания, а не личность.

Соблюдение этих правил помогает создать положительный эмоциональный фон, который позволит провести неприятную часть разговора конструктивно, не вызывая ненужной враждебности со стороны сотрудника, не заставляя его занимать оборонительную позицию.

При проведении проблемной беседы важно выяснить: не является ли возникшая проблема средством привлечения внимания? (Например, провинившийся работник скрывает свое недовольство по какой-либо причине и не хочет или не может открыто сказать об этом.) Не вызваны ли нарушения личными затруднениями (семейным конфликтом, болезнью близких и т.п.)? Не связана ли проблема с

недостатком квалификации, помощи, обучения? Может быть работнику нужна большая самостоятельность? Или дело в том, что он не приемлет стиль руководства? Ответы на эти вопросы позволят принять решение о возможных организационных мероприятиях, которые необходимо осуществить в конкретный срок и которые могут стать, по существу, программой по преодолению возникшей ситуации

Если в ходе проблемной беседы предполагается сообщить работнику о мерах дисциплинарного характера, решение о наказании следует выражать просто, четко, делая акцент на понимании и правильной оценке случившегося.

Например «Как вы понимаете, наказания вам не избежать. Конечно, речь не идет о понижении в разряде, вы этого не заслужили, однако выговора вам не избежать. Понимаю, что это наказание радости вам не прибавит, но как бы не были высоки ваши другие заслуги, иначе поступить не могу»

Отметим еще раз, что критика со стороны руководителя имеет значительный мотивационный эффект. Умение делать замечания, показывающие, что и как следует изменить в работе, при этом отмечать, что уже сейчас делается этим работником хорошо, является показателем высокой коммуникативной компетентности руководителя

Структурная организация беседы

Проведение беседы предполагает наличия ряда обязательных этапов: подготовительный этап; начало беседы; обсуждение проблемы; принятие решения; завершение беседы.

Подготовительный этап. В период подготовки к предстоящей беседе необходимо продумать вопросы ее целесообразности, условия и время ее проведения, подготовить необходимые материалы и документы.

При выборе места проведения беседы полезно учесть следующие рекомендации специалистов. В своем кабинете вы будете чувствовать себя увереннее, если инициатива разговора исходит от вас. В кабинете своего собеседника вам будет легче решать вопросы, по которым вы занимаете объективно более выгодную позицию. Если необходимо выработать совместное решение, программу совместных действий, имеет смысл назначить встречу «на нейтральной территории», где ни одна из сторон не будет иметь преимуществ.

Готовясь к предстоящей беседе, важно избежать двух крайностей: с одной стороны, излишней уверенности в своем умении сразу, без подготовки и продумывания деталей, провести эффективный разговор, а с другой – своеобразной перестраховки, стремления пунктуально продумать все этапы будущей встречи, учесть малейшие детали собственного поведения и поведения своего собеседника вплоть до использования пауз и жестов. В первом случае инициатива может перейти к партнеру, во втором – малейшее отклонение от плана может привести к растерянности и неуверенности. Полезнее обдумать и спрогнозировать основные линии поведения.

Н а ч а л о б е с е д ы . Задачи, которые решаются в начале беседы, связаны прежде всего с установлением контакта с собеседником, созданием атмосферы взаимопонимания, пробуждением интереса к разговору.

Именно от первых фраз каждого участника встречи зависит их дальнейшее отношение к предмету разговора и своему собеседнику как личности.

Перечислим ряд методов, использование которых эффективно в начале беседы:

- Метод снятия напряженности: использование теплых слов, личного обращения, комплиментов, шутки для установления более тесного контакта с собеседником.

- Метод «зацепки»: использование какого-либо события, сравнения, личного впечатления, анекдота или необычного вопроса, позволяющих образно представить суть проблемы, обсуждению которой должна быть посвящена беседа.

- Метод стимулирования игры воображения: постановка в начале беседы множества вопросов по ряду проблем, которые должны рассматриваться в ходе беседы.

- Метод «прямого подхода»: непосредственный переход к делу без какого-либо обсуждения – краткое сообщение о причинах, по которым назначена беседа, и быстрый переход к конкретному вопросу.

О с н о в н а я ч а с т ь беседы нацелена на сбор и оценку информации по обсуждаемой проблеме; выявление мотивов и целей собеседника; передачу запланированной информации. Успешному

проведению этой фазы способствует владение техникой постановки вопросов, методами активного слушания и восприятия сведений и фактов.

Откровенной, конструктивно-критической атмосфере деловой беседы противоречат:

- бестактное обрывание на полуслове;
- неоправданное решение собеседника возможности высказать свое мнение;
- навязывание мнения ведущего беседу;
- игнорирование или высмеивание аргументов собеседника;
- грубая реакция на высказывание партнерами противоположных точек зрения;
- подтасовка фактов;
- необоснованные подозрения, голословные утверждения, окрики за критику;
- давление на собеседника голосом, манерами.

В деловом русском языке можно выделить ряд устойчивых речевых оборотов, которые позволяют собеседникам управлять ходом беседы на этапе обсуждения проблемы и принятия решения. Приведем примеры:

Основная задача	Высказывания
Уточнение темы, цели, предмета разговора	Давайте уточним детали Если я правильно вас понял Введите меня в курс дела Можем ли мы считать, что Есть ли у вас конкретное предложение?
Убеждение партнера	Я в этом совершенно уверен Нет причин для опасений Если вы примете во внимание следующие положения. Думаю, мы все выиграем (проиграем), если. Поверьте, для вас это важно в первую очередь Вы, конечно, согласитесь, что. Вне всякого сомнения. Приобретенный опыт даст нам право утверждать.
Неполное согласие	Это требует дополнительного обсуждения Вряд ли мы можем игнорировать то, что... По мере возможности мы постараемся... Может быть, рассмотрим иные условия?
Несогласие	Вряд ли это возможно.. К сожалению.. Было бы нежелательно.. Не по вашей вине.. Я понимаю вас, однако...
Оценка ситуации	Я разделяю вашу точку зрения К сожалению, приходится возразить На самом деле... Звучит (не) убедительно... Вызывает определенные сомнения...
Вывод	Вывод состоит в том, что... Отсюда следует, что... Очевидно, можно утверждать, что... Как было доказано...

Заключительная часть беседы служит своеобразной общей ее оценкой. Успешно завершить беседу – значит достигнуть заранее намеченных целей. Задачами этого этапа являются: достижение основной или запасной цели; обеспечение благоприятной атмосферы в конце беседы; стимулирование собеседника к выполнению намеченной деятельности; поддержание в случае необходимости в дальнейшем контакта с собеседником.

Важно отделить завершение беседы от других ее фаз; для этого используются выражения типа *Давайте подведем итоги* или *«Мы подошли к концу нашей беседы»*.

* * *

Таким образом, деловая беседа может быть рассмотрена как особый вид межличностного взаимодействия в организационной среде. Четкое осознание участниками беседы целей, которые они преследуют, понимание функциональных особенностей каждого из ее этапов, владение психологическими и речевыми приемами ведения деловой беседы являются необходимыми составляющими эффективной деловой коммуникации.

§ 3. Деловое совещание

Деловое совещание – это деятельность, связанная с принятием решений группой заинтересованных лиц, соответственно такие особенности группового поведения, как распределение ролей в группе, отношения между членами группы, групповое давление, оказывают серьезное влияние на характер выступлений участников совещания и его результаты. В теории управления деловое совещание определяется как форма организованного, целенаправленного взаимодействия руководителя с коллективом посредством обмена мнениями. Это своеобразный форум по выработке ключевых решений и способ координации активности людей и подразделений. Ясно, что непродуктивные совещания – дорогое удовольствие как в материальном, так и в психологическом смысле. Неудачное совещание может вызвать материальные потери в результате принятых неправильных решений. Необходимо помнить, что совещания не более чем средство управления и, как любое средство, оно должно быть использовано для правильных целей и надлежащим образом, чтобы достичь желаемого результата.

Факторы успеха в проведении делового совещания

Успех совещания зависит не только от поставленной цели, но и от того, как его участники приходят к пониманию задачи. Тщательное планирование таких элементов, как цели, состав участников, повестка дня и место проведения, – ключ к продуктивному совещанию.

На этапе определения цели важно продумать, действительно ли требуется принятие группового решения. Опыт показывает, что решение проблем группой целесообразно в случаях, когда:

- проблема является скорее сложной, чем простой, а вероятность того, что один человек обладает всей информацией, необходимой для решения, невелика;
- разумно разделение ответственности за решение этой проблемы;
- желательны также и потенциальные решения, а не только одно;
- полезна проверка различных взглядов;
- руководитель желает, чтобы подчиненные почувствовали себя частью демократического процесса или хочет получить их доверие;
- членам группы необходимо лучше узнать друг друга. Эффективность совещаний зависит от руководства ими. На всех этапах совещания необходимо воздействовать на участников с тем, чтобы они отождествляли себя с обсуждаемой проблемой и стремились к ее решению. Благодаря этому возникает откровенная и доброжелательная конструктивно-критическая атмосфера, способствующая укреплению доверия.

На практике эффективность совещания уменьшается из-за нечетко сформулированной цели совещания и не обоснованной соответствующим образом необходимости его проведения; недостаточно ответственного отношения участников совещания к своим обязанностям; безапелляционного изложения руководителем своей позиции, не оставляющего места для развертывания творческой дискуссии.

Избежать этих ошибок позволит учет следующих рекомендаций:

- 1) обеспечение начала работы совещания в точно назначенное время, представление участников, объявление повестки дня и изложение предмета и цели совещания;
- 2) четкое и понятное всем присутствующим изложение выдвинутой на обсуждение проблемы, постановка вопросов, выделение основных моментов, что способствует возникновению на совещании творческой дискуссии;
- 3) тщательная фиксация выступлений участников совещания, вскрывающих трудности и препятствия и показывающих пути их преодоления. Относящиеся к этому определения, вопросы, требования, аргументы, альтернативные решения следует формулировать так, чтобы побудить участников к разбору данной проблемы и поискам путей ее решения;
- 4) стремление к достижению цели совещания с позиции экономии времени;
- 5) корректное прерывание тех выступлений, которые повторяют в общих чертах уже изложенные факты, носят нерациональный, пространственный, противоречивый и поверхностный характер или лишены конкретности;
- 6) периодические обобщения уже достигнутого, четкая формулировка задач, которые еще предстоит решить, немедленное выяснение всех недоразумений, возникающих между участниками совещания;
- 7) обобщение результатов в заключении совещания, определение вытекающих из него задач,

указание лиц, ответственных за их исполнение, благодарность сотрудникам за участие в работе совещания.

Виды деловых совещаний

Деловые совещания классифицируются следующим основаниям:

принадлежность к сфере общественной жизни: деловые административные, научные или научно-технические (семинары, симпозиумы, конференции, съезды), собрания и заседания политических, профсоюзных и других общественных организаций, объединенные совещания;

масштаб привлечения участников в международные, республиканские, отраслевые, региональные, областные, городские, районные, внутренние (в масштабе одной организации или ее подразделений);

место проведения – местные, выездные;

периодичность проведения – регулярные, постоянно действующие (собираются периодически, но без устойчивой регулярности);

количество участников – в узком составе (до 5 человек), в расширенном составе (до 20 человек), представительные (более 20 человек).

Деловые совещания могут классифицироваться по тематике рассматриваемых вопросов, по форме проведения, по основной задаче. Последние подразделяются на инструктивные, оперативные (диспетчерские), проблемные.

Цели *инструктивных совещаний* – передача необходимых сведений и распоряжений сверху вниз по схеме управления для скорейшего их выполнения. До сведения участников совещания доводятся принятые руководителем предприятия или организации решения, распределяются задачи с соответствующим инструктажем, разъясняются неясные вопросы, определяются сроки и способы выполнения поручений.

Цели *оперативных (диспетчерских) совещаний* – получение информации о текущем состоянии дел. В отличие от инструктивных совещаний информация поступает снизу вверх по схеме управления. Участники такого совещания сообщают сведения о ходе работы на местах. Оперативные совещания проводятся регулярно, всегда в одно и то же время, список участников постоянный, специальной повестки дня не имеется, они посвящаются неотложным задачам текущего и последующих 2–3 дней.

Цели *проблемных совещаний* – поиск наилучших решений определенной проблемы в кратчайшие сроки. Оптимальное решение можно получить, используя следующие способы:

1) нахождение решения без предварительной подготовки возможных решений на основе обсуждения всех предложений, внесенных участниками в ходе заседания;

2) выбор оптимального решения из двух или нескольких вариантов, заранее подготовленных к обсуждению;

3) принятие решения, найденного руководителем до заседания, посредством убеждения сомневающихся в его правильности.

Дискуссия

Проблемное совещание может включать такую форму группового принятия решений, как дискуссия, которая предполагает общение на основе доводов и аргументов с целью найти истину путем всестороннего сопоставления различных мнений. Суть действий в дискуссии состоит в защите или опровержении тезиса. Напомним, что при выдвижении тезиса участники дискуссии обязаны соблюдать ряд правил: тезис должен быть четко сформулирован и ясен оппоненту, он должен оставаться неизменным в ходе всего диалога и не должен содержать в себе логических противоречий.

Использование дискуссии в проблемном совещании ставит перед руководителем три группы взаимосвязанных задач: задачи по отношению к проблеме, задачи по отношению к группе участников дискуссии, задачи по отношению к каждому отдельному участнику. В соответствии с этим *функции ведущего дискуссии* определяются типом решаемых задач.

Задачи по отношению к проблеме:

1) сформулировать цель и тему дискуссии. Следить за регламентом, направлять дискуссию в русло намеченной цели;

2) собрать максимум предложений по обсуждаемой проблеме, стараясь осветить все ее аспекты; анализировать поступающие предложения и высказываемые мнения;

3) подвести итоги дискуссии, сопоставив ее цели с полученными результатами.

На качество решения, принятого группой, заметное влияние оказывает последовательность шагов в рассмотрении поставленного вопроса. В теории управления используется модель «рефлексивной рамки», которая представляет собой схему принятия группового решения, состоящую из нескольких взаимосвязанных блоков вопросов. Ответы на эти вопросы позволяют группе увеличить эффективность принимаемого решения. К базовым категориям вопросов относятся следующие:

- *В чем суть проблемы?* Ясно ли она определена и понятно ли она сформулирована? Есть ли понимание общей ситуации, в которой эта проблема имеет место?

- *Какова фактическая сторона дела?* Какова история проблемы? В чем ее причины? Почему это важно? На кого она влияет и как?

- *Каким критериям должно соответствовать принимаемое решение!* По каким или чьим стандартам должно оцениваться решение? Каковы принципиальные требования к решению: в какую сумму оно должно уложиться, чьи интересы нельзя затрагивать?

- *Каковы возможные решения проблемы?*

- Какое решение является наилучшим?

- Каким образом можно исполнить решение? Какие этапы необходимы для проведения решения в жизнь? Какова их последовательность? Кто несет ответственность?

Задачи по отношению к участникам совещания в целом:

- 1) поддерживать высокий уровень активности всей группы. Сопоставляя различные мнения, вычленять противоречия, спорные вопросы, формулировать противоречие как проблему;

- 2) поддерживать деловую атмосферу, не допуская личной конфронтации участников, препятствовать некорректным действиям;

- 3) помочь группе прийти к согласованному мнению.

Задачи по отношению к каждому участнику:

- 1) уделять внимание каждому участнику;

- 2) активизировать пассивных;

- 3) подчеркнуть вклад каждого в общий итог, поблагодарить всех членов группы за участие в дискуссии.

Мозговой штурм

Проблемное совещание может включать мозговой штурм - способ работы группы, при котором первоочередной целью является нахождение новых альтернативных вариантов решения проблемной ситуации. Отправным цементом мозгового штурма является проблема, которая не нашла приемлемого решения. Для успешного проведения мозгового штурма члены группы должны придерживаться следующих правил:

- 1) временно отказаться от оценки и критики идей и принимать все взгляды;

- 2) поощрять свободное течение идей: чем шире круг предлагаемых идей, тем лучше. На этом этапе практические идеи не являются ценностью;

- 3) дорабатывать, улучшать, модифицировать идеи других. Работать, смешивая идеи, до тех пор, пока не возникнет интересная комбинация;

- 4) записывать все идеи.

Хотя мозговой штурм по характеру является способом творческой работы группы, он имеет относительно шаблонные формы: сначала представляют проблему для рассмотрения; затем выдвигают как можно больше идей для решения или смягчения проблемы; лицо, излагающее проблему (клиент), выбирает несколько идей для их дальнейшей разработки; на основе выбранных идей разрабатывают альтернативные варианты решений, действенные на практике.

Более эффективно работает группа, в которой есть и специалисты, и «профаны». Профанам, не знающим проблемы детально, значительно легче высказывать идеи именно по той причине, что они мыслят нестандартно и их идеи служат своеобразными катализаторами идей для специалистов.

Фактором, наиболее сильно препятствующим мозговому штурму, является критика: с одной стороны, лицо, высказывающее критику, как правило, мыслит привычно; а с другой – это мешает другим искать решения, отличающиеся от стандартных.

Появлению новых идей также препятствуют официальность и формальность; поиск правильных решений; разъяснение и обоснования; пассивность клиента.

В критической атмосфере практически невозможно заставить людей раскрыться в идеях. Поэтому

успеху в появлении идей способствует прежде всего безопасная и открытая атмосфера, а кроме того, активное воображение и желание; развитие, переработка и соединение высказанных идей; переработка, удивление и сомнение в имеющемся решении; поиск аналогов соответствующих проблем и действий и их применение к уже имеющимся; активность клиента.

* * *

Таким образом, деловое совещание представляет собой форму групповой деятельности; соответственно факторы, определяющие его эффективность, связаны в первую очередь с умением организовать работу группы и управлять групповым поведением. В отличие от деловой беседы, когда собеседники не могут не принимать во внимание особенности личности, мотивов, речевых характеристик друг друга, речевое поведение участников делового совещания во многом обезличено, подчинено интересам и ожиданиям той группы, представителями которой они себя считают.

§ 4. Телефонный разговор

Телефонный разговор – это контактное по времени, но дистантное в пространстве и опосредованное специальными техническими средствами общение собеседников. Соответственно отсутствие визуального контакта увеличивает нагрузку на устно-речевые средства взаимодействия партнеров по общению.

Статистики утверждают, что бизнесмены, чья деятельность связана с необходимостью установления деловых контактов, тратят на разговоры по телефону от 25 до 75% рабочего времени.

Особенности телефонной коммуникации

У телефона есть ряд преимуществ, которые лишены другие средства коммуникации. Главные из них: скорость передачи информации (выигрыш во времени); немедленное установление связи с абонентом, находящимся на любом расстоянии, непосредственный обмен информацией в форме диалога и возможность достичь договоренности, не дожидаясь встречи; конфиденциальность контакта; сокращение бумагооборота; экономия средств на организацию контактов других видов (довольно часто первый телефонный разговор, за которым должны последовать личные контакты (разговоры, беседы, встречи), может оказаться последним).

Американские специалисты по деловому общению утверждают, что одним из факторов бедственного положения некоторых малых предприятий являются скверные манеры их служащих, которые отчетливо проявляются в разговорах по телефону. Хотя в настоящее время не существует стандартов, позволяющих подготовить соответствующих работников (секретарей-референтов, пресс-секретарей, агентов фирм и т.д.) к грамотному ведению телефонных переговоров, но уважающие себя фирмы обращают большое внимание на корпоративную культуру сотрудников во внутреннем и внешнем деловом общении.

Чтобы освоить правила эффективного ведения телефонных переговоров, необходимо сначала осознать отличительные характеристики этого вида контактов и учесть все значимые компоненты этой типичной коммуникативной ситуации.

Коммуникативная установка – расположить собеседника к дальнейшим деловым контактам; получить, передать достоверную информацию, не тратя времени и средств на командировки или переписку.

Рольевые установки. В деловом разговоре по телефону роли собеседников ничем не отличаются от таковых в непосредственных контактах, однако дополнительное преимущество получает инициатор разговора, так как он заранее продумывает свое поведение, выбирая удобный ему момент и манеру ведения разговора.

Невербальными средствами общения по телефону могут быть паузы (их продолжительность), интонация (выражающая энтузиазм, согласие, настороженность и т.д.), шумовой фон, а кроме того, быстрота снятия трубки (после гудка), параллельное обращение к другому собеседнику и т.д.

Правда, все перечисленные моменты могут не согласовываться с вашими мотивами, если инициатор беседы – кто-то другой. Поэтому нужно быть готовым к тому, что по объективным или субъективным причинам разговор может сорваться, что собеседник может просто не захотеть разговаривать с вами.

Телефонный этикет

По принятому в деловом мире «телефонному этикету» каждый из говорящих должен независимо от хода и завершения разговора придерживаться определенного набора *этикетно-речевых формул* общения по телефону.

Если звоните вы.	Если звонят вам
Уточните, попали ли вы туда, куда хотели	Назовите свою организацию. Если телефон в вашем личном кабинете, назовите вашу должность.
Представьтесь и кратко изложите причину звонка. Для секретаря постарайтесь подобрать самые общие, но необходимые для представления сути дела слова	Если вам не представились и причину звонка не назвали, постарайтесь уточнить эти данные до начала разговора. В противном случае продолжение контакта неуместно.
Если вы звоните человеку, который просил вас позвонить, а его не оказалось на месте или он не может подойти к аппарату, попросите передать, что вы звонили. Скажите, когда и где вас можно будет легко найти	Если вы неожиданно уходите, скажите секретарю, кому и какую информацию от вашего имени он может передать. Нельзя спрашивать звонящего: «С кем я говорю?» или «Что вам нужно?». Найдите доброжелательную формулу (фирменный стандарт) начала разговора, например, «Доброе утро! Банк Менатеп. У телефона офис-менеджер. Слушаю вас»
Если вы предполагаете, что разговор может затянуться, задайте вопрос: «У вас есть сейчас время для разговора?». Помните, что деловой диалог по телефону – обмен информацией оперативно-го значения с определенной целью. Говорите кратко, но информативно.	Отвечайте одинаково спокойно на все звонки, как бы утомительно это не было. Звонящий не должен расплачиваться за то, что вас только что расстроили. Невозможно предугадать, какой звонок принесет больше пользы.
Завершая разговор, постарайтесь в любом случае оставить о себе хорошее впечатление. К словам прощания добавьте фразу типа: «Надеюсь, что наши контакты будут полезными!»	Демонстрируйте внимание к словам собеседника репликами: «Да», «Понимаю..», «Совершенно верно ..» и т.п.
	По этикету, разговор завершает его инициатор, но если вы чувствуете, что время разговора уходит впустую, постарайтесь дать понять это собеседнику, например, фразой «Думаю, мы выяснили основные детали...»

Умение говорить по телефону, не растрачивая времени и при этом решая все вопросы, предполагает владение определенным набором речевых формул.

Начало разговора

Информационный повод:

Вам звонят из фирмы,..

Моя фамилия... Я хотел бы...

С вами говорит менеджер по продажам...

Просьба, запрос информации, желание получить совет или поддержку:

Вас беспокоит...

Могу я поговорить с...

Я хотел бы узнать...

Вы не могли бы дать информацию...

Исследователи утверждают, что человек принимает решение о продолжении разговора в первые четыре секунды. Но начальная фраза, как правило, нейтральна к основному предмету разговора. Произвести хорошее впечатление сразу вам помогут в первую очередь тембр голоса, интонация уверенности и дружелюбия, размеренный ритм речи. Далее необходимо продумать главную фразу, решающую вопрос о продолжении разговора; она должна содержать обещание, интригу, новизну

подхода к проблеме и т.п.

Основной момент разговора

Интригующее обещание: выгода, прибыль, эффект, бесплатные услуги, скорость исполнения:

У нас для вас интересное предложение...

Хотим сделать вам взаимовыгодное предложение...

Мы хотели бы ознакомить вас с новой системой наших скидок...

У нас появилась возможность оказывать ряд услуг бесплатно

Недавно мы изменили систему поставки товаров, поэтому...

Нельзя быть уверенным, что каждый телефонный разговор закончится немедленной договоренностью. Но если вы – вежливый человек, не обрывайте разговор, не бурчите, не отмахивайтесь навсегда от этого собеседника; как знать, возможно позднее вы сами к нему обратитесь.

Завершение разговора

Нейтральное:

До свидания.

Всего доброго. Спасибо за информацию.

Будьте здоровы, всего хорошего.

С надеждой на будущие контакты:

Уверен, что наши контакты будут продуктивны.

Думаю, мы нашли общий язык.

Рад был слышать. Надеюсь, мы продолжим разговор при встрече.

Среди людей, часто ведущих телефонные разговоры, встречаются чересчур многоречивые. Однако указать им прямо на необходимость сократить поток речи бывает неудобно; вам не хочется обидеть разошедшегося «оратора» даже тогда, когда он говорит вообще не по существу дела. Попробуйте использовать тот факт, что вас только слышат, но не видят. В этом случае вполне уместны следующие фразы (особенно, если они соответствуют действительности):

– Простите, пожалуйста, мне звонят по второму телефону.

– Хотел бы продолжить наш разговор, но через пять минут у меня совещание.

– Извините, нас может прервать международный телефонный звонок. Лучше поговорим в другой раз.

– К сожалению, у меня сейчас важная деловая встреча.

Для того чтобы окончательно убедить собеседника в вашем расположении к нему, добавьте:

– Я позвоню вам в понедельник.

– Позвоните, если ситуация изменится.

– Давайте не будем надолго откладывать встречу.

Если вы не хотите продолжения контактов, а в ином случае не надеетесь на их продолжение, скажите:

– Жаль, что не смог убедить вас.

– Сожалею, что вы не станете нашим клиентом.

– В любом случае желаю вам успехов.

– Буду рад изменению ситуации.

На тренингах персонала в крупных организациях сотрудники задают, как правило, одни и те же вопросы. Приведем эти вопросы и ответы на них.

1. Отвечать ли на звонок, если у вас посетитель? Да, но извиниться в трубку и перед посетителем, попросив подождать немного того, кто в этой ситуации покажется вам более важным. Если разговор по телефону можно возобновить позже, договоритесь об этом, если нет, попросите посетителя, «не теряя мысль», дать вам возможность закончить разговор.

2. Если у вас обеденный перерыв, но вы в кабинете, как реагировать на звонок?

Снять трубку, узнать, кто звонит, и, если возможно, перенести разговор. При этом постарайтесь не потерять потенциального клиента, ведь результативный деловой разговор улучшит ваше самочувствие

скорее, чем любой обед.

3. Если звонящий представляется другом вашего шефа, нужно ли сразу их соединять?

Сначала убедитесь, что этого хочет шеф.

4. Если того, кому звонили, нет на месте, нужно ли называть свое имя?

Нужно, если вы хотите перезвонить или просите его позвонить вам. Не нужно, если вы не заинтересованы в дальнейших контактах лично с ним. Но в любом случае вы должны сказать, кто и откуда звонил, иначе вас могут заподозрить в желании получить «закрытую» информацию. Кроме того, не забывайте, что во многих офисах установлены аппараты с определителем номера звонящего.

Самое грубое нарушение делового этикета – не перезвонить, когда вашего звонка (или прихода) ждут. Это необходимо сделать в течение рабочего дня, даже вечером, не откладывая на долгое время.

Серьезное нарушение этикета – заставлять ждать у телефона говорящего с вами человека, решая в это время свои проблемы «на месте». В этом случае даже извинения бывает не всегда достаточно. Лучше договориться о повторном звонке собеседнику через какое-то время.

Сейчас много говорят о необходимости создания так называемых фирменных стандартов поведения сотрудников. В первую очередь решают вопрос о том, какие слова, сказанные сотрудником фирмы по телефону после снятия трубки, могут расположить звонящего к фирме, запомнятся ему как фирменный стиль. Любому из нас приятнее услышать «Добрый день. Издательский дом «Сириус». Слушаю вас» вместо безликого «Алло! Кто говорит?» Еще один «стандарт» – фразы, помогающие избежать подрыва доверия к вашей фирме в ходе разговора:

Не стоит	Лучше
Я не знаю...	Мне нужно уточнить...
Мы не сможем этого для вас сделать...	В настоящее время это довольно сложно, однако...
Вы должны...	Для вас имеет смысл... Лучше...
Подождите секунточку...	Чтобы найти эти материалы, мне понадобится минуты 3-4. Вы подождете?
Нам это не интересно.	Сейчас мы занимаемся деятельностью иного профиля.

Часто можно слышать, что телефонный разговор не принес пользы, потому что инициатор не успел «собраться с мыслями», а собеседник «забросал его вопросами». Конечно, бывает и так, однако старайтесь продумывать схему и содержание вашего разговора до того, как снимете трубку (если звоните вы);

- Подумайте, почему вы звоните? Чем вы можете заинтересовать собеседника? Что вы ждете от него?
- Составьте список причин, по которым ему была бы полезна встреча с вами, выгодны ваши контакты.
- Продумайте разговор в деталях, чтобы избежать потери времени.
- В качестве подготовки почвы для разговора оставьте у секретаря нужной вам организации буклет вашей фирмы или рекламную листовку.
- Начните разговор с вопроса об отношении к вашим материалам и, следовательно, к вашему предложению.
- Если ситуация разговора проиграна, обязательно попытайтесь узнать, в чем была причина, какова ваша оплошность, что сделать, чтобы это не повторилось.
- Не вдавайтесь в подробности, особенно в первом разговоре, оставьте это для беседы.
- Если звонят вам, запишите сразу имя звонящего, чтобы обращаться к нему во время разговора и, кроме того, запомнить на будущее.

* * *

Таким образом, телефонный разговор как вид делового взаимодействия по причине отсутствия визуального контакта между собеседниками усиливает значимость устно-речевых средств. Возрастают требования к предварительному продумыванию схемы и содержания разговора, владению определенным набором речевых формул, которые позволяют расположить к себе собеседника, вызвать доверие к вашей организации, а также тактично регулировать длительность разговора.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

К § 1–2 «Особенности служебно-делового общения»,
«Деловая беседа»

1. Перечислите особенности служебно-делового общения.
2. Укажите отличия между деловой беседой и деловым совещанием как видами речевой коммуникации в организации.
3. Назовите основные этапы проведения деловой беседы.
4. Приведите примеры вопросов различного вида, используемых при проведении беседы. Объясните, какую информацию можно получить, используя различные типы вопросов.

К § 3–4 «Деловые совещания», «Телефонный разговор»

1. При каких условиях использование группы при принятии решения является оптимальным?
 2. Укажите типичные ошибки, которые могут снизить эффективность деловых совещаний.
 3. Перечислите задачи, которые обязан решать ведущий дискуссии.
 4. В чем заключается основная цель использования мозгового штурма при проведении деловых совещаний?
- Перечислите основные принципы мозгового штурма.
5. В чем состоят преимущества телефонного разговора как средства деловой коммуникации?
 6. Приведите несколько этико-речевых формул общения по телефону.

ЛИТЕРАТУРА

1. Волгин Б. Деловые совещания. М., 1981.
2. Кови Стивен Р. Семь навыков высокоэффективных людей. М., 1997.
3. Мицич П. Как проводить деловые беседы. М., 1987.
4. Романов А.А. Грамматика деловых бесед. Тверь, 1995.
5. Руденский Е.В. Основы психотехнологии общения менеджера: Учеб. пособие. М., 1997.
6. Санталайнен Т. и др. Управление по результатам. М., 1993.
7. Сесмен З.Л. Дип С. Верный путь к успеху. 1600 советов менеджерам. М., 1995.
8. Эрнст О. Слово предоставлено Вам (Практические рекомендации по ведению деловых бесед и переговоров) / Пер. с нем. М., 1988.

ГЛАВА VI РЕЧЕВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРАХ

Переговоры составляют значительную часть профессиональной деятельности деловых людей, предпринимателей, менеджеров, специалистов разного уровня, работников социальной сферы, политических лидеров и т.д. В «Словаре русского языка» С.И. Ожегова, наиболее популярном в настоящее время, переговоры определяются как «обмен мнениями с деловой целью». Однако, чтобы отличить их от рассматривавшихся ранее деловых бесед и совещаний, нужно сделать одно важное уточнение. Под *переговорами* понимается речевое общение между собеседниками, которые обладают необходимыми полномочиями от своих организаций (учреждения, фирмы и т.д.) для установления деловых отношений, разрешения спорных вопросов или выработки конструктивного подхода к их решению. Это значит, что в отличие от деловых бесед и совещаний, проводившихся в рамках какой-либо организации (учреждений, фирм и т.п.) между его сотрудниками, переговоры – процесс, участники которого являются представителями хотя бы двух сторон (учреждений, фирм и т.д.), уполномоченными осуществлять соответствующие деловые контакты и заключать договоры.

Значение деловых переговоров невозможно переоценить. Именно переговоры (межличностные или групповые) предполагают обсуждение конкретного предмета с конкретной целью. Достижение цели переговоров всегда связано с выработкой совместной программы действий по какому-либо направлению деятельности.

Изучение переговорного процесса сегодня выделилось в самостоятельное направление работы многих образовательных центров. Существуют научные программы, оригинальные методики обучения бизнесменов, юристов, социологов, общественных деятелей искусству переговоров.

§ 1. Типичные коммуникативные ситуации

Понятие типичной коммуникативной ситуации

Предметом деловых переговоров (то, о чем договариваются) становятся, как правило, элементы профессиональной деятельности, проблемы, представляющие взаимный интерес, взаимоотношения с

партнерами и т.д. В переговорном процессе реализуются речевые действия, которые могут подкрепляться или сопровождаться неречевыми (жестами, мимикой, взглядами, движениями и т.п.).

Любые деловые контакты связаны с достижением целей, решением конкретных задач, т.е. с реализацией *коммуникативной установки общения*.

Участники делового общения, обладая реальным статусом (профессиональным, социальным, культурным), в процессе переговоров исполняют *роли*, обусловленные характером коммуникативной ситуации. Как правило, переговорный процесс предполагает отношения в системе субъект–субъект. Каждый из участников переговоров руководствуется своими намерениями, мотивами, целями. Успешное завершение переговоров – это прежде всего выработка совместного решения, совместных планов дальнейших действий, так как самой общей целью партнеров в переговорном процессе является обмен мнениями и информацией с последующим налаживанием новых связей и отношений или подтверждением старых. В особых случаях целью переговоров становится разрешение конфликта.

Мотивы, цели, ролевые установки, условия переговоров диктуют набор этикетно-речевых формул, специфических речевых и языковых средств оформления предметного содержания разговора.

Необходимо помнить и о том, что все люди разные, поэтому не только в житейских ситуациях, но и в самых сложных деловых контактах ведут себя по-разному и преследуют разные цели: одним нужна справедливость, другим победа, третьим деньги и власть. Поэтому начиная переговоры, нужно учитывать личные качества и жизненные ценности каждого из участников, уметь посмотреть на проблему глазами собеседника, оппонента, конкурента, строить речевые обороты следует с учетом доступности, простоты понимания любым из партнеров по общению.

Без специальных коммуникативных умений и навыков, т.е. умений и навыков общения, даже прекрасный специалист своего дела не сможет поддержать деловой разговор, провести деловую встречу, принять участие в дискуссии, отстоять свою точку зрения. Это значит, что деловой человек кроме профессиональной компетенции (знаний и умений в постановке задач и выполнении технологических действий в определенной сфере) должен овладеть *коммуникативной компетенцией*, т.е. знанием психологических, предметных (содержательных) и языковых компонентов, необходимых для понимания партнера по переговорам и (или) порождения собственной программы поведения, в том числе самостоятельных речевых произведений.

Реализация коммуникативной компетенции связана с параметрами типичных коммуникативных ситуаций, которые структурируют любую сферу общения: бытовую, учебную, производственную и т.д. Ниже будут рассматриваться ситуации, связанные с процессом коммерческих переговоров.

Типичной коммуникативной ситуацией (ТКС) договоримся считать некую модель делового контакта, обусловленного его особенностями (содержанием, обстановкой), в котором реализуются речевые действия партнеров, направленные на достижение соглашения. Иначе говоря, в ТКС отражаются мотивы взаимодействия, цели речевых действий, условия протекания общения, социальные роли собеседников, а также те речевые действия, при помощи которых можно наиболее полно выразить отношение сторон к предмету переговоров.

Если предположить, что вербальное и невербальное (речевое и неречевое) поведение партнеров при общении в любой ТКС в общих чертах можно заранее смоделировать, есть основание сделать вывод о возможности формирования и развития коммуникативной компетенции с учетом конкретных (индивидуальных) потребностей каждого участника деловых переговоров. Далее подробно анализируются ТКС, возникающие в ходе подготовки деловых переговоров, их ведения и контроля за исполнением их решений. К ним относятся: установление (поддержание) деловых контактов; их актуализация и реализации, а также их контроль и оценка.

Все группы ТКС рассматриваются или реализуются по следующим параметрам: коммуникативные установки, т.е. цели и задачи общения; ролевые установки, т.е. отражение в поведении коммуникантов их социально-деловых характеристик этикетно-речевые формулы общения.

Установление (поддержание) деловых контактов

Партнеры по переговорам, решая собственные проблемы, смогут прийти к согласию, если будут стремиться к установлению благоприятного психологического и коммуникативного микроклимата беседы, к поддержанию доброжелательного тона разговора. В любых вариантах переговорного процесса должно быть реализовано «золотое» правило: «Относись к другим так, как ты хотел бы, чтобы они относились к тебе». Установление, поддержание деловых контактов на высоком уровне культуры,

соблюдение правил делового этикета позволяют повысить эффективность решения любых предметно-содержательных задач. Если с собеседником не установлен необходимый контакт, не найден общий язык», бесполезно приводить разумные, объективные аргументы. Установление, поддержание деловых контактов включает обращение, приветствие, знакомство, приказ, предложение, просьбу» благодарность, похвалу, комплимент, извинение, прощание и т.д.

Обращение. Коммуникативная установка – определение социального и ролевого статуса участников общения, установление социально-речевого контакта.

Обращение позволяет привести формы и средства их взаимодействия в соответствие роли собеседников.

Этикетно-речевые формулы обращения в каждой ТКС связаны с национальными традициями, протоколом официально-деловых церемоний и переговоров. Необходимо помнить, что обращение на *Вы* традиционно выражает большую степень уважения к собеседнику, особенно незнакомому или малознакомому. Оно предпочтительно в любых ситуациях делового общения. Форма *Вы* не обязательна в ситуациях бытового общения сотрудников-друзей или сотрудников-родственников.

В нашем обществе долгие годы бытовало обращение «товарищ» (как к мужчинам, так и женщинам) к партнеру по работе или общественной деятельности.

Полемика в прессе по поводу изменения этого обращения, развернувшаяся в последнее время, не привела к появлению какой-либо «нормы», но ввела в речевой актив деловых людей обращения *господин, дамы и господа, уважаемые господа* и др. Но в России они с трудом находят адекватное употребление. Зато давно известное обращение «коллега» и традиционное для многих стран обращение к сотрудникам-сверстникам по имени, но на *Вы* заняли свое место в лексиконе культурных профессионалов наряду с обязательным у нас обращением по имени и отчеству к хорошо (но не очень близко) знакомым людям.

Приветствие. Коммуникативная установка – выразить желание вступить в контакт, добрые намерения по отношению к собеседнику. Этимологически русское *Здравствуй(те)* означает пожелание здоровья. Обычно эта фраза дополняется рукопожатием (если собеседники уже знакомы или представлены друг другу) и открытой, искренней улыбкой.

Ролевые установки – приветствие в формах *Здравствуй, Здравствуйте* обязательно указывает на ваше желание вести разговор на *ты* или на *Вы*. В том случае, когда социальные или ситуативные роли недостаточно обусловлены или ясны, лучше использовать нейтральные формы *Доброе утро. Добрый день, Приветствую* и др.

Этикетно-речевые формулы. Использование тех или иных речевых формул приветствия соотносится с социальным статусом, уровнем интеллигентности, возрастными и профессиональными характеристиками собеседников. Более старшие по возрасту люди употребляют формулы *Приветствую вас!, Разрешите Вас приветствовать!, Рад(а) приветствовать Вас.* Независимо от индивидуальных характеристик все деловые люди активно используют нейтральные формулы *Доброе утро. Добрый день, Добрый вечер.*

После произнесения приветствия принято добавлять определенные выражения, которые усиливают ситуативную нагрузку этих слов. Если переговоры носят нейтрально-деловой характер, в узком кругу, можно выразить свое доброжелательное отношение, к собеседнику (собеседникам) формулами: *(Очень) рад(а) Вас видеть!. Как (ваши) дела?. Что (у вас) нового?. Как поживаете?. Как здоровье? (Как вы себя чувствуете?)»*

Естественно, подобное приветствие предполагает соответствующий ответ. Обычно эти ответы, как и вопросы, носят лишь формальный характер. Этикетная формула *Как дела?* вовсе не предполагает желания собеседника выслушать подробный отчет о личных делах другого. И ответ *Все в порядке* или дружески непринужденное *Нормально* не подразумевает полного порядка в 100% случаев. Однако в деловом разговоре считается не тактичным занимать время подробностями своих личных переживаний или проблем. Исключения составляют ситуации, в которых следует обязательно объяснять партнеру причину своего плохого состояния (утраты, болезни близких, серьезные проблемы с собственным здоровьем), чтобы он мог учесть этот факт в дальнейшем общении.

Соответственно ситуации и уровню доверительности отношений типовыми ответами на приветствие-вопрос могут быть: *Все, как обычно,... Ничего нового,... Спасибо, все в порядке.... Ни хорошо, ни плохо,... К сожалению, похвастаться нечем.... Как будто ничего.... Хотелось бы по-лучше... и т.д.*

Знакомство (представление). Коммуникативная установка – войти в необходимый контакт с ранее незнакомым человеком, используя помощь посредника (в этом случае мы имеем дело с

представлением) или непосредственно, используя специфический набор стереотипных языковых формул, установить возможность дальнейшего общения.

Р о л е в ы е у с т а н о в к и . В случае представления любое третье лицо (равно известное знакомящимся) выступает в роли посредника. Эту роль обычно берет на себя принимающая сторона в переговорах любого рода. Подобное представление предполагает возможность более непринужденного знакомства вслед за ситуацией представления.

Если в официально-деловой ситуации невозможно обойтись без личного знакомства, этикетные формулы необходимо предварить объяснением причины, которая побудила вступить в личный контакт, не дожидаясь представления:

- Познакомьтесь, пожалуйста, это...
- Разрешите представить вам...
- Я рад возможности представить вам...
- Давно хотел(а) познакомить Вас с ...
- Я давно искал случая поговорить с вами о вашем каталоге.
- Разрешите представиться, я...
- Мне хотелось бы познакомиться с вами поближе, так как ваши разработки мы считаем основными в работе отдела.

– Позвольте познакомиться (с вами). Я ваш старый поклонник!

Называя во время знакомства свое имя, вы тем самым обуславливаете уровень дальнейших отношений (на *ты* или на *Вы*), а также даете возможность собеседнику повторить правильный вариант имени и фамилии. Если кого-либо представляют вам, вслед за фразой-реакцией *Очень приятно* постарайтесь повторить имя представленного. Это поможет вам лучше его запомнить. Свое имя произносите четко, внятно, глядя в глаза собеседнику. При необходимости уточните особенности произнесения имени или фамилии (например, в разговоре с иностранцами).

Приказ, предложение, просьба.

К о м м у н и к а т и в н а я у с т а н о в к а – направить действия сотрудника в нужное русло. Предопределить нормативное выполнение каких-либо действий или предостеречь от чего-либо.

Р о л е в ы е у с т а н о в к и . Принято считать, что лицо, отдающее приказ» имеет право делать это в любой форме. Однако культурный, прогрессивный руководитель умеет направить деятельность подчиненного, используя просьбы или предложения, может так организовать ситуацию, что подчиненный будет заинтересован в выполнении задания. Здесь может помочь, во-первых, демократичность руководителя, его готовность к паритетным отношениям со специалистами-практиками; во-вторых, готовность сотрудников четко исполнить полученное задание, не ожидая приказа.

Степень категоричности просьбы или приказа зависит от того, входит ли ожидаемое от подчиненного действие в круг его непосредственных обязанностей. Если – да, то уместен и приказ, особенно в случае халатного отношения подчиненного к своим обязанностям. Если – нет, то лучше попросить, придав просьбе оттенок доверительности и конфиденциальности.

Э т и к е т н о - р е ч е в ы е ф о р м у л ы подчеркивают как уровень категоричности, так и степень уважительного отношения руководителя к подчиненному.

- Сделайте(те)... Принеси(те)... Дай(те)...
- Пожалуйста, подготовьте к понедельнику...
- Будьте любезны, выполните этот отчет как можно скорее.
- Если вас не затруднит, зайдите ко мне после перерыва.
- Сделайте одолжение, подберите необходимые материалы к среде.
- Будьте добры, передайте это в редакцию.
- Хочу попросить вас о личном одолжении...
- Эту работу я просил бы сделать немедленно!
- Мне хотелось бы увидеть результаты уже завтра.
- Позвольте напомнить вам о сроках, обусловленных в договоре!
- Нельзя ли пересмотреть это решение?
- Убедительно советую вам не задерживать ответ.
- Давайте рассмотрим проблему вместе!
- Я предлагаю вам еще раз проверить выводы.
- Настоятельно рекомендую пересмотреть вашу позицию!

- Могу ли я рассчитывать на вашу помощь?
- Вам необходимо (следует) повторить... и т.д.

Благодарность, похвала, комплимент.

Б л а г о д а р н о с т ь (признательность) является констатацией факта, а похвала в явной или скрытой форме содержит моральное суждение, оценку. Практикой установлено, что люди скорее отзываются именно на признательность или благодарность, а не на похвалу или лесть, хотя и не поголовно все. Лесть, незаслуженная похвала подпитывает, но не убеждает. Не убеждают и неискренние комплименты. Используя все эти формулы в общении, нужно прежде всего позаботиться об искренности, содержательности произносимых слов.

К о м м у н и к а т и в н а я у с т а н о в к а – расположите собеседника к дальнейшим позитивным действиям, продемонстрировать вежливость, воспитанность, признательность, отреагировать на поздравление, на высокую оценку деятельности.

Р о л е в ы е у с т а н о в к и. В официально-деловом общении приняты формулы благодарности, которые соотносятся со стилистической повышенностью речи интеллигентных людей независимо от их ранга и званий. Человек, умеющий найти нужные слова для благодарности, одобрения, комплимента и не «переигрывающий» при этом, может рассчитывать на позитивную реакцию партнера и его готовность к дальнейшим действиям.

В зависимости от ситуации делового общения используются как самые краткие, так и весьма распространенные формулы благодарности или комплимента:

- Спасибо! Благодарю! Большое спасибо! Благодарю (вас)!
- Разрешите поблагодарить (вас) за...
- Позвольте выразить мою (нашу) благодарность за...
- Я хотел бы выразить свою благодарность (признательность) за...
- Я должен поблагодарить вас за...
- Как я вам благодарен!
- Я буду весьма благодарен вам за...

В комплименте или одобрении, довольно близких по сути к похвале, не только проявляется желание подбодрить партнера, вызвать у него хорошее настроение, но и указываются те конкретные поступки, черты характера, качества, на которые обращено внимание.

- Вы, как всегда правы!
- Вы прекрасный знаток своего дела.
- Какой у вас отличный вкус!
- У него тонкое чувство юмора.
- Это один из людей, которым все по плечу.
- С вами необыкновенно интересно общаться!
- Как с вами легко и приятно!
- Вы (ты) просто молодец!

Формулы речевого этикета, используемые для реакции на благодарность, похвалу или одобрение, на комплимент или поощрение, всегда соотносятся с этими репликами в стилистическом и эмоциональных планах.

- Спасибо, вы очень добры (любезны)!
- Не стоит благодарности!
- И вам тоже большое спасибо.
- Мне не стоило труда сделать это!
- Спасибо за комплимент.
- Очень приятно слышать.
- Хотел(а) то же сказать и о вас.

Специалисты утверждают, что поощрения являются лучшим стимулом к труду, чем осуждения. Однако в основе похвалы или комплимента должен лежать факт. А это значит, что комплименты нужно зарабатывать конкретными позитивными действиями.

В современном менеджменте для предприятий высокой культуры установлено правило: «Говорите комплименты подчиненным как можно чаще».

Извинение.

К о м м у н и к а т и в н а я у с т а н о в к а – словесное выражение просьбы о прощении, извинении

за что-либо, искупление вины за какой-либо поступок.

Кроме того, формулы извинения предваряют те реплики, которыми один из говорящих хочет обратить внимание на свою позицию, прерывая собеседника или противореча ему. Извинение в этом случае смягчает невозможность соглашения.

Р о л е в ы е у с т а н о в к и . В ситуации, требующей извинения, стороны равны в социальных ролях. Скорее и естественнее реализуется извинение в речи более воспитанного, интеллигентного человека. В ситуации общения начальник – подчиненный необходимо помнить, что извинение должно звучать абсолютно искренне и естественно. В противном случае его могут истолковать как иронию» как попытку «поставить на место» партнера по общению.

Э т и к е т н о - р е ч е в ы е ф о р м у л ы :

- *Извините!*
- *Извините, пожалуйста!*
- *Простите, я хотел бы внести ясность..*
- *Извините за опоздание.*
- *Прошу прощения, я правильно вас понял?*
- *Вы правы, приношу свои извинения!*
- *Позвольте извиниться (перед вами).*
- *Думаю, мне необходимо извиниться за...*
- *Простите меня, пожалуйста, это неумышленно!*
- и т.д.*

Невысокий уровень культуры говорящего выдают фразы *Извиняюсь, Извиненьица просим* и т.п. Чтобы наглядно представить себе безграмотность таких реплик, сравните понятия *Извиняюсь, Умываюсь, Одеваюсь* и т.д.

Часто люди, к которым обращаются со словами извинения, теряются и реагируют невнятными репликами или просто кивком головы. Однако каждая форма извинения подразумевает адекватную реакцию:

- *Ничего страшного!*
- *Все в порядке!*
- *Да не за что, пустяки!*
- *Надеюсь, мы поняли друг друга.*
- *Принимаю ваши извинения.*
- *Я и сам был не слишком прав.. и т.д.*

Официально-деловое общение не допускает реплик-реакций с оттенком сниженности: *Да ладно! Чего уж там, бывает! Ну так и быть! Ну что с тобой поделаешь!* и т.д.

П р о щ а н и е .

К о м м у н и к а т и в н а я у с т а н о в к а – завершить переговоры в том ключе, который соответствует результатам делового общения в конкретной ситуации. В деловом общении даже самая нейтральная формула прощания может приобрести определенное звучание в зависимости от содержания и результатов переговоров.

Р о л е в ы е у с т а н о в к и . Обычно первым прощается тот, кто был инициатором встречи в строго оговоренное время. В случае продолжения переговоров их инициатором – это знак особой заинтересованности его в делах партнеров и фирм. В переговорах представителя любой фирмы и ее клиента необходимо, четко и кратко оговорив все детали деловых проблем, одновременно (если возможно) подать «сигнал» к окончанию встречи, выбрав для этого нужные реплики.

Если переговоры происходят между людьми, заинтересованными в преодолении общения, обе стороны внимательно прислушиваются к прощальным репликам партнера, стараясь понять его настроение и отношение к общему делу, к своей особе. Сравним несколько микродиалогов, завершающих деловой разговор:

- *До свидания!*
- *До скорой встречи!*
- *Буду рад встрече после праздников!*
- *Обязательно встретимся, всего доброго!*
- *До скорой встречи, жду вас завтра.*
- *Всего доброго, до встречи!*
- *Разрешите откланяться.*

- До свидания
- Разрешите попрощаться и счастливого пути
- Прощайте, всего хорошего.
- До понедельника! До лета! До вечера! Спокойной ночи!
- Я (с вами) не прощаюсь, надеюсь на скорую встречу !
- Конечно, мы скоро увидимся!

Формулы прощания в определенных случаях предваряются благодарностью, извинением, комплиментом и т.д.

- Спасибо, что помогли мне. Всего хорошего!
- Извините, что отнял у вас много времени.
- Простите, не могу дольше вас задерживать.
- Сожалею, что отвлек вас от дел.
- Спасибо за ценные советы, спасибо, что выслушали!

Невербальные формы установления контактов.

Чаще всего под невербальными формами (средствами) установления контактов подразумевают мимику, жестикуляцию, позу, сигналы глазами, причем необходимо помнить, что все эти формы бессловесного общения имеют у разных народов свою национальную специфику.

Возможность установления доверительного контакта в начале любой ситуации делового общения зависит не только от использования этикетно-речевых формул, которые приводились выше, но и от того, как держат себя участники переговоров. Очень многое о человеке могут сказать его поза, манеры, мимика, жесты, тембр голоса, взгляд, даже костюм и прическа. Поэтому для достижения взаимопонимания необходимо понимание языка жестов и мимики – «немого языка» общения.

С одной стороны, реагируя на поведение собеседника, мы настраиваемся на его волну, а с другой – лучше понимаем, как встречено то, что говорим и делаем мы. Кроме того, знание «немого языка» позволяет предвидеть, какую реакцию у собеседника вызвало услышанное, еще до того, как он выскажется по этому поводу.

Коммуникативная установка – получить дополнительную информацию о собеседнике, «считывая» ее с его облика, лица, рук. Такая информация часто является более достоверной, чем речевая, поскольку жесты, телодвижения управляются импульсами нашего подсознания.

Рольевые установки. При установлении контактов невербальные средства общения играют большую роль для организации всей содержательно-смысловой структуры общения. Во взглядах, жестах, мимике часто проявляется то, что стараются завуалировать словами: пренебрежение к собеседнику, высокомерие, подобострастие, безразличие и т.д.

Чтобы не выглядеть неуклюже или вызывающе в роли клиента, просителя, партнера по работе, лидера общественного мнения и т.д., необходимо руководствоваться, в частности, следующими правилами.

1. Почти неизменным атрибутом любой встречи и прощания у наших соотечественников является **рукопожатие**. Лучше, если оно будет в меру энергичным и продолжительным, но не слишком вялым и не слишком долгим. Открытый взгляд, теплая искренняя улыбка, шаг навстречу – все это дополнит рукопожатие наилучшим образом. Рукопожатие, при котором руки партнеров находятся на одной линии, в одинаковом положении, свидетельствует об их доверии и уважении друг к другу.

Уже давно женщины-бизнесмены, особенно в США и странах Западной Европы, ведут себя в ситуациях делового общения так же, как их коллеги-мужчины. Однако традиции и обычаи диктуют определенные нормы поведения, независимо от сферы деловой активности коммуникантов. Мужчина первым здоровается с женщиной, но женщина первой протягивает руку для пожатия, если она расположена к этому. Исключение составляют приветствия и прощания людей различного социально-профессионального статуса. Более старший по возрасту мужчина может протянуть руку молодой женщине, если он является ее руководителем, начальником, хорошим знакомым. Если здороваются или прощаются люди, равные по положению, при этом не состоящие в дружеских отношениях, они не обязательно обмениваются рукопожатиями. Достаточно теплых слов, полупоклонов, улыбки. Нелепо выглядят люди, пытающиеся пожать руку знакомому в переполненном транспорте (через головы пассажиров), на банкете (через накрытый стол), в зале заседаний (через несколько рядов) и т.д.

2. Несколько естественных **поз и жестов** прекрасно демонстрируют внутреннее состояние собеседников.

Открытость и доверие демонстрирует жест «открытые руки».

Потирание висков, подбородка, прикрывание лица руками говорят о желании собеседника что-либо утаить от вас.

Руки, скрещенные на груди, говорят о том, что ваш партнер чувствует какую-то опасность в данной ситуации.

Жесты сомнения и неуверенности чаще всего связаны с почесыванием указательным пальцем правой руки места под мочкой уха или боковой части шеи.

Поднятые плечи и опущенная голова выражают обиду.

Жест почесывания уха свидетельствует о желании отгородиться от слов, которые он слышит.

С помощью потирания ладоней передаются положительные ожидания.

Сцепленные пальцы рук обозначают разочарование и желание собеседника скрыть свое отрицательное отношение к услышанному.

Можно перечислять еще и еще, но каждый человек настолько индивидуален в своих жестах, что прогнозировать их понимание на 100% не стоит.

3. С помощью сигналов глазами передаются самые точные и открытые сигналы коммуникации. Как правило, доверием пользуются те люди, глаза которых спокойны, открыты, взгляд встречается со взглядом партнера 60 – 70% всего времени общения. При деловом разговоре рекомендуется направить взгляд на воображаемый треугольник на лбу вашего партнера. Он будет чувствовать, что вы настроены по-деловому.

Некоторое представление о влиянии взгляда на ход переговоров дает следующая таблица (предложенная Ф.А. Кузиным)

Взгляд и сопутствующие движения	Трактовка	Необходимо
1	2	3
Подъем головы и взгляд вверх	Подожди минутку, подумаю	Контакт прервать
Движение головой и нахмуренные брови	Не понял, повтори	Контакт усилить
Улыбка, возможно, легкий наклон головы	Понимаю, мне нечего добавить	Контакт продолжить

Продолжение

1	2	2
Ритмичное кивание головой	Ясно, понял, что тебе нужно	Контакт продолжить
Долгий неподвижный взгляд в глаза собеседнику	Хочу подчинить себе	Действовать по обстановке
Взгляд в сторону	Пренебрежение	Уйти от контакта
Взгляд в пол	Страх и желание уйти	Уйти от контакта

4. Большую роль в установлении контактов играют внешний вид людей, их одежда, умение правильно вести себя в общественных местах, в различных ситуациях. Благоприятное впечатление производит человек вежливый, хорошо со вкусом одетый, умеющий держаться в любых обстоятельствах. Манера речи, умение управлять своими эмоциями, спокойно слушать говорящего – все это располагает едва ли не более самых продуманных слов.

При этом чем легче тот или иной человек входит в первичный контакт со своим собеседником (или собеседниками), тем результативнее будет его разговор, беседа, консультация, а главное – переговоры. В заключение приведем некоторые *советы специалистов*:

- Представляясь кому-либо впервые, четко произнесите свое имя и убедитесь, что оно было услышано.

- Старайтесь правильно произносить даже самые трудные имена собственные.

- Следите за дикцией: не шепчите и не кричите.

- Запомните и широко используйте формулы: *Будьте любезны,... Будьте добры,... Позвольте помочь вам..., Вас не затруднит..., Не могли бы вы... Простите, я не расслышал...* и т.д.

- Не говорите *он или она* о человеке, слова которого повторяете, даже если он отсутствует.
- Не забывайте добавлять *пожалуйста* ко всем просьбам и распоряжениям, а спасибо – к выражению реакции на их выполнение.
- Помните, что грубость, жаргон недопустимы не только в деловой, но и в бытовой речи.
- Говорите комплименты только мотивированно и к месту.
- Умейте выбрать тему для завязки любого, даже очень серьезного разговора.
- Не замораживайте собеседника взглядом, но если ваша улыбка «дежурная», а не искренняя, лучше не улыбайтесь.

* * *

Таким образом, мы выделили некую модель делового контакта, обусловленного его содержанием и ситуацией, в котором осуществляются речевые действия партнеров, связанные с достижением соглашения между ними. Такая модель была названа типичной коммуникативной ситуацией. Была рассмотрена также группа ТКС, связанная с установлением или поддержанием деловых контактов, куда вошли обращение, приветствие, знакомство, приказ (предложение, просьба), благодарность (похвала), извинение и прощание. Были рассмотрены также невербальные формы установления контактов, что пополняет сведения о возможностях установления и поддержания деловых контактов.

§ 2. Актуализация деловых контактов

Постановка цели деловых контактов

В каждой ситуации делового общения решаются конкретные задачи, однако в сознании любого предпринимателя, бизнесмена всегда главенствует цель – изменить ситуацию (отношение к себе и своему делу; формирование спроса; стимулирование сбыта товаров, услуг, идей) в свою пользу. Актуальность каждой ТКС в деловом взаимодействии обусловлена степенью достижимости этой цели, желанием и возможностями достичь ее. Например, если цель деловых переговоров – убедить собеседника в обоснованности вашей позиции с тем, чтобы он с ней согласился и поддержал ее, то конкретной задачей в этом случае становится убеждение собеседника в принятии ваших предложений.

Поставив перед собой определенную цель, обусловленную реальными намерениями, нужно перейти к следующему шагу – соотнести с этой целью то, о чем вы собираетесь говорить, а следовательно, с содержанием и формами вашей речи, с выражениями и эмоциональными приемами. Если удалось убедить собеседника в вашей правоте, сделать его союзником, значит вы хорошо справились с задачей.

Рассмотрим предварительные действия, которые необходимо осуществить в процессе подготовки к деловым переговорам: сбор полезной информации и ее использования, а также речевые схемы воплощения этой информации в ТКС.

Коммуникативная установка общения на стадии подготовки – это согласование организационных моментов в ведении переговоров, учет и фиксация объективных фактов и изменяемых факторов в поведении сторон (неуверенность, надежда, воля, честолюбие, иллюзии), отбор поведенческих приемов и речевых средств воплощения предмета переговоров. Предметом переговоров, как правило, выступают проблемы, выносимые на обсуждение, их тематические границы, перечень рассматриваемых предложений и т.д.

Рольевые установки. Между участниками переговоров возможны три вида отношений: враждебные, дружеские и партнерские. Последний вид считается наиболее конструктивным, так как предполагает поиск и нахождение совместных решений проблем.

Отношения между участниками переговоров формируются как на основе знания репутаций, так и при непосредственных контактах, предшествующих переговорам.

Манера поведения участников переговоров всегда связана с принятой ими в этой ситуации объективной ролью (инициатор разговора или оппонент – анализирующий, оценивающий, поддерживающий или не поддерживающий его предложения) и индивидуальной ролью, детализирующей объективную. Переговоры можно вести по-джентльменски, по-рыцарски, по правилу «на войне, как на войне», наконец, «по ситуации». Иногда победа в коммерческих сделках достигается с помощью авторитарной манеры разговора, психологических и коммуникативных уловок неэтичного характера. Однако в продуктивных переговорах, предполагающих нормальные партнерские отношения сторон, разговор ведется по существу предмета в дружественно-деловой манере.

Решение организационных вопросов

Началом переговорного процесса можно считать момент выступления одной из сторон с конкретным предложением о проведении переговоров. Принятие этого предложения, сопровождаемое уточнением деталей и условий взаимодействия, является как бы сигналом к подготовке основных моментов переговоров. От тщательности этой подготовки зависят ход и результаты, длительность и качество переговоров.

Организационные установки. В организационном плане подготовка к переговорам связана с решением следующих вопросов:

- С кем проводить переговоры?
- Где их проводить?
- Когда их проводить?
- Какие материалы подготовить для демонстрации во время переговоров и для придания весомости своим доводам и аргументам?
- По какому плану проводить переговоры?

Очень важно представить себе заранее, *с кем* вы садитесь за стол переговоров. Список участников переговоров (членов делегации, если переговоры происходят с партнерами, специально прибывшими на них), как правило, дает представление о них лишь по самым общим параметрам: фамилия, имя, должность.

Зарубежные специалисты по проведению переговоров предлагают кроме этих знаний заранее получить ответы на следующие вопросы:

- Что общего у нас в профессиональном плане?
- Каково отношение собеседника к нашей фирме, ко мне лично?
- Какой психологический тип личности он собой представляет?
- Каковы его личные особенности?
- Каковы его профессиональные достижения?
- Каковы его политические убеждения?
- Каковы его излюбленные темы для разговоров?
- Есть ли для него табу, т.е. темы, запрещенные в разговоре?
- В каком положении он сейчас находится: независим, испытывает чье-либо давление, заинтересован, равнодушен?
- Какой может быть его тактика ведения диалога?
- Какой в этом случае должна быть моя тактика?

Но даже самые полные сведения о партнерах не дадут хороших результатов, если не учитывать важнейшего критерия взаимопонимания – общего речевого кода. Здесь имеется в виду необходимость для обеих сторон выработать «рабочий язык переговоров», предполагающий одинаковое толкование используемых сторонами терминов, единый понятийный аппарат, полное смысловое соответствие материалов, представленных на переговорах.

Рекомендации по решению вопросов *Где и когда проводить переговоры?* почти совпадают с рекомендациями для ведения деловой беседы или совещания. Стоит все же обратить внимание, что место для проведения переговоров предлагает инициатор, но не настаивает на своем предложении, а сопровождает его репликами: *Если у вас нет других предложений, Если вы не возражаете.*

Временные рамки переговорного процесса – полтора-два часа. Начинать переговоры лучше всего в 9.30–10.00, а если невозможно, то в любом случае закончить не позднее 17.00–17.30. День, выбранный для переговоров, – не понедельник (до обеда) и не пятница (после обеда), хотя, конечно, прежде всего нужно учесть срочность решения проблемы.

Отбор и систематизация актуальной информации

Актуальную информацию, использование которой повысит эффективность делового общения в любой ТКС, обычной информации получают из четырех источников: чтение специальной литературы и периодики по данной теме; наблюдения и размышления; предыдущие ситуации общения по аналогичным темам; личный опыт.

Отбор и систематизация материалов из указанных источников сводится к тому, что вы вступаете в опосредованное общение с авторами соответствующих материалов, припоминаете результаты предыдущих взаимодействий, а также (во внутренней речи) ведете диалог с самим собой, отбирая

наиболее убедительные речевые модели.

В этой ситуации наглядно реализуется ваша коммуникативная компетенция, слагаемыми которой являются компоненты предметной (содержательной), речевой и прагматической составляющих компетенции. Прагматическая составляющая выражается в умении употреблять предметные и коммуникативные компоненты в соответствии с мотивами и целями их дальнейшего использования на переговорах.

Коммуникативная установка – оформить идеи, доводы, факты в соответствующие речевые формулы информационного или убеждающего характера.

Ролевые установки. Опосредованное общение с авторами источников информации обуславливает вашу роль (в зависимости от совпадения или несовпадения точек зрения) как роль союзника, наблюдателя, оппонента или нейтрального адресата информации. '

Речевые компоненты этой ТКС - это формулировки, термины, стилистические обороты, экспрессивные обороты, при помощи которых актуальной информации, подготовленной для проведения переговоров, придается необходимая значимость. Речевые действия и речевые средства, используемые для оформления деловой коммуникации, должны соответствовать мотивам и целям взаимодействия партнеров по общению, ролевым установкам каждого.

Пример. Чтобы убедить клиента на переговорах пользоваться услугами вашего банка, следует доказать ему, что этот банк надежнее других. (Для такого доказательства используется определенный предметный материал: отчет о работе банка за 5 лет, таблица роста вкладов за эти годы, сведения о выплате дивидендов и т.д. Но этого не вполне достаточно, так как каждый клиент хочет еще, чтобы его убедили. Он ждет аргументации, комментария всех представленных материалов, сопровождаемых выводами, оценками, примерами. Чтобы убедить клиента, необходимо не просто иметь все материалы, отобранные и подготовленные для переговоров, но и реализовать при этом свою коммуникативно-речевую компетенцию.

Основной проблемой устной коммуникации нередко становится отсутствие умений построения и оформления информационно-речевых произведений. Чтобы выработать эти умения, для начала попробуйте даже в самых простых разговорах или беседах использовать приведенные ниже модели речевых действий, соответствующих мотивам общения:

Предположение	<i>Предположим, что... Допустим (можно допустить), что... Как нам (мне) кажется...</i>
Утверждение	<i>Разумеется (конечно, несомненно, очевидно), Все знают, что... Естественно, из этого вытекает... Практически установлено, что...</i>
Убеждение	<i>Согласитесь, что... В этом убеждает то, что... Вне всякого сомнения... Вполне очевидно, что... и т.д.</i>
Опровержение	<i>Тем не менее... Неверно было бы думать, что... Вызывает сомнение... Нельзя утверждать, что... Мы сомневаемся в том, что... Представляется спорным... Эти (данные) опровергают то положение (мнение), что...</i>
Обоснование	<i>Если это (не) так, то... Как было установлено,... Исходя из... Опираясь на ... Учитывая точки зрения...</i>
Аргументация	<i>На основании проведенных действий (экспериментов)... Анализ материалов показывает, что... Опыт показывает, что...</i>
Оценка	<i>Оценим сказанное (узнанное, сделанное) по имеющимся критериям... Данное положение (не) противоречит... На самом деле... По отношению к ранее высказанным утверждениям (имеющимся данным) это... неверно</i>
Вывод	<i>Вывод состоит в том, что... Как было доказано,... Таким образом... Итак,... В частности... Несомненно (очевидно), что .</i>

Чаще всего необходимые в деловом общении речевые обороты, выражения и формулировки мы черпаем из тех материалов, в которых заключена актуальная для нас информация. Поэтому на первое место среди четырех приведенных выше источников этой информации справедливо поставить «чтение специальной литературы и периодики по вопросу». При этом целесообразно руководствоваться советами Поля Л. Сопера:

- Читайте больше, чем практически нужно (это позволит продемонстрировать в разговоре полноту знаний по определенному вопросу).

- Читайте без предубеждения и критически (это возводит сравнить различные точки зрения и получить исчерпывающую и объективную информацию).

- Читайте с пользой (т.е. осмысленно, не поддаваясь соблазну уклониться от главной цели, отбирая только нужную информацию).

- В процессе чтения ведите записи (это не означает, что вы не надеетесь на свою память, но записи помогут сконцентрировать внимание на главной информации, отбросить второстепенные рассуждения).

Чтобы подобрать актуальную информацию, следует использовать каталоги библиотек, справочники, проспекты и другие издания, а также информацию международной компьютерной сети Интернет.

Осмысление прочитанного, полученного из собственного опыта, из предыдущего общения, позволяет отобрать самую актуальную информацию для предстоящих бесед, разговоров, переговоров, презентаций и т.д.

Процесс систематизации отобранных материалов разделяется на следующие этапы:

- 1) суммирование всей информации по интересующей теме;
- 2) выделение тех информационных блоков, которые наиболее соответствуют нашим собственным представлениям;
- 3) выбор наиболее убедительных, доказательных примеров;
- 4) включение собранного материала оформленного в виде реферата, конспекта, набора цитат или тезисов, в продуманную заранее структуру переговоров.
- 5) ответ на вопросы: все ли наши предложения подтверждены анализом, оценкой фактических

материалов, доказательными доводами? Согласится ли партнер по общению с нашими аргументами? Если ответы положительные, надо спокойно ждать переговоров; в противном случае – искать новые аргументы.

б) обдумывание стратегии и тактики переговоров.

Систематизация актуальной информации. Любой вид оформления актуальной информации связан с необходимостью составления заметок или записей, которые в будущем станут основой для собственных высказываний.

Большинство методистов полагает, что необходима какая-то система записи данных, подлежащих дальнейшему использованию. Однако единого мнения относительно формы записей не существует. Представим несколько вариантов записей, которыми, конечно, не исчерпывается этот вид работы.

Запись на карточках. Среди представителей умственного труда – много поклонников этого вида записей. Карточки стандартного размера (приблизительно такого, как каталожные библиотечные карточки) можно разложить в любом порядке, перегруппировать в соответствии с новой темой, сравнить, классифицировать и т.д.

Если вы выберете этот вид фиксирования информации, руководствуйтесь, в частности, следующими правилами:

- Пользуйтесь карточками одинакового размера.
- На каждой карточке делайте только одну запись.
- Если это цитата, укажите автора и произведение.
- Если вы записываете информацию из письменного источника, укажите имя автора, название книги или статьи из журнала, название издательства, год издания, страницу, где размещен цитируемый материал.

• При фиксации радио- или ТВ-информации укажите сведения о выступавшем, название сообщения, организацию, которая заказывала программу, дату, время проведения передачи, радио- или телеканал.

Работа по сбору информации и ее систематизации может сначала показаться несколько трудоемкой, однако, привыкнув к составляющим ее несложным действиям, вы впоследствии облегчите себе подготовку не только к переговорам, но и устной/письменной коммуникации любых видов и типов.

Конспект – краткое изложение или краткая запись содержания какого-либо информационного материала. Из этого простого определения следует, что в конспекте по сравнению с первоисточником изменится только форма – она становится «краткой», но при этом содержание передается по возможности полно. При конспективной записи актуальной информации целесообразно руководствоваться следующими правилами:

• Вести конспект не в тетради, а на стандартных листах бумаги и только на одной стороне. Это позволит быстрее найти нужную часть конспекта, лучше представить себе размещение текста в окончательном варианте записи, изменить структуру конспекта.

• Использовать общепринятые сокращения слов и словосочетаний или свои собственные (при первом использовании собственных сокращений следует указывать, какие слова или словосочетания были сокращены).

• Оставлять широкие поля: справа для того, чтобы фиксировать свое отношение к прочитанному (прослушанному), дополнения по теме, данные об авторе конкретного положения, цитаты и проч.; слева для того, чтобы при помощи определенных знаков показать порядок частей информации, отношение к ней (необходимость ее использования).

Согласно последним ГОСТам, обозначение частей текста производится следующим цифровым способом:

1.1.1.1.2. 2.2.1. 2.1.1. 2.1.2. и т.д.

• Не следует заносить в конспект спорные вопросы, на которые еще нет ответа, поскольку информация нужна вам не для полемики с автором, а для подкрепления собственных суждений.

Далее информация конспекта обрабатывается в соответствии с целью деловой коммуникации.

Реферат – краткое изложение какой-либо информации, а также доклад, содержащий это изложение. Этот вид фиксирования актуальной информации бывает самодостаточен в определенных ситуациях делового общения, так как в отличие от заметок и конспекта представляет собой законченный текст.

Реферат призван ознакомить с точкой зрения автора первоисточника по определенной проблеме. Он не предполагает изменения содержания, дополнений, изменений. Свое отношение к реферируемому тексту автор реферата может выразить только после добросовестной передачи содержания текста.

Различные варианты рефератов используются при необходимости ознакомления участников деловых переговоров с кратким содержанием документов, инструктивных писем, законодательных актов, проектов и программ, научных разработок и т.д.

Тезисы – краткое изложение одной конкретной идеи, мысли, позиции. В работе по отбору и систематизации актуальной информации составление тезисов носит завершающий характер. Тезисы могут быть использованы как при подготовке к переговорам, так и в их процессе для подкрепления значимости приводимых аргументов. По форме тезисы могут представлять собой набор определенных «базисных» слов и словосочетаний, расположенных в нужном порядке, а также выписки из различных источников информации со ссылками на автора. Одним из вариантов тезисов является план будущего выступления, сообщения или заявления, имеющей разную степень развернутости.

Если общение с руководством, сотрудниками или независимыми консультантами (специалистами) представляет собой двусторонний процесс с распределением ролей по принципу руководитель – подчиненный, коллега – коллега, специалист по конкретному вопросу – ответственный за разработку плана, то использование в процессе подготовки к переговорам документов, методических материалов, материалов различных средств массовой информации имеет односторонний характер. Однако опосредованное (текстом или аудиотекстом) общение с автором каких-либо речевых произведений также носит коммуникативный характер, поскольку требует от субъекта действия осмысления и реактивных действий по их использованию.

Для того чтобы эффективно использовать все материалы, отобранные и подготовленные для оформления последующих коммуникативных ситуаций, необходимо продумать оптимальный вариант действий на стратегическом и тактическом уровнях.

Стратегия и тактика переговоров

Стратегия той или иной деятельности – это постановка и разработка программы действия для достижения главной цели. В деловых переговорах стратегия чаще всего программирует достижение долговременных преимуществ организации или физического лица в решении определенной проблемы. Результатом реализации стратегических коммуникативных программ становятся договоренность сторон, заключение долговременных соглашений об инвестициях, спонсорской поддержке, сотрудничестве, приоритете действий одной из сторон и т.д.

Тактика деловой коммуникации -- набор конкретных действий (в том числе речевых) из намеченной стратегической программы, которые совершаются в определенном порядке и в определенные сроки для достижения промежуточных целей или решения поэтапных задач.

Пример. Стратегическая программа деловых контактов определенной организации связана с достижением договоренности о приоритете при получении заказов на поставки оборудования за рубежом. Эта цель диктует основные положения долгосрочной программы: постоянный контакт с отечественными и зарубежными поставщиками и партнерами; регулярное напоминание о себе в деловой и неофициальной переписке, стимулирование интереса к своей компании в ходе продуманной рекламной деятельности.

В соответствии с выбранной стратегией организация предпринимает тактические действия, зависящие от намеченных сроков, условий и возможностей фирмы и реализующих совокупность средств и приемов решения конкретных задач. Тактические действия оговариваются и утверждаются в планах, разрабатываемых на тот или иной срок.

Здесь под планированием подразумевается не только создание планов организации, но и планирование собственного рабочего времени каждого субъекта деятельности. Это позволяет учесть все детали подготовки к личным деловым контактам или участию в групповом общении.

Специалисты советуют:

- Планировать встречи, телефонные звонки, другие мероприятия, сверяясь с основными планами организации.
- Установить очередность дел по важности, выработать собственную манеру ведения записей в деловом блокноте.
- Немедленно записать данные о партнерах по общению при возникновении новых деловых контактов.
- Быть надежным и пунктуальным.
- Делать необходимые записи, не откладывая.

• Использовать оргтехнику для облегчения планирования и выполнения намеченных планов. План подготовки к переговорам должен включать все детали содержательно-организационной структуры переговоров:

- 1) определение целей и задач встречи;
- 2) предварительные контакты с партнерами;
- 3) запросы в различные организации;
- 4) ответы на запросы других организаций;
- 5) перечень необходимых материалов;
- 6) назначение ответственных за организацию контактов на каждом этапе переговоров;
- 7) проведение инструктивных совещаний
- 9) определение способа фиксации хода и результатов переговоров (стенографирование, магнитофонная запись, ведение протокола и т.д.).

Решение организационных вопросов тесно связано с предварительной проработкой содержания аспекта переговоров. Она включает:

- 1) анализ значимости проблемы, выносимой на переговоры;
- 2) уточнение общих целей и собственной позиции на переговорах;
- 3) аргументацию положений, выносимых на переговоры для доказательства своих приоритетов;
- 4) «проигрывание» всего сценария переговоров с целью выяснения «слабых сторон».

Эти и другие положения, заранее осмысленные и проработанные, должны сориентировать участников деловых переговоров, помочь в достижении желаемых результатов.

Чтобы систематизировать отобранные материалы и не забыть основные вопросы, которые требуют рассмотрения на переговорах, в дополнение к плану можно составить вопросник (памятку) по такой схеме:

Цели нашей стороны в переговорах...

Мои личные цели...

Возможные варианты подхода к теме...

Необходимые документы...

«Слабые места» каждой из сторон...

Наши предложения по решению проблемы..

Мои личные предложения...

Предполагаемые возражения партнера и наши доводы за выдвигаемое нами предложение..

Предполагаемый результат переговоров...

Перспективы возможного развития отношений...

При планировании деловых контактов и рабочей программы переговоров полезны следующие советы специалистов:

- Действуйте коллегиально, не берите на себя все аспекты планирования.
- Обсуждайте рабочие варианты плана для уточнения деталей, не пренебрегайте опытом ваших коллег.
- Доверяйте мнению консультантов, но отстаивайте и собственное. Не требуйте от сотрудников выполнения ваших функций.
- Подготавливайте планы в оговоренные сроки, но оставляйте время на их доработку, при этом не смешивайте при планировании стратегические цели и тактические задачи.
- Делите планы на перспективные, поэтапные и ежедневные, но не смешивайте личные планы с планами организации.
- Добивайтесь унификации планов организации по форме и содержанию, не делайте черновик плана небрежно, надеясь исправить неточности в окончательной редакции плана.
- Отложите черновик плана в сторону и просмотрите его «на свежую голову». Не принимайте первый вариант плана за единственно верный.
- Пользуйтесь словарями справочниками, предупреждая ошибки в терминах и формулировках.
- Не тратьте время на создание планов для комиссии, а не для работы. Не забывайте информировать сотрудников об изменениях в плане (в ходе его выполнения).

* * *

Таким образом, материалы, которые каждая из сторон готовит к переговорам, включают различные

категории документов, деловых бумаг и информационных текстов. Это документы, отражающие позицию участников встречи по широкому кругу вопросов, рекомендации относительно решения отдельных задач, проекты соглашений, протоколов, договоров, которые могут стать основой ведения переговоров и выработки совместных решений.

Отбор принципов, методов ведения переговоров, подходов, соответствующих личностным и профессиональным особенностям партнеров, позволяет прогнозировать нормальный, конструктивный ход переговоров.

§ 3. Реализация деловых контактов

Характеристика переговоров

На каждом этапе переговорного процесса партнеры должны оценивать специфические параметры этой коммуникативной ситуации: «жесткие» или «мягкие» переговоры: позиции и интересы сторон, требующие защиты с использованием определенных подходов, методов, тактических действий; умение спорить и уходить от спора, задавать вопросы и отвечать на них.

Возможность заключения сделок, проведение торгов, постоянные контакты с поставщиками, потенциальными партнерами, специалистами по сбыту составляют проблему номер один даже для бизнесменов, хорошо владеющих предметом разговора. Однако отечественные, а в еще большей степени западные специалисты по деловой коммуникации отмечают отсутствие элементарных навыков ведения переговоров у большого числа наших предпринимателей, т.е. они знают, о чем хотят говорить, каких результатов хотят достичь, но не умеют себя вести в соответствии с нормами и правилами переговорного процесса, не могут объяснить свою позицию, не понимают, как лучше отстаивать свою точку зрения, и т.д.

Множество выгодных сделок срывается (особенно в международных контактах) из-за неумения одной из сторон квалифицированно вести переговоры.

Деловым людям, желающим отстаивать свои позиции и интересы непосредственно в переговорах, кроме знания самого предмета переговоров, т.е. их содержательной стороны, необходимо умение пользоваться этикетными и речевыми средствами, придерживаясь следующих правил:

- Воплощать стратегические программы деловых контактов в конкретных планах подготовки переговоров.
- Гибко использовать аргументы и доказательства, демонстрируя логичность мышления и готовность к позитивному взаимодействию.
- Распознавать и учитывать приоритеты и интересы других сторон.
- Тактично и принципиально спорить, уходить от конфликтов, не теряя при этом своих позиций.
- Этично вести себя в деловом взаимодействии, быть готовым принять точку зрения партнера, если его приоритет доказан, соглашаться с критикой в свой адрес, если она справедлива, и т.д.
- Продуктивно слушать, что способствует уточнению позиций и принятию продуманных решений.

Эти умения и навыки позволяют более эффективно реализовать главную функцию переговоров - разрешить спорные положения и договориться о сотрудничестве. Совместное решение, соглашение по основным позициям завершает, как правило, даже переговоры конфликтующих сторон.

В зависимости от предмета обсуждения переговоры могут выполнять и другие важные для деловых контактов функции:

- 1) информационную функцию (если стороны заинтересованы только в обмене точками зрения в процессе предварительных переговоров);
- 2) коммуникативную функцию (если разговор идет о налаживании новых контактов, связей, отношений);
- 3) функцию контроля и координации действий (если переговоры ведутся между партнерами, уже имеющими деловые контакты и лишь уточняющими средства выполнения ранее достигнутых соглашений);
- 4) регулятивную функцию (если необходимо вовремя разрешить возникающий конфликт, прекратить споры или даже уйти от немедленного (непродуманного) решения вопроса).

Проведение деловых переговоров предполагает знание правил их подготовки, нормативных актов и других документов, регламентирующих переговорный процесс, а также правил организации контактов на каждом из этапов, выполнения кодекса этического поведения деловых людей и наконец, соблюдения определенных протокольных обычаев, традиционных ритуалов, принятых на официальных встречах.

Даже в развитых странах, где соблюдение морального кодекса делового человека, всех писанных и неписанных законов делового общения считается нормой, нередко возникают конфликтные ситуации, в которых трудно определить приоритеты сторон. Дело в том, что быстрое развитие экономики, появление новых субъектов социально-экономической деятельности порождает и новый стиль отношений. И хотя прогрессивные предприниматели чаще стремятся к честным, этичным контактам с партнерами, в реальной жизни не каждый из них всегда соблюдает эти условия.

Учитывая сказанное, постараемся разобраться в тех положениях, которые являются нормативными для каждого этапа непосредственных переговоров. Знание законов всегда положительно сказывается на результатах любой деятельности. Следовательно, знание формальных и содержательных особенностей переговорного процесса, тактических задач и технологических приемов их решения поможет любому увереннее почувствовать себя в данной ситуации деловой коммуникации.

Рассмотрим последовательно все этапы переговорного процесса и характеристики каждого из них.

Этапы деловых переговоров

Как правило, переговоры по любым вопросам подразумевают последовательность четырех основных *этапов*.

Первый этап связан с взаимным уточнением интересов, позиций, точек зрения, концепций участников.

На втором этапе происходит обсуждение выдвинутых положений, выдвигаются аргументы и доказательства в поддержку отстаиваемых позиций, взглядов, гипотез. На этом этапе часто возникает борьба интересов и позиций, исход которой ложится в основу третьего этапа.

На третьем этапе происходит согласование позиций и выработка договоренности по каждому вопросу.

Четвертый этап, хотя и удаленный во времени, предполагает анализ результатов и выполнение достигнутых договоренностей.

Поведение сторон на всех этапах переговоров зависит от индивидуальных, «фирменных», национальных и других факторов.

Главным правилом проведения переговоров считается четкое разграничение между существом проблемы и отношениями сторон. Это подразумевает предварительное определение интересов сторонних позиций и объективное рассмотрение взаимовыгодных вариантов реализации этих положений. При этом отношения между партнерами строятся не на личностных оценках (симпатия – антипатия, авторитет, отзывы посредников), а на объективных критериях соглашений по конкретным вопросам. *Критериями* достоверности, актуальности, значимости могут стать: рыночная цена, подсчет затрат, известные аналоги, профессиональные нормы, эффективность, моральные принципы, одинаковое отношение, традиции общества, страны, народа, принятие сторонами обязательства по выполнению условий договоров, контактов, соглашений и т.д. Каждый из критериев должен быть объективен, независим от желания сторон, проверен практикой, должен базироваться на законах, нормах, стандартах. Такие объективные критерии помогают противостоять любому запрещенному приему, давлению или угрозам, мошенничеству и т.д.

Существует несколько подходов (методов) к ведению переговоров; среди них выделяют, как правило, три основных: «жесткий», «мягкий» и принципиальный.

1. *«Жесткий подход»* (позиционный торг) изначально предопределяет излишне твердую позицию участника, изменить которую он готов лишь в самом крайнем случае. Цель торга – реализовать позицию своей стороны наиболее полно при минимальных уступках партнеру. Как показывает практика, такой подход редко бывает эффективен. Он создает благоприятную почву для разного рода уловок, задерживающих принятие решения. Распри по поводу занимаемых позиций ведут к напряженности в отношениях сторон, а иногда и к разрыву. Переход от позиционного торга к дружелюбному, «мягкому» ведению переговоров тоже не всегда является выходом из положения.

2. *«Мягкий подход»* возможен тогда когда партнеры ведут себя «по-джентльменски», когда обсуждение происходит дружелюбно, без споров и конфликтов. Но этот подход не означает «сдачу позиций», бесконечные уступки в ущерб себе. Речь идет лишь о манере, форме, системе действий по достижению предметной цели.

3. *Принципальные переговоры*, или переговоры «по существу», предполагают объективную оценку каждой позиции и вынесение согласованного решения, направленного на максимальное

удовлетворение интересов сторон во имя общего дела. Их эффективность достигается при условии реализации следующих положений:

- Разделите личностные мотивы и деловые интересы.
- Сосредоточьтесь на интересах, а не на позициях.
- Прежде чем решить, что делать, выделите круг возможностей.
- Настаивайте на том, чтобы результаты были соотнесены с объективными критериями и нормами.

Действуя в манере, соответствующей более других сложившейся ситуации, нельзя забывать, что любой деловой диалог должны сопровождать следующие действия:

- Расположите к себе партнера (контакт, внимание, эмпатия, учет интересов, готовность выслушать и понять).
- Заинтересуйте партнера (представьте выгодные стороны, взаимные интересы, перспективы).
- Убедите партнера (логикой, аргументами, убежденностью, обоснованностью).
- Воздействуйте на партнера (активностью, искусством красноречия, мотивированностью).
- Завоюйте партнера (непоколебимостью доводов, достоверностью фактов, доверительностью тона обсуждения, достижением признания предлагаемых решений).

Чтобы представить различия в подходах или методах ведения переговоров, уточним понятия «интересы сторон» и «позиции сторон». *Интересы участников* переговоров всегда связаны с желанием что-либо получить (купить, присоединить, отвоевать) или передать (продать, перевести, реализовать иным путем) с наибольшей для себя выгодой и с сохранением репутации своей фирмы. *Позиция каждой из сторон* может при этом основываться как на фактических материалах, так и на сиюминутных преимуществах или искусственно выведенных приоритетах.

К серьезным просчетам, которые допускают партнеры, избегая взаимовыгодных вариантов решения и настаивая только на своих решениях, относятся преждевременные суждения о позиции другой стороны; поиск единственного ответа; убеждение в невозможности справедливого «деления пирога»; мнение, что «решение их проблем – их проблема».

Проще всего согласовать различия в интересах сторон, убеждениях, во временных ценностях, в прогнозах и нежелании рисковать. Так, интересы партнеров могут быть альтернативными, например:

Одну сторону больше привлекает	Другую сторону больше привлекает
1	2
Форма Экономические соображения Соображения внутреннего характера Символические соображения	Содержание Политические соображения Соображения внешнего характера Практические соображения
<i>Продолжение</i>	
1	2
Ближайшее будущее Сиюминутные результаты Материальные вещи Прогресс Престиж, репутация Политические моменты	Отдаленное будущее Отношения Идеология Уважение к традиции Результаты Благосостояние организации

Сближение интересов с наибольшей эффективностью возможно в том случае, когда решение, предлагаемое в завершении переговоров, отвечает таким критериям, как справедливость, законность и т.д.

Типичный пример позиционных торгов приводится в книге Р. Фишера и У. Юри «Путь к согласию, или переговоры без поражения».

Предприятие в связи с реорганизацией распродает часть компьютеров, из которых 20% составляют довольно старые модели. Оно крайне заинтересовано в скорейшем заключении сделки, так как для новых бизнес-акций нужны деньги. По оценкам специалистов предприятия, данная партия компьютеров могла бы стоить 500 – 550 тыс. долл. США. Как же в этом случае могут происходить переговоры между продавцом и покупателем?

П о к у п а т е л ь : Сколько вы хотите получить за всю партию?

Продавец: Я думаю, мы могли бы продать всю партию за 850 тысяч.

Покупатель: Да что вы! У вас одни старые модели!

Продавец: - Они составляют только несколько процентов!

Покупатель: Ну хорошо, я вам предлагаю 200 тысяч.

Продавец: Что? Всего 200 тысяч? Не серьезно.

Покупатель: А как вы думаете?

Продавец: Ну, мы могли бы довести цену до 750 тысяч...

Покупатель: Это абсурдная цифра!

Продавец: Хорошо, 700, и вы расплачиваетесь наличными.

Покупатель: 300 тысяч, не больше.

Продавец: 680, это наше последнее предложение.

В этом торге практически невозможно прийти к компромиссному решению. Партнеры не думают о том, что позднее опять могут оказаться за одним столом переговоров. Здесь идет борьба принципов, позиций, но не интересов, которые состоят в том, чтобы «купить – продать».

Другой путь – путь совместного анализа проблемы и ее решения к обоюдной выгоде.

Продавец: Мы можем предложить вам партию компьютеров. 80% в ней составляют новые модели и 20% – старые. Наша ориентировочная цена – 550 тысяч долларов, однако мы могли бы ее снизить с учетом оплаты наличными в короткие сроки.

Покупатель: Мы заинтересованы в этой покупке. Готовы рассмотреть ваше предложение об оплате наличными в короткие сроки. В этом случае цена за партию может быть в районе 500 тысяч.

Продавец: Хорошо! Обсудим детали, и более конкретно – вопрос о цене.

Положения, конкретизирующие суть каждого из подходов к проведению переговоров, можно представить в виде таблицы.

Мягкий подход	Жесткий подход	Принципиальный подход
1	2	3
Участники-друзья	Участники-противники	Участники вместе решают проблему
Цель-соглашение	Цель-победа	Цель – разумный результат, достигнутый эффективно и дружелюбно
Делать уступки для культивирования отношений	Требовать уступок в качестве условий для продолжения отношений	Отделить людей от проблемы
Придерживаться мягкого курса в отношениях с людьми и при решении проблемы	Придерживаться жесткого курса в отношениях с людьми и при решении проблемы	Придерживаться мягкого курса в отношениях с людьми, стоять на жесткой платформе при решении проблемы
Доверять другим	Не доверять другим	Продолжать переговоры независимо от степени доверия
Легко менять свою позицию	Твердо стоять на своей позиции	Сконцентрироваться на интересах, а не на позициях
Делать предложения	Угрожать	Анализировать интересы
Обнаружить свою подспудную мысль	Сбивать с толку в отношении своей подспудной мысли	Избегать возникновения подспудной линии
Допускать односторонние потери ради достижения согласия	Требовать односторонних дивидендов в качестве платы за соглашение	Обдумывать взаимовыгодные варианты
Искать единственный ответ: тот, на который пойдут <i>они</i>	Искать единственный ответ: тот, который примет <i>вы</i>	Разработать многоплановые варианты выбора, решать позже
Настаивать на соглашении	Настаивать на своей позиции	Настаивать на применении объективных критериев
Пытаться избежать состязания воли	Пытаться выиграть в состязании воли	Пытаться достичь результатов, руководствуясь критериями, не имеющими отношения к состязанию воли
Поддаваться давлению	Применять давление	Размышлять и быть открытым для доводов других, уступать доводам, а не давлению

Приведенная таблица свидетельствует о продуктивности подхода (метода) принципиальных переговоров.

Пример. После ряда рекламаций на поставленное оборудование фирма-потребитель и фирма-изготовитель решили провести переговоры с целью обсуждения возможности дальнейшего сотрудничества.

В первую очередь были объективно рассмотрены все пункты рекламаций и выделены те, по которым было достигнуто предварительное согласие. Далее фирма-потребитель выдвинула ряд жестких требований, принятие которых позволит наладить сотрудничество: необходимость более тщательной отбраковки деталей поставленного оборудования, снижение цены на неукomплектованные блоки, покрытие расходов на транспорт, улучшение качества упаковки и т.д. Фирма-поставщик в свою очередь предложила ввести контроль качества поставляемой продукции с участием представителя фирмы-потребителя, уточнить сроки поставок, критерии качества продукции и ответственность сторон.

Возможности реализации любого из названных выше подходов содержатся в стратегии и тактике переговоров. Стратегическая программа переговоров прогнозирует достижение главной цели на основании интересов и возможностей.

К *тактическим приемам*, определяющим успех переговоров, можно отнести действия, направленные на получение предварительной информации, анализ интересов сторон, выход на определение возможной совместной зоны решений, подход к установлению согласия.

Одной из продуктивных тактик ведения переговоров по существу является *п о с т е п е н н о е п о в ы ш е н и е с л о ж н о с т и р е ш а е м ы х в о п р о с о в*, когда сначала партнерам предлагают решить менее важные, менее проблемные вопросы, на которые довольно легко получить положительный ответ. Это создает благоприятный психологический климат, показывает, что проблема решаема. Далее следует поиск «общей зоны решений» и «общей формулы решений». Чтобы добиться от партнера соглашения по менее важным вопросам, можно «разложить» проблему на составляющие и добиваться соглашения по каждому элементу. Положительное решение ряда легких вопросов помогает убедить партнера в том, что решаемы и более сложные проблемы.

Иногда в переговорах-торгах используют тактику «п а к е т и р о в а н и я» предложений, когда малопривлекательные предложения увязываются с рядом привлекательных и предлагаются партнеру, заинтересованному в быстрой реализации последних. Такая тактика ускоряет договоренность и дает приоритет инициатору пакета предложений.

Может быть использована и т а к т и к а п о с т е п е н н ы х у с т у п о к; эта тактика не обязательно ослабляет позицию партнера. Согласие пойти на уступку скорее рассматривается как желание избежать затруднений для обеих сторон.

Чтобы представить себе еще до переговоров границы согласия на уступки, предел допустимых для своей стороны уступок в соответствии с объективными возможностями, целесообразно составить так называемый *балансный лист*» Суть его – соотнесение интересов партнера со своими собственными, а также сравнение позитивных и негативных последствий принятия решений с учетом определенных уступок.

Если согласиться на продажу компьютеров по минимальной рыночной цене и получить деньги сразу, то	Если не согласиться на продажу компьютеров по минимальной рыночной цене, то
+ Мы получим деньги и сразу вложим их в дело	+ Мы можем получить большую сумму
+ У нас не будет проблем с хранением компьютеров	- Будет проблема с хранением.
- Мы соглашаемся на минимальную цену	- Есть риск не найти другого покупателя

Составив балансный лист, участник переговоров может скорректировать свою тактику, решив, какой стиль поведения он выберет.

Обратим особое, внимание на третий этап переговоров, который связан с формулировкой совместных решений. Здесь чаще всего применяются такие тактические приемы:

- 1) с позиций силы (отвергая конструктивный диалог);
- 2) в стиле «совместного», или «кооперативного», принятия решений (соглашаясь на компромисс, придерживаясь метода переговоров по существу).

Если одна сторона действует с позиций силы, постоянно атакует, не давая возможности партнерам контратаковать, диалог переходит в позиционный торг, следовательно, принятие решения откладывается. Надо заметить, что атакующая сторона нередко проигрывает еще и потому, что в такой

ситуации «слабая» сторона начинает пересматривать содержание соглашения в целом или ищет другого партнера. Избежать такой ситуации помогут анализ предела возможностей, отраженный в балансном листе, и использование объективных критериев (цена, закон, профессиональный опыт и т.д.), заранее оговоренных сторонами.

В случае готовности пойти на компромисс партнеры стремятся придать диалогу конструктивный характер, хотя каждая сторона в первую очередь пытается выиграть для себя максимальные преимущества, но допускает удовлетворительные варианты решения для партнеров.

Продуманная тактика ведения переговоров – это перспективное видение проблемы, детальный учет аргументов и фактов, реакции другой стороны на всех этапах.

На этапе *заклучение сделки*, третьем этапе, согласуются позиции сторон переговоров, создаются предпосылки для составления заключительного документа с детализацией его отдельных положений.

Умение представить проект решения так, чтобы партнер принял предложение – ключ к успеху согласования позиций при заключении сделки. Наиболее выгодный для заключения сделки момент наступает тогда, когда стороны убедятся во взаимопонимании, определяют свои приоритеты, свое понимание возможных путей решения проблемы, согласятся с предложениями партнера.

На этом этапе также может возникнуть спор или полемика, разгореться неожиданный конфликт. Как утверждают специалисты, лучший выход из ситуации – избегать любых споров, однако, если это невозможно, партнеры должны располагать четкими аргументами и набором фактов.

Аргументация – это сложное речевое действие, которое подразумевает сравнительную оценку всех рассматриваемых положений и исключение тех из них, с которыми стороны принципиально не согласны

Построение системы аргументов связано с использованием следующих правил:

- Убедите партнера, что конструктивный подход важен ему самому.
- Не отвергайте и не принимайте «с ходу» жесткие позиции партнера. Не защищайте свои идеи от его нападков, не давая ему возможность выговориться. Поняв его точку зрения, направьте усилия на изучение интересов, которые стоят за его возражениями.
- Предложите партнеру несколько вариантов решения проблемы. Попросите его дать свои варианты. Обратите внимание на возможность выравнивания или сближения позиций. Попробуйте обсудить последствия принятия одной из предложенных позиций.
- Поощряйте критику вместо того, чтобы отказаться от нее. Старайтесь направлять ее в конструктивное русло.
- Используйте в диалоге вопросы, а не утверждения. Утверждения вызывают сопротивление, а вопросы вызывают ответы.
- Чаще делайте паузы, особенно после собственных вопросов. Если вам сделали неразумное предложение, не спешите отвечать. В молчании люди сосредоточиваются и ищут более надежные доводы и предложения.

(Более подробно о логических и психологических приемах полемики см. главы III и IV).

На четвертом, заключительном этапе партнеры выявляют, были ли переговоры успешными. Ответ на этот вопрос связан с анализом результатов и выполнением достигнутых договоренностей, контролем над действием партнеров.

Наличие подписанного соглашения еще не означает, что сделка была успешной, но и отсутствие его не свидетельство провала переговоров.

Представить реальную картину помогут следующие показатели:

- 1) переговоры можно считать успешными, если обе стороны высоко оценили их итоги и расценили их как взаимный выигрыш;
- 2) показатель успешности – степень решения проблемы;
- 3) объективным критерием успешности переговоров может стать выполнение обеими сторонами взятых на себя обязательств.

В реальной действительности участники переговоров могут столкнуться с невыполнением тех решений, которые были одобрены и подписаны на переговорах. Поэтому окончательное суждение о надежности партнера выносится только на стадии контроля выполнения договоренностей.

По завершении переговоров целесообразно обсудить вопросы типа: что способствовало успеху переговоров? Какие трудности возникли и как они были преодолены? Что не было учтено при подготовке, почему?

После анализа и оценки результатов выполнения достигнутых договоренностей можно говорить о

Таким образом, последовательно реализуя установки каждой стадии коммерческих переговоров, анализируйте свои действия, сверяя их с алгоритмом переговорного процесса:

- Всегда серьезно воспринимайте партнера.
- Ведите спор по-деловому опираясь на аргументацию, придерживайтесь обсуждаемой темы.
- Корректно реагируйте на высказывания партнеров; не допускайте обмана, непозволительных уловок, подтасовки фактов.
- Тщательно проверяйте содержание оценок партнера.
- Стремитесь к партнерству, избегайте проявлений враждебности, надменности.

§ 4. Контроль и оценка деловых контактов

Понятие контроля

Каждая из типичных коммуникативных ситуаций переговорного процесса структурируется на основе таких компонентов, как мотив, цель деятельности, организационные и ролевые установки, а также вербальные и невербальные средства решения задач взаимодействия. Полное представление об эффективности деятельности в любой ситуации делового общения можно получить на основе тщательного анализа и оценки всех компонентов, этапов и результатов коммуникации, а также контроля соответствия реальной коммуникации тем положениям, которые были запрограммированы ранее.

Контроль эффективности различных вариантов деловых переговоров – это специфическая деятельность, предполагающая сочетание наблюдений за ситуацией, анализ ее компонентов, консультации со специалистами и экспертами, объективную оценку полученных немедленно или отсроченных во времени результатов действий партнеров.

Если контроль результативности деловых контактов не проводится достаточно регулярно, коммуникация превращается в неуправляемый процесс. Отсутствие поэтапного и итогового контроля – одна из главных ошибок, препятствующих нормальному течению деловой коммуникации. Эта ошибка объясняется низким уровнем коммуникативной компетенции тех или иных участников общения, с непониманием принципов, методов, этических норм деловой коммуникации.

Анализ типичных ситуаций деловой коммуникации

Программы и планы любой деятельности корректируются в ходе их реализации. Коррекция, как правило, основана на результатах анализа каждого компонента коммуникативной ситуации, оценке эффективности действий партнеров в сравнении с запланированными показателями.

Для анализа эффективности деловой коммуникации, реализуемой в устных или письменных соглашениях, решениях, договорах и т.д., используется система вопросов, тестов, опросов участников общения и специалистов и т.д. В § 3 настоящей главы приводились примерные вопросы для анализа хода и результатов коммерческих переговоров. Этот перечень можно использовать для анализа любой ситуации делового общения, дополнив следующими вопросами:

1. Было ли достигнуто соглашение с партнерами по общению?
2. Что способствовало (не способствовало) успеху?
3. Какие возникли проблемы?
4. Какие возникли неожиданные ситуации?
5. Какие средства (речевые или неречевые) были использованы для решения проблемы?
6. Какие детали не были учтены при подготовке ситуации?
7. Какие более веские аргументы можно было привести?
8. Какие принципы ведения переговоров, средства аргументации и убеждения целесообразно использовать в будущем?
9. Была ли соблюдена запланированная поэтапная программа переговоров? В каких пунктах и почему пришлось отойти от нее?

10. Какие новые выводы принципиального характера по отношению ко всей проблеме можно сделать на основании результатов анализа и оценки коммуникативной ситуации?

Приведенный перечень вопросов позволяет проанализировать результаты переговоров в целом. Если решается более конкретная *задача анализа отдельным ситуаций* или их компонентов, следует ориентироваться на более детальные параметры.

Так, анализ степени реализации целей и задач у общения требует учета следующих параметров:

- Соответствие результатов целям и задачам коммуникации.
- Актуальность решаемых проблем и уровень информированности сторон.
- Эффективность использования различных видов коммуникации для решения конкретных задач.
- Возможность успешной реализации программы действий в определенных формах коммуникации.

В качестве примера приведем фрагмент аналитических рассуждений и выводов о степени реализации цели деловых контактов фирмы «И» по производству и расфасовке пищевых продуктов.

Параметры анализа	Действия по плану	Результаты контактов
1	2	3
Виды коммуникации		
с поставщиками:		
письменная	Информационные письма, приглашения на выставку-продажу	Самым эффективным видом коммуникации стали переговоры
устная	Деловые встречи, консультации, переговоры	Но они не прошли бы столь успешно без предварительных письменных и устных контактов

Продолжение

1	2	3
Актуальность контактов	Контакты с данными поставщиками способны вывести фирму в лидеры отечественного рынка продуктов питания	Наши предложения заинтересовали поставщиков, но возникли дополнительные вопросы. Необходимо предоставить новую информацию
Задачи контактов на данном этапе	Прийти к совместному решению вопроса о сроках поставок	Сроки, предлагаемые поставщиками, удовлетворяют обе стороны
	Подписать договор о долгосрочном	На данном этапе о долгосрочном сотрудничестве

Цель	сотрудничестве Заинтересовать приоритетных поставщиков во взаимодействии	говорить рано. Пока подписан договор на квартал Нашу фирму предпочли всем прочим на отечественном рынке
------	--	--

Общий вывод: Цель контактов на данном этапе достигнута на 70%. Необходимо обратить внимание на скорейшее решение возникших вопросов.

Анализ соответствия видов и форм коммуникации предмету переговоров можно провести по таким параметрам:

- Целесообразность данного соотнесения предметных и речевых компонентов коммуникации для достижения взаимопонимания.
- Соотнесенность компонентов коммуникации с профессиональной и речевой компетенцией участников общения.
- Использование наиболее действенных каналов связи. Этапность решения задач по принципу «нарастающей трудности».

Анализ реализации психологических установок общения возможен по следующим параметрам:

- Реализация индивидуальных мотивов партнеров.
- Возможность коррекции мотивов в ходе коммуникации.
- Соответствие полученных результатов интересам и позициям сторон.

Оценка результатов деловой коммуникации

Контроль эффективности переговоров предполагает оценку ситуации по параметрам предметного плана, перечисленным выше, и по иным параметрам, связанным с мотивами, целями, условиями, формами общения. Оценка результатов делового общения в этом случае может носить характер индивидуального исследования или тестирования заинтересованных лиц. На каждый из вопросов опрашиваемые, как правило, дают один из ответов по шкале: да; скорее да, чем нет; нет; скорее нет, чем да; затрудняюсь с ответом; другой вариант ответа.

Перечислим критерии результативности переговорного процесса:

1. Достаточность предварительной информации.
2. Понятность, доступность, однозначность информации.
3. Согласованность коммуникативных действий участников общения по интересам, позициям, мотивам и т.д.
4. Целесообразность избранной формы общения.
5. Учет профессиональной компетенции участников общения.
6. Учет всех видов внешней и внутренней мотивации действий каждого из участников общения.
7. Индивидуализация отдельных аспектов переговорного процесса для достижения более эффективных результатов.
8. Достаточность представленных в ходе общения фактов, аргументов, данных различного характера.
9. Представление всех аргументов и фактов в необходимой последовательности.
10. Стройная композиционная структура устных и письменных речевых произведений.

Приведем пример оценки результатов деловой коммуникации по предложенным выше критериям эффективности действий.

В результате переговоров фирма заключила договор с информационным агентством на информационно-справочное обслуживание. В тексте договора, как и любого другого, имеется раздел «Обязанности сторон», где четко представляются обязанности заказчика и исполнителя в процессе реализации договора. В данном случае договор включает следующие обязанности каждой из сторон:

1. Исполнитель составляет и рассылает информационные бюллетени в оговоренные сроки;
 - помещает запросы Заказчика в компьютерный банк данных;
 - производит обработку информации;

– обеспечивает Заказчика в определенные сроки необходимой информацией либо сообщает об отсутствии таковой.

2. Заказчик обеспечивает работу исполнителя в размере и в сроки, предусмотренные во время переговоров:

– предоставляет Исполнителю сведения об использовании полученной информации.

Каждый из пунктов договора, приведенного в примере, можно использовать в качестве критерия для оценки результатов выполнения договора и соответственно результатов переговоров. Сложность заключается в том, что подобная оценка будет отсрочена во времени, поэтому она не сможет изменить ход переговоров, тогда как оценка результативности самой коммуникации на каждом из ее этапов может проводиться в процессе переговоров.

Но главная цель анализа, оценки хода и результатов деловой коммуникации, соответствия планов и программ этим результатам заключается в получении объективных данных для коррекции последующих действий, уточнения планов и программ на будущее.

Уточнение и корректировка планов и программ

Говоря о реализации той или иной типичной, ситуации делового общения, мы легко можем представить ее в виде элементарного цикла вербальных и невербальных действий партнеров. Этот цикл завершает этап контроля и коррекции программы действий. Например, очевидно, что деловые переговоры, не аргументирующие действия каждого из собеседников, не уточняющие цель их взаимодействия, не имеют никакого смысла. А если в ходе коммерческих переговоров допускается ряд ошибок и из-за отсутствия контроля эффективности результатов эти ошибки переносятся в последующие ситуации взаимодействия, спланированная система деловых контактов может быть искажена или разрушена.

Алгоритм действий, направленных на уточнение и коррекцию содержания и форм дальнейших контактов, может быть таким:

- 1) анализ предпринятых действий и их соответствия (по различным параметрам) запланированным;
- 2) оценка эффективности каждого этапа коммуникации и достигнутых результатов (в соответствии с предполагавшимися ранее);
- 3) определение моментов, когда были допущены наиболее существенные ошибки в плане организации, проведения и контроля результатов коммуникации;
- 4) сравнение планов и программ последующих действий с результатами предыдущих в предметном и коммуникативном планах;
- 5) уточнение планов с учетом допущенных ранее ошибок.

Работу, связанную с контролем деловой коммуникации и уточнением ее программ, целесообразно проводить группе экспертов (если таковая существует в организации), способных непредвзято и реально оценить все компоненты делового взаимодействия сторон. Если же такой группы в организации нет, руководители отделов могут решать вопросы контроля на специальных совещаниях за «круглым столом», в ходе консультаций с независимыми экспертами, а также в ходе деловых встреч. К сожалению, практика показывает, что циклы деловой коммуникации часто остаются «разорванными», незавершенными (в соответствии с обозначенными выше параметрами).

* * *

Таким образом, сравнив планы и программы деятельности с результатами их реализации, проанализировав ситуацию в целом и каждый из этапов коммуникации, можно избежать множества ошибок, достичь лучшего взаимопонимания с партнерами, скорректировать каждое последующее действие с учетом эффективности предыдущего.

Постарайтесь в своей дальнейшей профессиональной деятельности избежать главной ошибки в деловой коммуникации – отсутствия контроля эффективности каждого из ее элементов.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

К § 1–2 «Установление деловых контактов»
и «Актуализация деловых контактов»

1. В чем состоит основная цель коммуникации деловых людей?
2. Назовите источники информации, актуальной для дальнейших деловых контактов
3. Какие советы специалистов необходимо учитывать, знакомясь с текстовыми источниками актуальной информации?
4. По каким этапам проводится систематизация отобранной информации?
5. В чем заключаются общие и индивидуальные характеристики стратегии и тактики деловых контактов?
6. Какие советы специалистов по планированию работы организации, межличностных отношений или индивидуальных профессиональных действий вы считаете наиболее полезными для себя? Почему?

К § 3–4 «Реализация, деловых контактов»
и «Контроль и оценка деловых контактов»

- 1 Какие умения и навыки необходимы деловым людям для ведения коммерческих переговоров?
- 2 В чем состоят функции переговоров?
- 3 На какие этапы, стадии делится переговорный процесс?
- 4 Назовите критерии достоверности обсуждаемых положений и предложений.
- 5 Перечислите подходы, методы ведения переговоров.
- 6 Какие различия могут существовать в интересах партнеров?
- 7 Какие тактические приемы взаимодействия партнеров можно использовать?
8. С какими правилами связано умение строить систему аргументов?
- 9 Какие вопросы решаются на заключительной стадии переговорного процесса?
- 10 Что представляет собой контроль эффективности деловых контактов? Какие составляющие он включает?
- 11 Какие вопросы помогают провести анализ результатов переговоров?
- 12 Учет каких параметров деловой коммуникации способствует более конкретному анализу результатов переговоров?
- 13 Какие критерии результативности коммуникации существуют?
- 14 Приведите примеры использования тех или иных критериев для оценки результатов деятельности в конкретной коммуникативной ситуации.
- 15 Каким образом проводится уточнение и корректировка программ и планов деловой коммуникации?
- 16 Как вы считаете, нужен ли контроль в ходе деловой коммуникации каждого из ее элементов, а по завершении – контроль результатов?
17. Можете ли вы привести примеры повышения эффективности деловых контактов за счет уточнения и коррекции их программ, основанной на результатах контроля?

ЛИТЕРАТУРА

1. *Зверинцев А.Б.* Коммуникационный менеджмент: Рабочая книга менеджера ПС. СПб., 1997.
2. *Курбатов В.И.* Стратегия делового успеха: Учеб. пособие. Ростов н/Д, 1995.
3. *Лебедева М.М.* Вам предстоят переговоры... М., 1993.
4. *Росенко М.Н.* и др. Основы этических знаний. СПб., 1998.
5. *Рюттингер Р.* Культура предпринимательства / Пер. с нем. М., 1992.
6. *Соснин В.А.* Учимся общению: взаимопонимание, переговоры, тренинг. М., 1993.
7. *Стрельцова Е.Д., Стрельцов Е.Л.* Переговоры: организация, проведение, участие юриста, некоторые международные аспекты: Учеб. пособие. Одесса, 1996.
8. *Формановская Н.И.* Употребление русского речевого этикета. М., 1982.
- 9 *Халопова Т.И., Лебедева М.М.* Протокол и этикет для деловых людей. М., 1994.
- 10 *Честара Дж.* Деловой этикет / Пер. с англ. М., 1997.
11. *Шейнов В.П.* Психология и этика делового контакта. Минск, 1996.
12. *Юри У.* Преодолевая «нет», или переговоры с трудными людьми / Пер. с англ. М., 1993
13. *ЯгерДж.* Деловой этикет: как выжить и преуспеть в мире бизнеса / Пер. с англ. М., 1994.
14. *Яковлев И.* Паблик рилейшнз в организациях. СПб., 1995.

ГЛАВА VII ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНИЧЕСКИХ СРЕДСТВ В КОММУНИКАЦИИ

При современном уровне развития науки и техники невозможно представить себе деловое взаимодействие без использования технических средств коммуникаций. Многообразие видов такой техники привело к появлению серьезнейшей проблемы ее эффективного использования. Более того, изобилие средств коммуникаций при

неразумном их применении иногда не только не помогает в работе, но может даже затруднять ее.

К сожалению, сегодня среди выпускников российских вузов, за исключением специалистов в области проектирования и эксплуатации телекоммуникационных устройств и систем» практически нет специалистов, имеющих достаточно полное представление о возможностях применения технических средств в деловом общении; еще меньше - умеющих ими пользоваться в реальной жизни. Сталкиваясь на работе с необходимостью организации эффективного взаимодействия как со своими коллегами, так и с представителями «внешней среды» – потребителями, поставщиками, посредниками, представителями органов власти и т.п. – человек оказывается в нелегких условиях. В результате чаще всего выбирается не самое эффективное, а наиболее привычное средство (например, телефон).

Между тем в общении деловых партнеров могут возникнуть следующие ситуации:

1) **о д н о н а п р а в л е н н о е и н ф о р м и р о в а н и е** : передача информации, не требующей немедленной реакции реципиента (подтверждение получения документов, ответ на сделанный ранее запрос другой фирмы и т.д.); передача информации в случае нежелательности общения с реципиентом (например, уведомление о применении штрафных санкций в случае неуплаты в установленный срок); запрос на информацию (например, просьба о предоставлении копии документа);

2) **о б с у ж д е н и е** : обмен мнениями (устные и письменные переговоры); выработка совместных решений (например, обсуждение спорных условий договора);

3) **д е м о н с т р а ц и я** : личное представление партнеров; переговоры» в которых большое значение имеет невербальное общение (например, с целью установления немедленной обратной связи); показ каких-либо процессов в действии (например, при отчете о выполненных этапах научно-технических разработок или в рекламных целях).

В каждом отдельном случае выбор конкретных технических средств определяется участниками коммуникационного процесса в соответствии с функциональной и экономической эффективностью применения этих средств.

§ 1. Технические средства информирования

Методы передачи сообщений

Наиболее распространенными техническими средствами информирования в коммуникациях являются системы радиовещания и телевидения. Часто наиболее важная информация, необходимая очень широким деловым кругам, поступает именно через эти системы: сведения о принятии новых положений и законов, постановления правительств, курсы валют, курсы ценных бумаг и т.д. На массового потребителя рассчитана трансляция рекламных материалов. Если передача телевизионных программ сопровождается текстовой информацией, которая может быть рассчитана на прием обычным телевизионным приемником или приемником, оснащенным специальной аппаратурой, то говорят, что приемник имеет режим приема телетекста. При приеме такой программы на экране телевизора вместо обычных изображений высвечивается текст, как на экране монитора персонального компьютера.

Однако в деловом общении гораздо более важной может оказаться необходимость передать партнеру какую-либо информацию, имеющую частный характер, т.е. не рассчитанную на широкую аудиторию. Для этого имеется широкий набор технических средств, относящихся к классу средств так называемой *документальной электронной связи*. Этот тип электросвязи предназначен для передачи сообщений, представленных в форме документов, т.е. буквенно-цифровых текстов, рукописей, чертежей, рисунков, фотографий и т.п. Можно выделить две большие группы таких средств, отличающиеся используемыми методами передачи сообщений: с факсимильным и кодовым методами передачи.

Ф а к с и м и л ь н ы й м е т о д передачи сообщений предполагает непосредственную передачу изображения документа с помощью специальных аппаратов – *телефаксов*, или просто *факсов*,

При передаче **к о д о в ы м м е т о д о м** производится посимвольное кодирование сообщений – как текстов, вводимых в персональный компьютер непосредственно с клавиатуры, так и графических файлов, т.е. соответствующим образом закодированных изображений (чертежей, рисунков, фотографий и т.п.). К последним относятся также файлы, полученные в результате обработки документов (например, стандартного листа бумаги с текстом официального письма, подписями и печатью) с помощью специальных устройств, называемых сканерами эти устройства предназначены для получения электронной копии любого документа.

В качестве технических средств, реализующих кодовый метод передачи сообщений, в настоящее время наиболее широко используются персональные компьютеры с соответствующим программно-аппаратным обеспечением, часто объединенные в компьютерные сети. Связь между различными

компьютерами в сети, а также между компьютерными сетями осуществляется с помощью телекоммуникационных каналов – медных проводов, оптических волокон, раадиоканалов (как наземных, так и спутниковых). Компьютерные сети могут включаться в мировую компьютерную сеть Интернет (Internet). На базе таких технических средств основаны чрезвычайно распространенные сейчас системы электронной почты, компьютерных досок объявлений, телеконференций, пейджинговой связи и т.п.

Телефакс

При использовании факсимильного метода подготовленный документ (письмо, рисунок, официальный документ на соответствующем бланке и т.п.) помещается в телефаксовый аппарат (факс), подключенный к обычной телефонной сети. У получателя копии документа имеется такой же аппарат, соединение с которым при передаче происходит путем ручного набора его номера, как при обычном телефонном звонке. После набора номера получателя и появления характерного ответного тонового сигнала в телефонной трубке факса, осуществляющего отправку документа, нажимается кнопка «Старт», после чего происходит протяжка документа через аппарат, считывание содержания документа и его передача получателю. По завершении передачи через несколько секунд подтверждается факт приема сообщения» а исходный документ автоматически освобождается передающим аппаратом для дальнейшего использования. Принимающий аппарат автоматически выдает точную копию переданного документа на специальной бумаге, предназначенной для телефаксовых аппаратов.

В современных телефаксовых аппаратах функции факса и обычного телефона обычно объединены, так что набираемый номер одновременно может являться и телефонным номером получателя. В этом случае для приема документа телефаксовый аппарат необходимо вручную перевести в соответствующий режим, нажав на кнопку «Тел/Факс». Если же аппарат используется только для приема документов, он может находиться круглосуточно в режиме ожидания вызова, а соединение с ним и собственно прием документа осуществляются полностью в автоматическом режиме.

Оплата внутригородской передачи документов входит в абонентскую плату за телефон. Междугородние и международные факсы оплачиваются повременно по соответствующим междугородним и международным тарифам телефонной связи.

Факс-модем

Промежуточное положение между факсимильными и кодовыми методами занимают передача и прием документов, осуществляемые с помощью компьютерных факс-модемов – электронных устройств сопряжения персонального компьютера с обычной телефонной линией.

Термин *модем* указывает на сочетание функций модуляции и демодуляции. При *м о д у л я ц и* и дискретный сигнал, с которым работает персональный компьютер (последовательности стандартных импульсов тока положительной и отрицательной полярности), преобразуется в аналоговый сигнал (непрерывное колебание с изменяющейся частотой или фазой), передаваемый по телефонной линии. При *д е м о д у л я ц и* и осуществляется обратное преобразование аналогового сигнала в дискретный при вводе информации из телефонной линии в компьютер.

Конструктивно факс-модем выполняется в двух вариантах: либо в виде отдельного устройства, подсоединяемого к компьютеру и телефонной розетке параллельно телефонному аппарату, либо в виде стандартной платы, размещенной непосредственно внутри корпуса компьютера и имеющей соединение с телефонной розеткой, как в первом варианте.

В режиме приема факс-модем обеспечивает прием телефонного вызова, полностью эквивалентный снятию трубки телефонного аппарата, параллельно которому он подключен. Далее происходит прием информации от передающего телефакса (или аналогичного факс-модема) и запись ее в память компьютера в виде графического файла. Требуемая копия документа получается путем распечатки этого файла на принтере и не отличается от копии, которая была бы получена на выходе телефакса. Режим передающего телефакса также ничем не отличается от режима передачи на обычный телефакс.

При использовании факс-модема в отличие от обычного телефакса для передачи документа требуется предварительное изготовление электронной копии этого документа, т.е. создание соответствующего графического файла, вводимого далее в персональный компьютер и передаваемого с помощью факс-модема по телефонной линии. При этом факс-модем автоматически (после подачи

команды «Отправка») осуществляет набор номера принимающего телефакса или телефона, к которому подключен принимающий факс-модем, входит во взаимодействие с приемной аппаратурой и после подтверждения соединения осуществляет передачу подготовленного файла. Автоматическое разъединение происходит только после подтверждения правильности приема сообщения. Вся процедура передачи документа получателю занимает ровно столько же времени, что и при использовании обычного факса.

Сканер

Сканеры используются для изготовления электронной копии передаваемого документа. Существует три основных типа сканеров: ручные, листовые (протяжные) и планшетные. Все типы сканеров представляют собой отдельные устройства, подключаемые к тому или иному порту персонального компьютера и предполагающие использование специального программного обеспечения для распознавания различных текстов и изображений. Существуют модели, предназначенные для распознавания как черно-белых, так и цветных изображений.

Ручной сканер – малогабаритное устройство, вручную прокатываемое по документу, электронную копию которого необходимо изготовить. Такие сканеры относятся к числу наиболее дешевых, однако они обладают рядом ограничений, основным из которых является ширина полосы сканирования, не превышающая 105 мм. Любые программы, предназначенные для сшивки полос, не дают идеального результата – остаются ошибки, особенно заметные при сканировании графических изображений, в связи с чем ручные сканеры не получили широкого распространения и на рынке этой продукции настоящее время их доля сравнительно невелика.

Листовые сканеры – портативные (типа обычного настольного аппарата для ксерокопирования под стандартный размер листа А4) легко управляемые устройства с достаточно высокой скоростью сканирования (до 6 страниц в минуту). Исходный документ протягивается через сканер, как в телефаксовом аппарате. В ряде моделей предусмотрена автоматическая подача документов из пачки объемом до 10 листов. Программное обеспечение запускается автоматически после того, как лист с передаваемым документом вставляется в сканер. Листовой сканер является наиболее удобным устройством для подготовки электронных копий документов, отсылаемых с помощью факс-модемов. К недостаткам листовых сканеров можно отнести лишь невозможность изготовления электронных копий со сброшюрованных документов.

Планшетные сканеры позволяют работать с книгами, сброшюрованными документами и т.п. Копируемый документ помещается на стекло сканера и прижимается специальной крышкой точно так же, как при обычном ксерокопировании отдельных листов книги. За исключением ряда моделей с не очень высокой разрешающей способностью, планшетные сканеры являются относительно дорогими устройствами (стоимость отдельных моделей превышает среднюю стоимость современного персонального компьютера). Впрочем для целей передачи документа через факс-модем требуемая разрешающая способность при подготовке электронной копии обычно не превышает разрешающей способности приемного факса или принтера, на котором будет распечатан передаваемый документ после его приема факс-модемом. Это означает, что для рассматриваемых выше целей могут быть использованы сравнительно недорогие планшетные сканеры.

Электронная почта

В настоящее время невозможно представить себе ни одного серьезного руководителя предприятия или организации, который мог бы обойтись в своей работе без электронной почты (e-mail – сокращенное «electronic mail»), адрес которой указывается на визитной карточке наряду с номерами телефонов и факсов. Электронная почта является одной из основных услуг, предоставляемых в глобальной компьютерной сети Интернет.

С помощью электронной почты можно пересылать сообщения, подготовленные в специальном окне путем ввода буквенно-цифровых текстов с клавиатуры компьютер (рис. 2)

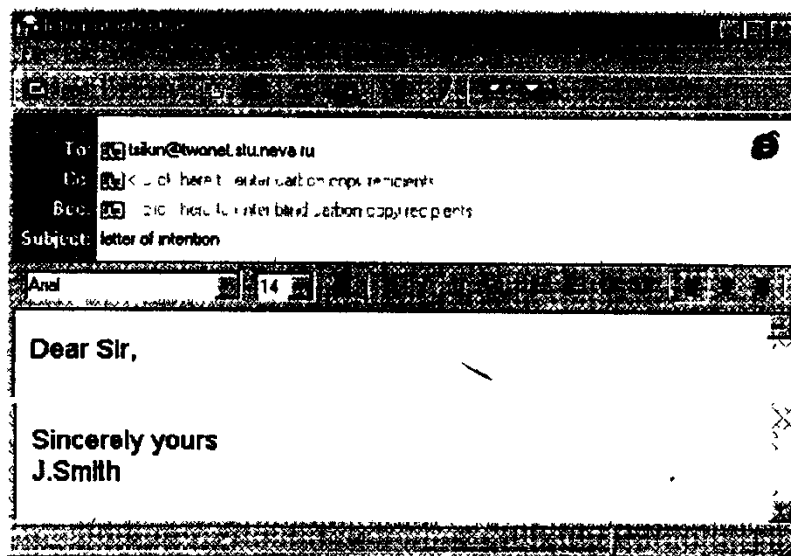


Рис 2 Окно для сообщений в электронной почте Outlook Expiess

Кроме таких сообщений возможна пересылка заранее подготовленных файлов любого вида (текстовых, графических, фотографий и т.д.) как приложения к обычному письму. В качестве такого приложения может быть отправлен и звуковой файл, содержащий несколько фраз типа тех, которые обычно произносятся для записи на автоответчик при отсутствии абонента. В программе любой электронной почты существует специальный режим вызова находящегося в памяти компьютера и подлежащего передаче файла (режим «Приложение») и его присоединения к письму. Главное меню (см. рис. 2) содержит соответствующую пиктограмму (изображение канцелярской скрепки). Для запуска программы выбора приложения необходимо установить указатель текущего положения мыши на эту пиктограмму и однократно нажать на крайнюю левую клавишу мыши.

Как приложение к письму, в частности, может фигурировать и электронная копия документа, который в случае отсутствия электронной почты может быть отправлен с помощью факса или факс-модема. Однако отправка по электронной почте обойдется существенно дешевле с тем же результатом: реципиент получит точную копию передаваемого документа с подписями, печатями, графическими изображениями и проч., как при использовании обычного факса. Разумеется, качество копии зависит от разрешающей способности принтера у получателя документа, но современные струйные и тем более лазерные принтеры обеспечат качество копии, во всяком случае, не хуже, чем телефаксовый аппарат.

Процедура подготовки и самой отправки письма (с приложением или без него) чрезвычайно проста: после написания текста и при необходимости вызова приложения, как это описывалось выше, достаточно «нажать» (щелкнуть мышью) клавишу «Отправить» на главном меню программы электронной почты (клавиша «Send» на рис. 2), предварительно, как в обычной почте, указав адрес получателя. В данном случае это будет так называемый электронный адрес.

Электронный адрес, помещаемый в строку «Куда» (символ «То» на рис. 2), должен состоять из двух главных частей, разделенных символом @. Левая часть содержит имя пользователя (username). Обычно в качестве username используется фамилия или имя (часто в сокращенном виде конкретного абонента в латинском написании, например *ivanov*. Иногда используют и несколько слов, например *serg.ivanov*.

Правая часть адреса, находящаяся за знаком @, называется domain name (доменный адрес) и в свою очередь состоит из нескольких частей. Часть, следующая непосредственно за знаком @, называется hostname, что означает имя, данное конкретному компьютеру, имеющему соединение с сетью Интернет (такие компьютеры обычно называют хост-компьютерами). Это может быть имя, состоящее из одного слова (например, *informika* – имя хост-компьютера Центра информатизации Минобразования РФ) или нескольких слов, когда в данной организации имеется несколько хостов или локальных компьютерных сетей (например, *twonet.stu.neva* – имя хоста одной из локальных сетей Санкт-Петербургского государственного технического университета). Наконец, вслед за hostname в электронном адресе должен быть проставлен домен верхнего уровня, указывающий на регион нахождения пользователя. Если это не США, то обычно указывается условное название страны. Например:

ru Россия	fi Финляндия
ua Украина	jp Япония

Так, полный электронный адрес пользователя Сергея Иванова в Санкт-Петербургском государственном техническом университете может иметь вид:

E-mail: serg.ivanov @twonet.stu.neva.ru

В США вместо домена us чаще всего используется сокращенное обозначение профиля организации или региональной компьютерной сети:

edu (education) университеты, колледжи
com (company) компании, фирмы
gov (governmental) правительственные организации
mil (military) военные организации
org (organization) некоммерческие организации
net (network) сетевые организации

Разумеется, пользование электронной почтой возможно лишь в том случае, если данный персональный компьютер содержит соответствующее программное обеспечение и имеет доступ к сети Интернет.

Первое условие обычно выполняется автоматически, если в компьютере установлена та или иная программа для работы в Интернет. Так, последние версии наиболее широко распространенных программ фирм Microsoft (Internet Explorer 4.0) и Netscape (Navigator Gold 3) содержат встроенные программы электронной почты.

Выполнение второго условия зависит от местоположения компьютера пользователя. В случае, если это организация, имеющая собственную компьютерную сеть, пользователь, как правило, не бывает озабочен проблемой подключения к Интернет: это является задачей администратора сети. Требуется лишь, чтобы данный компьютер, на котором предполагается установить электронную почту, был включен в компьютерную сеть организации.

Если возникает необходимость установки электронной почты, например, на домашнем компьютере, пользователю самому приходится иметь дело с той или иной компанией, предоставляющей телекоммуникационные услуги. Такие компании называются *провайдерами* (от англ. «provide» – обеспечивать). Скорее всего, в этом случае провайдер услуг Интернет предложит владельцу компьютера приобрести специальное устройство для подключения компьютера к телефонной линии. Функции такого устройства может полностью выполнить факс-модем, хотя для установки электронной почты достаточно бывает и более простого и дешевого устройства – телефонного модема. Это устройство полностью аналогично факс-модему, но, естественно, не выполняет функций, связанных с взаимодействием с теле-факсовыми аппаратами, что не требуется при использовании электронной почты.

Соединение по телефону, производимое с помощью модема в автоматическом режиме, осуществляется не непосредственно с получателем сообщения (как при использовании факс-модема), а с модемом провайдера услуг Интернет и соответственно с компьютером, на котором установлена специальная программа почтовых услуг (*почтовый сервер*). Номер телефона провайдера вводится в программу модема при его установке.

Итак, написав в окне электронной почты (рис. 2) письмо и «нажав» клавишу «Send» («Отправить») на главном меню программы электронной почты, пользователь запускает программу набора номера телефона провайдера, после чего весь процесс происходит в автоматическом режиме. После соединения модемов пользователя и провайдера отсылаемое сообщение отправляется на компьютер почтового сервера, где производится опознавание электронного почтового адреса получателя сообщения, и сообщение направляется дальше в сеть Интернет по каналам провайдера. Отправив это сообщение, почтовый сервер осуществляет поиск писем, поступивших на адрес пользователя, сообщение которого только что было отправлено и в соединении с которым сервер продолжает оставаться. Если такие письма обнаруживаются, сервер немедленно отправляет их пользователю, после чего телефонная линия автоматически разъединяется. Таким образом, для пользователя сеанс связи с провайдером заканчивается получением писем, которые могли поступить за период времени после предыдущего сеанса связи.

Из изложенного следует одно из основных преимуществ электронной почты по сравнению с факсовой (факс-модемой) связью. При передаче сообщений по факсу пользователь должен оплачивать телефонное соединение с получателем, причем за все время передачи сообщения; если сообщение передается в другой город, а тем более в другую страну, стоимость сеанса связи может быть очень высокой. При использовании электронной почты телефонная связь осуществляется лишь с ближайшим провайдером, обычно находящимся в одном с отправителем городе, по тарифам внутригородских телефонных линий и основная оплата производится поминутно лишь за пользование сетью Интернет, что во много раз дешевле поминутной оплаты междугородных или международных телефонных переговоров.

Некоторые провайдеры предлагают сегодня такую услугу, как доставка копии документа на факс получателя, используя для этого собственный факс-сервер, т.е. программно-аппаратное средство, позволяющее получать электронную почту с электронной копией документа и отправлять эту копию непосредственно на факс получателя. В этом случае пользователь, желающий отправить электронную копию документа некоему получателю, посылает эту копию обычным образом (в виде приложения) по электронной почте на факс-сервер с указанием номера факса получателя. Все дальнейшие заботы о доставке копии документа получателю берет на себя провайдер, владеющий факс-сервером. В случае необходимости доставки факса в другой город или за границу пользователю это обходится дешевле, чем отсылка копии документа с помощью телефакса или отсылка электронной копии документа с помощью факс-модема непосредственно на факс получателя. Однако доставка копии документа с привлечением услуг факс-сервера занимает в среднем несколько часов, тогда как доставка с использованием электронной почты требует всего одной-двух минут. К тому же использование факс-сервера обойдется пользователю существенно дороже, чем описанная выше процедура отправки электронной копии документа с помощью электронной почты непосредственно получателю.

Телеконференция

При использовании электронной почты сообщение, как правило, отправляется одному получателю. Если возникает необходимость отослать несколько копий этого сообщения другим получателям, это легко сделать с помощью специального режима, предусмотренного программой любой электронной почты. При использовании, например, электронной почты Outlook Express достаточно в строке под название «Cc» главного меню (рис. 2) указать один или несколько электронных адресов пользователей, которым надлежит послать копию сообщения.

Обращение сразу к большой группе пользователей компьютерной сети возможно в режиме обмена сообщениями, называемом телеконференцией. Сообщение размещается в некоторой области компьютерной сети, доступной всем пользователям, имеющим специальный «пропуск», или пароль. При желании попасть в эту область, т.е. участвовать в телеконференции, пользователь на клавиатуре своего компьютера должен набрать в специальном окне (типа окна на рис. 2) электронный адрес телеконференции, свой пароль и послать (аналогично посылке электронной почты) запрос на участие в ней. В ответ он получит возможность ознакомиться со всеми сообщениями, поступившими к этому моменту на конференцию, в соответствующем окне на экране своего монитора. При желании пользователь и сам может оставить там свое сообщение, по-прежнему используя клавиатуру своего компьютера.

Пейджер

Во многих ситуациях делового общения может возникнуть проблема немедленного информирования партнера о каком-либо событии, о необходимости срочной встречи, т.е. проблема передачи небольшого объема информации, например, номера телефона, по которому должен позвонить вызываемый партнер. В таких случаях главное требование – оперативность связи, т.е. партнер должен получить такое сообщение немедленно, где бы он ни находился в этот момент. Это возможно при использовании мобильных средств связи – малогабаритных и легко переносимых персональных устройств. К числу наиболее простых устройств такого типа принадлежит пейджер.

Пейджер относится к классу устройств персонального радиовызова, т.е. для связи с владельцем этого устройства используются радиосигналы, а сам пейджер представляет собой малогабаритный радиоприемник, осуществляющий связь (радиовывоз) в любой момент времени и независимо от

местонахождения владельца. Непосредственная радиосвязь с пейджером производится с помощью специальных радиопередатчиков базовых радиостанций, размещенных в зоне обслуживания пользователей. При этом сообщение, подлежащее передаче, поступает на радиопередатчик от оператора. В свою очередь оператор получает это сообщение от лица, посылающего сообщение, по обычной телефонной сети.

Итак, при необходимости связи с владельцем пейджера следует позвонить по обычному телефону на диспетчерский пункт пейджерной связи и продиктовать как само сообщение, так и номер пейджера, на который это сообщение следует послать. Вид передаваемого сообщения зависит от типа используемого пейджера. Различают *пейджеры нескольких типов*: сигнальные, голосовые, цифровые и текстовые.

Сигнальные, или тональные пейджеры предназначены лишь для уведомления их владельца о наличии вызова. Это достигается с помощью специального звукового, вибрационного или светового сигнала. Получение такого сигнала, как правило, указывает владельцу пейджера на необходимость связаться с диспетчером по обычному телефону и услышать от него текст поступившего в его адрес сообщения. В простейшем случае, когда смысл самого вызова предварительно оговорен, вся полезная информация для владельца пейджера может заключаться именно в факте появления сигнала вызова, например сигнала о начале или, наоборот, окончании какого-либо события.

Голосовые пейджеры позволяют передавать короткое (обычно длительностью до 10 секунд) звуковое сообщение. Однако широкого распространения такие пейджеры не получили, поскольку за столь короткое время можно передать лишь очень небольшой объем информации, что с большей эффективностью делается с помощью других типов пейджеров.

Цифровые пейджеры принципиально отличаются от сигнальных и голосовых наличием небольшого дисплея (аналогичного, например, табло карманного микрокалькулятора), позволяющего их владельцу прочесть полученное сообщение, причем в любое удобное для него время и неоднократно. Как следует из самого названия, цифровые пейджеры позволяют передавать сообщения, состоящие из ряда цифр (обычно не более десяти), например, номер телефона, по которому следует позвонить владельцу пейджера; дата и (или) время встречи; стоимость какого-либо изделия; предложение по размеру вознаграждения или, наконец, какое-либо закодированное сообщение (набором цифр зашифровывают требование немедленно прибыть в заранее обусловленное место) и т.д.

Текстовые пейджеры позволяют передавать сообщения, состоящие как из цифр, так и из букв, в том числе русского алфавита. Этот тип пейджеров наиболее распространен и число его пользователей продолжает неуклонно расти, несмотря на развитие других видов мобильной связи. В современных текстовых пейджерах количество символов в строке составляет 24 при 4—5 одновременно присутствующих на дисплее строках передаваемого сообщения. Общее количество передаваемых символов может достигать 2000; более длинные сообщения могут быть переданы по частям, а затем воспроизведены в целом, так как пейджер имеет режим запоминания ранее переданных сообщений (объем памяти до 20 000 знаков).

Площадь обслуживаемой территории зависит от мощности базового радиопередатчика. Надежная связь обычно обеспечивается в радиусе нескольких десятков километров от передатчика. Расширение зоны обслуживания требует использования нескольких передатчиков, распределенных по всей зоне; тогда сообщение передается либо одновременно и синхронно всеми передатчиками (система с синхронной передачей), либо по очереди каждым из передатчиков (системы с поочередной передачей).

В последнее время получили распространение системы, использующие для передачи пейджинговых сообщений имеющуюся сеть радиовещательных передатчиков (например, радиостанций «Радио РОКС» и «Европа Плюс»), причем передача сигналов вызова осуществляется на частотах выше спектра звуковых частот, так что это не мешает работе вещательной радиостанции.

Важная проблема обеспечения пейджинговой связи связана с использованием пейджера при переезде в другой город для получения сообщений как внутри этого города, так и от абонентов собственного города. Такую услугу, называемую *роумингом*, предоставляют многие телекоммуникационные компании. Чтобы воспользоваться этой услугой, владельцу пейджера достаточно сообщить операторской службе своего пейджинг-провайдера (т.е. обслуживающей его компании), в какой город он направляется и примерно на какой срок.

Популярность пейджинговой связи непрерывно растет. За год число ее пользователей увеличивается примерно на 30%. К концу века оно должно достигнуть примерно 270 млн. Основной причиной этого является относительно низкая стоимость как базового радио-передающего оборудования, так и самих пейджеров в сравнении, например, со стоимостью соответствующего оборудования сотовой связи.

К перспективным разработкам систем пейджинговой связи относятся разработки, направленные на реализацию режимов непосредственного ввода текстового сообщения с клавиатуры персонального

компьютера через модем и телефонную линию в соответствующий блок (контроллер) радиопередающей станции без помощи оператора, а также разработки режимов передачи голосовых сообщений, использующих преобразование речевого сигнала в последовательность цифровых символов, с возможностью компрессии (уменьшения объема) такого сообщения и запоминания его в пейджере аналогично запоминанию текстовых сообщений с возможностью воспроизведения в любой момент времени. Кроме того, планируется создание систем автоматического восприятия и интерпретации речи в контроллере передающей базовой станции. При этом отправитель будет вызывать диспетчерский пункт по обычному телефону и после соединения диктовать свое сообщение, как сейчас. Однако восприятие его речевого сообщения на диспетчерском пункте, запись этого сообщения в виде текста и его передача на текстовый пейджер будут происходить автоматически, без вмешательства оператора. Наконец, ведутся исследования в области создания пейджеров с обратным каналом связи, когда владелец пейджера смог бы подтверждать прием сообщения, делать запросы на посылку ему различной информации, отсылать ответ на получаемую электронную почту и т.п. Однако из-за недостаточна высокого уровня современных технологий стоимость подобных систем может быть очень велика, вплоть до стоимости сотовых систем связи.

«Персональный электронный секретарь»

Кроме рассмотренных выше средств компьютерных коммуникаций необходимо упомянуть и разрабатываемые в последние годы системы, основанные на использовании нового поколения компьютеров – «карманных ПК» (HPC – Hand-held PC), называемых также «персональным электронным секретарем» (Personal Digital Assistance – PDA). Область использования подобных устройств, помещающихся на ладони, получила название Palm Computing (от англ. «palm» – ладонь). В PDA сочетаются вычислительная мощность ПК с компактностью электронной записной книжки или микрокалькулятора. Существенной особенностью этих устройств являются их коммуникационные возможности, т.е. способность связи со стационарными ПК, а также между собой без участия стационарных ПК. При этом реализуется пересылка факсов, доступ к электронной почте, обмен данными и т.д.

Связь может осуществляться как с использованием специальных кабелей, так и «беспроводным» методом, т.е. по радио или по инфракрасному лучу подобно дистанционной системе управления телевизорами или видеоманитофонами. Вообще говоря, карманные компьютеры рассматриваются не как автономные системы, а как устройства, используемые совместно с настольными ПК. Однако возможность осуществления их беспроводной связи друг с другом превращает PDA в средство коммуникаций, хотя они и не рассчитаны на контакт на больших расстояниях (речь может идти о связи на расстоянии не более десятка метров).

Новые поколения карманных ПК будут содержать системы распознавания речи (речевое сообщение, вводимое в карманный ПК с помощью встроенного микрофона, будет превращаться в текстовое сообщение, которое может передаваться на другой карманный ПК) и распознавания письма (вместо ввода текста с клавиатуры будет использовано его написание электронным «карандашом» на специальном экране, т.е. обычная процедура письма).

Развитие подобных систем привело к появлению идеологии персональных вычислительных сетей (PAN – Personal Area Network) ПВС, отличающихся от широко распространенных локальных вычислительных сетей. При этом ПВС означает компьютерную сеть масштаба одного или нескольких пользователей, применяемую для обмена информацией карманных ПК как друг с другом, так и со стационарными ПК.

* * *

Таким образом, круг технических средств информирования достаточно широк. В качестве технических средств, реализующих процесс однонаправленного информирования (не требующего немедленного ответа получателя информации), чаще всего применяются телефакс, факс-модем, электронная почта, пейджер. Выбор конкретного устройства определяется техническими и финансовыми возможностями его потенциального пользователя.

§ 2. Технические средства обсуждения

Телефон

Наиболее распространенным техническим средством этой группы является телефон. При этом широко применяются как традиционный, так и сотовый телефон, основанный на использовании радиоканалов.

Начиная с момента изобретения Александром Беллом телефонного аппарата в 1875 г. телефонная связь получила широчайшее распространение во всех областях человеческой деятельности. Методы передачи речевых сообщений по телефонным сетям непрерывно совершенствуются, однако принцип построения проводной сети остается неизменным. Сеть по-прежнему представляет собой совокупность узлов коммутации, роль которых выполняют автоматические телефонные станции (АТС), и соединяющие их проводные каналы (соединительные линии).

Для подключения телефонного аппарата (так же как и факса, модема или факс-модема) абонента к АТС используется абонентская линия из пары медных проводов (медная пара) длиной не более 10 км. Каждая абонентская линия имеет свой уникальный номер (номер абонента), который и набирается на телефонном аппарате для связи с данным абонентом внутри города. Как правило, старшие цифры номера абонента соответствуют номеру, присвоенному той АТС, к которой подключен этот абонент. Так, абонент в Санкт-Петербурге с номером 552-12-34 подключен к АТС, имеющей номер 552. В зоне Санкт-Петербурга не существует других АТС с таким же номером. В то же время внутри данной АТС абоненту присвоен номер 12–34, и других абонентов с таким же номером, подключенных к этой АТС, не существует.

Большие географические районы обслуживаются не одной, а несколькими АТС, которые соединяются между собой соединительными линиями и представляют собой зону обслуживания. Для связи зон между собой служат междугородные АТС. Доступ к междугородной АТС требует использования двух номеров. В случае доступа «изнутри», т.е. при звонках пользователей, находящихся внутри зоны, обычно во всех зонах используется один и тот же номер (в России это номер 8). Для звонков «извне» каждой зоне присваивается уникальный для страны номер. Так, зона Санкт-Петербурга имеет номер 812, Москвы – 095 и т.д..

Тот же иерархический принцип используется и для связи зон одной страны с зонами других стран. В этом случае соединения происходят через международные АТС. Все международные АТС данной страны обычно имеют два номера – один для «внутренних» пользователей (в России это номер 10) и другой, являющийся уникальным в мире, для «внешних» пользователей (для России это номер 7). Последний номер является телефонным кодом страны.

Например, для звонка из Санкт-Петербурга в Москву необходимо набрать 8-095, а затем московский номер абонента. В то же время для соединения с абонентом 552-12-34 в Санкт-Петербурге из-за границы после выхода на соответствующую международную АТС (инструкцию можно найти в любом зарубежном отеле) необходимо набрать цифры 7-812-552-12-34.

В последние годы все более широкое распространение получают системы *цифровой телефонии*. В телефонных сетях при передаче сообщений в цифровой форме по соединительным линиям между различными АТС (в этом случае АТС называются цифровыми) непрерывное сообщение, передаваемое от абонента, подвергается преобразованию в цифровую форму (аналого-цифровое преобразование) непосредственно при поступлении из абонентской линии на АТС. В свою очередь перед поступлением в абонентскую линию от АТС получателя цифровое сообщение подвергается обратному преобразованию в непрерывную форму (цифро-аналоговое преобразование). Следующим шагом в развитии цифровой телефонии является аналого-цифровое (и соответственно обратное цифро-аналоговое) преобразование непосредственно в телефонном аппарате. В этом случае как по соединительным, так и по абонентским линиям передаются только цифровые потоки, что существенно повышает качество связи. Применение таких систем требует замены части существующего оборудования линий связи и, конечно, использования специальных цифровых телефонных аппаратов взамен существующих, которые в таком случае обычно называют аналоговыми. Впрочем, для пользователя работа с телефонным аппаратом не претерпит какой-либо изменений по сравнению с привычными аналоговыми аппаратами. Более того, многие пользователи, не подозревая этого, уже давно имеют дело с цифровыми телефонами, если их телефонные аппараты подключены к так называемым учрежденческим АТС.

В современном офисе использование цифровых учрежденческих АТС (УАТС) становится все более распространенным. Основной причиной приобретения УАТС, как правило, является возможность

снижения стоимости платы за использование абонентских линий, т.е. обычной абонентской платы владельца телефонов. Конечно, речь не идет только об одном телефоне (одной абонентской линии). При наличии на предприятии или в офисе нескольких (нескольких десятков или даже сотен) автономных (т.е. не подключенных параллельно друг другу) телефонных аппаратов приходится вносить абонентскую плату за все эти абонентские линии. В то же время очень много телефонных переговоров происходит между абонентами внутри самого предприятия (офиса). когда можно было бы и не «выходить в город», т.е. не пользоваться услугами районной АТС. Кроме того, согласно статистике телефонных переговоров, чрезвычайно редко все абонентские линии на предприятии используются одновременно. Поэтому на самом деле на несколько десятков пользователей достаточно иметь лишь несколько абонентских линий; тогда в худшем случае пользователь, желая «выйти в город» иногда слышал бы сигнал «занято», как, например, при наборе первых цифр телефонного номера, соответствующих номеру районной АТС, когда эта АТС перегружена телефонными вызовами. Основная идея УАТС заключается в том, чтобы иметь сравнительно небольшое количество входных «внешних» абонентских линий, за которые производится абонентская плата. Эти линии подключаются к специальной аппаратуре (собственно УАТС), которая осуществляет соединение любой абонентской линии с любым телефоном из числа «внутренних» абонентов, причем число «внутренних» абонентов может во много раз превышать число «внешних» абонентских линий.

Итак, имея УАТС, предприятие вносит абонентскую плату лишь за сравнительно небольшое количество «внешних» абонентских линий, а использовать эти линии для «выхода в город» может любой из внутренних абонентов со своего телефона. В этом случае каждому телефону придается свой уникальный для данной УАТС номер (обычно трех- или четырехзначный номер, называемый дополнительным). Если необходимо позвонить абоненту внутри предприятия, достаточно снять трубку и набрать лишь этот дополнительный номер. При этом соединение производится автоматически с помощью УАТС без выхода на районную АТС. Чтобы позвонить абоненту вне данного предприятия, достаточно снять трубку, набрать определенный номер (обычно это одна цифра, означающая «выход в город»), услышать привычный гудок районной АТС и набрать номер абонента. Иногда (это зависит от соотношения количества «внешних» и «внутренних» линий данной УАТС) при попытке «выйти в город» будет слышен сигнал «занято»; в этом случае обычно достаточно повторить попытку через одну-две минуты.

Несколько по-иному решается проблема звонка «из города»: при наборе одного из номеров данной УАТС (соответствующего требуемой группе «внутренних» абонентов) пользователь либо непосредственно соединится с нужным ему абонентом (часть «внутренних» абонентов имеет такую услугу), либо услышит голос оператора, запрашивающего дополнительный номер и осуществляющего соединение с этим номером. Современные телефонные аппараты, снабженные так называемым тональным набором, могут функционировать в режиме автоматического соединения. Возможность такого режима определяется по наличию на аппарате переключателя «pulse/tone», что означает соответственно импульсный (обычный для традиционных дисковых аппаратов) или тональный (используемый наряду с импульсным только в аппаратах с клавишным набором) режим вызова. В этом случае после набора определенного номера УАТС и соединения, услышав характерный сигнал УАТС (часто в форме тона низкой частоты), пользователю необходимо нажать на своем телефонном аппарате клавишу» обычно обозначаемую символом *, и произвести донабор дополнительного номера, после чего соединение произойдет автоматически без вмешательства оператора УАТС.

Современные УАТС позволяют реализовать также ряд дополнительных услуг внутри предприятия, например селекторные совещания и телеконференции. В первом случае руководитель предприятия (или иное ответственное лицо) может осуществить соединение с несколькими «внутренними» абонентами, так что любой из них (по выбору руководителя) сможет слышать руководителя и отвечать на его вопросы, в то время как остальные лишь прослушивают такую беседу в ожидании своей очереди вступить в нее. В телеконференциях все участники беседы оказываются равноправными партнерами, т.е. могут вступить в беседу в любой момент времени по собственному усмотрению и прослушивать беседу других участников. Более сложные в реализации услуги предполагают подключение к цифровым телефонным аппаратам персональных компьютеров для связи между ними (как в локальной компьютерной сети) или для связи с каким-либо главным компьютером (сервером) для осуществления приема электронной почты, выхода в сеть Интернет и т.п. вплоть до осуществления компьютерной видеоконференцсвязи (см. далее) как между различными пользователями внутри предприятия, так и с «внешними» партнерами.

Сотовый телефон

Сотовая телефонная связь, как и пейджинговая, является мобильной и основана на использовании радиосигналов. Ее принципиальное отличие от пейджинговой связи – двусторонность, т.е. возможность пользователю как принимать, так и самому передавать информацию. Основным техническим средством пользователя является приемо-передающая малогабаритная радиостанция – сотовый телефонный аппарат (СТА), выполненный в виде телефонной трубки, содержащих микрофон, динамик, табло (дисплей) и клавиатуру для набора номера абонента.

В процессе работы СТА постоянно контактирует с одной из стационарных базовых приемопередающих радиостанций (или просто базовых станций – БС), объединенных в сеть. Охватываемая сетью БС территория составляет зону действия СТА (зону обслуживания). Эта зона разбивается на ряд смежных областей (подзон) без пропусков и перекрытий с расстоянием 1,5–5 км от границы подзоны до соответствующей БС, расположенной в центре каждой из подзон. Эти подзоны называются *сотами*, так как условно считается, что они имеют форму правильного шестиугольника.

В каждой зоне обслуживания кроме нескольких базовых станций размещается одна центральная станция (ЦС), которая постоянно помнит, в какой «соте» находится каждый из владельцев СТА, включенных в данный момент. С целью получения такой информации БС периодически (один раз в несколько минут) опрашивают все находящиеся в пределах области их действий СТА, которые постоянно пребывают в режиме приема и автоматически отвечают запрашивающим их БС. После этого ЦС производит опрос всех базовых станций зоны обслуживания и определяет местоположение каждого владельца СТА.

При перемещении владельца СТА из «соты» в «соту» в пределах зоны обслуживания ЦС автоматически «передает» его от одной базовой станции к другой. В момент начала сеанса связи, когда владелец СТА нажатием соответствующей клавиши переключает его в режим вызова абонента и начинает набирать на цифровом табло интересующий его номер или же, напротив, когда какой-то абонент выходит на связь с данным владельцем (владелец слышит характерный звуковой сигнал в форме какой-либо мелодии), последний всегда находится в зоне действия той или иной БС. При перемещении владельца телефона из «соты» в «соту» во время телефонного разговора связь не прерывается, а автоматически поддерживается путем отключения его от одной БС и подключения к соответствующей соседней.

Возможность использования СТА при перемещении ее владельца из одной зоны обслуживания в другую зависит от того, имеется ли между провайдерами услуг сотовой связи в этих зонах договоренность о роуминге, т.е. о «передаче» владельца от ЦС одной зоны к ЦС другой. В настоящее время на очень больших территориях, охватывающих целые страны, осуществляется автоматический роуминг, т.е. при перемещении владельца СТА из одной зоны в другую он автоматически «передается» от одной ЦС к другой. Это происходит совершенно аналогично «передаче» владельца от одной БС к другой при перемещении его внутри каждой зоны.

Переезжая в другую зону обслуживания (другие город или страну), владелец СТА часто выключает его, экономя источники питания. Оказавшись в пределах новой зоны и вновь включив СТА, владелец дает возможность своему сотовому телефонному аппарату автоматически ответить на первый же запрос ближайшей БС. Вслед за этим ЦС новой зоны обслуживания регистрирует вновь появившегося абонента, обеспечивая ему вызовы со стороны той зоны, где он зарегистрирован как владелец сотового телефона. Любые звонки из других зон на номер телефона владельца поступают сначала на ЦС той зоны, где он зарегистрирован, а затем автоматически передаются в новую зону.

Таким образом, за владельцем СТА постоянно сохраняется его номер телефона и принадлежность к его «родной» зоне, где бы он ни находился.

Например, владелец СТА, зарегистрированного в Санкт-Петербурге, имеет номер сотового телефона 115-12-34. Для того чтобы дозвониться из Санкт-Петербурга до владельца этого СТА, в каких бы городах или странах он в данный момент ни находился, необходимо набрать именно этот номер. Чтобы дозвониться до него из другого города России, включая и тот, где он в данный момент может находиться, необходимо набрать номер 8-812-115-12-34, где набор цифры 8 обеспечивает выход на международную АТС, а цифры 812 означают код Санкт-Петербурга. Если же звонок осуществляется из другой страны, то необходимо дозвониться до международной АТС, а затем набрать 7-812-115-12-34, где 7 означает код России.

Вызов абонента с сотового телефонного аппарата осуществляется совершенно аналогично вызову с обычного стационарного телефонного аппарата, если СТА находится в городе, где он зарегистрирован.

Так, при необходимости позвонить в Санкт-Петербурге с указанного выше сотового телефонного аппарата по номеру обычного телефона 123-45-67, зарегистрированного в Санкт-Петербурге, необходимо набрать на сотовом аппарате именно этот номер.

Звонок с сотового аппарата, находящегося не в том городе (тем более стране), где он зарегистрирован, имеет одну важную особенность. Если производится междугородный или международный звонок, то набор номера происходит совершенно идентично набору с обычного телефона.

Так, при желании позвонить из Москвы в Санкт-Петербург с того же сотового аппарата и на тот же номер, что рассматривались выше, необходимо будет набрать 8-812-123-45-67. Точно так же, находясь вне пределов России, необходимо будет дозвониться до местной международной АТС и набрать 7-812-123-45-67.

Однако при желании осуществить вызов местного абонента (например, находясь в Москве, дозвониться до московского абонента под номером 234-56-78). владельцу «санкт-петербургского» СТА придется звонить через местную междугородную АТС (т.е. набрать 8-095-234-56-78). Аналогично, зарубежный бизнесмен, находящийся в Санкт-Петербурге, для звонка, например, санкт-петербургскому абоненту с номером 123-45-67, должен будет в режиме доступа к международной АТС осуществить набор 7-812-123-45-67.

Как уже отмечалось в приведенных выше примерах, сотовые телефонные системы совместимы с обычными телефонными системами, т.е. возможны звонки с обычного телефона на сотовый и наоборот. Кроме передачи речи сотовые телефоны способны принимать и посылать факсимильные сообщения, переадресовывать телефонные вызовы на другие номера телефонов (в том числе обычных), выполнять функции пейджера (т.е. принимать пейджинговые сообщения), обеспечивать подключение телефонного модема и, следовательно, обеспечивать связь между компьютерами вплоть до доступа к сети Интернет и т.д.

На первом этапе развития сотовой связи распространение получили системы с передачей речи в непрерывной форме (аналоговые системы). В настоящее время среди таких систем наиболее широко распространены системы стандарта NMT (Nordic Mobile Telephone System): NMT-450 и NMT-900 (например, системы «Московская сотовая связь» и Дельта Телеком в Санкт-Петербурге). Следующее поколение систем сотовой связи (стандарт GSM – Global System for Mobile Communications) использует намного более эффективные цифровые методы передачи речи и обеспечивает более широкие зоны обслуживания.

Средства коллективной работы в компьютерных сетях

Возможность ведения телефонных переговоров по глобальной компьютерной сети между любыми точками мира привлекла внимание практически всех фирм, разрабатывающих программно-аппаратное обеспечение современных персональных компьютеров (ПК). Такой метод телефонии представляется более дешевым, чем рассмотренные выше, поскольку в этом случае необходимо оплачивать лишь пользование сетью Интернет во время телефонного разговора. В случае междугородных и тем более международных переговоров это может быть существенно ниже платы за обычный телефон.

Примерами программного продукта, поддерживающего компьютерную телефонию в Интернет, являются CoolTalk (фирма Netscape), Internet Connection Phone (фирма IBM), Internet Phone (фирма Intel) и др. Как правило, современные продукты такого типа требуют применение стандартных аппаратных аудиосредств ПК – звуковой платы сегодня ею комплектуется практически каждый ПК), микрофона, звуковых колонок или головных телефонов. Речевое сообщение поступает в ПК через микрофон, подключенный к звуковой плате компьютера, и подвергается аналого-цифровому преобразованию (как в цифровой телефонии) с существенным сжатием объема без потери полезной информации. После этого полученная последовательность цифровых символов разделяется на отдельные группы, называемые пакетом данных, каждая из которых снабжается своим порядковым номером и электронным адресом ПК получателя. Полученные пакеты данных друг за другом направляются в компьютерную сеть Интернет. В ПК получателя информации из поступивших пакетов вновь составляется исходная последовательность, и после цифроаналогового преобразования восстанавливается исходное речевое сообщение.

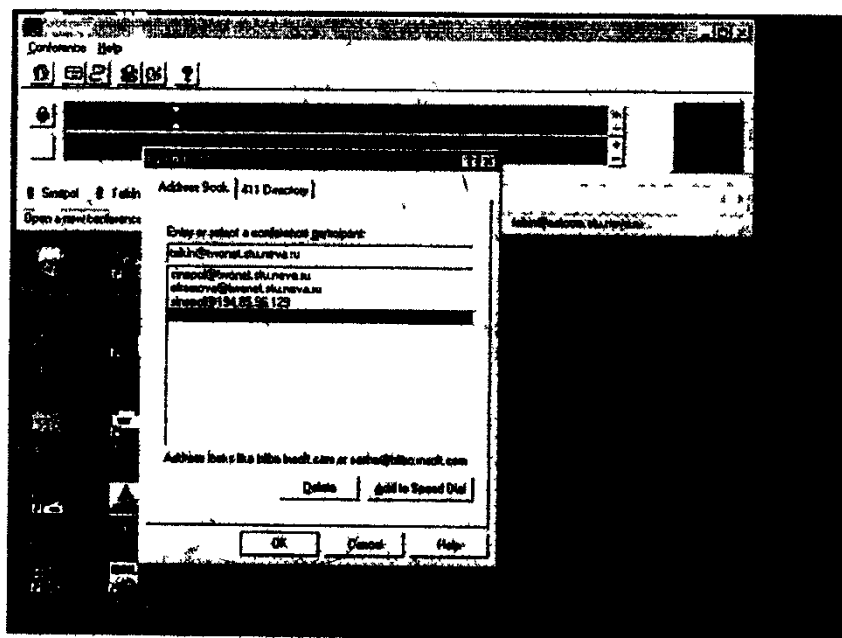
В настоящее время качество такого метода передачи речи пока еще существенно ниже, чем в рассмотренных выше системах телефонии, так как в сети Интернет отсутствует гарантия качества обслуживания. Каждый из пакетов может оказаться доставленным к месту назначения по своему, случайно выбранному маршруту, отличному от маршрутов других пакетов. Конечно, исходная нумерация пакетов гарантирует их составление в месте приема в правильную последовательность, соответствующую исходному сообщению. Однако различие маршрутов доставки всегда приводит к разнице в задержках пакетов при их распространении по сети Интернет. В случае передачи сообщений электронной почты (где также используется метод пакетной передачи) это приведет лишь к небольшому (не более нескольких секунд) увеличению общего времени передачи сообщения, что не скажется на качестве его приема. Но такая задержка недопустима при передаче речевого сообщения в процессе диалога. Попытки восстановить исходное сообщение при неконтролируемых различиях во времени задержки отдельных пакетов обуславливают систематические кратковременные пропадания звука, что резко снижает разборчивость речи.

Предотвратить указанное явление можно путем увеличения пропускной способности каналов Интернет, т.е. использования каналов с большей скоростью передачи информации. Однако это неизбежно вызовет удорожание пользования сетью Интернет, т.е. исчезновение главного преимущества такого метода телефонии. Преодолеть этот недостаток позволит разработка новых, более эффективных методов передачи пакетных сообщений с гарантированным качеством доставки пакетов.

Большинство предлагаемых фирмами программно-аппаратных средств реализует функции, существенно выходящие за рамки собственно телефонной связи. Так, наряду с функцией передачи речи предлагаются: услуги автоответчика; услуги голосовой почты (передача файла, содержащего короткое речевое сообщение, аналогично режиму голосового пейджера); вывод на экран монитора фотографии вызываемого абонента до соединения с ним; возможность проведения многосторонних текстовых телеконференций; обмен в реальном времени текстовыми сообщениями, вводимыми с клавиатуры компьютеров; пересылка заранее подготовленных файлов любого типа (текстовых, графических, в том числе электронных копий документов) в процессе беседы; совместное использование пространства экрана для подготовки и обсуждения различных текстовых и графических документов.

На рис. 3 в качестве примера показано главное меню системы CoolTalk с раскрытым окном для набора адреса вызываемого абонента. При этом возможен набор как адреса электронной почты вызываемого абонента, так и уникального адреса данного компьютера в Интернет (так называемого IP-адреса).

После соединения в основном окне CoolTalk появляется фотография вызванного абонента (рис. 3). Каждый из пользователей CoolTalk предварительно вводит в ПК электронную копию своей фотографии и свои персональные данные в процессе установки соответствующей программы в ПК. (Получение электронной копии фотографии аналогично получению электронной копии любого документа, описанному выше.)



На рис 4 также представлено окно для дискуссий в реальном времени с вводом текстовых сообщений с клавиатуры в системе CoolTalk. Необходимость использования такого режима возникает, например, при желании за протоколировать наиболее важные части телефонной беседы или в случае существенного снижения качества передачи речи.

Сообщения каждого из участников беседы обозначаются в окне (рис 4) путем указания адреса электронной почты соответствующего участника. Рассмотренный режим дискуссий реализуется одновременно с телефонным разговором.

Существенное расширение функций систем компьютерной телефонии связано с использованием так называемой виртуальной аудиторной доски, или «рабочей доски» (White Board), которая во многих случаях является одним из основных инструментов реальных совещаний, семинаров, дискуссий.

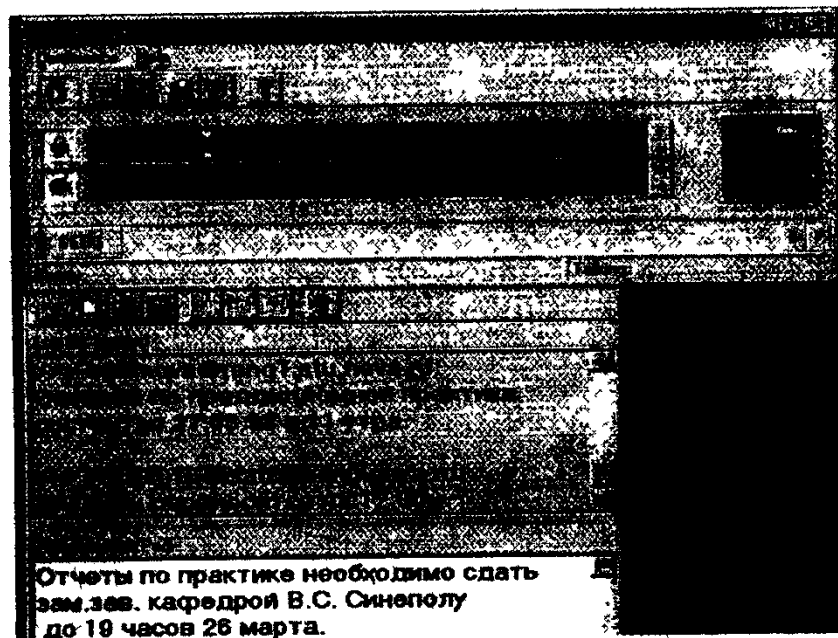


Рис 4. Окно для дискуссий CoolTalk

«Рабочая доска» дает возможность рисовать от руки, выполнять чертежи, делать пометки произвольного вида в любой части рабочей области. На рис. 5 показан вид рабочей доски CoolTalk. Рабочая область обрамлена пиктограммами, позволяющими выбрать необходимый режим (рисование от руки, изображение стандартных геометрических фигур, установка дистанционной указки, выбор толщины и цвета линий и т.п.). Важной функцией рабочей доски является создание текстовых файлов при их одновременном редактировании обоими участниками сеанса связи, а также совместный просмотр текстовых и графических файлов, скопированных из памяти ПК.

Как и на реальных совещаниях или семинарах при необходимости изображения на аудиторной доске дополнительных иллюстративных материалов, режим рабочей доски предусматривает захват изображения из любой области экрана монитора ПК. Так, одновременно с «рабочей доской» можно вызвать на экран изображение какого-либо предмета, полученное из сети Интернет, и переместить его на «рабочую доску». На рис 5 обсуждаемая структурная схема составлена из символических рисунков, захваченных непосредственно на «рабочем столе» компьютера, т.е. на стандартном экране при использовании операционной системы Windows 95 и выше.

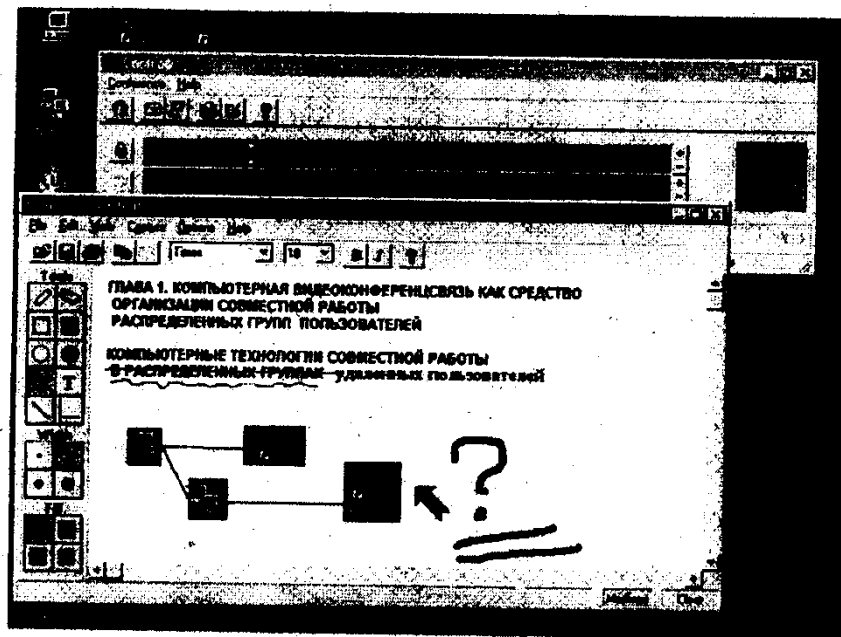


Рис. 5. Рабочая доска CoolTalk

Пример «рабочей доски» CoolTalk на рис. 5 иллюстрирует лишь некоторые дополнительные возможности, предлагаемые системами компьютерной телефонии.

Таким образом, в ситуациях, требующих обсуждения деловыми партнерами, возможно использование самых разнообразных технических средств, реализующих процесс коммуникаций с малыми искажениями, высокой скоростью обмена информацией и достаточной степенью конфиденциальности. Однако новизна и сложность таких устройств обуславливают их высокую стоимость, вследствие чего они будут доступны лишь для круга потребителей, имеющих определенные финансовые возможности.

§ 3. Технические средства демонстрации

Эти средства предназначены для реализации любых типов видеоконференций – от телевизионных «мостов» до компьютерной видеоконференцсвязи. С их помощью участники бизнес-коммуникаций (деловых встреч, заседаний, переговоров и т.п.), находящиеся как угодно далеко друг от друга, имеют возможность не только слышать, но и видеть друг друга, демонстрировать друг другу какие-либо предметы или даже процессы в действии. Важным преимуществом таких коммуникаций является возможность невербального общения, т.е. непосредственного наблюдения за реакцией партнера в процессе диалога.

Наиболее высокое качество передачи изображения достигается при использовании телевизионных систем. Всем хорошо знакомы *телевизионные мосты*, позволяющие осуществить эффективный контакт между двумя и более аудиториями, наполненными многочисленными участниками и находящимися не только в разных городах, но и в различных странах. Однако из-за необходимости длительной подготовки и высокой стоимости такие мероприятия превращаются в очень редко используемые средства шоу-бизнеса и вряд ли их можно рассматривать как средство бизнес-коммуникаций.

Параллельно с такими телевизионными конференциями получили развитие системы *компьютерной видеоконференцсвязи* (КВКС). К ним принято относить системы, основу аппаратной части которых составляют ПК. В набор оборудования входят также портативная видеокамера, микрофон, звуковые колонки и одна-две дополнительные платы, позволяющие осуществлять ввод в компьютер изображения с видеокамеры и звука с микрофона. Это нашло соответствующее отражение и в терминологии: за системами такого типа закрепилось название «настольные системы» (desktop systems) в отличие, например, от аппаратуры специализированных студий видеоконференцсвязи. При наличии ПК дополнительные затраты могут оказаться сравнительно небольшими.

В настоящее время технологии КВКС находятся в стадии динамичного развития во всех развитых странах мира. По мнению председателя Совета директоров и исполнительного директора фирмы Intel Э. Гроува, «к рубежу нового века наиболее распространенным средством связи как дома, так и в

бизнесе станет персональный компьютер, причем самым критически важным его элементом будет видео. В этой эволюции важную роль сыграют системы бизнес-видео-конференций. По нашему мнению, к 2000 году системой видеоконференций будет оснащен каждый продаваемый ПК»^{*}.

^{*} Цит. по: *Альбов А.* Бизнес-видеоконференция сегодня// Online. 1997. № 7 (30). С. 11-12.

Можно выделить семь основных функций совместной работы, реализуемых в современных системах KBКС:

- 1) передача речи;
- 2) передача подвижного видео (прежде всего речь идет о передаче изображений участников конференции);
- 3) использование «рабочей доски»;
- 4) режим дискуссий с вводом текстовой информации с клавиатуры ПК;
- 5) пересылка файлов в процессе конференции;
- 6) совместное использование прикладных программ (например, совместное использование текстового редактора Word);
- 7) проведение многосторонних конференций (в конференции одновременно принимают участие лица или группы лиц, находящиеся более чем в двух удаленных друг от друга местах).

Эффективность такого рода коммуникации (прежде всего качество передачи звука и изображения) существенно зависит от того, какие телекоммуникационные каналы используются для реализации KBКС.

Простейшим методом реализации KBКС является подключение ПК с помощью модема к обычной телефонной линии. Основной недостаток этого метода — низкое качество передачи изображения из-за его мелкого размера на экране монитора (ненамного больше почтовой марки), проблемы с передачей подвижного изображения (по существу, в этом случае можно говорить лишь о передаче отдельных кадров — 1—2 кадра в секунду, а иногда и менее). К числу недостатков такого метода можно отнести и его непропорциональную качеству высокую стоимость, если необходимо соединение по междугородной или международной телефонным линиям с поминутной оплатой. Все остальные функции KBКС, за исключением возможности многосторонних конференций, реализуются на вполне приемлемом уровне.

Наиболее привлекательной может показаться реализация KBКС на основе использования сети Интернет. В этом смысле ситуация аналогична той, которая возникает при передаче документов: передача электронных копий документов по каналам Интернет с использованием электронной почты всегда намного дешевле, чем использование телефакса. Основной недостаток современных систем передачи речи через Интернет (систематические кратковременные пропадания звука, резко ухудшающие разборчивость речи) в полной мере проявляется и в системах KBКС. Качество передачи изображения может быть существенно выше, чем при использовании KBКС по телефонным сетям, хотя все зависит от того, насколько много пользователей одновременно работает в данном канале доступа к сети Интернет. Наилучшее качество KBКС может быть получено при использовании цифровой сети с интеграцией услуг (ISDN – Integrated Services Digital Network).

Переход России к рыночным отношениям и вызванное этим появление большого числа предприятий малого и среднего бизнеса резко повысили требования к предоставлению современных услуг связи повышенного качества. Сеть ISDN позволяет предоставить пользователю телефонную связь «бизнес-класса». При этом пользователь одновременно с телефонным разговором может передавать факс или подключить свой ПК к сети Интернет. Одной из важнейших услуг, предоставляемых в сети ISDN, является возможность осуществления KBКС. При этом качество передачи как звука, так и изображения позволяет проводить профессиональные видеоконференции, вполне обеспечивающие «эффект присутствия» участников в одной комнате за одним рабочим столом.

* * *

Таким образом, современный уровень развития технических средств демонстрации не только расширяет географию делового общения, но и реализует полный комплекс зрительно-речевых

коммуникаций. Видеоконференции, позволяющие устраивать совместные мероприятия партнеров из разных городов, стран и даже частей света, позволяют деловым людям сэкономить значительные средства и время, затрачиваемые ими на дорогу.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

К главе VIII. Использование технических средств в коммуникации

1. Какие факторы определяют выбор конкретного вида технических устройств в деловом общении?
2. Какие современные технические средства служат для передачи устных (письменных, видео-) сообщений?
3. Какие технические средства коммуникаций обеспечивают наибольшую степень конфиденциальности?
4. В чем заключаются преимущества и недостатки электронной почты по сравнению с факсимильной связью?
5. Какова роль провайдеров в современном коммуникационном процессе?
6. Можно ли предположить, что в ближайшие годы традиционный (аналоговый) телефон морально устареет и будет заменен другими средствами связи?
7. В каких сферах бизнеса целесообразно внедрять новейшие средства связи в первую очередь?
8. Что, по Вашему мнению, препятствует в России внедрению новейших технических средств коммуникаций?

ЛИТЕРАТУРА

1. Байков В.Д. ИНТЕРНЕТ от E-MAIL к WWW в примерах. СПб., 1996.
2. Ефимова О.В., Моисеева М.В., Шафрин Ю.А. Практикум по компьютерной технологии. М., 1997.
3. Шафрин Ю. Основы компьютерной технологии. М., 1997.

ГЛАВА VIII

ОСОБЕННОСТИ РЕЧИ ПЕРЕД МИКРОФОНОМ И ТЕЛЕВИЗИОННОЙ КАМЕРОЙ

Многие оказываются в ситуациях, когда взаимодействие с другими людьми опосредуется такими техническими средствами, как микрофон или телекамера. Это может быть чтение лекций, публичное выступление, участие в пресс-конференции, интервью для радио или телевидения, чтение официального заявления и др. При этом поведение в целом и речевое поведение как его важнейшая составляющая неизбежно должно быть определенным образом скорректировано с учетом как преимуществ, так и ограничений используемых технических средств.

Отметим, что выступление с микрофоном перед публикой и выступление в радио- или телевизионной студии с точки зрения особенностей речевого поведения имеют между собой меньше сходства, чем различий. Объединяет их то, что эти виды выступлений являются устной публичной речью, каждое из них предполагает общение, ориентированное на большую и разнообразную по составу аудиторию. Вместе с тем подготовка и выступление с микрофоном перед «живой публикой» требуют от выступающего лишь определенных навыков обращения с этим техническим средством, сами же приемы воздействия и поведения не отличаются от тех, что используются в ораторской речи. В свою очередь, по мнению многих режиссеров, именно «ораторское искусство» – то единственное, что как бы специально создано, чтобы уничтожить естественность радио- или телевизионной беседы.

Какие факторы задают специфику общения по радио и телевидению, отличающую его от обычного публичного выступления? Каковы основные принципы организации радио- и телевизионной речи? Существуют ли правила поведения перед телекамерой и микрофоном и, если да, то в чем они заключаются? Вот те вопросы, которые рассматриваются в настоящей главе.

Подчеркнем, что нас будут интересовать не столько задачи профессиональной радио- и тележурналистики, сколько проблемы и вопросы, в которых необходимо ориентироваться, и требования, которые следует учитывать так называемым непрофессионалам, т.е. людям, в силу тех или иных причин обратившимся к возможностям радио- и телевизионной коммуникации.

§ 1. Особенности общения с аудиторией радио- и телевидения

Аудитория радио- и телевидения

Для того чтобы понять специфику радио- и телевизионной речи, нужно предварительно рассмотреть особенности взаимодействия между выступающими по радио или телевидению и аудиторией этих средств массовой информации. Важность учета социально-психологических характеристик при анализе

«языка массовой коммуникации», принципиальную зависимость собственно лингвистического поведения от социально-психологического контекста отмечают все специалисты в области массовой коммуникации.

Анализируя особенности общения по радио и телевидению, выделим два ключевых момента: 1) влияние характера радио- и телевизионной аудитории на поведение выступающих; 2) факторы, определяющие привлекательность или непривлекательность образа выступающего в глазах аудитории.

Рассматривая характерные особенности радио- и телевизионной аудитории, отечественный психолог АА. Леонтьев обратил внимание на ряд психологических трудностей, с которыми не встречается выступающий в «живой» аудитории, но которые возникают у человека во время выступления по радио или телевидению.

В о - п е р в ы х , коммуникатор не видит своей аудитории, следовательно, он лишен возможности непосредственно регулировать средства воздействия на слушателей, сообразуясь с их реакцией. Чтобы выйти из затруднения, вызванного отсутствием обратной связи, необходимо прогнозировать, представить, как эта невидимая аудитория может реагировать на то, что было сказано. Оптимальный путь такого прогнозирования, по-видимому, предполагает как бы мысленное сужение этой аудитории до «своей», до той, которую коммуникатор хорошо знает.

В о - в т о р ы х , радио- и телевизионная публика не просто рассредоточена в пространстве — она рассредоточена психологически. Люди становятся радио- или телеаудиторией случайно, без объединяющего их мотива, интереса, цели. Если обычный оратор имеет дело с людьми, уже заведомо представляющими собой некоторое психологическое единство, то в условиях радио или телевидения публичное выступление требует с самого начала усилий по привлечению внимания слушателей/зрителей, включая специфическое построение самого выступления, особую манеру поведения выступающего, т.е. все, что могло бы их заинтересовать. И хотя иногда интерес может вызвать сама тема выступления или популярность передачи, в которую приглашен выступающий, все-таки чаще всего коммуникатор сталкивается с необходимостью самому «подготовить почву» в умах зрителей или слушателей для восприятия своего выступления.

В - т р е т ь и х , аудитория телевизионного и радиовыступления практически не поддается «заражению», поэтому манера обращения, сам способ говорить с ней должен отличаться от обычной публичной речи. Восприятие массовой коммуникации, особенно телевидения, очень зависит от той малой группы, в составе которой человек слушает или смотрит передачу. Интерес к передаче и мнение об ее достоинствах и недостатках складываются обычно как единое мнение семьи или другой группы людей, воспринимающей ее совместно. Поэтому выступление должно не только привлекать внимание (интерес), но и постоянно поддерживать его.

В - ч е т в е р т ы х , человек слушает и смотрит радио- и телепрограммы, так сказать, в «мягких туфлях», в домашней обстановке, что не может не влиять на требования как к форме, так и к содержанию выступления. От публичного выступления по радио и телевидению ожидается, с одной стороны, сохранение некоторой отстраненности, а с другой — доверительность, неофициальность.

В - п я т ы х , аудитория радио и телевидения гораздо более разнообразна, чем аудитория «живого» публичного выступления. Поэтому выступающий должен ориентироваться на очень разный уровень слушателей/зрителей.

Итак, ясно, что аудитория, с которой имеет дело выступающий по радио или телевидению, определяет особые требования к его речевому поведению.

Образ выступающего

Не менее важным социально-психологическим моментом является то, как воспринимают самого выступающего зрители или слушатели, какой образ формируется в их представлении. Аудитория, на которую хочет воздействовать оратор, оценивает то, что он говорит, как он говорит и каков сам выступающий. От этой оценки во многом зависит, будет принята или отвергнута предлагаемая информация, как будут поняты передаваемые сообщения, повлияет ли переданное сообщение на действия зрителей/слушателей и т.д.

Не только на коммуникатора, но и на аудиторию психологический контекст их собственного восприятия обычно действует как некая скрытая сила. Люди испытывают на себе результаты ее действия, но не всегда могут объяснить, что именно и почему определило их окончательное впечатление от конкретной теле- или радиопередачи. Иногда одного появления на экране или первых слов зазвучав-

шего по радио голоса достаточно, чтобы привлечь внимание зрителей и слушателей. Бывает и по-другому: выступающий говорит правильные вещи, но они не вызывают ответного интереса или даже возникает чувство неловкости за человека в кадре или у микрофона.

В ходе социально-психологических исследований выявлено, что абсолютное большинство аудитории видит в человеке на экране, передающем какое-либо сообщение, не просто источник информации, а живого партнера по общению. При этом отношения к сообщению, особенно передаваемому по телевидению, в значительной степени зависят от отношения аудитории к коммуникатору, т.е. впечатление от личности говорящего слушатели/зрители склонны переносить на предмет речи.

Между восприятием образа выступающего и воздействием его сообщения обнаружена следующая связь: если у аудитории складывается положительный образ коммуникатора, то это, как правило, содействует положительному восприятию его сообщения, и наоборот.

Важно учитывать, что при формировании образа коммуникатора в равной степени имеют значение два ряда факторов, определяющих отношение, во-первых, между коммуникатором и сообщением, во-вторых, между коммуникатором и аудиторией.

Каждый ряд содержит свою систему характеристик.

Наиболее значимы для первого ряда отношений следующие характеристики коммуникатора:

- знание того, о чем он говорит;
- его искренность, правдивость, убежденность в том, что он говорит;
- умение донести свои знания, мысли до аудитории.

Среди характеристик, наиболее значимых для второго ряда отношений, можно назвать следующие качества коммуникатора:

- знание своей аудитории;
- искреннее уважение к аудитории;
- умение общаться с ней на равных, не поучая, не заискивая, не занимаясь самолюбованием.

Аудитория тонко чувствует отношение к себе. Степень ее доверия и симпатии к выступающему зависит от таких его важных качеств, как авторитетность и компетентность, внешняя привлекательность и тактичность.

На разных этапах общения эти качества могут играть разную роль. Например, на начальной стадии эффект привлекательности может возникнуть лишь благодаря внешности выступающего и его манере держаться, а представления о компетентности и авторитетности формируются на основе информации о его образовательной подготовке и социальном положении. Однако, чем длительнее общение, тем большее воздействие будут оказывать перечисленные выше характеристики коммуникатора в отношении как к аудитории, так и к тому, о чем он говорит. Незаинтересованное, формальное выступление оставляет людей равнодушными, высокомерие вызывает неприязнь. При этом важно знать, что даже хороший оратор или квалифицированный журналист не может скрыть своей внутренней позиции, если она не совпадает с тем, что он говорит. Достаточно точно установлено, что, когда человек неискренен, некоторые характеристики его голоса меняются определенным образом, не говоря уже о более доступных наблюдению сигналах мимики и жестов.

* * *

Таким образом, без учета рассмотренных выше социально-психологических особенностей общения по радио и телевидению невозможно понять задачи, которые необходимо решить режиссеру, редактору и, конечно, самому выступающему в процессе подготовки его радио- или телевизионного выступления.

§2 Основные принципы организации радио- и телевизионной речи.

Двойственная природа радио- и телевизионной речи: социальная и личностная ориентированность

Обращаясь к собственно речевому поведению на радио и телевидении и принципам его организации, важно помнить следующее:

- Нельзя повторить дважды только что сказанное в эфире, следовательно, необходимо ориентироваться на первоначальное восприятие текста аудиторией, так как «вторичного» восприятия из эфира быть не может.

- Зрителями или слушателями вашего выступления будут люди разных возрастов, профессий, разного культурного уровня и интересов.

- Встреча с вами на экране или по радио для многих из них явится, скорее всего, случайной.

Учет этих ключевых моментов предполагает, что теле- или радиоречь должна быть конкретной и доходчивой по содержанию, непринужденной по тону, т.е. организована по типу неофициальной беседы (разумеется, за исключением случаев официального заявления). Таким образом, выступление будет максимально эффективным, если оно оптимальным образом сочетает элементы социальной и личностной ориентированности общения.

Вместе с тем такое сочетание не может не быть противоречивым, задавая внутреннюю конфликтность речи, в чем также нужно отдавать себе отчет. Противоречие возникает, с одной стороны, между реально существующим односторонним контактом выступающего в кадре или перед микрофоном со зрителями или слушателями и необходимостью при этом имитировать двусторонний контакт; а с другой – между заранее подготовленным письменным текстом и устной формой его воспроизведения: речевой поток, который должен восприниматься как спонтанный, на самом деле таким не является.

Помимо этого интонация речи, используемой в массовой коммуникации, отличается от интонации непринужденного межличностного общения «нейтральностью» мелодии основного тона. Коммуникатор не повышает голос до крика и не понижает до шепота, каждое слово произносится более или менее четко – не проглатывается, как это имеет место в общении лицом к лицу. Редукция безударных гласных менее выражена, паузы между словами, речевыми тактами не выходят за рамки строго обусловленных границ. На телевидении существует стереотип неречевого поведения, который ограничивает мимическую деятельность и жестикуляцию выступающего.

Все эти характеристики обусловлены социальной ориентированностью радиовещания и телевидения. Они же требуют соединения в речевом поведении человека, выступающего в эфире, устно-литературной нормы и нормы непринужденной разговорной речи при сохранении целенаправленности, информативности, ясности сообщения. Чтобы того достичь, необходимо строить выступление, используя принципы разговорности, диалогизации, интимизации речи. Перечисленные принципы в равной степени относятся как к «сольному» выступлению, так и различного рода беседам в эфире, будь это интервью, беседа за круглым столом, дискуссия. Разумеется, сама форма беседы предполагает, что в речь собеседников вводятся приемы ее диалогического построения. Тем не менее для человека, не имеющего большого опыта выступлений по радио или телевидению, знание таких принципов может оказать существенную помощь при подготовке к выходу в эфир.

Рассмотрим указанные принципы подробнее.

Принцип разговорности

Экономное использование лексики. Восприятие устной речи затрудняется при превышении определенных порогов лексического разнообразия. Если письменная речь подразумевает развернутость словесного выражения мысли, приведения логически строгой системы аргументов, то устная речь не требует этой развернутости. Удачное сравнение, метафора или намек могут сделать больше, чем точное и строгое, но длинное доказательство.

Четкая структурная организация выступления. Передачи разговорного жанра не терпят композиционной расплывчатости. Они должны развиваться динамично. Основная проблема здесь не столько в определении темы выступления, сколько в самоограничении; все понимают, что за несколько минут невозможно рассказать обо всем, однако многие выступающие пытаются это сделать, что в конечном счете приводит к легковесности. Специалисты указывают на важность конкретизации темы, выбор одного аспекта, наиболее важного из множества вопросов, фактов и поворотов темы.

Выступление должно быть информационно точным, в противном случае попытка слушателя или зрителя понять, о чем идет речь, отвлечет от последующей информации. Это относится к устному слову вообще. Однако в условиях одностороннего контакта данное требование приобретает исключительное значение.

Важно помнить:

- Информация достигает оптимального воздействия, когда в ней содержится новизна (новость). При этом можно выделить три типа новостей, которые надо совмещать и комбинировать: новое о неизвестном; новое об известном; формирование нового отношения к фактам. Недостаток новизны

стимулирует переключение внимания.

- Интерес вызывает доказательная информация, которая опирается на эмпирический опыт аудитории, статистику, фактологический материал.

- Начало и конец выступления имеют важную психологическую нагрузку. Если изложение интересно, то доказательность следует оставить на конец, чтобы не уменьшить значимости идеи.

Последнее замечание свидетельствует о важности выбора такой драматургии выступления, которая бы удерживала зрителя/слушателя у экрана/радиоприемника от начала до конца.

Композиция выступления по радио или телевидению, с одной стороны, предусматривает те же структурные моменты, которые свойственны любому публичному выступлению: продуманные начало и конец, импровизацию основной части на основании продуманной линии изложения, логическую организацию материала, эмоциональную форму подачи. Наряду с этим описанные выше особенности восприятия устной речи в эфире оказывают существенное воздействие на ее композицию. Очень емко эти особенности сформулировал Поль Сопер: «Вводные замечания должны быть краткими, целеустремленными и интересными, все последующие – свободными от общих мест. Пример вплотную идет за примером, заранее намечены пункты освежающие внимание. Переход от одного раздела к другому происходит быстро, фразы коротки – не более чем в 20 слов. Слово должно быть насыщено смыслом, обладать ритмом и отличаться образностью. финал не следует затягивать: он должен состоять из одной-двух энергичных фраз или коротенького примера и ни в коем случае из пространных выводов»*.

*Сопер П. Основы искусства речи М, 1992. С 329

Принцип диалогизации

Диалог представляет собой принцип взаимодействия между людьми, взаимоправления друг другом. В речевой коммуникации диалог означает процесс, при котором люди взаимодействуют посредством выражения в словах смысловых позиций-суждений. Для реального диалога необходимы следующие условия:

- 1) наличие желания и готовности у обоих партнеров выразить свою позицию по отношению к обсуждаемой проблеме;

- 2) готовность воспринять и оценить позицию партнера;

- 3) готовность к активному взаимодействию;

- 4) наличие у партнеров общей основы и определенных различий в решении обсуждаемой проблемы.

Актуальность принципа диалогизации речи по радио или телевидению определяется тем, что выступающий воспринимается публикой прежде всего как партнер по взаимодействию. Если это ожидание не подтверждается, то существенно снижается эффективность воздействия его выступления и возможность поддержания внимания и интереса.

Вместе с тем реализация принципа диалога в теле- и радиопередача требует использования особых драматургических и стилистических средств. Как уже отмечалось, своеобразие радио- и телебеседы состоит в том, что собеседники присутствуют не в одном месте, а отделены друг от друга пространством, поэтому выступающий в кадре или перед микрофоном должен предугадать реакцию зрителя и слушателя и суметь ответить на нее. Беседа строится в расчете на невидимого собеседника, который мыслится как активный участник двустороннего контакта. Вот почему здесь необходимо учитывать иные отличные от тех, что выражает говорящий, мнения и позиции по обсуждаемым вопросам, предвидеть различные точки зрения на проблему, аргументируя собственную. Слушатель/зритель должен чувствовать ход мыслей оратора: вместе с выступающим он оказывается перед проблемой и вместе с ним приводит к определенным выводам. Этот процесс можно назвать сопереживанием, параллельным мышлением.

Таким образом, диалогизация теле- и радиопередачи заключается в том, что она композиционно построена как монолог со структурными элементами диалога, т.е. рассчитана на реакцию слушателей.

Для диалогической речи справедливы требования к устной речи в целом, а именно: лаконичность (немногословность), простые короткие фразы. Если монологической речи предшествует выработка программы (плана) речи, адекватная реализация которой сознательно контролируется, то диалогической речи свойственна свернутость этапов внутренней обратной связи, отсутствие жесткого сознательного контроля за речевым потоком.

Следующие стилистические приемы придают выступлению диалогический характер.

- **Вопросно-ответный комплекс** (пара вопрос – ответ).

Ход диалога зависит прежде всего от того, удачно или неудачно формулируются исходные вопросы и даются ответы на них. Именно благодаря вопросам отдельные высказывания приобретают смысл. То, что ни на что не отвечает, оказывается бессмысленным и остается за пределами диалогической ситуации. Классическим примером диалогизации выступления с использованием вопросно-ответной конструкции, когда выступающий сам задает себе вопрос и сам дает ответ на него, может служить речь У. Черчилля 13 мая 1940 г. в Палате общин:

«...Вы спросите, в чем наша политика? Скажу вам – начать войну на суше, на море и в воздухе... начать войну против ужасной тирании, невиданной даже в самых темных, самых прискорбных списках человеческих преступлений... Вы спросите – какая наша цель? Могу ответить одним словом – победа...»*

* Цит. по: *Сопер П* Указ. соч. С. 388

- **Прямое и не прямое обращение к собеседнику.**

Набор формул прямого обращения (т.е. непосредственного обращения к собеседнику) достаточно разнообразен. Это обращения типа «Я рад встрече с вами, дорогие радиослушатели (телезрители)» или «Мне очень важно знать ваше мнение» и т.п. К разряду не прямых обращений относятся высказывания, которые можно определить как мы-высказывания. Ценность приема непрямого обращения заключается в том, что инициаторы общения говорят при этом не только от своего имени, но и от имени самих радиослушателей и телезрителей, выражая мнения и оценки, которые у них могут возникнуть (например, «*Все мы находимся под впечатлением...*» или «*Разве можем мы согласиться с...*»)

• **Оценка факта или события**, о котором говорится. Для того чтобы речь воспринималась как диалогическая, важно, чтобы запланированная оценка фактов и событий подавалась так, как будто она сформировалась спонтанно в процессе взаимодействия, и у аудитории создавалось впечатление произвольности, непреднамеренности сделанного сообщения. Это достигается, в частности, указанием выступающего на те эмоции, которые он переживает в данный момент: с помощью оборотов типа «*Вы не представляете, как мне приятно было узнать, что...*» или «*Даже сейчас, когда я говорю (вспоминаю) об этом, я очень волнуюсь*» и т.п. Таким образом, внедрение диалога в монолог способствует развитию эмоционального начала в повествовании. Воздействие на чувства зрителя (слушателя) усиливает в нем переживание соучастия, включает в размышление, которое происходит в кадре и у микрофона.

Принцип интимизации

Камерность обстановки, в которой воспринимается выступление по телевидению или радио, предполагает поиск особых форм выражения, рассчитанных на каждого слушателя в отдельности. Интимизация снижает официальность общения, делает его более непринужденным. Этой цели служат разговорная экспрессивная лексика, разговорная фразеология, лексические образные средства (тропы) и синтаксические средства выразительности (стилистические фигуры). Для достижения большего контакта со зрителем/слушателем, большей доходчивости вполне допустимы использование неправильного порядка слов в предложении (инверсия), риторические вопросы, высказывания с вводными словами и предложениями и другие конструкции разговорного синтаксиса, а также соответствующая лексика. Например: «*Вы поймете меня, дорогие мои женщины, поймете, потому как, кому, как не нам, пусть даже тяжело нам сейчас, думать о будущем нашем, о детях наших*» и т.д. (из передачи Петербургского радио).

Принцип удобства звукового воспроизводства и слухового восприятия

Помимо рассмотренных нами принципов важным условием организации речи является то, что радио- и телетекст должен быть удобен для звукового воспроизводства и слухового восприятия.

Полезными для практической деятельности как редактора, так и человека, выступающего по радио или телевидению, представляются следующие рекомендации С.И.Бернштейна, улучшающие восприятие высказываний:

• Выделение в особые фразы (после точки, двоеточия, точки с запятой) придаточных предложений, вводимых союзами *потому что, причем, хотя, ибо, так как* и т.п., а также фраз, присоединяемых к предыдущей фразе при помощи союзов *а, и, но* и др.

- Замена громоздких цитат пересказом.
- Расчленение в необходимых случаях сложных предложений на ряд простых.
- Замена конструкций с причастными оборотами, с отглагольными существительными, страдательными оборотами, с «нанизыванием» одинаковых падежей (чаще всего родительных) синонимичными синтаксическими конструкциями (обычно с личным глаголом действительного залога).
- Объяснение малоизвестных узкоспециальных терминов.
- Замена словосочетаний типа *выше было сказано, о чем будет сказано ниже* (*выше и ниже* – не для эфира) разговорными *я уже говорил об этом, об этом я скажу позже*.
- Умеренное использование цифрового материала (в необходимых случаях можно округлять дробные наименования в больших числах, употреблять вместо цифр слова – *вдвое, больше половины* и т.д.).
- Замена сокращенных слов (типа *и т.д., и т.п., и др., т.е.*) полными.
- Обозначение апострофом места ударения в словах, вызывающих затруднения у готовящего текст.

Таким образом, краткость фраз (на 14–15-м слове может наступить «порог внимания») и даже слов (очень длинные слова трудно произносить), их удобочитаемость и удобопроизносимость, правильно поставленное ударение, расчленение фразы при помощи интонации – необходимые условия для полного усвоения информации в телерадиопередачах.

Одно из требований культуры звучащей речи – благозвучие. Неудачная фонетическая организация речи, затрудненная артикуляция мешают восприятию материала на слух, отвлекают внимание слушателя от содержания высказывания. Для выступающих по телевидению и радио важно избегать навязчивого повторения одинаковых и сходных звуков, употребления неблагозвучных словоформ, труднопроизносимых сочетаний звуков при соединении слов. В речевом потоке звуки должны быть подобраны так, чтобы речь была легко произносимой и в то же время отчетливой. Поэтому стечение многих согласных или столкновение гласных создает неблагозвучную речь. Примером могут служить фразы типа *сталкивались ли вы, пробовали ли вы, я знал ее и ее июльские планы* и т.п.

Интонация – темп речи, паузы, тембр, тон речи, мелодика, логическое ударение и словоударение – воспринимается слушателем/зрителем как выражение внутреннего состояния, настроения и искренности (или неискренности) говорящего. Само звучание речи должно вызывать определенную реакцию у аудитории. Если ожидание слушателей обмануто, если интонация не дает эмоционально-конкретного освещения смыслу, речь остается бездейственной.

* * *

Таким образом, рассмотренные выше особенности радио- и телевизионной речи как устной звучащей речи, обращенной к многомиллионному слушателю и зрителю, позволяют характеризовать ее как особую форму ораторского искусства с присущими только ей принципами организации и стилистическими характеристиками.

§ 3. Телеинтервью

Фазы телеинтервью

По определению, данному в ряде словарей интервью – это беседа журналиста с каким-либо лицом или группой лиц, представляющая общественный интерес и предназначенная для передачи в средствах массовой информации.

Телевизионное интервью, как правило, проходит в прямом эфире и продолжается 15–20 минут. В это ограниченное время, в присутствии телеоператора и других работников телестудии надо свободно высказать свою позицию. Умение говорить перед телекамерой и держаться свободно, не скованно приходит с опытом, но ему можно учиться при ведении других типов публичных диалогов, например диспутов, ответов на вопросы аудитории после публичного выступления.

Многим запомнились неприятные минуты, которые они пережили во время своего первого публичного выступления, язык прилипает к нёбу, становится ватным или чугунным, в глазах все плывет, теряется представление о времени, мысли ускользают. Чтобы хотя бы частично избежать этих неприятных спутников первого интервью, к нему необходимо подготовиться. Можно обговорить с интервьюером круг основных проблем, которые будут затронуты в интервью. Если это невозможно, стоит самому представить, что может интересовать журналиста, продумать наиболее вероятные

вопросы и возможные ответы на них. Во время интервью постарайтесь забыть о телезрителях и телекамере, разговаривайте с журналистом доброжелательно. Открытость, непредвзятость – важное условие общения. Старайтесь держаться естественно и быть самим собой. Сосредоточьтесь на собеседнике, слушайте, что он говорит. Забудьте о своих руках и ногах, думайте о теме разговора.

Как и всякое общение, телеинтервью имеет свои фазы. О подготовительной фазе мы уже сказали, правда, не всегда такая подготовительная фаза бывает возможна. В условиях блиц-интервью на улице, после публичного выступления, после совещания, на митинге беседа носит характер максимально спонтанный. Как правило, такие интервью короткие и касаются какой-то одной проблемы.

Первая фаза интервью – контактоустанавливающая. К этой фазе относятся приветствие, представление интервьюируемого зрителям. В этой фазе задаются социальные роли собеседников, происходит «сонастройка» эмоциональных волн, устанавливается психологический контакт.

В телевизионном интервью у журналиста и интервьюируемого почти равные роли. Эти роли определяются в зависимости от конкретных участников разговора. Возможное неравноправие участников телеинтервью, вызванное высоким социальным статусом гостя (известный политик, преуспевающий бизнесмен, популярный певец), компенсируется ролью «хозяина», которую выполняет журналист по отношению к гостю. За журналистом остается право вести интервью и определять тему беседы, хотя иногда случается и так, что гость программы перехватывает инициативу.

Многое зависит от того, как вас представит журналист в первой фазе интервью. На эту фазу общения надо обратить особое внимание.

Если с первых слов с гостем студии начинают говорить на украинском языке (как произошло с Людмилой Гурченко в ток-шоу «СВ») и он отвечает таким же образом, то до конца передачи ему приходится выступать в роли провинциала «с Харькови», который недавно приехал в Москву.

Если роль, предлагаемая вам журналистом, вас не устраивает, надо попытаться переменить характер отношений.

Вот как это сделал экс-вице-премьер Б.Е. Немцов, когда журналист пытался представить его как подопечного Президента Б.Н. Ельцина:

В е д у щ и й. В наше сверхнестабильное время приятно, знаете ли, пообщаться с человеком, судьба которого определена по крайней мере до 2000 года. Во всяком случае такой срок определил Президент Ельцин, говоря о будущем двух вице-премьеров – Немцова и Чубайса. Кроме того, Борис Ефимович Немцов удостоился сегодня еще одного почетного звания: Президент назвал его «нашим генератором идей». Итак, сегодня в студии Борис Ефимович Немцов – первый вице-премьер. Еще раз здравствуйте!

Б. Н е м ц о в: Добрый вечер, добрый вечер!

Ведущий: Борис Ефимович, и все-таки кого имел в виду Борис Николаевич, когда говорил, что на него насканивают (определяя, видимо, вашу судьбу), а он их отталкивает,

Б. Н е м ц о в: *Мне трудно сказать*. Но вообще смельчаков, которые могли бы насканивать на Президента, очень и очень мало. И нетрудно их вычислить. *Да это, наверно, и не нужно. Есть конкретное дело, им надо заниматься. Я вообще считаю, что эта тема, вокруг которой столько шума сегодня, она яйца выеденного не стоит* (С. Сорокина – Б. Немцов. НТВ. «Герой дня». 1998. февраль).

Журналист может предложить в виде игры разный характер отношений: судья – обвиняемый, подросток – старый морской волк, мужчина – женщина, неопытный спортсмен – опытный спортсмен, безупречный журналист – виновный политик и т.д. Задача гостя студии распознать по языковым и неязыковым (жестам, мимике, позе) характеристикам общения журналиста предлагаемую социальную роль и включиться в игру или отказаться от нее.

Вторая (основная) фаза интервью – концентрация внимания на какой-то проблеме, теме. Обычно в 15-минутном интервью обсуждаются 5-10 тем, которые представляют собой микродиалоги, имеющие начало и конец.

Третьей (заключительной) фазе подводятся итоги разговора, журналист обычно еще раз представляет гостя студии и прощается с ним и телезрителями.

Типы телеинтервью

Все фазы интервью подчиняются его жанровым особенностям. Различают интервью-расспрос, цель которого – получение новой информации; интервью-обмен мнениями, в центре внимания которого находится обсуждение общезначимой проблемы; интервью-портрет, создающий образ интервьюируемого. Характер беседы зависит от того, с какой целью пригласили интервьюируемого –

получить от него информацию, обсудить с ним проблему или рассказать о нем.

В *интервью-расспросе* задача интервьюируемого – предоставить запрашиваемую информацию или раскрыть свое мнение. Характер общения в таком интервью носит односторонний характер: журналист спрашивает, интервьюируемый отвечает. В ходе интервью интервьюируемому задают в основном вопросы открытого типа, т.е. вопросы, включающие вопросительные слова (*что, где, когда, о чем, почему* и т.д.); в основе этих вопросов лежит желание узнать новую информацию. Реже в интервью-расспросе используются вопросы закрытого типа, запрашивающие мнение (*Вам нравится отдыхать в Крыму ?; Важно ли это?*). Открытые вопросы требуют от интервьюируемого достаточно полных ответов. Но и в ответ на закрытый вопрос интервьюируемому редко удается ограничиться ответом *Да* или *Нет*, обычно приходится объяснять свою позицию или аргументировать мнение, в противном случае журналист будет подталкивать интервьюируемого к ответу (*Ну что я из вас тяну слова?*)

В *интервью - обмене мнениями* задача интервьюируемого усложняется. Он должен не просто высказать, но и отстоять свое мнение.

В интервью этого типа оба собеседника играют активную роль, при этом журналист может прямо не высказывать своего мнения, но сомневаться в справедливости точки зрения интервьюируемого.

Журналист, находясь в позиции «хозяина» по отношению к «гостю», не может прямо высказывать свое мнение по нашим стереотипным представлениям о поведении журналиста, его основная задача – расспросить собеседника, узнать его мнение. Поэтому журналисты часто прибегают к высказыванию мнения в форме предположения:

В е д у щ и й : Андрей Афанасьевич, я из многих публикаций узнала о Вас нечто лестное. О том, что Вы высококлассный специалист в области военной техники. И в связи с этим хотела Вас спросить о том, что касается наших вооружений. Ведь не секрет, что очень часто самые современные разработки уходят за границу, а наша армия не имеет возможности их купить. Пока эта ситуация есть. Как Вы к этому относитесь?

А. К о к о ш и н : Конечно, это такой вопрос болезненный для тех, кто хотел бы владеть самым современным оружием. Но наша финансово-экономическая ситуация такова, что мы не можем себе сегодня позволить осуществить полномасштабное перевооружение нашей армии, флота, военно-воздушных сил. Поэтому сейчас упор сделан на то, чтобы в максимальной степени обеспечить...

Ведущий (договаривает): ...зарабатывать деньги.

А. К о к о ш и н : *Нет, немножко не так.* Это само собой. Деньги должны зарабатывать наши предприятия. Но они должны знать, зарабатывая эти деньги (это главный предмет определенных договоров между министерством обороны и НИИ, которые занимаются разработкой вооружений), что они за эти деньги разрабатывают еще более перспективное оружие.

В е д у щ и й : *То есть мы не торгуем ноу-хау самыми передовыми?*

А. К о к о ш и н : *Э, нет, мы торгуем.*

В е д у щ и й : *Торгуем?* (с удивлением)

А. К о к о ш и н : *Да, но* каждый раз это тщательно выверяется. Есть соответствующая комиссия в министерстве обороны (С. Сорокина – А. Кокошин. НТВ. «Герой дня». 1998, январь).

Договаривая за интервьюируемого его мысль («... *зарабатывать деньги*»), используя интерпретацию слов собеседника («*То есть мы не торгуем ноу-хау самыми передовыми*»), выражая удивление («*Торгуем!*»), ведущий старается получить дополнительную аргументацию, помогает интервьюируемому яснее высказать свое мнение.

В *интервью-портрете* интервьюируемый может позволить себе быть самим собой. Интервью-портрет часто берут в неофициальной обстановке: дома или на даче у интервьюируемого (см., например, передачи «Герой дня без галстука», НТВ; «Пока все дома», ОРТ). Неофициальная обстановка располагает к шутливому, несерьезному тону разговора. Для такого разговора характерны многотемье, ассоциативность связей. И главной здесь – естественность. В интервью-портрете интервьюируемый может в качестве «хозяина» взять инициативную роль на себя. Он может заранее подготовить фотографии, любимое блюдо, может пригласить для участия в беседе своих детей и супругу (супруга). Вот пример такого интервью-портрета Г. Попова:

Г. П о п о в (показывает фотографию) ' Это, когда я стал деканом экономического факультета. Мне было 42.

В е д у щ и й : Раньше бороду носили.

Г. П о п о в : Я все время носил бороду. Практически постоянно.

В е д у щ и й : А я Вас видела все время без бороды.

Г. Попов: Ну, это последние годы.

Ведущий: Надоело?

Г. Попов: Что? (переспрашивает)

Ведущий: Надоело бороду носить?

Г. Попов: Да нет. Чисто восточная привычка. Там чем человек старше, тем у него меньше растительности. Сначала исчезает борода (смеется), потом усы становятся тоньше-тоньше. И тогда он становится совсем старым, остается такая тоненькая полосочка (смеется) (И. Зайцева – Г. Попов. НТВ. «Герой дня без галстука». 1998, февраль).

Это интервью носит шуточный характер, характеризует интервьюируемого как самоироничного и умного человека, который даже на не совсем тактичные вопросы журналиста умеет ответить шуткой.

Тактики речевого поведения интервьюируемого

Интервьюируемый в своих ответах на вопросы может использовать ряд тактик: тактику содействия, т.е. достаточно полно, по возможности правдиво отвечать на вопросы; тактику противодействия – в виде отказа отвечать на вопрос (*«Я отказываюсь отвечать на этот вопрос; Это слишком личный вопрос, Я не хотел бы касаться этой темы.»*) или тактику уклонения в случае нежелания открывать запрашиваемую информацию.

Существует несколько способов уклониться от ответа. Их цель сводится к тому, чтобы оставить у спрашивающего и у зрителей впечатление, что ответ на вопрос получен; на самом деле дается неполный или неточный ответ. Так, если журналист задает конкретный вопрос, его можно перевести в общий план, т.е. ответить общими словами (*«Что вы намерены предпринять?» - «Много планов. Разрабатывается ряд мер»*), или же наоборот в случае общего вопроса – ответить конкретно (*«Чем вы занимаетесь?» - «Делаю ремонт в квартире»*),

Можно в свою очередь задать встречный уточняющий вопрос или переформулировать вопрос (*«Сколько стоит дом?» - «Вы хотите спросить, сколько лет нужно работать на такой дом?»*). Можно сослаться на этические нормы, не позволяющие ответить на вопрос:

Ведущий: Вы считаетесь у нас экономическим стратегом. Так ли это?

Е. Ясин: Ну, я предпочитаю, чтобы об этом говорили другие. Ну да, это входит в круг моих обязанностей (С. Сорокина – Е. Ясин. НТВ. «Герой дня». 1998, февраль).

Иногда уклоняются от ответа, ссылаясь на необходимость говорить только то, что знаешь:

Б. Немцов: Да, сегодня (Президент) уехал из Кремля на автомашине марки «Зил».

Ведущий: И можно считать, что с сегодняшнего дня будет на ней ездить?

Б. Немцов: Ну знаете! Вы мне такие вопросы задаете. *Я вам только сообщаю, что случилось* (С. Сорокина – Б. Немцов. НТВ. «Герой дня». 1998, февраль).

Главное, чтобы уклонение или отказ от ответа были чем-то объяснены. Неаргументированный отказ отвечать воспринимается как нежелание сказать правду, желание что-то утаить и вредит интервьюируемому.

Стараясь вызвать интервьюируемого на спор, журналист может использовать так называемые некорректные приемы. Интервьюируемый должен иметь в виду, что его слова могут быть искажены журналистом (упрощены и даже доведены до абсурда). Посмотрите, например, на тактику искажения слов собеседника, применяемую А. Любимовым в передаче «Один на один»:

Б. Немцов: (...) Сейчас образ Нижнего Новгорода ассоциируется скорее с новенькими газелями, с возрожденной городской ярмаркой, с дорогами, которые сейчас тестируются довольно оригинальным образом: на капот ставится стакан с водкой, и если он проливается при скорости 80 км в час, то тогда строители переделывают эту дорогу. А...

Ведущий (перебивает): Богато живете? богато.

Б. Немцов: Ну как живем? Стараемся.

Ведущий: Михаил Михалыч, а у вас?

М. Прусаков: Ну я думаю (...) Ну кто мог думать, еще допустим там несколько лет назад, в дореформенный период, что будет построено там с участием иностранных инвесторов, э-э, фабрика «Кедбери», будет строиться «Стиморол» и так далее. [...]

Ведущий: Да, вот Вы торгуете, а Борис Ефимович водкой меряет дорогу, да? Так и живете? Хорошо. По сравнению там с Горячевым из Ульяновска это достижение (А. Любимов – Б. Немцов. М. Прусаков. ОРТ. «Один на один». 1996, декабрь).

Задача интервьюируемого в таком случае не поддаться на провоцирующее поведение журналиста. Интервьюируемый не должен допускать искажения, упрощения своей точки зрения, не должен соглашаться с предположениями журналиста, если он с ними не согласен. В данном случае уместна *тактика противодействия* (которую можно наблюдать в приведенном выше интервью секретаря Совета обороны А.А. Кокошина).

Реакцией интервьюируемого может быть отказ от этих слов (что не всегда уместно), протест выраженный вербально («*Не надо упрощать*»), «*Вы передергиваете факты*», «*Это не совсем то, что я говорил*») или (что лучше!) прояснение своей позиции («*Я имел в виду совсем другое*», «*Не в этом дело*», «*Я думаю, что не так все просто + разъяснение*»).

Посмотрите, как реагирует на давление журналиста Б. Немцов:

В е д у щ и й : Но кто же олигархи, как не Чубайс и Черномырдин?

Б. Н е м ц о в : *Я не отвечаю на риторические вопросы* (С. Доренко – Б. Немцов. ОРТ. «Время». 1998, март).

Тактика речевого поведения интервьюируемого может меняться в ходе интервью в зависимости от характера вопросов журналиста. Правильный выбор тактики (содействие, уклонение или противодействие) помогает интервьюируемому занять активную позицию в разговоре.

Качество речи интервьюируемого

Речь интервьюируемого должна отвечать следующим критериям: должна быть правдива; содержать информации не больше и не меньше, а ровно столько, сколько нужно; соответствовать теме разговора; быть понятной; не оскорблять слушающих.

Рассмотрим критерий «п о н я т н о с т ь р е ч и». Интервьюируемый должен учитывать специфику восприятия устной речи. Следует быть осторожными с использованием отглагольных существительных, лучше их заменить глагольными конструкциями: *в целях улучшения качества - чтобы улучшить качество, при условии реализации программы развития - если реализовать программу развития*. Не рекомендуется использовать очень длинные предложения, осложненные перечисленными рядами, причастными и деепричастными оборотами.

Например, предложение «*Проверяется способность тестируемого вести неподготовленную беседу, демонстрируя адекватность вербального поведения логике развития ситуации общения*» лучше разбить на несколько самостоятельных предложений: «*Проверяется, способен ли тестируемый вести беседу без подготовки*» *Проверяется, соответствует ли его речь тому, как развивается ситуация общения*».

Для облегчения восприятия речи необходимо ее структурировать, т.е. указывать на характер ее содержания (*во-первых, во-вторых, наконец, итак, главное, кстати и т.д.*).

Интервьюируемый должен учитывать, что его слушают неспециалисты, поэтому необходимо использовать сравнения, примеры, аналогии из обыденной жизни.

В качестве примера приведем отрывок из интервью бывшего министра Е.Г. Ясина:

В е д у щ и й : Евгений Григорьевич, Вы официально именуетесь министром без портфеля. Что это значит?

Е. Я с и н : Министр без портфеля, *если использовать футбольную терминологию*, – что-то вроде блуждающего форварда. Ни за кем не закреплен, никого не опекаю, никем не опекаем. Ну вот, ищу дырки, которые нужно либо закрыть, либо проникать. [...]

В е д у щ и й : Почему в круг Ваших обязанностей входит этот проект «Морской старт»?»

Е. Я с и н : Ну это как бы один из природных таких пунктов. А *во-вторых, он* в значительной степени осуществляется при поддержке федерального центра проектного финансирования, который я курирую среди других организаций (С. Сорокина – Е. Ясин. НТВ. «Герой дня». 1998, февраль).

Здесь интервьюируемый удачно приводит сравнение из обыденной жизни, говорит достаточно живо, разбивая информацию на порции, структурируя свою речь. Кстати, структурирование речи не только облегчает ее восприятие, но и не дает интервьюеру возможность перебивать интервьюируемого, пока он не закончит излагать пункты.

Если гость студии нарушает какое-либо правило общения, ведущий в интересах телезрителей может указать на это собеседнику. Так, если собеседник отклоняется от темы разговора или повторяется, т.е. нарушает принцип информативности, журналист вправе прямо или косвенно сказать об этом.

В качестве примера приведем фрагмент из интервью, когда ведущий направляет ход беседы в нужное русло:

Б. Немцов: Теперь, что касается федерального правительства, то нужно всеми силами принять федеральный закон, в частности, позволяющий давать пособие и помогать только самым бедным, а не всем, поскольку сейчас 100 миллионов граждан, т.е. две трети россиян, имеют формальное право на пособия и выплаты. Никакой адресной поддержки нет, а деньги, небольшое их количество, размазываются, так что никому не достается. Это крайне неэффективно...

В е д у щ и й (перебивает): *Да, мы говорили уже про пакет этих мер* (С. Сорокина – Б. Немцов. НТВ. «Герой дня». 1998, январь).

Если речь собеседника слишком абстрактна, непонятна неспециалисту, ведущий старается перевести ее в более конкретную, понятную форму. Для этого журналист может использовать сравнения, фразеологизмы, цитаты, переключаящие сознание собеседника на другой регистр. Так, перечисления, большое количество цифровой информации плохо воспринимаются на слух. Если это знает тележурналист, он будет стремиться подсказать собеседнику конкретное живое сравнение.

Приведем фрагмент из интервью с А. Голодом, специалистом, занимающимся проблемой влияния архитектурных сооружений в форме пирамид на окружающее пространство.

В е д у щ и й: Ну а все-таки, что происходит в пирамиде и что происходит вокруг нее?

А. Г о л о д: В пирамиде происходят многие удивительные вещи. Вот я, например, несколько лет занимаюсь физикой явлений, которые происходят в пирамидах. Однажды я делал доклад в НИИ «Графит». Товарищи-академики как всегда в таких проблемах по улыбались. От проблемы мистикой веет за версту. Ну дали тестовый образец нейроуглерода. Это одно из самых стабильных на Земле веществ. Физика не знает вещества, которое более чем на 10% меняет его физические характеристики.

В е д у щ и й: А что это такое вообще?

А. Г о л о д: Это кусочек нейролентного графита.

В е д у щ и й: И что с ним стало в пирамиде?

А Г о л о д: Через сутки его сопротивление (...) увеличилось в 4 раза.

В е д у щ и й: *Ну а что-нибудь более понятное?* Дохлые кошки действительно не портятся? (О. Бычкова–А. Голод. НТВ. «Герой дня». 1998, февраль).

Еще один пример из интервью А. Разбаша с экономистом Б. Федоровым:

Б. Ф е д о р о в: Я знаю точно, что огромное количество директоров оборонных предприятий, да и губернаторов, всегда говорили в последние годы: «Вы дайте 100 рублей или 50. Если 50, то точно 50. Мы на них и будем рассчитывать. Вы же нам каждый раз говорите, что это будет 100, а даете 50».

В е д у щ и й: *Это как добрый хозяин, который отрубал хвост собаке постепенно.*

Б. Ф е д о р о в: Собаке рубят хвост, ей больно, она плачет и жалуется. Поэтому здесь это более частный подход. Другое дело просто сказать, что меньше будет денег, это неправильно. Денег в стране на самом деле очень много. Их нужно пропускать через государственные каналы. Может, надо брать налоги, уменьшая их, и ужесточать меры по их сбору (А Разбаш – Б. Федоров. ОРТ. «Час пик». 1997, апрель).

Давая телеинтервью, говорящий должен учитывать, что интервью носит публичный характер, предназначено для телезрителей. Он должен внимательно следить за репликами и комментариями журналиста, касающимися содержательной и языковой стороны диалога. Интервьюируемый должен учитывать, что он выступает перед миллионами телезрителей, зачастую не являющихся специалистами в обсуждаемой проблеме. Поэтому его речь должна быть достаточно конкретной, иллюстративной, доказательной и живой. Отрицательным качеством речи интервьюируемого является ее штампованность. Следует избегать употребления штампов, снижающих содержательность речи.

* * *

Таким образом, дать интервью – непростая задача. Каждый тип интервью требует от интервьюируемого определенного характера участия в беседе. В интервью-расспросе интервьюируемый является источником информации, поэтому важно, чтобы эта информация была правдивой, ее отбор был обдуманным, не наносил вред ни интервьюируемому, ни телезрителям, которые в большинстве своем слово с телеэкрана воспринимают как правдивое.

В интервью-обмене мнениями интервьюируемый должен быть достойным собеседником, умеющим высказать и защитить свое мнение. Умение просто и ясно сформулировать собственную точку зрения приходит с опытом. Но главное – это мнение иметь, только тогда можно стать участником такого типа интервью.

Интервью-портрет – штучный товар. Его берут у людей известных, интересных, обладающих даром рассказчика. Можно только пожелать вам в будущем стать героями интервью-портретов, это всегда доказательство признания обществом ваших заслуг, не только профессиональных, но и личных.

Телеинтервью – бурно развивающийся жанр. Обилие программ, построенных в форме интервью или использующих его в качестве составляющей, свидетельствует о повороте общества к человеку, его личности и индивидуальности.

§ 4. Правила поведения перед микрофоном и телекамерой

Поведение на радио

Весьма серьезным фактором, влияющим на поведение выступающего на радио и телевидении, оказывается сама среда, в которой происходит запись его речи, т.е. обстановка на радио- и телестудии. Микрофон и камера вызывают не только определенную психологическую реакцию (например, страх или скованность), но и задают вполне определенные правила обращения с ними и поведения перед ними. Рассмотрим последовательно особенности поведения в радиостудии и на телестудии.

Выступать перед микрофоном *на радио* легко лишь тем счастливым, которым совершенно не обращают на него внимания. Они садятся и начинают говорить так свободно, как будто беседуют в знакомой комнате со своими друзьями, а не в пустой студии, где режиссера и инженера можно видеть только через двойное стекло. Главная трудность при выступлении связана с тем, что беседа перед микрофоном – по существу несколько искусственное дело, не встречающееся в жизни. Вы находитесь в одиночестве и говорите в пустой комнате. При этом необходимо говорить в своей обычной манере.

Особых навыков требует работа у микрофона. Наиболее частая ошибка неопытных выступающих состоит в том, что они начинают громко говорить в микрофон, на высоких нотах, монотонно и безэмоционально. Нужно учитывать, что некоторые виды микрофонов искажают тембр звучащего голоса, возникает отражательная звонкость, когда такие согласные, как *т, п, с, ш, ч* приобретают выпуклость, более слышны. Указанные недостатки можно преодолеть с помощью четкой артикуляции, несколько сниженного темпа речи, устойчивого выдоха (во избежание взрывного звучания), отчетливых перемен в длительности и высоте за счет изменений в силе звучания.

Не следует изменять расстояние от микрофона. При использовании аппаратуры направленного действия надо говорить прямо в микрофон, учитывая, что он обладает сверхчувствительностью к шумам, возникающим, когда его передвигают, стучат по нему и т.п. Вместе с тем микрофон не должен стеснять свободу движения.

Микрофон подчеркивает голосовые и дикционные дефекты и усиливает малейшую фальшь. Поэтому не случайно перед журналистами, выходящими в теле- и радиоэфир, ведущими программ, дикторами в качестве профессиональной задачи ставится основательная работа по изучению всех вопросов голосообразования, по разработке голоса, совершенствованию его лучших качеств. Эти знания и навыки полезны и для нежурналистов.

Таким образом, голос – это все, что имеет выступающий на радио. Его образ в представлении радиослушателя зависит исключительно от восприятия голоса. Хорошо модулированный, резонирующий голос идеален для восприятия. Резкий, гнусоватый голос неприятен для слуха. Слишком частое повторение *ну, понимаете ли* и прочих слов и выражений-«паразитов» особенно раздражает, когда они звучат из радиоприемника.

Было бы заблуждением считать, что если вас не видят во время речи по радио, то можно подавить физическую активность. В условиях, когда обратная связь отсутствует, чрезвычайно важно оживить мимику, жестикуляцию и прочие приемы внешней выразительности. Отказаться от внешних проявлений активности – значит снизить силу и выразительность голоса.

Остроумные и одновременно полезные практические советы, касающиеся поведения на радио, можно найти в книге «Имидж – путь к успеху» Л. Браун:

- Если вы оказались в радиостудии, следует иметь в виду несколько моментов. Для начала вспомните, что некоторые столы могут превращаться в барабаны, которые будут отзываться на малейший стук ваших пальцев. Стол можно использовать только для того, чтобы класть на него листки с записями, причем если вы будете перемещать их по поверхности абсолютно бесшумно. В противном случае вообще проигнорируйте стол, не касайтесь его.

- Установите расстояние в несколько сантиметров между вашим ртом и микрофоном и старайтесь

поддерживать его постоянным в течение всей передачи. Не наклоняйтесь к микрофону каждый раз, когда начинаете говорить.

- Старайтесь сохранять ваш голос по возможности низким, чтобы избежать искажений усилителями звука. Четко произносите гласные и согласные буквы – это замедляет речь быстро-говорящего человека и способствует лучшему восприятию речи аудиторией.

- Если вам хочется рассмеяться в ответ на чьи-либо слова, не делайте этого слишком громко и в высоком диапазоне.

- Не прерывайте ведущего передачи, задающего вам вопрос. Прежде чем отвечать, подождите, пока он закончит говорить. Это же правило справедливо, если выступающих по радио трое и больше. Радиослушатели не смогут понять нескольких людей, постоянно перебивающих друг друга. Поскольку отсутствует изображение, которое обеспечивает телевидение, слушатели не видят, кто говорит, в результате такая беседа воспринимается ими как беспомощный лепет.

- Если на радио выступают одновременно трое людей или больше и ваш голос звучит почти так же, как у одного из них, имеет смысл упоминать имя (например: *«Да, Сергей, это как раз то, о чем я постоянно думаю»*). Этим вы дадите слушателям возможность определить, кто же из вас говорит.

- Если другие люди, находящиеся с вами в эфире, говорят намного больше вас, вы можете почаще обращать на себя внимание ведущего, молча сигнализируя ему рукой, что вы хотите высказаться.

- Не опасайтесь быть раскованным во время радиointервью. Вы прослышите искренним и привлекательным человеком

- Если во время радиопередачи вам захочется кашлянуть, отвернитесь от микрофона и заглушите звук, кашлянув в сгиб локтя.

Можно поинтересоваться заранее, есть ли у микрофона «кнопка прокашливания», которую вы можете нажать, чтобы убрать звук.

Поведение на телевидении

Поведение на телевидении предполагает особое внимание не только к звучанию речи, но и к внешнему виду и манерам поведения. Крупный план позволяет рассмотреть черты лица говорящего, его мимику, жесты, оценить естественность поведения человека, эмоциональность его выступления. В то же время внешний вид не должен отвлекать аудиторию от обсуждаемых вопросов. Зрителям не безразличны манера поведения выступающего, его жестикуляция, мимика, используемая лексика, пластика движений, дикция, его внешние данные. Отрицательное впечатление производят менторский тон оратора, его скованность, напряженность позы, недостаток словарного запаса, монотонность, скороговорка. Известно, что, если слова говорят одно, а голос другое, зритель поверит голосу; если лицо говорит что-то еще, поверят лицу.

Использовать актерские приемы надо осторожно, ибо любая игра не совместима с выступлением, от которого требуется естественность. Если и пользоваться термином «актерские приемы», то в узком смысле, имея в виду раскованность, умение держаться, правильно использовать жесты, четко произносить слова, владеть голосом и своими эмоциями. Замечено, что профессиональные актеры и ведущие телепрограмм еще до того, как получают сигнал о начале съемок, часто фиксируют улыбку на своем лице. Поэтому первые слова, звучащие в камеру, приобретают окраску доброжелательности.

Среди советов, которые дают специалисты выступающим на телевидении, выделим следующие:

- Держитесь в поле зрения телезрителя, т.е. в рамках телеэкрана. Это значит, что ваши жесты не должны быть размашистыми, локти следует держать поближе к грузной клетке. Руки должны двигаться в пространстве между подбородком и грудью. Не следует держать их перед лицом или взмахивать ими вперед по направлению к камере, иначе жесты будут выглядеть чрезмерно подчеркнутыми и преувеличенными.

- Используйте радушные жесты, раскрывая ладони наружу. Это лучше, чем руки, скрещенные на груди. Помните, что все жесты в камере утрируются – взмах руками вверх выдает напряжение, а широкие грубые жесты теряются.

- Когда основная камера находится справа, направьте ваши жесты по направлению к левой, в сторону человека, задающего вопросы. Уберите руки подальше от камеры, и тогда жесты станут пропорциональными. Если вы начнете жестикулировать вправо, ваши руки на экране будут казаться увеличенными и искаженными.

- Замечено, что некоторые детали одежды, а также невербальные характеристики поведения могут отвлекать зрителей от полноценного восприятия программы, в том числе:

галстук вызывающего цвета; полосатая рубашка с белым воротником; клетчатый пиджак; блузка с ярким вычурным узором;

золотые часы, отражающие свет; блестящая заколка на лацкане или значок; сверкающие броши на платье; звенящие, покачивающиеся в ушах серьги, отражающие свет, скрещенные ноги в облегающей слишком короткой юбке, задирающейся вверх; ярко-красная блестящая помада, которая делает рот неестественно двигающимся, как не настоящий; исполнитель, который постоянно ерошит волосы; волосы выступающего, которые постоянно падают на глаза;

жесты, выражающие враждебность; мрачное выражение лица;

чрезмерные жесты или мимика; резкий, пронзительный голос;

человек, который говорит «э-э», «ну» в каждом предложении;

быстро говорящий человек, плохо проговаривающий звуки.

* * *

Таким образом, успешность выступления на радио и телевидении в значительной мере зависит от понимания специфики восприятия речи и внешнего вида выступающего, соответственно требует от него работы как над звучанием собственного голоса, так и над внешними манерами поведения.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

К главе VIII Особенности речи перед микрофоном и телевизионной камерой

1. Укажите особенности радио- и телевизионной аудитории.
2. Какие психологические трудности возникают у выступающего на радио или телевидении?
3. Перечислите характеристики радио- или телеоператора, влияющие на формирование его образа в глазах публики.
4. Что отличает устную речь от письменной? Как эти особенности влияют на организацию теле- или радиовыступления?
5. Каковы стилистические средства диалогизации речи?
6. Что означает принцип интимизации теле- или радиоречи?
7. Перечислите правила поведения, которые следует учитывать человеку, находящемуся в радиостудии.
8. Какие особенности внешнего поведения становятся, важными для человека, выступающего перед телекамерой?
9. Назовите основные типы интервью и их отличительные особенности.
10. На какие композиционные части делится интервью?
11. Какие тактики может использовать интервьюируемый в ходе интервью, с чем это связано?
12. Каковы основные параметры качества речи интервьюируемого?
13. К каким приемам выражения мнения может прибегать журналист и как в этом случае реагировать интервьюируемому?

ЛИТЕРАТУРА

1. Андреев В.И. Деловая риторика. М., 1995.
2. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М., 1979.
3. Беркли-Ален М. Забытое искусство слушать. СПб., 1997.
4. Бернштейн С.И. Язык радио. М., 1977.
5. Богомолова Н.Н. Восприятие человека в кадре // Человек в кадре. М., 1990.
6. Браун Л. Имидж — путь к успеху. СПб., 1996.
7. Гаймакова Б.Д., Сенкевич М.П.; Макарова С.К. Мастерство эфирного выступления. М., 1996.
8. Голуб Б.И. Стилистика современного русского языка. М., 1986.
9. Леонтьев А.А. Психология общения. М., 1997.
10. Муратов С.А. Диалог: телевизионное общение в кадре и за кадром. М., 1983.
11. Найдич Л. След на песке. Очерки о русском языковом узусе. СПб., 1995.
12. Ниренберг Дж. Гений переговоров. Минск, 1997.
13. Отт У.М. Вопрос + ответ = интервью. М., 1991.
14. Сенкевич М.П. Культура радио- и телевизионной речи. М., 1997.
15. Сопер П. Основы искусства речи. М., 1992.
16. Трескова С.И. Социолингвистические проблемы массовой коммуникации. М., 1989.
17. Человек в кадре: Материалы научно-практической конференции. М., 1990.

ГЛАВА IX КУЛЬТУРА РЕЧЕВОГО ОБЩЕНИЯ

Под культурой речевого общения понимается такой отбор и организация языковых средств, которые способствуют наиболее эффективному достижению поставленных задач в данной сфере речевых коммуникаций с неизменным учетом литературных норм. *Норма литературного языка* — это общепринятое употребление языковых средств: звуков, ударения, интонации, слов, их форм, синтаксических конструкций. Основное свойство норм — их обязательность для всех говорящих и пишущих по-русски. Можно указать еще на два важных свойства норм: их устойчивость и в то же время историческую изменчивость. Если бы нормы не были устойчивыми, если бы они легко подвергались различного рода воздействиям, языковая связь между поколениями была бы нарушена. Конечно, неподготовленному читателю трудно, например, понять тексты, написанные в XI—XII вв., но произведения А. Пушкина мы понимаем, за исключением отдельных слов и выражений, хотя эти произведения созданы почти два века тому назад. Устойчивость норм обеспечивает во многом также преемственность культурных традиций народа, возможность возникновения и развития мощного потока национальной литературы. Об устойчивости литературной нормы заботится школа. Речь старших поколений, особенно нашедшая отражение в произведениях мастеров художественного слова, принимается в образец.

В то же время устойчивость норм не абсолютна, а относительна. Норма, как и все в языке, медленно, но непрерывно изменяется под влиянием разговорной речи, местных говоров, различных социальных и профессиональных групп населения, заимствований и т.д.

Изменения в языке влекут за собой появление *вариантов* некоторых *норм*. Это значит, что одно и то же грамматическое значение (например, места, времени, причины, цели), одна и та же человеческая мысль могут быть выражены неодинаково, посредством разных слов, их форм и сочетаний, с использованием различных фонетических средств. Без преувеличения можно сказать, что вариантность норм является неизменным и неизбежным спутником развития таких живущих интенсивной жизнью языков, как русский, а нередко причиной затруднений говорящих на нем.

При неравенстве вариантов главным считается вариант, который может использовать во всех стилях речи (*бензина, чая, договоры*). Второстепенным, неглавным признается вариант, употребление которого ограничено каким-либо одним стилем (сравните разговорные формы *бензину, чаю, договора*).

Нормы языка можно сравнить со стрелкой компаса. Хотя эта стрелка и не всегда бывает в устойчивом состоянии (полного покоя), хотя она и подвержена некоторым колебаниям, однако, только ориентируясь на нее, можно выбрать правильный путь. Таковы и языковые нормы: они не абсолютно неподвижны, но все же правильно ориентируют в безбрежном море речевой деятельности. Сказанное относится прежде всего к произношению.

§ 1. Фонетические нормы

Произношение звуков и их комбинации

Современный русский литературный язык отличается от жаргонов, внелитературного просторечия, местных говоров тем, что имеет систему норм произношения. Как должны произноситься те или иные звуки в определенных фонетических позициях, в определенных сочетаниях с другими звуками, а также в определенных грамматических формах и группах слов — всеми этими вопросами и занимается орфоэпия (от греч. слов *orthos* — правильный и *epos* — речь). Следовательно, орфоэпию можно определить, как совокупность правил, которые устанавливают литературное произношение.

Значение орфоэпических правил для общения огромно. Они способствуют более быстрому и более легкому взаимопониманию говорящих. Ошибки в произношении отвлекают от содержания речи и тем самым мешают языковому общению. Несмотря на большие успехи, достигнутые в области народного образования в целом и в повышении речевой культуры нашего населения, в частности, произношение до сих пор является в ней наиболее слабым звеном. В настоящее время в связи с расширением влияния средств массовой коммуникации (радио, телевидение), отражающих и передающих «живые голоса» большего, чем в недавнем прошлом, количества носителей языка в прямом эфире, вопрос о правильности произношения стоит особенно остро.

Еще в начале нынешнего века образцом служило московское произношение в том виде, как оно сложилось к концу XIX в. Многие его черты оказались устойчивыми и сохранились до настоящего времени в литературном языке. В произношении гласных, например, наиболее характерной чертой является изменение в зависимости от их положения (позиции) в ударном или безударных слогах. Так,

для русского литературного языка свойственно аканье, т.е. произношение [о] в безударном слоге, стоящем перед ударным, после твердых согласных как звука, близкого к [а], обозначаемого знаком *α* – альфа: *к[α]рo'ва* – корова, *с[α]бa'ка* – собака, *ст[α]ю'* – стою. В остальных безударных слогах, независимо от того, находятся ли они до или после ударного слога, заметно изменяется произношение не только [о], но и [α]. Оба звука произносятся как неясный, в большей или меньшей степени сокращенный (по-научному – редуцированный) ы-образный звук, средний между [а] и [ы], условно обозначаемый знаком *ер/ъ/*. Например, пишем *сковорода'*, *про'волока*, а произносим *скъвърада*, *про'вълъкъ*. При произношении слов с неясными, по большей части сокращенными (редуцированными) гласными, есть одна опасность, о которой надо постоянно помнить. Если мы будем слишком сокращать [а] и [о], некоторые слова могут звучать так, как звучат слова с другими значениями. Тогда наши собеседники могут не все понять из сказанного нами. Так, слово *голова* [гълав а'] может звучать как *глава* [глав а'], *пароход* [пърах о'т], – как *проход* [прах о'т], *паровоз* [пъравос] – как *провоз* [правос], *сторона* [стъранá] – как *страна* [странá].

При произнесении согласных по-прежнему характерно в литературном языке, например, оглушение звонких согласных на конце слова и перед глухими и, наоборот, озвончение глухих перед звонкими. Приведем примеры возможного оглушения: дуб – ду[п], любовь – любо[ф'], круг – кру[к], площадь – площа[т'], дорожка – доро[ш]ка, алмаз – алма[с].

Однако некоторые говорящие при оглушении звонкого [з] на конце слова используют не парный ему глухой [к] что соответствовало бы орфоэпической норме, а согласный [х]. Говорят, например, *вра[х]* – враг, *вдру[х]* – вдруг, *сне[х]* – снег, *фла[х]* – флаг, что соответствует просторечному или диалектному произношению.

Приведем примеры и озвончения глухих перед звонкими согласными: вокзал – во[зз]ал, футбол – фу[дб]ол, *сдать* – [зд]ать, которые стали нормативными.

Однако у московского произношения с середины XIX в. был сильный конкурент – петербургское произношение. Оно отличалось от московского большей близостью к письменной речи, т.е. произношением близким в некоторых случаях к написанию. Например, москвичи говорили м[и]ста, сладк[ый], було[ш]ная. петербуржцы произносили, как писали – м[е]ста, сладк[ий], було[ч]ная.

В 20-х гг. нынешнего века и в последующие десятилетия в русском литературном языке происходили большие изменения. Они были вызваны массовыми перемещениями населения в стране, изменением социального статуса людей, не владевших произносительными нормами, смешением, особенно в городах, выходцев из разных местностей, ликвидацией неграмотности, повышением общего культурного уровня народа под влиянием средств массовой информации, кино, а потом и телевидения. Да и само население Москвы и Ленинграда-Петербурга очень изменилось, поэтому в настоящее время трудно говорить о каких-то серьезных различиях в московском и петербургском произношении.

И все же старомосковское произношение до сих пор слышится в речи многих дикторов радио и телевидения, до сих пор культивируется на сцене многих театров, причем отнюдь не московских. Некоторыми оно и сейчас признается образцовым.

К наиболее заметным чертам старомосковского произношения обычно относят произношение: 1) окончаний 3-го л.мн.ч. глаголов II спряжения через =ут, =ют по аналогии с глаголами I спряжения:

во' [з'ут], но' [с'ут], слы' [шут]; ср. современное *во' [з'ът], но' [с'ът], слы' [шът]*; 2) окончаний И.п.ед.ч. прилагательных м.р. с основой на заднеязычные согласные г, к, х с редуцированным звуком [ъ] на месте [и]: *стро' [гъј], то'н[къј], ти' [х'иј]*; ср. современное *стро' [г'иј], то'н[к'иј], ти' [х'иј]*; 3) суффиксов в инфинитиве, стоящих после заднеязычных г, к, х, также с редуцированным [ъ] на месте [и]: *покри' [къвъ]тъ, перепры' [гъвъ]тъ, сма' [хъвъ]тъ*; ср. современное *покри' [к'ива]тъ, перепры' [г'ива]тъ, сма' [х'ива]тъ*; 4) гласного [а] как среднего между [ы] и [э], т.е. [ы³], после шипящих ж и ш в 1-м предударном слоге: *[жы³]ра', [шы³]гу', [шы³]лу'н*; ср. современное *[жа]ра', [ша]гу', [ша]лу'н*, 5) гласных [а, э] после мягких согласных в 1-м предударном слоге как звука, близкого к [и]: *[ч'и³]сы', с[в'и³]та'тъ*; ср. современное *[ч'и³]сы, с[в'и³]та'тъ* 6) смягченных согласных перед последующими мягкими согласными: *сча' [с'т³]ье*, ср. современный вариант *сча[ст³]ье*, 7) суффикса =ся (=сь) в возвратных глаголах как твердого [са, с]; ср. общеупотребительное *[с'а, с']*; *ста'рал[с'ъ], стара'я[с']* и сценическое *стара'л[съ], старая[с]*, 8) сочетание чн как ин. *ску' [ин]о, коне' [ин]о*, 9) сочетаний *жж, жжж* как долгого мягкого [ж̄], ви[ж̄] 'а'т', *дрó [ж̄] 'и* ср. современное *ви[ж̄] 'ать, др о' [ж̄] 'ы* с твердым долгим [ж̄].

К сказанному о современном русском литературном произношении звуков и их комбинаций следует

добавить, что в отличие от исконно русских слов, в которых перед *е* согласные смягчаются обязательно [д'э'ль, св'эт, ст'и'на], заимствованные слова ведут себя по-разному. Одни сохраняют твердое произнесение согласного перед *е*, как в языке, из которого они заимствованы: ан[тэ']на, а[ты']лье. Другие оказались более податливыми и под влиянием исконно русских слов стали произноситься со смягченными согласными: аг[р'э']ссия, бан[ди']ро'ль. Имеется и третья категория заимствованных слов: в них допустимы оба варианта произнесения – твердое и мягкое: бíz[нъ]с и биз[н'ъ]с, [ды']кан и [д'и']ка'н. К сожалению, отсутствуют какие-либо правила, касающиеся употребления твердых и мягких вариантов; такие правила пока невозможно сформулировать. Однако следует иметь в виду следующее. Чем больше то или иное заимствованное слово осваивается русским языком, тем вероятнее произнесение его с мягким согласным перед *е*, т.е. произнесение в соответствии с написанием: ср. историю произношения слова *пионер* – пио[нэ]р в 30-е гг и пио[н'э]р в настоящее время.

Некоторые произносят заимствованные слова, которые уже «русифицировались», т.е. получили право иметь мягкий согласный перед *е*, на «заграничный манер», с твердым согласным в этой позиции: аг[рэ]ссия, [дэ]ка'н. Однако такое произношение производит впечатление оригинальничанья, манерности.

Колебания в ударении

В русском языке ударение представляет выделение в слове того или иного слога при помощи большей силы, длительности, напряженности голоса. Русское ударение прежде всего *силовое*. Характерными чертами его являются также разноместность и подвижность. *Разноместным* русское ударение называют потому, что оно может быть на любом слоге, даже в родственных словах, на первом, на втором, на последнем: *ру́сский, язы́к, состои́т* (*вы́стоит, со́став*). *Подвижным* его называют потому, что в одних грамматических формах какого-либо слова оно может стоять на одном слоге, а в других – на другом; *нести'* – *нёс–несла'*, *сестра'– сестры' – сестёр*. В словах, кроме основного ударения, может быть второе, ослабленное (второстепенное, побочное): *ра́зномéстный, ру́ско-англи́йский*. Ударение в русских словах, когда это надо, например в словарях, обозначается особым знаком /'. Слог, на котором оно стоит, называется *ударным*, остальные слоги – *безударными*. Не ставится знака ударения в словах, которые состоят из одного слога: *клип, мэ́р, пуща́*.

Русское словесное ударение играет важную смысловоразличительную роль. Оно используется в ряде случаев для различения слов (*хлопо́к* – волокно и *хлопок* – удар в ладоши), их форм (*разре́зал* – с.в. глагола и *разрезал* – н.в.) и стилистической окраски (*звони́т* – нейтральное и *звонит–разговорное*).

Несмотря на значительную пестроту в ударении оно имеет определенную систему. Так, в академической «Русской грамматике» 1980 г. дается описание всех типов распределения ударения (акцентных типов) в русском языке. Например, подавляющее большинство существительных имеет неподвижное ударение, и лишь незначительная их часть характеризуется подвижным. Но последнее подчиняется определенным правилам. Так, один акцентный тип характеризуется тем, что во всех формах ед.ч. ударение стоит на основе (*го́род, го́рода, го́роду* и т.д.), а во всех формах мн.ч. – на окончании (*города́, городо́в, города́м* и т.д.). Для другого акцентного типа свойственно ударение на окончании во всех формах ед.ч. (*волна́, волны́, волне́* и т.д.) и на основе во всех формах мн.ч. (*во́лны, волн, во́лнам*) и т.д.

В русском литературном произношении существуют варианты ударения, например: *на' берег* или *на бе́рег*? Широко известны строчки из песни М. Исаковского «Катюша»: «Выходила на берег Катюша, на высокий бе́рег на крутой». Но как же все же правильнее произносить: *на' берег* или *на бе́рег*?

Конкуренция между существительными и предлогами (*до, за, из, на об, по, под*) в перетягивании ударения имеет давнюю историю. Переносу ударения на предлог еще в начале века отдавалось предпочтение. Однако впоследствии все чаще и чаще ударение стали переносить на существительное.

В настоящее время для литературного языка в целом допустимы оба варианта ударения: *по́бóку, по́д бо́ком, по́д бо́к, за́ бо́к; за́ бо́рт, на́ бо́рт; за́ во́рот; с гла́зу на́ глаз (на гла́з); на́ го́ру, по'д го'ру; по' двору́, на́ душú, на́ зéмлю; на́ зíму, за́ зíму; зуб за́ зуб (за зу́б)*. Однако для обычной (не поэтической), повседневной речи более характерны сейчас безударные предлоги: *на во́ду, под водо́й; год от го́да, из го́да в го́д, ко дну́, по дну́*. Правда, бывают отступления от этого общего правила. Например, когда место ударения служит различителем смысла высказывания. Можно сказать жить *за́городом* и *за го́родом*, что одинаково значит «в пригородной местности». Но если мы хотим указать, что какой-то предмет расположен по ту сторону города, мы предпочтем вариант с ударением на существительном: Лес наводится *за го́родом*,

Чаще сохраняется ударение на предлоге и в устойчивых сочетаниях. Так, говорят *бок о бок, без году неделя; за душу берет (хватает); зуб на зуб не попадает*. В наречиях типа *на'бок* в повседневной речи также предпочитается ударение на предлоге.

Наконец, варианты ударения нередко встречаются в стихотворных текстах. Некоторые авторы придерживаются поэтической традиции. Но бывают случаи, когда постановку ударения определяет размер стихотворной строки, как это мы видели на примере песни М. Исаковского «Катюша». Можно привести и еще примеры такого варьирования ударения в зависимости исключительно от размеров стихов. Вспомним известную строку В. Маяковского «Лет до ста' расти?» Вот как поэт В. Федоров обыгрывает эту строку:

Ну а если
Нам *до ста*
Не придется дожить,
Значит было не просто
В мире первыми быть.

В постановке ударения все же лучше ориентироваться не на поэтическую речь, а на орфоэпические словари! Наиболее значительными из них являются:

- *Азеев Ф.Л., Зарва М.В.* Словарь ударения русского языка. М., 1993.
- *Борунова С.Н., Воронцова В.Л., Еськова Н.А.* Орфоэпический словарь русского языка: Произношение, ударение, грамматические формы / Под ред. Р.И. Аванесова. М., 1993.

Стили произношения

Вы познакомились с основными правилами русского литературного произношения. Остается добавить, что, кроме особо оговоренных случаев, они относятся к так называемому нейтральному стилю произношения. А что это такое – *нейтральный стиль произношения*? Это речь в нормальной, обычной обстановке, в среднем темпе, при спокойном состоянии говорящего, который хочет передать или получить какую-либо информацию. Говорящий не ставит перед собой в данном случае каких-то дополнительных задач: выразить свои чувства, подчеркнуть что-либо.

Теперь познакомимся с другими стилями произношения. Посмотрим, какие особенности характерны для них. По отношению к нейтральному выделяются еще два стиля: сниженный и высокий. К *сниженному* стилю (его еще называют неполным) относится небрежная речь, при убыстренном изъяснении или по другим причинам темпе говорения. *Высокий* (полный) стиль используется в торжественных случаях; для него характерен замедленный темп, тщательное проговаривание. Говорящий в этом случае обычно ставит перед собой какие-то особые, дополнительные задачи, например, стремится подчеркнуть важность сообщаемого, привлечь внимание слушателей и т.д. Познакомимся с каждым из этих стилей повнимательнее.

Для сниженного (неполного) стиля произношения, представленного в небрежной, убыстренной речи, характерны такие черты:

1. Если безударный гласный стоит рядом с сонорными [л, р], он произносится настолько кратко, что его практически не слышно. Так, слово *наволочка* произносят как *на' [вль]чка*, *провода* – как *прó [вль]ка*, *выцарапать* – как *вы́ [црь]пать*, *набережная* – как *на́ [б'р']жная*, *судорога* – как *суд [ър]га*.

2. Такое же сокращение гласных, хотя и реже, но может встречаться и при соседстве их с другими, несонорными согласными. Например, слово *пуговица* произносят как *пу́ [г] вица*, *свёртываться* – как *свёр[т] ваться*, *схватывать* – как *схв́а [т]вать*.

Многие из студентов участвуют в художественной самодеятельности: поют, декламируют, играют в пьесах. Если вы также поете, декламируете, произносите реплики, а то и просто выступаете, старайтесь не опускать неударяемые гласные. Пропуск таких гласных в речи – типичная ошибка выступающих с трибуны или со сцены, и не только самодеятельной, но и профессиональной, театральной. Недаром знатоки сценической речи предупреждают: «Не пропускайте! Не пропускайте гласные! Не говорите *яцтерь* вместо *я теперь*, не говорите *я напсала* вместо *я написала*, не говорите *чеснчек* вместо *честный человек*». Это предупреждение было высказано артистом С. Волконским более 70 лет тому назад в книге «Человек и сцена», но остается злободневным советом и сегодня для всех выступающих публично.

3. Вместо двух рядом стоящих перед ударным слогом гласных [ъ, а] может произноситься один гласный [а] или еще более сокращенный [ъ]. Например, слово *вообще* – в[ъа]бщѐ произносят как в[а]бщѐ, *сообща* – с[ъа]бщѐ – как с[а]бща, *заартачиться* – з[ъа]ртáчиться – как з[а]рта' читьсѧ, *вооружаясь* – в[ъа]ружась – как [ва]ружась или в[ъ]ружась, *вообразит* – в[аъ]бразйт – как в[а]бразйт или в[ъ]бразйт.

4. Могут полностью сокращаться и согласные звуки, если они находятся между согласными. Так, произносят *семе́й[ст]* – семейств, *знако'м[ст]* – знакомств, *удо'[пст]* – удобств; *краси'[у]му* – красивому, *но' [у]му* – новому.

5. Может сокращаться сразу группа звуков – гласных и согласных. Например, в слове *здравствуйте* при сниженном стиле произношения сокращается не только согласный [в] (он в любом случае выпадает как непронизносимый), но и группа звуков [твуй], отчего звучит [здрáсть]. Слово *сейчас* может произноситься как [сяс], *специфический* – как спес[-с-фѷс-] ский. Сокращенные названия отчеств типа *Иваныч, Глебыч* вместо *Иванович, Глебович* нас окружают вместе с разговорной речью повседневно.

Вы познакомились с некоторыми особенностями сниженного (неполного) стиля произношения. Сопоставим с этими особенностями наиболее отличительные черты высокого стиля произношения. Высокий (полный) стиль представлен чаще всего в торжественной, несколько замедленной или ораторской речи, с тщательным выговариванием всех слов и в то же время с какими-то дополнительными целевыми установками. Поэтому для высокого стиля характерны:

1) эканье – произношение [эи] на месте [э] и [а] после мягких согласных в 1-м предударном слоге: [п'э"]чáльно, г[л'э"]жу́

2) сохранение [о]в безударном положении в заимствованных словах: с[о]лѣфѣджи[о], н[о]ктюрн, с[о]не́т. В нейтральном стиле безударное [о] произносится в заимствованных словах все чаще, как в исконно русских: к[а]стѷм, б[а]ка́л, [а]тельѐ, н[а]э́т, д[а]сѷѐ. Произнесение на «иностранный лад» в настоящее время последовательно относится лишь к отдельным заимствованиям: [бо́а], [ра́дио], хотя можно услышать уже и [ра'дио́а]. Считается, что оканье в нейтральном, а тем более в сниженном стиле здесь – ненужное манерничанье. Прислушайтесь к выступлениям на торжественных собраниях, и вы услышите «незаконное» в нейтральном стиле речи, но вполне оправданное в данной ситуации оканье при употреблении предлогов: *переход[от] государственного регулирования к рыночным отношениям, [до] избрания президента,*

3) заимствования, в которых возможно произнесение с твердым и мягким согласным, уже отмечались выше: *ар[тэ/тэ]риáльный, биз[нэ/нэ]сме́н, [дэ/дэ]морализо́ванный*. В высоком (полном) стиле «твердое» произношение не воспринимается как надуманное, манерное.

Особенности сниженного (неполного) и высокого (полного) стилей относятся не только к звукам, но и к темпу произношения. В разговорной, убыстренной речи пауза бывает вообще не ощутима. При этом могут возникать такие сочетания звуков, смысл которых воспринимается иначе, чем в высоком и даже нейтральном стилях. Например, [стрóйкѧ] – это может быть и *стройка*, и *строй-ка*, [прал'эс] – это может быть и *пролез*, и *про лес*. Если же речь идет о незнакомых словах, то получается что-то вроде бессмыслицы: *дарвалдая, флюгера-не шумят*. На самом же деле говорящий хотел сказать: *дар Валдая, флюгера не шумят*. В высоком стиле эти слова отделяются хотя бы с незначительной паузой, и тем самым устраняется возможность двусмыслицы.

Таким образом, вы познакомились с основными стилями русского произношения. То, что уместно в сниженном (неполном) или высоком (полном) стилях, оказывается стоящим за пределами нормы в нейтральном стиле.

§ 2. Дикция и выразительное чтение

Чего не хватает нашей речи

Что такое дикция? *Дикция* означает произношение; при этом имеется в виду, естественно, степень отчетливого произношения слов и слогов в речи, а также при чтении вслух или пении. Дикцию по отношению к орфоэпии можно сравнить с почерком по его отношению к орфографии. Человек со скверным почерком рискует быть непонятым адресатом, которому направлена корреспонденция. Человек с плохой дикцией заставляет собеседника либо пропускать мимо ушей часть воспринимаемой на слух информации, либо переспрашивать много раз. Такой человек нередко является предметом насмешек, особенно если он «глотаёт» отдельные звуки, что-то бормочет про себя или гнусавит, даже

выступая с большой трибуны, а сама его речь нервная, с оговорками или нерасчлененная, монотонная. Конечно, это крайний случай, но все же значительная часть студентов нуждается в постановке своего голоса.

Имейте в виду, что все органы речевого аппарата принимают участие в создании звучности, темпа, высоты, тембра и артикуляции, которые в своей совокупности и определяют характер дикции.

Звучность голоса

Звучность голоса помогает молодым людям не только перекричать друг друга во время споров, но и сделать так, что их ответ у доски будет слышен всей аудитории, даже тем, кто сидит далеко от выступающего. Как часто выступающему кричат с места: «Говорите громче!» А бывает, и преподаватель попросит то же самое. Но звучность голоса (специалисты называют ее полетностью) – это не совсем то же самое, что громкость, сила. Звучность еще связана с выразительностью, с фразовым (логическим) ударением, что достигается путем напряжения в голосе. Сравним произношение одного и того же предложения, но с разным фразовым ударением: «**Завтра** не будет снега» (а не в какое-то другое время); «Завтра **не** будет снега» (отрицание действия), «Завтра не будет **снега**» (но возможен дождь).

Так как же добиться звучности? Оказывается, звучность голоса зависит от двух причин. Первая причина чисто психологическая: отсутствие уверенности в себе и эмоционального подъема. Представьте себе, что на экзамене какой-то студент вытащил билет с незнакомыми или малознакомыми вопросами. Если он не уверен в своих знаниях, стоит или сидит перед преподавателем ни жив, ни мертв, какой у него может быть звучный голос?! Если же какому-то студенту попался билет с хорошо знакомыми вопросами, если он владеет материалом, да у него в запасе интересные примеры, голосу и приказывать не надо. От радости, от сознания, что ему повезло, он может отличиться перед учителем и товарищами, такой студент придаст такую силу своему голосу, что и сам удивится. Следовательно, если вы хотите, чтобы ваш голос при выступлении звучал, как колокольчик или даже как колокол, хотя бы небольшой величины, знайте хорошо вопрос, по которому вы выступаете.

Но звучность голоса зависит от причин не только психологического, но и физического свойства. К этим свойствам относится прежде всего правильное дыхание. Ваше дыхание должно быть глубоким, частым и контролируемым. Покажем это на примере. Допустим вам надо дать определение закона Архимеда, даже неполное: «На всякое тело, погруженное в жидкость, действует со стороны этой жидкости выталкивающая сила, равная весу вытесняемой телом жидкости». Если вы даже не выдохнете весь запас воздуха из легких перед тем, как проговорить громко это определение, все равно к концу тирады у вас голос ослабнет и вы перейдете на высокие тона, но звонкости голосу не добавится. Для этого необходимо наладить во время речи достаточно глубокое дыхание, не боясь, что кратковременные паузы (может быть, в доли секунды) нарушат впечатление от вашего высказывания. Не заблуждайтесь и в другом: делать вдохи только при знаках препинания или по окончании фразы. Помните, что длинные предложения невозможно произнести на одном дыхании, да еще с необходимой силой и звучностью голоса. Если вы не будете делать вдохи по мере необходимости, а не только ориентируясь на знаки препинания, то в конце вашей длинной фразы может послышаться неразборчивое бормотание.

Когда вы выступаете (а выступлением является и ваш ответ на семинарском занятии, и доклад на конференции), не только дышите глубоко и часто, все время поддерживая запас воздуха в легких, но и контролируйте ваше дыхание. Каким образом? Воздух надлежит выталкивать из легких не весь сразу, а перерывами, с различной силой и быстротой в зависимости от важности произносимых слов и фраз. Конечно, этому надо учиться, если у вас не получается подсознательное, автоматическое контролирование сразу. Положите одну руку на живот, вторую – на грудь, произнесите «а» вначале резким, интенсивным выталкиванием воздуха, а потом более медленным, сдержанным. Таким же образом сделайте, произнося слова *но, нос, май*. И вы убедитесь, что контролировать дыхание можно. Только постарайтесь при этом не стесняться, не нервничать, побороть робость.

Нормальный темп

Четкость в произношении во многом зависит и от его темпа. *Темп* – это прежде всего скорость речи. Эта скорость может быть различной в зависимости от содержания выступления и характера самого

выступающего. Чем важнее содержание, тем сдержаннее должна быть речь. Конечно, здесь не имеются в виду нестандартные ситуации, вроде автомобильной аварии. Несомненно, что в этой ситуации каждый постарается побыстрее дать команду: «Позвоните в ГАИ!» или «Вызовите скорую помощь!» Выступающие публично чаще всего грешат торопливостью речи. Это может быть от робости, от излишнего возбуждения, от невнимания к нуждам слушателей (лишь бы поскорее отговорить, «отделаться»). Другая крайность – вялость речи, которая свойственна обычно леноватым, замкнутым в себя людям. Они долго раскачиваются, чтобы продолжить мысль, найти для этого нужные слова. Слушающие при этом теряют не только нить рассуждений, внимание к содержанию речи, но и терпение. В результате возникает апатия к происходящему вокруг. Быстрота речи снижается, она становится неуверенной, вымученной, когда говорящий не имеет четкого представления, о чем повествовать дальше.

В темп речи входит и длительность звучания. Любое слово можно при произнесении растягивать и сжимать, как гармошку. Все зависит от того, какое значение (важное или второстепенное) придает ему говорящий, а также от чувств, которые вкладываются говорящим в это слово. Вот пример того, как могут различаться значения обычного слова *но* в зависимости от того, с какой длительностью оно произносится: «*Я с вами поеду, но при одном условии*» – «Я поеду с вами». – «Но-о?! И при каком условии?» В первом случае перед нами союз, произносимый с обычной долготой, во втором – междометие, произносимое растянуто.

Следует обратить внимание, что речь идет о растянутости произношения, а не о громкости, силе. Если же выступающий подменяет длительность громкостью, силой, то его речь невольно становится резковато-монотонной. Это неприятно действует на слушателей, притупляет внимание к его словам. Более того, при слишком громкой речи присутствующим удобнее разговаривать на посторонние темы, так что их голоса в конечном счете даже могут перекрывать голос выступающего. Попробуйте произнести, выделенные слова первоначально только усилением голоса, а затем и некоторым растягиванием: «*За многие столетия самостоятельного развития в славянских языках произошли значительные изменения*»,

Вы почувствовали, что растягивание какого-либо слова, даже в незначительной степени по сравнению с другими словами в предложении, придает этому слову большую значимость. Это растягивание может способствовать и выражению определенных чувств, связанных с содержанием высказывания. Прочитайте приведенное ниже предложение вначале как простую информацию, а затем вкладывая в него чувство скорби, возмущения, протеста. При выражении указанных чувств вам лучше растянуть выделенные слова: «*Чудовищное преступление убило самых незащитных - молодую мать и ее маленького ребенка*».

Можно дать и такую рекомендацию. Если вы употребляете в речи слова, которые означают большой отрезок времени или размер чего-либо (*многие столетия, чудовищное преступление, высочайшие горы*), не произносите их так, слово речь идет о чем-то малозначительном.

Мастера слова, очень тонко чувствующие язык, наиболее важные в тексте слова читают в несколько замедленном темпе, менее важные в смысловом отношении – в несколько убыстренном. Приведем примеры фраз, как бы их прочитал опытный декламатор (замедления в этих фразах выделены разрядкой, ускорения – курсивом):

Для в а с, | *закрывших Родину телами,*

Смотревших в смерть, | не опуская глаз

П р а в д и в ы м и, | горячими словами

Учусь писать. | *Хочу писать для вас,*

Г. Николаева

Наконец, к темпу речи относится пауза. Пауза для опытного оратора – прием, которым можно воспользоваться с разными целями. Она, несомненно, облегчает дыхание. Она дает время сообразить, о чем вести разговор дальше. Она позволяет слушателям «переварить» какую-либо мысль, высказанную до этого. Небольшая выдержка перед выводом, обобщением, кульминацией высказывания подчеркивает важность последующего сообщения. Паузы определяют ритм, речи. Попробуйте прочитать с нужными паузами следующее предложение:

В семье Трусовых заводили дневники на каждого ребенка, на страницах которых взрослые вели как бы монологи-беседы с подрастающими, вездесущими Антошей и Надюшей. рассказывая с милыми подробностями о всех интересных моментах в их жизни, домашней и школьной.

Если вы сделали паузы хотя бы после слов *ребенка, монологи-беседы, Надюшей, жизни*, то это может свидетельствовать о вашем умении пользоваться ими для членения предложения на определенные смысловые отрезки. Конечно, во многом следует учитывать знаки препинания. Они как бы сигнализируют об естественных остановках при выделении причастных, деепричастных и других обособленных оборотах, на границе простых предложений в составе сложного, между однородными членами предложения и т.д. Но в живой речи приходится делать паузы для ясности изложения или подчеркивания выразительности и в других случаях, не связанных с постановкой знаков препинания. Например: *Пассажиры долго всматривались в очертания берега, много раз передавали друг другу бинокли, но ничего не у видели*, Пауза сделанная после союза *но*, безусловно, передаст тревогу, растерянность, озабоченность говорящего.

Когда мы читаем вслух художественное произведение или какой-либо другой текст, надо быть внимательным при разрыве самим автором того или иного предложения. Значит, автор хотел подчеркнуть значительность слов, которые следуют за разрывом, следовательно, их надо выделять интонационно. А на месте предшествующей точки нужно выдержать небольшую паузу.

И вдруг дождь. | Окладной, осенний (С. Георгиевская).

Приведем пример, когда от неправильного использования паузы смысл фразы изменяется до неузнаваемости: *Он же / ребенок* и *Он / же ребенок*. В последнем случае частица забеливается в произношении с существительным *ребенок*, в результате звучит *жеребенок*,

К смысловому членению фразы никак не относятся и другие случаи, когда пауза в речи говорящего возникает произвольно, например, при невозможности выговорить сходу какое-либо незнакомое слово. На этот счет есть неплохой анекдот.

Встретились на экзаменах два спортсмена, которые время проводят в основном на тренировках и соревнованиях. Один из них числится в университете студентом, а другой – старшим преподавателем.

– Ну, – спросил экзаменатор, – какой вам достался билет?

– Семнадцатый, – сказал студент – Вто ..вто-ро-е на-ча-ло нер-во Как нечетко написано! Тер-во... тер-мо-ди-на-ми-ки

– А-га, – сосредоточенно произнес экзаменатор – Второе начало тверд-до... тер-бо... Как вы сказали?

– Тер-мо-ди-на-ми-ки, – прочел Студент.

И такое бывает на экзаменах, и не только

Высота голоса

Кроме звучности и темпа речи характер дикции, культуру произношения определяет *высота* голоса. Диапазон же звучания зависит от частоты колебания голосовых связок.

Когда мы говорим о высоте голоса при выступлении, следует иметь в виду типичные ошибки, допускаемые в этом случае говорящими. Во-первых, это речь на одной и той же высоте, то ли на нижней, то ли на средней и т.д. Это создает впечатление монотонности. Чтобы избежать монотонности, надо пользоваться при выступлении разной высотой голоса, разными тонами, по возможности пользоваться различными мелодическими рисунками. В то же время следует помнить, что слишком высокий тон возникает при возбуждении, нервозности, в запале спора, реже – застенчивости или нехватки дыхания. Чтобы избежать повышенного тона, неустойчивости голоса, следует не слишком волноваться при выступлении, избегать резких споров, не давать воли эмоциям.

Слишком низкий тон объясняется обычно отсутствием у говорящего воодушевления, увлеченности предметом речи, а то и робостью, застенчивостью. И бороться с этими недостатками надо, вырабатывая в себе смелость, приобретая знания по теме выступления, развивая в себе заинтересованность в этих знаниях, интерес к изучаемым в университете дисциплинам. В вашей будущей, «взрослой» жизни все может пригодиться, даже то, что вам кажется сейчас не важным и скучным. Попробуйте произнести, и конечно же, не равнодушно, а заинтересованно, фразу, содержание которой пока и не имеет к вам прямого отношения

На реконструкцию исторического центра нашего города федеральные власти выделили в текущем году почти два миллиона рублей! Наверное, вы догадались, что числительное в этом предложении ; нельзя произносить слишком низким, тоном, иначе на него никто не обратит внимания. Более того, последние слова любой фразы часто нуждаются в интонационном подчеркивании. Чрезмерное снижение тона на них – опасный недостаток выступающего, показывающий его равнодушие к высказанной мысли.

Тембр

Качество произношения определяется также тембром окраской голоса. Тембр же зависит от особенностей голосовых связок, которые у каждого человека свои, неповторимые. Поэтому очень редко встречаются люди, которые обладают одинаковым тембром. Трудно, а то и невозможно, изменить окраску голоса, но постараться улучшить ее можно;

Прежде всего следует помнить, что она меняется от психологического состояния выступающего. Звучание голоса ухудшается, если человек устал, подавлен, сердится или стесняется. Если же наши мысли ясны, вы уверены в своих силах, звучание голоса становится чище и прозрачнее. Тембр изменяется также в худшую или лучшую сторону зависимости оттого, насколько напряжены мышцы горла, поворотлива челюсть, подвижны язык, губы и мягкое небо. Наиболее часто встречающимися недостатками тембра могут быть одышка, хрипота, резкость, гнусавость. Говоря об одышке, хотим дать совет: не делайте при выступлении частых вдохов и тем более частых выдохов, как при торопливой ходьбе или быстром беге. Это не только нарушает течение речи, но и изменяет звучание прананосимых вами гласных и согласных. Потому что сильный поток воздуха, неполностью затрачиваемый на образование согласных, которых в слове обычно больше, избыточно изливается на следующие за ними гласные.

Хрипота появляется обычно от того, что голосовые связки недостаточно вибрируют. Такое состояние знакомо всем, у кого болело горло. Первое, что делает врач, проверяя, насколько вы простужены, это просит пошире открыть рот и произнести «а». Но хрипота может возникнуть и от переутомления голосовых связок, например, от беспрестанных криков на трибуне футбольных полей. Чтобы исчезла хрипота, дайте отдохнуть голосовым связкам, не говорите подолгу, в том числе и по телефону. Длительные телефонные разговоры – бич многих молодых людей. А если у кого-либо из них от природы слабое, болезненное горло, хрипота после таких разговоров почти неизбежна. Хрипота может вызываться или по крайней мере усиливаться также искусственно. Многие звезды современной эстрады стараются петь с хрипотцой; почему такое пение нравится широкой публике, трудно сказать, но нравится.

Резкость в голосе вызывается также состоянием голосовых связок. Они могут быть слишком сомкнуты, впрочем и глотка может быть по каким-то причинам сдавлена. Чаще всего пронзительность голоса возникает от сверхнапряжения, нервозности. Она может быть непостоянной, кратковременной, прорываться самопроизвольно. Пронзительный голос нередко у сварливых людей. Конечно, это большой недостаток в произношении, неприятно действующий на окружающих, тем более вынужденных вас слушать.

Гнусавость – это чрезмерное пропускание воздушной струи через носовую полость. Чрезмерный носовой призвук появляется у тех людей, у которых по тем или иным причинам приток воздуха в носовую полость более свободен, чем выход через ноздри. Вспомните, как вы говорите при насморке, когда нос у вас забит. Или прислушайтесь к речи тех, у кого сильный насморк. Впечатление от произнесения «в нос» у вас будет самое наглядное. Поэтому старайтесь поменьше говорить, а тем более выступать, пока ваш нос не в порядке, пока вы не перестали пользоваться носовым платком.

Итак, тембр играет очень важную роль в общей окраске произносимых тем или иным способом звуков. Но не менее важно, что окраска голоса помогает варьировать выражаемые мысли и чувства. Чтобы убедиться в этом, попробуйте произнести слово с радостью, восхищением, а затем с выражением гнева или угрозы. Известный русский педагог А. Макаренко по поводу воздействия на слушателя при помощи интонации писал так: «Я сделался настоящим мастером только тогда, когда научился говорить «Иди сюда» с пятнадцатью-двадцатью оттенками, когда научился давать двадцать нюансов в постановках... голоса. И тогда я не боялся, что кто-то ко мне не подойдет или не почувствует того, что нужно». А английский писатель Б Шоу подчеркивал: «Есть пятьдесят способов сказать *да* и пятьсот способов сказать *нет*, и только один способ их написать».

Тембр голоса может меняться даже при произнесении антонимов – слов с противоположным значением. Так, во фразе типа «*С час они шли, энергично налегая на весла, а затем стали плавно скользить по течению*» произнесение первой из выделенных групп слов требует убыстренности, энергичности, а произнесение второй – замедленности, что как бы имитирует характер движения лодки.

Артикуляция

И, наконец, артикуляция, без соблюдения правил которой ни о какой дикции не может быть и речи. Может быть, даже легче научиться владеть голосовыми связками (звучностью, темпом, тембром), чем расстаться с навыками приобретенной в детстве дурной артикуляции. *Артикуляция* – это прежде всего правильное и отчетливое произношение звуков (см. параграф «Произношение звуков и их комбинаций»). А в этом главную роль играют уже не голосовые связи, а органы произношения, среди которых, как правило, различаются активные (язык и губы) и пассивные (зубы, десны, мягкое и твердое небо).

Механизм произношения слов представляет собой довольно сложную систему, составными частями которой являются аппарат дыхания, голосовые связки, полости рта и носа, язык, губы и т.д. Действия всех этих частей произносительной системы скоординированы между собой без усилий со стороны говорящего. Выступая, человек не должен даже думать о взаимодействии, например, голосовых связок и мягкого неба, языка и десен. Иначе, выступая, он запутается и даже может начать заикаться. При естественном, автоматическом говорении органы произношения оказывают нужное влияние на все особенности голоса, определяющие его качество: звучность, темп, высоту, тембр и артикуляцию.

И еще повторим: причины недостатков в произношении кроются в самой личности выступающего. Он может быть усталым, робким, слишком самоуверенным, безразличным, вялым, больным, недостаточно или плохо подготовленным. Устраните эти причины, и ваше произношение обязательно изменится к лучшему. Вы сможете даже иметь успех у слушателей, если будете помнить все то, что говорилось в главе «Ораторская речь».

Выразительность чтения

Взрослому человеку читать вслух (да еще так, чтобы это чтение было выразительным) приходится не часто, но приходится. В обыденной жизни это может быть чтение перед детьми стихов или сказок, когда хотят их чем-то занять или научить выразительно передавать вслух читаемое. На службе же, если человек активен, он часто выступает перед окружающими: оценивает ли обстановку на производстве, вносит ли предложение, комментирует ли речь «предыдущего оратора». Чем выше человек продвигается по служебной лестнице, тем ответственнее, да и длиннее бывают его выступления, не говоря уже о докладах на научных или иных конференциях. У одних от природы язык хорошо «подвешен», и они могут говорить на интересующую их тему «без бумажки» или по наскоро набросанному плану. Другие по разным причинам сделать этого не могут, должны иметь под рукой опору в виде предварительно написанного текста. Примеры одного и другого типа ораторов мелькают на наших телеэкранах и встречаются в жизни повсеместно. Все же и подготовленный заранее текст, отпечатанный и проштудированный, надо уметь прочитать, донести до слушателей так, чтобы доклад их захватил, чтобы они вникли в его содержание и в то же время не отвлекались при его восприятии на что-либо постороннее. Поэтому доклад (лекция, приказ, объявление, запрос в президиум и т.п.) должен читаться *выразительно*. А что это значит? Что такое *выразительное чтение*? Это чтение с правильным литературным произношением, чтение с расстановкой фразового, логического ударения, чтение с нужной интонацией и дикцией, с определенным эмоциональным настроением. Именно выразительное чтение чего-либо способствует лучшему восприятию и пониманию содержания читаемого текста, будь то доклад на общественно-политическую или научную тему, стихотворение или отрывок из художественной прозы.

Можно ли «с ходу» прочитать выразительно какой-либо текст? «Выразительнее» можно, если перед тем докладчик мямлил что-то про себя, а потом встряхнулся и сосредоточился на чтении. Но выразительно во всех отношениях, доходчиво можно прочитать лишь текст, который не только вам знаком, но и соответствующим образом подготовлен к использованию в аудитории. А это бывает обычно в домашних условиях. Следовательно, готовясь к тому, чтобы донести заданный текст доходчиво и выразительно до широкой публики, следует прежде всего предварительно прочитать его несколько раз, а затем уяснить его тему, идею, понять, где главная информация, где добавочная, а где вообще второстепенная, а может быть, даже избыточная. Исходя из этого, нужно разделить текст на смысловые части, вначале более крупные, а внутри них – более мелкие. Все эти части можно даже условно озаглавить, чтобы представить, в каком тоне читать ту или иную из них (информационном, патетическом, торжественном, ироничном и т.д.). Игра тонов обеспечит живость вашего чтения, естественность перехода от одной смысловой части к другой.

Затем следует языковая проработка текста. Прежде всего проверьте: знаете ли вы значение всех

употребляемых вами слов, уверены ли вы в том, что ударение, с которым вы их употребляете, правильно. Если у вас есть хоть малейшее сомнение в этом, обратитесь лучше к словарям. Обратите внимание также на сочетаемость тех слов, которые вы употребляете редко или впервые. Здесь тоже может таиться опасность. Проверьте и перепроверьте эту сочетаемость по справочникам. Не должны вы пройти и мимо структуры выстроенных вами фраз, особенно сложных конструкций, оставить без внимания смысловую и формальную соотнесенность их частей. Не лишним будет прислушаться, наконец, к советам известного режиссера и актера К. Станиславского: «В первую очередь нужно выбрать среди всей фразы самое важное слово и выделить его ударением. После этого следует сделать то же самое с менее важными, но все таки выделяемыми словами. Что касается негативных, невыделяемых, второстепенных слов, которые нужны для общего смысла, то их надо отодвинуть на задний план и стушевать».

Итак, главное внимание должно быть обращено в тексте на более значимые, по вашему мнению, слова и словосочетания, на которые при вашем выступлении должно падать фразовое, логическое ударение.

§ 3. Новые слова и трудности их употребления

Семантика

Словарный состав языка (лексика) охватывает отдельные слова (*авангард, авторитет*) и приравняемые к ним составные наименования (типа *акционерное общество, альтернативная служба*), а также устойчивые (фразеологические) словосочетания (типа *бежать сломя голову, без году неделя*). Поэтому под лексическими нормами понимают правильность словоупотребления: использование указанных словарных единиц в соответствии с их значением, стилистической окраской, оценочными свойствами и т.д.. Объявленная М. Горбачевым «перестройка» вызвала те процессы в обществе, которые имели далеко идущие последствия как в нашей стране, так и за ее пределами. А это не могло не сказаться на лексической стороне языка как наиболее чуткой ко всякого рода окружающим изменениям. Прежде всего язык стал интенсивно пополняться новыми словами. Конечно, лексика языка обогащается постоянно. Чтобы убедиться в этом, достаточно посмотреть выходявшие (с 70-х гг.) ежегодно словарные материалы «Новое в русском языке», а затем (уже по десятилетиям) словари новых слов и значений. Но в период «горбачевской перестройки», (1985–1991 гг.) и в постгорбачевский период пополнение языка новыми словами и значениями было видно и без специальных исследований, в таких оно шло количествах, а главное – это пополнение коснулось прежде всего «ключевых» слов, социально значимых, свидетельствующих о коренных изменениях во всех сферах общества: политической, экономической, правовой и т.д. Примером таких ключевых слов может служить дискутировавшийся в первые годы перестройки вопрос о «трех де», способных обновить общество. Материалы публицистики того времени как бы документально свидетельствуют о рождении новых понятий в нем, а в конечном счете о том, какие толчки испытывала перестройка, что дала она народу и чего не дала. Одни общественные деятели относили к «трем де» демократизацию, демонополизацию и де милитаризацию (Правда. 1989 31 мая), другие – де идеологизацию, де централизацию и де монополизацию (Смена. 1990. 26 июня), третьи – де идеологизацию, де партизацию и де политизацию (Правда. 1990. 28 авг., АиФ. 1990. № 39). Скорее всего именно последним было суждено послужить детонатором, способствовавшим подрыву устоев существовавшей политической системы, ибо де идеологизация означала ослабление или устранение влияния идеологических факторов при рассмотрении внутригосударственных или международных проблем, отказ от навязывания определенных идеологических взглядов, стереотипов; де партизация означала устранение влияния только одной партии (КПСС), а де политизация – отказ от односторонней политической ориентации. Недаром противники этих процессов предрекали развал существующей политической системы в случае доведения их до конца в армии, МВД, КГБ, учебных заведениях и других общественных структурах страны.

Среди общественно значимых (ключевых) политических терминов, рожденных перестройкой и отражавших происходившие в обществе коренные изменения, должны быть названы, *новое политическое мышление, общеевропейский дом, всеобщая система международной безопасности, либерализация, открытое гражданское общество, поименное голосование, общечеловеческие ценности, гуманный, демократический социализм* и т.д. В то же время фактором политической жизни

стали *антиперестроечные силы, комитеты национального спасения, гекачеписты* и т. д.

Не менее показательны и многие экономические термины, вызванные к жизни перестройкой и отражающие дух времени. Например. *арендаторство, государственная приемка, демонополизация, договорная цена, единое экономическое пространство, зона свободного предпринимательства, индивидуальная трудовая деятельность, малое предприятие*, а также вызывающие куда менее приятные ассоциации *антиалкогольная кампания, беспредел, визитная карточка покупателя, групповой интерес, дельцы теневой экономики, «деревянные» рубли* и т. д.

Даже из приведенного краткого перечня «перестроечных» слов и словосочетаний видно, что многие из них, отражая специфику происходивших в конце 80-х гг. событий, являясь как бы визитной карточкой того периода, не пережили его, нуждаются в пояснении для молодого поколения, комментировании. И в момент появления соответствующих явлений и процессов в обществе современники относились к ним неоднозначно, толковали их часто неодинаково. Так, под *деидеологизацией* одни понимали «отделение внешней политики государства от политической пропаганды» (Правда. 1989. 17 июля, другие – нарушение прав «любого члена общества определять свои политические взгляды, идеологию, партийность» (Правда. 1990. 27 авг.), третьи – «безыдейность» (Правда. 1989. 26 ноябр.) Нередкая *расплывчатость семантики* в новых словах – первая очевидная трудность даже для носителей языка. Приведем еще пример. Что такое *новое политическое мышление*, о котором так много и громко говорилось еще совсем недавно? Даже в словарях оно определяется по-разному, часто в зависимости от гражданской позиции самих составителей, а в 80-е гг. – от идеологических установок «свыше», где формировалась внутренняя и внешняя политика государства. Сравним три определения, взятые из разных словарей: «Новое политическое мышление подразумевает умение, преодолевая многие стереотипы, объективно осознать реальности современного мира. Н.п.м. выражается в понимании того, что сложный и противоречивый мир, в котором мы живем, становится все более взаимосвязанным и целостным» (Кр. полит, сл. – 89); «Система взглядов на мировые реальности ядерно-космического века, исходящая из приоритета общечеловеческих ценностей и отказа от идеологических стереотипов» (Сл. пер. – 92); «Н.п.м. – система приоритетов общечеловеческих идеалов и ценностей во внешней и внутренней политике, провозглашенная во второй половине 80-х гг. руководством КПСС и СССР. Реализация этой системы приоритетов во внутренней, а отчасти и во внешней политике, отличалась до декабря 1991 г. непоследовательностью и противоречивостью» (Политология. Энцикл. – 93). Общим в приведенных определениях нового политического мышления является указание на освобождение от стереотипов, учет сложившихся реальностей в мире и понимание «общечеловечности» глобальных проблем, стоящих перед народами планеты. И все же, чем является новое мышление: *умением*, как отмечено в первом из приведенных определений, *системой взглядов*, как признается во втором, или *системой приоритетов*, как указано в третьем? От этого может проистекать и восприятие нового мышления.

Приведем примеры, относящиеся к нашим дням, связанные, возможно, с будущей профессиональной деятельностью тех, кто сейчас учится. Отличают ли студенты типы *акционерного общества (открытое от закрытого)*, *аудитора* от обычного *ревизора*, *дилера* от *брокера*. Есть ли у них четкое представление, какие *виды топлива* относить к *альтернативным*. Какие *монополии* являются *естественными*. Какие документы принадлежат к *ценным бумагам*. Нередкие споры по поводу содержания термина возникают даже на высоком уровне. Так, в государственной Думе при работе над новым законом «О прожиточном минимуме» столкнулись две полярные точки зрения на само это понятие. С учетом традиционного подхода *прожиточный минимум* представляет собой показатель минимального объема и структуры потребления материальных благ и услуг, необходимых для поддержания жизни человека. Этому взгляду противостоял новый, близкий к западному, в соответствии с которым прожиточный минимум – это денежный эквивалент структуры потребления, соответствующий фактически сложившемуся эталону потребления самого низкого уровня, и определяться он должен из среднестатистического довода на территории определенного субъекта РФ.

Допускаются ошибки на самом высоком уровне и в смысловом употреблении терминов. Так, в прессе нередко мелькают сообщения о возвращении Президентом РФ проектов федеральных законов в Государственную Думу из-за некорректного употребления юридических терминов. Например, в Заключении на проект федерального Закона «О торгах за закупку товаров, работ, услуг для государственных нужд» отмечается: «Недостаточно проработана применяемая в законопроекте терминология... Не указано, какой вид торгов им регулируется, каков порядок проведения конкурсов и аукционов, чем различаются эти виды торгов. Попытка разработчиков законопроекта определить

закупки через торги, а торги через конкурс вносит дополнительную неясность. Кроме того, в законопроекте не раскрыты такие понятия торгов, как двухэтапные, специализированные, внутренние, закупки из одного источника (Рос. газета. 1998. 19февр.).

Укажем словари, в которых наиболее полно нашли отражение неологизмы 80х – начала 90-х гг.:

Левашов Е.А., Поповцева Г.Н., Алаторцева С.И. Словарь новых слов русского языка 1950–1980 гг. / Под ред. Н.З. Котелевой. СПб. Изд. Дмитрий Буланин, 1995.

Буцева Т.Н., Денисенко Ю. Ф., Холодова Е.П. Новые слова и значения. Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 80-х гг. / Под ред. Е.А. Левашова. СПб: Изд. «Дмитрий Буланин», 1997.

Максимов В.И., Буре Н.А., Вакулова Е.Н. Словарь перестройки (1985-1992) / Под ред. В.И. Максимова. СПб: Златоуст, 1992.

Т о л к о в ы й словарь русского языка конца XX века. Языковые изменения / Под ред. Г.Н. Складчиковской. СПб: Изд. Фолио-Пресс. 1998.

В области профессиональной деятельности сейчас особое место занимают термины информатики и вычислительной техники. Компьютеризация распространяется во все новых и новых сферах этой деятельности, а сам компьютер стал неотъемлемым спутником учебной работы, независимо от того, на каком факультете и чем занимаются студенты. У многих он стоит на письменном столе дома, всегда готовый углубить и ускорить процесс занятий. Однако вычислительная техника развивается столь быстро, а области ее применения расширяются столь стремительно, что язык безостановочно пополняется все новыми терминами, без знания которых невозможно ни читать специальную и даже научно-популярную литературу, ни рассуждать об использовании компьютеров, ни тем более практически пользоваться ими. Кроме того, постоянно совершенствуются программы обучения; последние из них ориентируются на работу с персональными IBM-совместимыми компьютерами и их программным обеспечением, использование терминов, связанных с искусственным интеллектом. Windows – приложений, графического интерфейса пользователя, сети Интернет и мультимедиа. Между тем даже в специальных словарях начала 90-х г отсутствовало упоминание о компьютерных вирусах, Интернете, мультимедиа, виртуальной реальности, лазерном принтере, не говоря уже о десятках других терминов, без знания которых в конце XX в. невозможно иметь дело с вычислительной техникой.

Чтобы иметь четкое представление об используемых вами или встречающихся в литературе терминах информатики и вычислительной техники, их системе, имейте под рукой соответствующие словари, среди них назовем в первую очередь:

Бордовский Г.А., Извозчиков В.А., Исаев Ю.В., Морозов В. В. Информатика в понятиях и терминах / Под ред. В.А. Извозчикова. М.: Просвещение, 1991.

Ершов А.П., Шанский Н.М., Окунева А. П., Басков Н.В. Школьный терминологический словарь по основам информатики и вычислительной техники / Под ред. А.П. Ершова и Н.М. Шанского. М.: Просвещение, 1991.

И н ф о р м а т и к а : Энциклопедический словарь для начинающих / Сост. Д.А. Поспелов. М.: Педагогика-Пресс, 1994.

Максимов В.И., Дорот В.Л., Зайцев Б.Е. и др. Иллюстративный толковый словарь русской научной и технической лексики: 7671 термин / Под ред. В.И. Максимова. М.: Рус. яз., 1994.

С получением в 1990 г. Российской Федерацией государственной независимости обнаружилось, что ее законодательная база не отвечает тем экономическим, социальным и правовым условиям, которые складываются в стране. В то же время стал набирать силу законотворческий процесс – вначале в Верховном Совете РСФСР, а затем в Государственной Думе Российской Федерации, не говоря уже о президентских структурах и правительственных органах. В связи с этим в русском языке появилось огромное количество новых правовых терминов, которые в значительной степени незнакомы широким слоям населения, а вместе с тем правовые термины, как никакие другие, требуют четкого знания установленного федеральными законами их значения. Вольные толкования их не допустимы. Какую бы категорию населения современной России мы ни взяли, все они ощущают потребность в знании тех или иных групп правовых терминов.

Широким слоям населения эти знания необходимы по многим причинам. Прежде всего большинство граждан может интересоваться их сегодняшним статусом, от чего во многом зависят их льготы, а, следовательно, и материальное обеспечение. Так, появилось немало людей, у которых возникли проблемы с работой. Целая серия правовых терминов может помочь им уяснить свое положение в обществе: *безработный, занятые граждане, неподходящая работа, подходящая работа*, То же самое

относится к лицам, вынужденным покинуть место своего постоянного жительства: *беженец, вынужденный переселенец, миграционный поток, обустройство вынужденных мигрантов, пункт первичного приема вынужденных переселенцев*. А сколько существует категорий ветеранов и инвалидов среди пожилых людей! Кого из этих людей не интересует, к какой категории они относятся: к ветеранам (инвалидам) Великой Отечественной войны, к ветеранам (инвалидам) боевых действий на территории других государств или к ветеранам военной службы? А если тот или иной гражданин еще и ветеран труда?

Гражданам, занимающимся хозяйственной деятельностью, даже в пределах своего приусадебного участка, необходимо знать, кто такой *владелец земельного участка* или *плательщик государственной пошлины*, что такое *садовый или огородный земельный участок, бесхозяйная вещь или недвижимое имущество*. А кто не соприкасается с законом на бытовом уровне, не хочет иметь представления о *договоре дарения, исковой давности, лишении родительских прав, мировом соглашении, моральном вреде, общей собственности супругов, превышении пределов необходимой обороны* и т.д.? Или возьмем молодежь, вступающую во «взрослую» жизнь. Разве все юноши и девушки всегда знают, что такое *альтернативная гражданская служба, брачный договор, законный режим имущества, ежемесячное пособие на ребенка, пособие по беременности*. А тем же молодым людям, особенно начинающим коммерческую деятельность, разве не полезно знать, чем отличаются *акционерное общество, закрытое акционерное общество, открытое акционерное общество, общество с ограниченной ответственностью, коммандитное товарищество и товарищество на вере; безвозмездный договор и возмездный договор; безотзывный аккредитив и отзывной аккредитив; брокер, брокерская деятельность и дилер, дилерская деятельность; валютная интервенция и иностранные инвестиции*?

Таким образом, практически нет групп населения, которые не нуждались бы в знании точного значения тех или иных правовых терминов, затрагивающих их интересы. Тем более такие знания полезны для деловых людей, дабы их профессиональная и иная деятельность имела не только четко осознаваемую ими юридическую основу, но и протекала с максимальным учетом лексических норм русского литературного языка. И хотя изданные до настоящего времени словари русских правовых терминов далеко не полны по своему охвату, все же укажем наиболее полные из них, где можно получить нужную справку.

Румянцев О.Г., Додонов В.Н. Юридический энциклопедический словарь. М.: ИНФРА, 1997.

Тихомирова Л.В., Тихомиров М.Ю. Юридическая энциклопедия / Под ред. М.Ю.Тихомирова. М., 1998.

Энциклопедический юридический словарь / Под общ. ред. В.Е. Крутских. М.: ИНФРА. М., 1998.

Юридический энциклопедический словарь / Гл. ред. АЯ. Сухарев. М.: Советская энциклопедия, 1987

Кроме того, следует иметь в виду, что издаваемые в Российской Федерации многие федеральные законы, президентские указы, правительственные постановления имеют специальные разделы «Основные термины» или «Основные понятия». В случае острой необходимости интересующиеся могут непосредственно обращаться и к этим официальным документам. Они публикуются в обязательном порядке после их подписания главой государства или главой правительства в «Российской газете», а также в специальных изданиях, к которым относятся: «Сборник законодательных актов Российской Федерации», «Собрание актов Президента и Правительства Российской Федерации», а с 1994 г. «Собрание законодательства Российской Федерации». В каждом из этих сборников имеется к тому же подробнейший перечень наименований публикуемых в том или ином выпуске законов, указов, постановлений.

Трансформация значений

Говоря о лексических нормах русского языка наших дней, следует иметь в виду также то, что многие слова и даже группы слов за последнее время изменили свое значение. Так, словом *банкир* в доперестроечные годы называли только владельца или крупного акционера банка, а так как таковых на территории СССР давно уже не было, оно употреблялось лишь при упоминании о «капиталистическом» зарубежье. Однако в 90-м г. это слово стало появляться в советской печати в новом значении – «ответственный работник банка». Этому способствовало расширение и преобразование банковского дела в стране: «Визит рассерженных *банкиров* (...) Это были авторитетные и ответственные банковские

работники (...) начальник Жилсоцбанка СССР. Его заместители (...) Начальник Ленинградского областного управления того же банка» (Известия. 1990.3 окт.). Новое значение закрепилось в слове *банкир*, что непременно надо учитывать при его употреблении. Учитывать надо и то, что даже в новых словарях, например в «Русском толковом словаре» В.В. Лопатина и Л.Е. Лоптиной, вышедшем в 1997 г., слово *банкир* отмечается только в значении «владелец или крупный акционер банка».

Еще примеры. *Биржевик* обозначало «биржевой делец», стали же называть так работника биржи, участника биржевых операций: «Биржевики объединились, да не в один, а сразу в три различных союза» (Известия. 1991. 11 июня). *Меню* означало «подбор кушаний, а также листок с их перечнем», а в современной компьютерной технике стали называть так «список режимов, команд и вариантов ответа, изображаемый на экране дисплея для выбора пользователем».

Изменение значения охватило в последнее десятилетие не только отдельные наименования, но и целые их группы. Это можно продемонстрировать на примере терминологизации слов, т.е. приращения к их первичному значению, допускающему более или менее вольное толкование, по существу нового значения, в определение которого допустимо вносить изменения также только официальным путем (через ГОСТ, федеральный или иной закон). Слово *безработный* в самом распространенном «Словаре русского языка» С.И. Ожегова определяется как «не имеющий постоянной работы, заработка» (в старых терминологических словарях оно вообще отсутствует) Но разве человек, лишившийся в современной России работы, может претендовать на получение пособия по безработице, исходя только из указанного толкования? В настоящее время надо знать, что юридически *безработными* признаются лишь «трудоспособные граждане», которые не только не имеют работы и заработка, но и «зарегистрированы в органах службы в целях поиска подходящей работы, ищут работу и готовы приступить к ней». Существенное дополнение, превращающее бытовое представление о безработном в строгое правовое понятие. Слово *документ* в том же словаре С.И. Ожегова определяется как «деловая бумага, подтверждающая какой-нибудь факт или право на что-нибудь». В опубликованных федеральных законах документ рассматривается как «материальный объект с зафиксированной на нем информацией в виде текста, звукозаписи или изображения, предназначенный для передачи во времени и пространстве в целях хранения и общественного использования».

Итак, терминирование общеупотребительных слов, т.е. превращение их в юридические термины с четко очерченным понятием, не допускающим вольного толкования, – активный процесс, происходящий в русском языке в последние годы. И ни в коем случае нельзя смешивать общеобиходное значение слова и терминированное, профессиональное» В то же время необходимо следить за обновлением терминов. Под *обновленными* понимаются термины, в содержании которых с течением времени вносятся те или иные уточнения. Например, в «Юридическом энциклопедическом словаре» 1997 г. к *вещному праву* отнесены: право собственности, право оперативного управления и право бессрочного пользования землей. В Гражданском кодексе 1995 г. вещное право включает также право хозяйственного ведения, право пожизненного наследуемого владения, право постоянного пользования, ипотеку, сервитуты и др.

Как известно, в Советском Союзе не существовало понятия «*государственный язык*» применительно к нашим условиям. Русский язык считался языком межнационального общения народов, населявших территорию страны. И вдруг в разных ее концах заговорили о государственном языке. Одна из первых отреагировала на эту ситуацию газета «Советская культура»: «Остается неясным» что же понимать под «государственным языком»? Каково содержание понятия «государственный язык»? Дело в том, что в его толковании имеются различные позиции, причем они как бы вытекают из специфики национальных регионов (Прибалтика, Средняя Азия, Поволжье и т.д.). Неодинаковы критерии в определении государственности языка. В одном случае это обязательность ведения на данном языке всего служебного делопроизводства, преподавания всех дисциплин в школе, в том числе и в высшей. В другом – предполагается гораздо меньшая значимость государственного языка. Ввиду того, что нет единых для всех республик критериев, не отнести ли определение содержания понятия «государственный язык» к компетенции национальных регионов?» (Сов. культура. 1989. 7 сент.). Это понятие внесено и в новую Конституцию Российской Федерации, но также без четкого категориального определения: « 1. Государственным языком Российской Федерации на всей ее территории является русский язык, 2. Республики вправе устанавливать свои государственные языки» (ст. 68). Этой формулировки недостаточно для понимания существа явления, а тем более для его правового использования. Так что надо ждать юридических разъяснений по этому вопросу, а следовательно, следить за правительственными постановлениями тем, кого он интересует по роду своей деятельности.

Слова с измененным значением могут ставить говорящим ловушки. Каждый образованный человек, следящий за развитием политической жизни в нашей стране, хорошо знает что высшим представительным и законодательным органом у нас является Федеральное Собрание Российской Федерации, которое состоит из двух палат – Совета Федерации и Государственной Думы. В каждой из палат есть своей Председатель со своими строго регламентируемыми функциями. Но газетчиков это не смущает. И они с упорством, достойным лучшего применения, многие уже годы наше Федеральное Собрание зовут парламентом, а председателей палат – спикерами. Настолько назойливо, что многие читатели убеждены: в нашей стране высший законодательный орган называется *парламентом*, а руководители его палат – *спикерами*. Поэтому наименования *Федеральное Собрание* и *Председатель Совета Федерации* (или *Государственной Думы*) употребляются значительно реже своих псевдосинонимов не только в печати, но и в неофициальных разговорах о высших сферах государственной власти.

Займствование

Особую трудность составляет для говорящих незнание или неточное знание значений заимствованных слов, внутренняя форма которых, в отличие от русских по происхождению неологизмов, не всегда понятна говорящим. Например: *аквапарк, андерграунд, анимационный, армрестлер, армрестлинг, аудит, аудитор, аэрогриль, толлинг, толлингер*. Иногда в одной печатной фразе встречается столько незнакомых заимствований, что до ее смысла трудно добраться: «СТИПЛЬ-ЧЕЗ ДЛЯ ДИСК ЖОКЕЕВ (заголовок). Работа *ди-джеев* отличалась виртуозностью, хотя выступления победителей (*винилового жокея Диггера*. из Москвы и Си-Ди *ди-джея* Вадима) даже неискушенный в дискотечном деле слух выделил. Чемпионы получили специальные пульта для диск-жокеев от фирмы «Джеминай» и спецодежду – кроссовки, майки, *бейс-болки*» (Известия. 1994. 24 мая).

Чрезмерное увлечение иностранными словами нередко вызывает насмешку юмористов. Приведем еще пример из «Известий»: «В нынешних условиях хорошо чувствуют себя коммерсанты и предприниматели, банкиры, биржевики и прочие брокеры, дилеры и дистрибьюторы (слов-то каких за последнее время прибавилось!). Иной раз язык сломаешь, пока выговоришь. В газетах и на телевидении столько места и времени отдается рекламе всевозможных товаров, что можно подумать: вся страна у нас завалена иностранными товарами, каждый имеет персональный компьютер, факс, радиотелефон, принтер и т.д. И заедают граждане все это всевозможными «марсами», «сникерсами», «серенатами». А уж запивают, то непременно спиртом «Рояль» или водкой «Смирнофф». Ну а мы живем со стилем жизни, как в холдинцентре» (1993. 3 апр.).

Возмущенные граждане нередко обращаются за разъяснениями в редакций газет и журналов: «Что такое *каперсы*? Почему содержимое баночек, которые продают под этим названием, разное – иногда маринованные «веточки» а иногда – что-то в виде «стручков»? (Рос. Газета .1998. 25 мая).

Для того чтобы ориентироваться в море заимствований, полезно обращаться к специальным словарям, фиксирующим эту лексику, например:

К о м л е в Н.Г. Иностранные слова и выражения. М., 1997.

Мазукова Т.Г., Нечаева И.В. Краткий словарь иностранных слов. М.. 1995.

С о в р е м е н н ы й словарь иностранных слов. М., 1992.

Изменение сферы употребления слов

Говоря о лексических нормах, следует иметь в виду также то, что под влиянием тех изменений в обществе, о которых говорилось выше, многие активно употребляемые наименования изменили свою стилистическую окраску. Так, слова *бизнес, бизнесмен* освободились от пометы «разговорное», которую они имели в наиболее популярных толковых словарях 80-х гг.: «Словаре русского языка» С.И. Ожегова и «Словаре русского языка» под ред. А.П. Евгеньевой. Об этом свидетельствует не только вышедший в 90-е гг. «Русский толковый словарь» В.В. Лопатина и Л.Е. Лопатиной, но и широкое использование этих слов в прессе: «Обеспечить (...) деятельную поддержку нарождающемуся мелкому, кооперативному и частному бизнесу (Ленинградская правда. 1990. 22 авг.); «Нужно четко разграничивать спекуляцию и коммерцию. Конечно, если кооператор затратил средства, отвез товар в другой регион, продал его по другой цене, это можно назвать бизнесом» (Правда. 1990. 6 янв.).

Изменениям может подвергнуться и оценочная сторона слова, что также необходимо учитывать,

если мы хотим соблюдать лексические нормы. Так, трудно было бы придумать в доперестроечное время более убийственную оценку кого-либо, чем та, которая содержалась в выражении *враг народа*. Многие поплатились жизнью за это клеймо. Но вот оказывается, что враг народа – это вовсе не враг, а любой человек, необоснованно обвинявшийся в годы тоталитаризма в антисоветской, антинародной деятельности, а говоря иными словами – жертва массовых репрессий. Естественно, резко негативная оценка оказалась нейтрализованной: «Сегодня многие (...) журналы открывают читателям произведения авторов, считавшихся прежде «врагами народа». И нередко оказывается, что «враг народа» как раз боролся за счастье, за сохранение духовных богатств своего народа, против его духовных поработителей» (Сов. культура. 1989. 20 апр.).

Используя словари, изданные в советское время, следует иметь в виду, что при многих наименованиях понятий, чуждых господствовавшей в тот период идеологии, стоят как бы ограничительные указания, относящие эти наименования к «капиталистической» или «дореволюционной» действительности. За последние годы произошло переориентирование большинства из них с «не нашей» действительности на современную российскую. Укажем в качестве примеров несколько примечательных в этом отношении словесных групп. Стали возрождаться запрещенные в послеоктябрьский период политические движения, партии и соответствующие названия (*анархисты, анархо-синдикализм, кадеты, монархисты*), старые формы борьбы за права человека (*забастовка, пикет, рабочее движение, стачка*), парламентской деятельности (*коалиция, отставка, оппозиция*). Только к государствам «буржуазного» образца еще недавно относились такие наименования высших государственных должностей, как президент, вице-президент. После введения в бывшем СССР президентской формы правления они оказались переориентированными на советскую, а ныне на российскую действительность.

Стали восстанавливаться и многие реалии (а отсюда и термины) в экономической сфере, ранее объявлявшиеся «буржуазными». Это относится к биржевой деятельности (*акция, биржа, дивиденд, маклер*), финансирования (*коммерческий банк, рента*), хозяйственной деятельности (*акционерное общество, интеллектуальная собственность, конкуренция, ферма, частная собственность*). Появились и переориентированное с «капиталистического» Запада совсем «свежие» экономические термины: *дилер, клиринг, менеджмент, толлинг, шоковая терапия*. И тут же (как постоянные спутники капитализации общества) подверглись переориентации *безработный, безработица*, объявленные не существующими в нашей стране уже в 30-е гг.

Попутно отметим, что под влиянием перестроечных процессов пришли в движение, *актуализировались*, т.е. стали актуальными, широко употребительными в политической, экономической и культурной жизни общества многие группы слов, находившиеся на периферии языка. Ранее они редко употреблялись, хотя и обозначали реалии, занимавшие какое-то место в этом обществе. Активизации и актуализации этих слов, их большей частотности в речи носителей русского языка способствовали разные причины: восстановление традиционного для русского и других народов России уклада жизни и осуждение допущенных перегибов (*возрождение, обновление, оздоровление, очищение, покаяние*), выдвижение на передний план некоторых форм хозяйствования (*аренда, кооперация, хозяйственный расчет*), общественного устройства (*дума, губерния, земство*), образования (*гимназия, лицей, семинария*), обращение к духовности (*гуманизм, милосердие*), в том числе к религии, к церковным обрядам (*исповедь, причащение, крещение, поминание*). В то же время стали повседневной реальностью такие негативные явления и их названия, как *беженцы, инфляция*. Конечно, они имели место в жизни советского общества и раньше, но с ними значительная часть населения была знакома лишь понаслышке, по крайней мере многими они не ощущались остро.

Перестройка дала начало и противоположному процессу в словарном составе русского языка – *деактуализации* части лексики. Речь идет не об архаизации отдельных слов, что всегда имело место в языке, а о *системной архаизации*, когда переходят на периферию определенные группы слов, до того весьма важных и частотных. В данном случае причиной деактуализации некоторых лексических групп является постепенный демонтаж существовавшей политической и экономической систем. К таким терминам, теряющим или потерявшим актуальность в политической сфере, относятся, например, *вождь, империализм, комсомол, коммунизм, марксизм, пионеры, в экономической – колхозник, пятилетка, социалистическое соревнование, ударник социалистического труда, в области культуры – лауреат Ленинской премии, социалистический реализм*.

Будьте осторожны с употреблением архаизировавшихся слов! Если вы назовете современных школьников *пионерами*, а крестьян *колхозниками* – вас могут не понять, а некоторые могут даже

Сочетаемость с другими словами

Особую трудность для говорящих и пишущих представляет сочетаемость слов. Можно ли сказать *квадратный круг, свежий молоток, узкое молоко*. Ответ будет единодушным – нельзя. А можно ли по сочетаемости слов определить, к какому времени относится тот или иной текст? Приведем пример из характеристики: «Он (она) пришел (пришла) на этот ответственный участок социалистического строительства (райком партии, дирекция крупного предприятия, кабинет predisполкома и т.д.) из комсомола»? Подобная фраза была неотъемлемой чертой характеристик, выдававшихся «ответственным товарищам» (из руководства) в годы, предшествующие перестройке. Об этом свидетельствуют словосочетания *прийти на ответственный участок, социалистическое строительство, прийти из комсомола, райком партии, кабинет predisполкома*. В годы становления советской власти для новой революционной исторической науки характерным было использование таких клише, как «фронт исторической науки», «историческая наука – остро отточенное оружие политической борьбы». Словосочетания *фронт науки, оружие борьбы* взяты как бы из военного словаря и призывают не к тому, чтобы добывать и обогащать знания о прошлом человечества, а к тому, чтобы, как это было принято в 20–30-е гг., наступать и уничтожать идеологического врага. Приведем примеры и из выступления оратора самого высокого ранга в Верховном Совете СССР в ходе перестройки: «Нам надо продвигать процессы к решениям по пути глубоких реформ», «Это нам подбрасывают, чтобы поспекулировать». Словосочетания *продвигать процессы, глубокие реформы, подбрасывать нам* выдают время, когда они были произнесены. Следовательно, сочетаемость многих слов маркирована эпохой, которая их породила.

Но это одна сторона дела, связанная с пониманием особенностей сочетаемости слов, с которой мы сталкиваемся в текстах прошедших эпох. Но есть и другая сторона, связанная с живым употреблением словосочетаний. Если спросить, даже специалиста-компьютерщика, в каком словесном окружении употребляется термин *вирус*, какие могут быть при этом термине определения, согласованные и несогласованные, после каких существительных и глаголов он может стоять, с какими глагольными сказуемыми употребляться, то не каждый ответит. Поэтому мало знать, что *вирус* – это программа или присоединяемый к другим программам набор команд, которые производят и распространяют свои копии в компьютерах или компьютерных сетях и выполняют некоторые действия, нежелательные для их пользователей. Надо уметь пользоваться этим термином так, чтобы не получилось выражение вроде *квадратного круга*. Например, следует знать, что *вирус* может быть *загрузочный, компьютерный, программный*, а также *нового поколения*. Чаще всего это слово употребляется после существительных *идентификация, код, обнаружение, распространение, уничтожение* (чего), *заражение, поражение* (чем), *борьба* (с чем), а также после глаголов *запускать, обнаружить, порождать, содержать, удалять* (что), *остерегаться* (чего), *сталкиваться* (с чем), главное – *вирус* может производить следующие действия: *заражать, изменять данные, менять цвет, поражать, представлять опасность, производить поиск и заражение, проникать, распространяться, уничтожать файлы* и т.д.

Лексическая несочетаемость слов – источник многих ошибок говорящих и пишущих. Не случайно выпускаются специальные словари, в которых приводятся типичные примеры сочетаемости тех или иных слов с другими. Образцом таких лексикографических справочников является «Словарь сочетаемости слов русского языка», который выходил под редакцией П.Н. Денисова и В.В. Морковкина. В случае затруднений заглядывайте в него.

За рамками литературного употребления

Говоря о лексических нормах русского – языка наших дней, нельзя не указать и на, можно сказать, бич современного словоупотребления – увлечение словами и словечками, находящимися далеко за пределами культурного общения, независимо от степени их новизны в языке. Справедливо отмечалось в журнале «Русская речь»: «Средства массовой информации захлестнул поток просторечных, жаргонных, а нередко и откровенно непристойных слов и выражений. Плох был «новояз» минувшей эпохи, но разве лучше обильно сдабривающая ныне речь «блатная» лексика». Приведем пример из, как оказано в подзаголовке, «петербургской газеты для детей и подростков» «Пять углов» (в Ленинграде называлась «Ленинские искры»). В статейке, довольно обширной, подписанной «Юрий Погуляй»,

содержатся советы, как избежать встречи со шпаной и как уйти от хулиганов целым и невредимым. Здесь весь набор просторечных и жаргонных слов, даже фраз, которыми, если подростки еще не знают, с успехом могут овладеть: «Бабки гони, козел», «Ща рога пообломаю», «Нема бабла, даже подымить нечем».

В литературе «для взрослых», вышедшей из-под пера современных авторов, таких перлов встречается еще больше. Приведем наиболее безобидные примеры из в общем-то занимательной книги В. Барковского и А. Измайлова «Русский транзит»: «Слышь, сокол, -задушевно отозвался я, – шел бы ты к... своей матери!», «А ну, с-сука, быстро из машина!», «Увезли Шведа, бть-еть-мть! и еще двоих, бть, наших!», «Как мать-перемать, так мать-перемать! А как мать-перемать, так - хрен?!?!», «Шли бы вы, нервные, к такой-то матери!», «Как их за жопу не взяли?», «Шел бы Лева в задницу!», «Он на заборе никогда не напишет ХЫЙ. Или ХЮЙ», «Бабена мать!», «Темно, как у негра в жопе!», «Кто там свищет-дрищет?», «Зачем ты меня обсираешь, Саша?», «Ежели по-испански: яйца. Да, лишиться – их маленькое удовольствие». Бумага терпит нецензурщину... А каково читателю?

Таким образом, говоря о новых в русском языке словах и трудностях их употребления, следует еще раз подчеркнуть необходимость более точного знания семантики новообразований, особенно терминов, умения пользоваться заимствованиями, что требует особой осторожности. Следует быть также внимательными при употреблении наименований, имеющих обиходное и правовое значение и не смешивать их. Нужно также иметь в виду, что многие слова изменили свои оценочные свойства и стилистическую окраску, сферу употребления, приобрели необычайную частотность, даже стали «модными» или утратили былую употребляемость. Наконец, будьте осторожны, сочетая одни слова с другими, когда допускается особенно много ошибок, и постарайтесь избавиться в своей речи от просторечных слов и жаргонизмов.

§ 4- Новая фразеология и ее использование

Рождение новой фразеологии

Под *фразеологией* понимается совокупность фразеологизмов какого-либо языка. Сюда входят прежде всего устойчивые сочетания слов, которые используются как готовые, воспроизводимые в речи его единицы: *не солоно хлебавши, прийти к заключению, выразить недоверие, взять в оборот, черный ящик*. Многие относя к фразеологии также пословицы, поговорки, крылатые слова, речевые штампы, которые также обладают важнейшими признаками фразеологизмов: устойчивостью и воспроизводимостью: *Ночная кукушка перекукует дневную; Каждому овощу свое время; Красота спасет мир* (Ф. Достоевский); *белое золото* (хлопок); *жидкое золото* (нефть); *черное золото* (уголь).

Каждая эпоха рождает свою фразеологию. Особенно это заметно в общественно-политической сфере. Наглядный пример тому текст Основного закона страны – Конституции. Как известно, за годы советской власти в России было создано четыре конституции, последовательно сменявших друг друга. Октябрьские события 1917 г. и установление советской власти дали импульс созданию Конституции Российской Советской Федеративной Социалистической Республики (РСФСР) 1918 г. После образования Союза Советских Социалистических Республик была принята в 1924 г. Конституция СССР. В 1936 г. ее сменила сталинская Конституция СССР, которая, как считалось, законодательно закрепила победу в стране социалистических общественных отношений. В 1977 г. была принята брежневская Конституция «развитого социалистического общества, строящего коммунизм». Последняя действовала до 1993 г., пережив на три года распад СССР. Во всех этих конституциях были продекларированы политическая власть трудящихся, равноправие всех граждан, демократическая избирательная система, предоставление трудящимся широких прав и свобод и гарантии их осуществления. Однако практическая реализация этих положений была во многом сведена на нет утвердившейся командно-административной системой.

Принципиально новым явлением в общественно-политической жизни страны представляется Конституция Российской Федерации, принятая на референдуме 12 декабря 1993 г. Она провозгласила Россию демократическим федеральным правовым государством с республиканской формой правления, разделением государственной власти на законодательную, исполнительную и судебную, идеологическим плюрализмом, равноправием всех форм собственности, в том числе частной, с рыночной экономикой. В Конституции РФ обозначены и основные направления деятельности федеральных органов государственной власти, к которым отнесены: *Президент, Федеральное Собрание*

(Совет Федерации и Государственная Дума), Правительство, Конституционный Суд, Верховный Суд, Высший Арбитражный Суд. Отсюда большое количество в Основном Законе страны новых по сравнению с прежними конституциями словосочетаний устойчивого характера, называющих действия федеральных органов государственной власти, не мыслимые при общественно-политической системе, утверждавшейся прежними конституциями. Это прежде всего глагольно-именные словосочетания типа *осуществляться путем референдума, принимать регламент, создать согласительную комиссию, признавать неконституционным*. Сюда относятся также субстантивно-субстантивные словосочетания с господствующим отглагольным существительным (*доверие правительству, заслушивание посланий*), субстантивно-адъективные (*валютное регулирование, трехкратное отклонение*), а также отдельные глаголы, например, *вноситься*, связанные в употреблении с названиями определенных объектов в данном случае законопроектов, предложений: *Законопроект (предложение) вносится..*

Значительная часть этих устойчивых словосочетаний была известна русскому языку и ранее, но использовались они для характеристики деятельности зарубежных или дореволюционных российских органов государственной власти, следовательно, являются переориентированными на современную российскую действительность. Например: *выразить недоверие правительству, обращаться с посланием, отказать в доверии, отставка правительства, подать в отставку, поставить вопрос о доверии, принять решение о роспуске, приносить присягу—о президенте, проводить парламентские слушания*. Не меньшая часть словосочетаний является вообще новой в русском языке, отражает особенности современной политической российской действительности: *давать толкование конституции, защита и обеспечение устойчивости рубля, иметь верховенство - о законе, использовать согласительные процедуры, осуществлять полномочия на постоянной основе*. Встречаются отдельные кальки с английского языка, например *отрешение от должности* (от англ. impeachment).

Ни одного из приведенных устойчивых словосочетаний, называющих действия федеральных органов государственной власти, в прежних конституциях нет. Например, предшествующая Конституция вменяла решение всех вопросов, относимых ею к ведению Союза ССР, Верховному Совету СССР, соотносимому по своей роли с нынешним Федеральным Собранием. К этим вопросам принадлежат: *«принятие Конституции СССР, внесение в нее изменений, принятие в состав СССР новых республик, утверждение образования новых автономных республик и автономных областей; утверждение государственных планов экономического и социального развития СССР, Государственного бюджета СССР и отчетов об их выполнении; образование под отчетных ему органов власти Союза ССР»* (ст. 108). Кроме того, каждая из палат Верховного Совета (Совет Союза и Совет Национальностей) *принимает решение о признании полномочий депутатов или о признании выборов отдельных депутатов недействительными, избирает Председателя палаты, передает спорные вопросы на разрешение согласительной комиссии, а затем вторично рассматривает их или передает на всенародное голосование (референдум)»*

В главе 15-й, где говорится о функциях Верховного Совета СССР, указывается также, что он *избирает Президиум Верховного Совета ССР, который в свою очередь назначает выборы в Верховный Совет СССР, созывает сессии Верховного Совета СССР, координирует деятельность постоянных комиссий палат Верховного Совета СССР и т.д.* Важно, наконец, отметить, что многие аспекты деятельности прежнего Верховного Совета СССР вообще больше не свойственны органам государственной власти: *принятие Конституции, принятие в состав страны новых республик, избрание Президиума* как постоянно действующего органа Верховного Совета и т.д.

Итак, изменилась политическая система в России – изменились и функции государственных органов власти, как и сами органы, что нашло немедленное отражение в языке, в данном случае на уровне устойчивых глагольно-именных и субстантивно-именных словосочетаний. Одни из них вышли из употребления, другие (в еще большем количестве) вошли. Следует не только постоянно овладевать новой фразеологией, но и активно, и умело владеть ею. Иначе трудно говорить о текущих общественно-политических событиях не только в официальной обстановке, но даже с друзьями, особенно если они не чуждаются современной печатной продукции, слушают радио- и телепередачи.

В общественно-политической сфере возникло огромное количество и других устойчивых словосочетаний. Возьмем, к примеру, слово *синдром*. Изначально оно выступало как медицинский термин со значением «сочетание признаков (симптомов), имеющих общий механизм возникновения и характеризующих определенное болезненное состояние организма». Но в ходе перестройки и дальнейшего развития нашего общества это слово стало означать социальную болезнь, причем в одних

случаях оно в соединении с определениями воспринималось как свободное словосочетание, а в других получило устойчивый характер. К первым можно отнести *синдром клубных симпатий* (Рос. газета. 1993. 14 июля), *послечернобыльский синдром* (Рос. газета. 1997. 11 июля), *послереферендумный синдром* (Рос. газета. 1993. 1 июня), *синдром боязни* (Ком-д. 1997. 6 сент.). Они единичны, индивидуальны в употреблении. Внутренняя форма таких словосочетаний понятна, и они не требуют дополнительных разъяснений.

В противоположность им некоторые сочетания со словом *синдром* воспринимаются как устойчивые цельные выражения и без определенных комментариев не понятны. Так, выражение *афганский синдром* в «Словаре перестройки» определяется следующим образом: «Совокупность социально-психологических факторов, приведших к неприятию окружающей действительности частью участников войны в Афганистане в связи с переоценкой роли этой войны в общественном сознании». Приводится пример такого понимания: «Причина возникновения афганского синдрома видна из бесед с солдатами, офицерами, запасниками Афганского контингента. Любой выделит ключевую мысль: «Мы недовоевали». Причем под «мы» отдельный афганец подразумевает не себя – подразумевается армия» (Литературная газета. 1989. 4 сент.). Можно привести еще пример и не один: «Нервно-психические расстройства преследуют практически каждого, кто выполнял «интернациональный долг» в Афганистане (...) Уже обнаружена особая группа специфических заболеваний, которые отличаются затяжным, подчас хроническим течением. Это лишь штрихи общей картины под названием «афганский синдром» (Рос. газета. 1992. 11 ноябр.).

Довольно распространенным оказался и *синдром врага*, означающий «совокупность социально-психологических факторов жизни советского общества в период кризиса национальных и экономических отношений, характеризующаяся враждебностью, подозрительностью, недоверием друг к другу». Если в ближайшие месяцы серьезных перемен не будет, вот тогда и начнется. Вот и начнем искать виноватого. Не хочется верить в это. Но как быть? Как избежать конфронтации? Ведь «синдром врага» появляется на митингах, в коллективах, даже в домах, в семьях» (Лит. газета. 1989. № 49).

Целый веер фразеологических сочетаний появился на базе слов *пространство* и *поле*, употребляемых, правда, не в издавна присущем им физическом значении, а в переносном, метафорическом. Так, если вначале чаще говорилось об *едином экономическом пространстве*, под которым понимался «рынок со свободным перемещением товаров и капиталов на основе соглашения между суверенными государствами, входящими в бывший СССР», или просто об *экономическом пространстве* как о «сфере действия общих экономических процессов», то впоследствии какими только определениями пространство не наделяли: *рублевое, постсоветское, конституционное, политическое, общеобразовательное* и т.д.

То же самое следует сказать о метаморфозе, происшедшей со словом *поле*. В этом смысле оно оказалось синонимичным слову *пространство*, хотя и с более суженным значением и меньшим количеством прилагаемых к нему определений: *административное, антимонопольное, конституционное, музыкальное* и т.д. поле. А какие только «войны» не ведутся с недавних пор на всех этих «пространствах» и «полях»: *законов, законодательной и исполнительной властей, компроматов, нервов, даже пресс-конференций*

На смену устойчивым сочетаниям и выражениям типа *вызывать на ковер, стереть в лагерную пыль. Всякая инициатива наказуема. Шаг влево, шаг вправо считается.*», «Одни делают вид, что работают, другие – что платят на страницах периодической печати все чаще стали встречаться такие устойчивые словосочетания, как *остаться на плаву, найти свою нишу, только ленивые не, на всю оставшуюся жизнь*. Не менее часто употребляются и устойчивые выражения типа *Разрешено все, что не запрещено законом. Кто не рискует, тот не пьет шампанского. Обидно за державу*. Под влиянием рекламных клише замелькали не только на страницах газет и журналов, но и в нашей речи *не просто, а очень просто, ну очень* (крутая женщина, интересное чтение), *ну просто* (фантастика, девочка), *отличная компания, сладкая парочка*. Правда, многие из таких фразеологизмов быстро забываются, как только начинается другая рекламная кампания, и речь пополняется новыми модными оборотами. Но они – принадлежность нашей речи, и относиться к ним надо, как к ее неизбежному, хотя и непостоянному спутнику.

Еще в начале 80-х гг. казались «высокими» по употреблению, наполненными глубоким смыслом многие выражения из пропагандистского лексикона недавнего прошлого. Под влиянием перестроечных процессов они получили отчетливый иронический оттенок. Примеры. *Все для человека* (имевшее продолжение в лозунге – «все во имя человека»): «Бюрократическая система маскируется бумажными

лозунгами, на словах повторяя: «Все для человека», а на деле попирает и унижает этого самого человека» (Нева. 1990. № 11). *Развитой (реальный) социализм*: «Вот уже десять лет как мы должны были жить при коммунизме (если бы выполнили решения XXII съезда КПСС и положения III Программы партии). Ну да ладно, зато 17 лет прожили при брежневском «развитом социализме» (Смена. 1989. 29 дек.); «Реальный социализм оказался системой со столь низкой экономической и социальной эффективностью, и, следовательно (...), необходимо вывести мировое социалистическое движение на иную траекторию развития» (Правда. 1990. 17 янв.). *Светлое будущее*: «Российская доктрина» светлого будущего основывается, в сущности, на четвертом сне Веры Павловны [героини романа Н.Г. Чернышевского «Что делать?»]. Вера в светлое будущее обернулась извращенной религией силы (Лит. газета. 1990. 21 марта.).

Использование «крылатых» слов

Отдельно отметим употребление в живой речи так называемых крылатых слов, к которым относятся фразеологические единицы типа *шариковы*, *дорога к Храму*, *Хотелось как лучше, а получилось как всегда*, которые по происхождению связаны с каким-либо литературным источником или общественным деятелем. Обращение к метафорическим словам, оборотам и выражениям для *оживления собственного высказывания, подчеркивания отношения к нему или для утверждения озвученной мысли* издавна было свойственно образованной части населения. Этот прием широко используется и в наше время. Посмотрим, из каких конкретно источников берутся крылатые слова, употребляемые нашими современниками, при каких обстоятельствах и как они используются.

Период советской истории, названный в народе «горбачевской перестройкой», – это время бурных дискуссий о дальнейших путях развития советского государства и сложившейся в нем после октября 1917г. общественной системы, о возможности совершенствования в стране политического и экономического устройства, изменения социальных условий труда и повседневной жизни. Объявленная гласность понималась, с одной стороны, как открытость в деятельности государственных и иных органов, а с другой – как право говорить и писать объективно о событиях прошлого и настоящего. А для этого вольно или невольно пришлось прибегать к языковым средствам, в частности к крылатым словам, которые в советское время считались недопустимыми в политических дискуссиях. К ним относятся в первую очередь библеизмы.

Осмысление послереволюционного периода как времени не только утраченных возможностей, но и больших реальных потерь, которые понесли общество и народ, привело к тому, что со всех сторон, со всех трибун и страниц масс-медиа раздавались призывы возрождать города, деревни, народные традиции, духовность, храмы, национальные языки и обычаи, классическое образование, историю и т.д. И тут вспомнили речение, заимствованное еще предками из книги Екклесиаста, или Проповедника, – *время собирать камни*. «Собирать камни» бросились все, хотя не все знали, что и как надо делать. Это дало повод «Литературной газете» писать: «Откройте любую газету минувшего года на выбор. Например «Советскую культуру» от 22 июня 1989 г. Видите крупный заголовок –«ВРЕМЯ СОБИРАТЬ КАМНИ...»? Или вот «Правда» от 21 июля. Не забывайте: «ВРЕМЯ СОБИРАТЬ КАМНИ»... 26 сентября по 1-й программе ЦТ прошел фильм-концерт. А назывался он... Ну, конечно «...И ВРЕМЯ СОБИРАТЬ КАМНИ» (24 янв. 1990 г.). О наступившем периоде восстановления, созидания после запустения, застоя продолжали писать с использованием этого крылатого оборота и дальше, например: ВРЕМЯ СОБИРАТЬ КАМНИ. Что ждет в Эстонии российских отпускников (Известия. 1994. 25 авг.). Больше того, популярность этого речения послужила толчком к появлению в газетных заголовках его вариантов, хотя и не носящих утешительного характера, но сохраняющих его стержневое слово и конструкцию в целом. Например: ВРЕМЯ ПОКУПАТЬ МЕХА - о прекращении повышения цен на меха и меховые изделия (Рос. газета. 1995. 18 мая), ВРЕМЯ СОБИРАТЬ ДЕНЬГИ - об ужесточении финансовой дисциплины (Незав. газета. 1991. 28 февр.; Рос. газета. 1995. 7 мая), ВРЕМЯ ЗАПЛАТИТЬ ДОЛГИ - о необходимости погашения задолженности по зарплате (Рос. газ. 1996. 12 марта). Встречаются и другие варианты этого крылатого оборота, в которых ключевым выступает глагольно-именное сочетание *собирать камни*: ИСКУССТВО СОБИРАТЬ КАМНИ (Лит. газета. 1994. 13 апр.), НИКИТА МИХАЛКОВ СОБИРАЕТ КАМНИ.

Можно привести примеры афоризмов классиков прошлого, ставших популярными в настоящем в силу заложенного в этих афоризмах нравственного заряда: «Идея прогресса, не ограниченная религией, привела ко всему тому, к чему мы пришли. Еще Достоевский предупреждал: если Бога нет, то все

дозволено. При всей внешней простоте этой формулировки XX в. показал, как она страшна, и она была страшна в России, Германии, Италии, Испании». (Рос. газета. 1997. 29 мая), «Казалось бы, угроза возврата к тоталитарному прошлому должна нас объединить. Ан нет, у каждого свой закон. Как тут не вспомнить Толстого, который писал, что раз дурные люди, объединившись, составляли силу, то все честные люди должны только сделать то же самое» (Рос. газета. 1997. 29 мая).

Впрочем и среди демократов были горячие споры относительно моральной ценности некоторых цитируемых крылатых фраз. Характерной в этом смысле является полемика между правозащитником С. Ковалевым и его оппонентами. Депутат С. Ковалев, воюя против патриотизма, попытался зачислить в свои союзники А. Пушкина и Л. Толстого. В телепрограмме «Итоги» (1 янв. 1995 г.) он приписал последнему фразу «Патриотизм – последнее прибежище негодяя». Это возмутило многих демократически настроенных деятелей, которые, во-первых, доказывали, что этот афоризм принадлежит не Л. Толстому, а английскому литератору XVIII в. Самюэлю Джонсону (тому самому, кто изрек также «Благими намерениями вымощен ад»), а посему надо быть предельно внимательным при ссылке на источник; во-вторых, ссылались на слов самого Л. Толстого, который писал: «Мне странно, что у моих сыновей нет патриотизма. У меня, признаюсь, есть»; в-третьих, обращали внимание на то, что вообще нельзя выхватывать отдельные речения из целостной концепции видения мира кого бы то ни было, а тем более такого гиганта мысли, как великий русский писатель Л. Толстой (Рос. газета. 1995. 4 февр.).

Обращение к историческому опыту страны дало повод вспомнить высказывания не только литературных, но и государственных деятелей прошлого, которые еще совсем недавно считались реакционными, а ссылка на них признавалась крамолой. Эти высказывания старательно увязывались с текущими событиями, отчего забытые было афоризмы зазвучали свежо и вызывающе. Кажется, первым, кто был таким образом помянут, оказался П.А. Столыпин – в начале нынешнего века царский министр внутренних дел, а затем Председатель Совета Министров. Широким кругам российского населения было внушено в основном лишь то, что он «вешатель». Даже виселица, к которой могли быть приговорены злостные нарушители общественного порядка, называлась «столыпинским галстуком». Но вот оказалось, что П.А. Столыпин был крупным реформатором и что ему принадлежит афоризм: «Им нужны – великие потрясения, нам нужна – великая Россия». Этим афоризмом украшали свои выступления многие депутаты Верховного Совета СССР, его можно было встретить во многих полемических статьях: «Если вспомнить некогда популярные слова Столыпина, нам действительно нужны не великие потрясения, а великая Россия. Американцам же, как это ни парадоксально, не нужно ни то, ни другое» (Рос. газета. 1995. 1 янв.). Бывшему Председателю Государственной Думы Российской Федерации И. Рыбкину интервьюер сказал как-то по этому поводу: «Во время перестройки очень часто цитировалась фраза Столыпина: «Вам нужны великие потрясения, а нам нужна великая Россия». Причем ее кидали друг другу представители разных лагерей. А сейчас ее забыли. Хотя, мне кажется, сегодня эта фраза актуальна гораздо больше, чем тогда» (Рос. газета. 1995. 2 июня).

Приближался великий юбилей – 50-летие Победы над фашистской Германией (1995 г.). Все чаще стали вспоминать миллионы солдат, отдавших жизнь за Родину. Многие из них оказались еще не преданными земле. И тут всколыхнулось народное сознание, и многожды стало повторяться – и не только в средствах массовой информации – изречение генералиссимуса А.В. Суворова, не знавшего поражений на полях брани, *Война не закончена, пока не похоронен последний солдат*: «Великий Суворов говорил, что война не закончена, пока не похоронен последний солдат. К сожалению как ни горько эти признавать, у нас в России есть места, где еще лежат незахороненные останки воинов, немало осталось безымянных солдатских могил» (В. Черномырдин. Рос. газета. 1995. 21 апр.).

При коммунистическом строе появилось немало речений, которые после его замены стали выступать как крылатизмы, ибо известны имена деятелей, породивших их. Например, оборот «одна отдельно взятая страна», употребленный В. Лениным в одной из своих предреволюционных статей по поводу спора о возможности построения социализма в России независимо от международной обстановки, был растиражирован И. Сталиным в ряде работ, которые изучались миллионами людей разных поколений. Обсуждался один из коренных вопросов того времени: можно ли построить социализм в «одной, отдельно взятой стране» в условиях «капиталистического окружения». «Можно», – утверждали сторонники социалистического пути развития общества. Что из этого получилось, сейчас хорошо известно. На смену не оправдавшей надежды системы пришла рыночная экономика. Но потесненная коммунистическая идеология оставила свой след в языке. В частности, оборот «(один) отдельно взятый» стал активно употребляться, правда, с легким оттенком иронии, по отношению не только и не

столько к стране в целом, а к самым разным объектам: «Пусть соревнуются социализм с капитализмом в отдельно взятой стране» (Правительственный вестник. 1991. № 24), «Попытка многопартийности в одной отдельно взятой КПСС» (Веч. Ленинград. 1991. 13 сент.), «Счастливое плавание на одном отдельно взятом пароме» (Веч. Ленинград. 1991. 7 июля), «Приватизационные проблемы затрагивают «отдельно взятого человека» значительно больше» (Смена. 1993. 3 апр.).

До сих пор употребляются в общественно-политической сфере и многие другие крылатизмы, ставшие таковыми еще в советское время. Свое происхождение они ведут не от речей политиков, а от высказываний деятелей культуры. Например, слово *оттепель* получило значение «некоторая либерализация в сфере общественной и культурной жизни после смерти И.В. Сталина» под влиянием повести И. Эренбурга «Оттепель»: «После двух недель неистового всплеска культа при похоронах Сталина его имя вдруг стало исчезать со страниц печати. Возникла первая, еще дохрущевская «оттепель», связанная с деятельностью Маленкова» (Коммунист. 1990. № 9). Но обычно появление «оттепели» связывают с деятельностью Н.С. Хрущева, поэтому часто говорят даже «хрущевская оттепель»: «Хрущевская оттепель и брежневский застой мало что изменили в положении официальной идеологии: она по-прежнему требовала идеологически выдержанных публичных высказываний» (Рос. газета. 1992. 7 мая). В постперестроечное время крылатое слово *оттепель* стало освобождаться от хронологической привязанности именно к деятельности Н.С. Хрущева и стало обозначать некоторую либерализацию, наступавшую после авторитарного или тоталитарного правления: «Но бывали и «оттепели». Просвещенная императрица Екатерина II считала, что за 60 лет все расколы [на религиозной почве] исчезнут. Мол, если заведутся и утвердятся народные школы, невежество исчезнет само собой, без насилия. Другой просвещенный император – Александр I в указе от 21 февраля 1803 г. писал: «Не делая насилия совести и не входя в разыскание внутреннего исповедания веры, не допускать никаких отказательств и отступлений от Церкви и строго воспрещать всякие в том соблазны не и виде ересей, но как нарушение общего благочиния и порядка» (Дом и Отечество. 1997. 12–14 апр.).

Особую интеллектуальную значимость приобрели ставшие образными слова *манкурт* и *шариковы*. Манкурт – это тот, кто утратил историческую память, нравственные, духовные ценности и ориентиры; связь со своим народом (по имени манкурта – героя книги Чингиза Айтматова «И дольше века длится день...»: «Людей легко лишить исторической памяти, превратить, по яркому образу Ч. Айтматова, в манкуртов» (Правда. 1990. 23 марта.), «Неправда! Мы не манкурты. Не забыть свой род, а приподняться над национальной принадлежностью, и на этой высоте благожелательности, взаимоуважения увидеть в глазах другого боль и проникнуться ею» (Правда. 1989. 3 сент.). Отсюда было образовано существительное *манкуртизация* – превращение кого-либо в манкурта: «Советский человек – это как бы метафора всего советского народа, а на самом деле – мутационное следствие миграции и манкуртизации, а также «национальной», то бишь интернациональной политики» (Огонек. 1990. № 35).

Шариковы – это те, для кого характерны агрессивное поведение, иждивенчество, примитивные инстинкты, отрицание норм морали. Образное слово возникло от имени героя повести М. Булгакова «Собачье сердце» – фантастического существа, полученного в результате эксперимента по превращению собаки (по кличке Шарик) в человека. Вот что писалось о таком типе людей в журнале «Коммунист»: «Мир слепых страстей шариковых примитивен до крайности, их власть – ужасна ... Еще немного, и «эстетика» невежества шариковых, бездумие, непрофессионализм перейдут роковую черту ... Жестокий дефицит придает «давке у котла» некий биологический налет борьбы за выживание с явным перевесом в пользу особей наиболее зубастых, нахрапистых, беспощадных. Шариковых – одним словом ... Шариковым мало уравниловки в материальной сфере, им подавай совсем уж противоестественное «равенство» мастерства, способностей, интеллекта» (1990. № 1). Отсюда *шариковский* – присущий шариковым, характерный для шариковых, *шариковщина* – образ мыслей и поведение, характерные для шариковых.

Наступившая новая эпоха в развитии российского общества вызвала к жизни и новые крылатизмы. Как уже отмечалось, среди первых задач, которые ставили перед собой реформаторы, было духовное возрождение народа. Ярким примером крылатого оборота, связанного с обсуждением путей этого возрождения, может служить *дорога к храму*, что означает «путь к обновлению, нравственному очищению». Это речение получило широкое распространение после выхода фильма «Покаяние» в 1984 г. (режиссер Т. Абдуладзе). В этом фильме образ храма используется как символ общечеловеческих ценностей. Приведем фрагмент из сценария фильма, опубликованного в «Литературно-художественном альманахе»: «Кто-то постучал в дверь, Кети выглянула. Под окном стояла женщина в нелепом одеянии, с двумя чемоданами. «Скажите, эта дорога ведет к храму?» – спросила она. Кети в недоумении

посмотрела на незнакомку». «Я спрашиваю, эта дорога приведет к храму?» – нетерпеливо и требовательно повторила старуха. «Нет, это улица Варлама Аравидзе, и не эта улица ведет к храму». Незнакомка удивленно вскидывает бровь: «Тогда зачем она нужна? К чему дорога, если она не приводит к храму?» (1987. № 2). Даже в газетных заголовках этот оборот стал встречаться не реже, чем не менее популярный «Время собирать камни»: ДОРОГА К ХРАМУ (Рос. газета. 1992. 21 февр.; Санкт-Пет. ведомости. 1994. 21 мая.; Рос. газета. 1994. 7 ноябр.); К КАКОМУ ХРАМУ ВЕДЕТ НАША ДОРОГА (Известия. 1991. 23 марта.), ДОРОГА, ВЕДУЩАЯ К ХРАМУ, ОБСТРЕЛИВАЕТСЯ ЕЖЕДНЕВНО (Смена. 1991. 27 мая.). Встречаются в тех же заголовках и различные варианты этого крылатого оборота: ГДЕ ЭТА УЛИЦА? ГДЕ ЭТОТ ХРАМ? Что' происходит? Перестройка, можно сказать, началась не с речей, а с фильма «Покаяние». Последняя фраза фильма – об улице, которая ведет к Храму, знаменитая новомирская статья «Какая улица ведет к Храму?», положившая начало новой публицистике, – это не забылось», и многие люди долго держались на том, что все, что происходит в стране, – это поиск дороги к чистому, честному, светлому - к Храму. Где эта улица? Где этот Храм? (Новое время. 1991. № 91), ДОРОГА К РИСТАЛИЩУ ВЕДЕТ ЧЕРЕЗ ХРАМ (Рос. газета. 1994. 27 дек.), ДОРОГА, КОТОРАЯ НЕ ВЕДЕТ К АВТОСТОЯНКЕ (Мегаполис экспресс. 1994. 25 мая), СКАЖИТЕ, ЭТА ДОРОГА ВЕДЕТ К СПЕЦХРАНУ? (Новое время. 1991. 9 февр.), ЭТА ДОРОГА ВЫВЕДЕТ ИЗ КРИЗИСА? (Гласность. 1991. 25 апр.).

Призыв к перестройке всех сторон общественной жизни, к чему призывал все годы руководства страной М. Горбачев, и те подвижки в этом направлении, наметившиеся в тогдашнем советском обществе, нашли как бы концентрированное выражение в речении *процесс пошел*, принадлежащем первому и последнему Президенту СССР. Это выражение, так понравившееся широким кругам, общественности, быстро стало крылатым и получило самое широкое распространение: «Процесс пошел, сказал однажды Горбачев» (Рос. газета. 1994. 9 июля), «ПРИХВАТИЗАЦИЯ» ПО-ПРИМОРСКИ. Ваучеров еще нет, но, как говорится, процесс уже пошел» (Рос. газета. 1992.9сент.). «Процесс уже пошел: иных «красных директоров», не способных вытащить свои фирмы из банкротства, начинает сметать волной снизу» (Коме. правда. 1994. 10 февр.). «Он [М. Горбачев] по-прежнему считает себя демократом номер один в посткоммунистической России и, похоже, совсем не прочь повторить крылатое: «Процесс пошел!.. (Рос. газета. 1994.23 окт.). Этот горбачевский афоризм весьма популярен до сих пор: «Предприимчивые люди зазывают потенциальных вкладчиков, обещая золотые горы. И процесс пошел» (Рос. газета. 1997. 30 апр.). «Генсек Организации американских государств ... высказывает надежду на то, что этот [визит папы Римского] «даст Бог, станет началом установления больших политических свобод на Кубе». Короче, используя модное ныне выражение, процесс пошел (Рос. газета. 1998. 20 февр.).

О популярности горбачевского афоризма свидетельствует и его широкое использование в юмористических целях. Такой эффект достигается, если выражение *процесс пошел* употребляется в одном контексте не только в горбачевском смысле (о начале реализации какого-либо плана, замысла), но и в своем прямом значении: «ПРОЦЕСС ПОШЕЛ». Сегодня в Москве пошел процесс, который с полным основанием претендует на звание если не «процесса века», то самого громкого процесса последних десятилетий истории России. На скамье подсудимых – 12 высших должностных лиц бывшего СССР, обвиняемых по делу ГКЧП (Смена. 1993. 14 апр.). Юмористический оттенок афоризм приобретает и в случае присоединения к нему других слов или изменения его компонентов: ПРОЦЕСС ПОШЕЛ. НО БЕЗ МЕНЯ (Лит. газета. 1994. 20 апр.), ПРОЦЕСС ОПЯТЬ НЕ ПОШЕЛ (Санкт-Пет. ведомости. 1994. 4 янв.). ПРОЦЕСС АПРОБАЦИИ ПОШЕЛ... (Лит.газета. 1994.12 янв.), С ТРЕТЬЕЙ ПОПЫТКИ «ПОЕЗД ПОШЕЛ» (Рос. газета. 1993. 14 окт.).

Не всем нравились и нравятся проводимые в стране реформы. Концентрированное выражение противодействия им содержала статья под претензионным названием «Не могу поступиться принципами», опубликованная 13 марта 1988 г. газетой «Советская Россия» за подписью преподавателя Ленинградского технологического института имени Ленсовета Нины Андреевой. В этой статье давалась негативная оценка происходящих в СССР изменений в области идеологии и политики. Название газетной статьи быстро стало крылатой фразой: И хотя журнал «Молодой коммунист» утверждал в 1990 г., что фразу «Не могу поступиться принципами» вспоминают теперь только как «клич антиперестроечных сил», она продолжала употребляться в различного рода публикациях и даже варьироваться, оставляя заключенную в ней сущность без изменений. А суть эта состояла в непримиримости ко всему новому, к отстаиванию того косного, уже омертвевшего, что было характерно для эпохи тоталитаризма. Поэтому вариант с императивом глагола */не/ поступаться*

принципами приобрел характер некоего философского обобщения.

И все же большая часть творческой интеллигенции думала над тем, «как нам обустроить Россию». Эта крылатая фраза появилась в речевом употреблении с легкой руки писателя А. Солженицина, опубликовавшего в «Комсомольской правде» (1990 г.) статью под этим названием. Хотя некоторые деятели и пытались бросить тень на высказанные в ней идеи и даже намекали, что некоторые из них были обнародованы раньше (В. Максимов «Размышления о гармонической демократии»; Дм. Панин «Как нам наладить Россию»), все же именно талант и авторитет А. Солженицина повлияли на ход обсуждения затронутых им вопросов, а следовательно, и на рождение новой крылатой фразы. Мало того, что сама статья широко обсуждалась в политических, литературных сферах, на бытовом уровне, ее название получило самостоятельную жизнь в языке. В «Российской газете» появилась целая рубрика «Как обустроить Россию» с публикацией в ней постановлений Правительства РФ, различного рода размышлений по поводу путей дальнейшего развития страны. Признание этого выражения крылатым можно найти в высказываниях современников. Так, М. Гуревич в день десятилетия начала перестроечного периода в России (март 1995 г.) в той же «Российской газете» относил к наиболее запомнившимся словесным приметам этого периода – наряду с *саммитом*, *«третьим микрофоном»*, *командно-административной системой*, *«даю установку»* [Кашпиоровского], *«Предчувствие гражданской войны»*, *деньги КПСС* – также и «Как нам обустроить Россию». А сколько появилось вариантов этой крылатой фразы: КАК НАМ ОБУСТРОИТЬ СВОЙ ДОМ? (Санкт-Пет. ведомости. 1995. 11 янв.), «Дома можно держать не только кошку и собаку, но и даже насекомое, например такое, как сверчок. Как обустроить его существование, об этом рассказывает сотрудник ветеринарного института» (Там же. 1994. 20 сент.), БИНКЕВИЧ ПОПАЛСЯ НА ОБУСТРОЙСТВЕ РОССИИ (Коме. правда. 1994. 11 мая) и др.

К переходному (от тоталитаризма к демократическим реформам) периоду относится рождение и ряда других крылатизмов, например: «Интересны выражения, прямо связанные с отдельными личностями – видными общественными деятелями; *агрессивно-послушное большинство* (впервые в речи Ю. Афанасьева на I съезде народных депутатов России), *так жить нельзя* (по названию документального кинофильма С. Говорухина в 1990 г.), *возрождение России* (ключевой лозунг выборной программы Б. Ельцина), *минное поле власти* (выражение Г. Бурбулиса 1990 г., которое он повторял и позже: «Минное поле власти» – метафора, которая и сейчас употребительна – РВ. 1993. 7 сент.), *чемоданы улик* (связано с выступлением А. Руцкого)» (В. Костомаров). Сюда можно добавить: «Борис» ты не прав» (Е. Лигачев в адрес Б. Ельцина), «Россия прирастать будет провинцией» (А. Солженицын), «сбережение народа» (он же), «партия войны» (А. Козырев), «агент влияния» (С. Крючков), «Легко ли быть молодым?» (по названию фильма сценариста А. Клецкина) и т.д.

В результате демократических выборов во властные структуры 90-х гг. пришли не только профессионалы и деловые люди, но и дилетанты, всплывшие на волне популизма, обещаний быстрых перемен к лучшему в жизни народа. Столкнувшись в реальными трудностями государственного управления, многие из них продолжили печальную традицию советских лидеров – невыполнение широковещательных, распропагандированных, но не до конца продуманных и не подкрепленных материально решений, обещаний. Это и дало повод вновь назначенному (1992 г) премьер-министру российского правительства В. Черномырдину изречь «Хотели как лучше, а получилось как всегда». Эта фраза стала необычайно популярной в последние годы: «Хотели как лучше, а получилось как всегда», похоже эта фраза председателя правительства обречена стать крылатой» (Рос газета 1995. 4 февр.), «Когда все закончится или примет необратимый характер, наш уважаемый премьер-министр узнает об этом вроде бы нечаянно. И перед десятком телекамер и микрофонов повторит свой афоризм: «Хотелось как лучше, а получилось как всегда» (Незав. газета 1997. 29 мая), «Вторая причина еще большего оскудения казны (в середине XVII в.) – убытки от рыбной торговли. Огромные запасы рыбы протухли из-за того, что соль вздорожавшую стали экономить. Так что автором крылатого выражения «хотели как лучше, а получилось...» мог быть сам «тишайший» [царь Алексей Михайлович] еще триста пятьдесят лет назад» (Рос. газета. 1998. 28 февр.). ДУМАЛА ДУМА КАК ЛУЧШЕ, А ПОЛУЧИЛОСЬ... (Рос газета 1998. 6 марта).

В. Черномырдину принадлежит и еще одна крылатая фраза, появившаяся в связи с переходом к рыночной экономике и неустроенностью на самом рынке товаров и услуг. Вот как описывает появление очередного афоризма корреспондентка «Российской газеты», бравшая интервью у бывшего председателя правительства: «Мы беседовали и о его экономических представлениях. Тогда прозвучало его знаменитое сравнение о рынке и базаре (я за рынок, но против базара) (Рос газета 1994.16 сент.).

Премьерское высказывание было подхвачено, замелькало на газетных полосах: РЫНОК ИЛИ БАЗАР? (Новое время. 1991 № 5.). рынок, конечно, не базар. Но без базара наша жизнь была бы скучнее и скучнее (Дом и Отечество. 20–26 янв. 1997)

Таким образом, мы видим, что в последнее десятилетие в связи с глубокими изменениями в общественной жизни страны происходили заметные подвижки и во фразеологическом фонде русского языка. Особенно это относится к политической сфере, хотя изменения коснулись и других сфер общения. Использование новой фразеологии оживляет речь, делает ее более эмоциональной, прикрепленной к сегодняшним российским реалиям, как бы осовременивает самого говорящего или пишущего. Без знания новой фразеологии трудно, а то и невозможно вести разговор не только на актуальные политические темы, но и экономические, правовые, даже бытовые. Сразу чувствуется знакомство собеседника с последними событиями в различных областях жизни или незнание их; способность или неумение поддержать деловой, заинтересованный, профессиональный разговор на злобу дня.

Заметное пополнение фразеологического фонда русского языка новыми устойчивыми словосочетаниями общественного звучания, несомненно, связано не только с интенсивностью изменений в самом обществе после начала горбачевской перестройки, но также с появлением харизматических лидеров среди общественных деятелей современности, способных сфокусировать злободневные проблемы и вопросы в одном выражении, обороте или даже в одном слове и тем самым привлечь внимание к ним различных групп населения, сделать предметом острой дискуссии в средствах массовой информации.

Граница между крылатыми словами и безымянными образными словами и выражениями тонка, неустойчива, зависит, во-первых, от имиджа литературного или общественного деятеля, давшего жизнь тому или иному крылатому слову; во-вторых, от степени общественного интереса к соответствующей мысли, ее способности задеть за живое современников; в-третьих, от частоты упоминания в масс-медиа «автора» крылатого слова в плане положительного или отрицательного к нему отношения. Поэтому многие крылатые слова неизбежно обречены на переход в безымянные слова и выражения по мере утраты общественного интереса к тому, кто их породил. Но это «авторство» восстанавливается при всплеске интереса к тому или иному деятелю на крутом повороте истории.

Распространителями новой фразеологии, способствующими её широкой известности и частому употреблению в речи современников, как правило, являются в настоящее время средства массовой информации, будь они электронными или обычными. В меньшей степени известности и популяризации, например, крылатизмов способствуют произведения, выступления самих творцов устойчивых выражений и оборотов. Несомненна зависимость во многом от СМИ и дальнейшей судьбы фразеологизмов: их вариантности, структурных, семантических и коммуникативных свойств. Попутно отметим, что способностью к варьированию обладают главным образом крылатые фразы (*Процесс пошел; Не могу поступиться принципами*), в меньшей степени – крылатые обороты (*Дорога/улица к храму*). Образные слова обычно не варьируются, но они способны выступать в роли производящих: *маикурт – манкуртизация, шариковы – шариковщина*.

§ 5. Грамматические нормы

С течением времени, в ходе постоянного развития языка изменяются не только произносительные и лексические нормы русского языка, но и, хотя и в меньшей степени, его грамматические нормы. Как известно, в грамматике выделяют две подсистемы: морфологию и синтаксис. *Морфология* — это систематизированная совокупность форм слов (парадигм склонения, спряжения), а также правил их употребления и одновременно это раздел грамматики, который изучает и описывает эти формы, правила. Нас в данном случае интересуют не те, уже исторически изменившиеся нормы образования и употребления форм слова, а имеющиеся именно в настоящее время варианты норм, с которыми мы сталкиваемся ежедневно сами и которые так или иначе вызывают трудности в использовании. Так, вне рамок нашего рассмотрения окажутся существительные, имевшие еще сравнительно недавно другую родовую принадлежность и в настоящее время не вызывающие трудностей в употреблении. Ср. старые *банкнота, георгина, зала, рельса* и современные *банкнот, георгин, зал, рельс*. Или употребляемые Пушкиным формы инфинитива *нести, перевести, свести*, использованные Гоголем формы множественного числа типа *домы, недель* и закрепившиеся к нашему времени *нести, перевести, свести; дома, недель*.

Употребление каких же вариантов морфологических форм вызывает наибольшие затруднения в

настоящее время? Рассмотрим эти формы по их принадлежности к той или иной части речи.

У существительных. 1. Сложносокращенные слова, составленные из первых букв (СНГ — эсэнгэ) или звуков (ИТАР) тех слов, от которых они образованы, имеют род главного слова. СНГ — это **Содружество Независимых Государств**, где стержневое слово *содружество* относится к среднему роду; поэтому говорят *СНГ возникло*. ИТАР — это *Информационное телеграфное агентство России*; поэтому говорят *ИТАР сообщило*. Однако, если в сознании людей не осталось ассоциаций аббревиатуры с производящими словами, она получает род, как обычное слово, по формальному показателю и относится к мужскому роду в случае нулевого окончания (*ЖЭК* — несмотря на то, что это *жилищно-эксплуатационная контора*), к среднему роду — в случае окончания = о (*РОНО* — хотя это *районный отдел народного образования*).

2. Несклоняемые имена существительные, обозначающие профессию, должность, звание, традиционно связанные с мужским трудом (типа *атташе, рефери*), относятся к мужскому роду. Род несклоняемых географических наименований определяется по роду соответствующего родового существительного: *Карачи* относится к мужскому роду, как и соответствующее родовое слово *город*, *Уэмбли* — тоже к мужскому роду (стадион), *Миссури* — к женскому роду (река), *Онтарио* — к среднему роду (озеро).

3. Существительные с отвлеченным (абстрактным) значением, называющие какое-либо действие или какой-либо признак, которые не связаны с конкретными предметами (лицами): *реструктуризация, деноминация, довыборы; федерализм, фермерство* — не могут иметь при себе количественное числительное и употребляются обычно в форме только одного числа, единственного (*красота*) или множественного (*перевыборы*). Но при изменении прямого лексического значения некоторые из отвлеченных существительных могут получать форму множественного числа: *В горах мы столкнулись с такими красотами природы, которые, живя в городе, и вообразить не могли*. Здесь *красоты* означают «красивые места».

4. Вещественные существительные, т.е. существительные, обозначающие вещество, однородную массу (*духи, молоко, железо*), употребляются только в форме одного числа: единственного (*глина, цемент*) или множественного (*консервы, опилки*). Однако, употребляясь в специальном значении, они могут иметь форму множественного числа: *По химическому составу различают углеродистую и легированную стали*, по назначению — *конструкционные и инструментальные стали*.

5. Некоторые неодушевленные существительные мужского рода могут иметь в родительном падеже единственного числа окончания не только =а, =я, но и =у, =ю. К таким существительным относятся:

1) вещественные, при указании на количество чего-либо (*центнер сахарного песка - песку, мало снега - снегу*) или отсутствие какого-то количества (*ни грамма песка - песку, ни капли спирта - спирту*); особенно это относится к вещественным существительным с уменьшительно-ласкательными суффиксами (насыпьте песочку); 2) отвлеченные, в тех же случаях (*сколько визга - визгу; ни крика - крику, ни шума - шуму*);

3) слова, входящие в устойчивые сочетания (*без году неделя, не до смеху*). Формы с окончаниями =у, =ю имеют разговорный характер.

6. Некоторые неодушевленные существительные мужского рода в предложном падеже единственного числа с предлогами *в* и *на* с пространственным значением могут иметь всегда ударные окончания =у, =ю (*в углу, на шкафу*). Наиболее употребительными из таких существительных являются: *берег, борт* (корабля), *Крым, лес, мост, порт, ряд, сад, угол, шкаф*.

При наличии вариантов окончаний =е — =у (*в отпуске — в отпуску, на холоде — на холоду, в цехе — в цеху*) первый носит нейтральный характер, а второй — разговорный.

7. Ряд существительных мужского рода в именительном падеже множественного числа имеет ударные окончания =а́ (=я́): *адрес — адреса́, тополь — тополя́*. Наиболее употребительными существительными, получающими эту форму, являются: *бок, берег, век, вечер, глаз, голос, директор, дом, доктор, корпус, крой, лагерь, мастер, номер, орден, остров, паспорт, поезд, профессор, том, цвет*. В случае колебаний в выборе окончаний =ы (=и) — =а (=я) последние более свойственны бытовой и профессиональной речи: *годы — года́, инспекторы — инспектора́, прожéкторы — прожéктора́, сэкторы — секторá, слéсари — слесаря́, то́кари — токаря́, то́поли — тополя́, тра́кторы — тракторá, я́кори — якоря́*. В то же время следует иметь в виду, что некоторые вариантные формы различаются значением: *образы* (художественно-литературные) и *образá* (иконы), *учители* (идейные руководители) и *учителá* (преподаватели), *цветы́* (растения) — *цветá* (окраска) и т.п.

8. Некоторые группы существительных мужского рода в родительном падеже множественного числа имеют форму именительного падежа единственного числа (без окончания). Такими группами являются: 1) отдельные названия лиц по национальной принадлежности (*бурят, грузин, лезгин, турок, цыган*, но ср. *арабов, монголов*), 2) отдельные названия лиц, связанных с воинской службой (*гусар, партизан*,

солдат; но ср. капитанов, полковников), 3) отдельные названия парных предметов (ботинок, валенок, погон, сапог, чулок; но ср. носков);

4) отдельные названия единиц измерения при указании на их количество (ампер, ватт, вольт, герц, ом, рентген),

В случае колебаний форм с нулевым окончанием и с =ов первые свойственны разговорной речи, а последние – строго литературному языку (сектор - секторов, апельсин - апельсинов),

9. У существительных II склонения в творительном падеже единственного числа варьируются окончания =ой(=ей) и =ою(=ею): головой, страницей – головою, страницю. Последние формы встречаются, как правило, в стихах, будучи обусловленными правилами рифмовки.

10. Существительные общего рода склоняются по образцу склонения женского рода, но употребляются чаще всего в разговорной речи: кривляка, стиляга, зануда,

11. Одушевленными называются существительные мужского и женского рода, обозначающие живые существа (людей, животных) и мифические (дьявол, домовой). Однако к одушевленным существительным относятся также такие слова, как кукла, мертвец, покойник, и некоторые существительные среднего рода (дитя, животное, лицо -человек, млекопитающее, насекомое, страшилище, чудовище), У одушевленных существительных всех родов во множественном числе и мужского рода I склонения в единственном числе окончания винительного и родительного падежей совпадают: В зоопарке дети увидели слона (белого медведя, экзотических животных, других детей). Неодушевленные существительные, употребляемые в переносном значении, воспринимаются как одушевленные. Ср.: При дневном свете невозможно увидеть звезды и На гала-концерте мы увидели настоящих звезд.

12. Среди имен существительных имеются несклоняемые, т.е. сохраняющие начальную форму во всех падежах. К ним принадлежат:

1) Иноязычные по происхождению слова, которые оканчиваются на гласный: меню, метро,

2) Иноязычные названия женского пола: леди, мисс, фрау,

3) Русские фамилии на =аго, =яго, =ово, =ых, =их: Живаго, Дурново, Теплых, Долгих.

4) Сложносокращенные слова типа РФ (Российская Федерация), замдиректора.

Если несклоняемые существительные называют предметы, они относятся к среднему роду, кроме кофе (кимоно, домино), если – живые существа, их род зависит от пола последних: молодой – молодая кенгур; Дурново сообщил, – а.

При отсутствии указаний на пол названия животных относятся к мужскому роду.

13. Личные существительные с суффиксами =ш=а и =их=а типа инженерша, дворничиха имеют разговорный характер, даже с пренебрежительным оттенком.

У прилагательных. 1. При возможности образования от прилагательных на =енный кратких форм на =ен и =енен (безнравственный -безнравствен, безнравственен) нужно иметь в виду, что хотя обе формы являются литературными, однако последняя более свойственна книжной речи.

2. Притяжательные прилагательные на =ов, =ин означают принадлежность одному лицу: отцовы (наставления), дедово (хозяйство) и характерны для разговорной речи. В других стилях такие прилагательные заменяются формой родительного падежа существительного со значением принадлежности: наставления отца, хозяйство деда.. В случае, если подобного рода прилагательные входят в устойчивые обороты, то используются и в книжной речи: архимедов рычаг, соломоново решение.

3. Из двух вариантов простой сравнительной степени качественных прилагательных на =ее и =ей (активнее - активной) последний свойственен разговорной речи.

Нельзя соединять в одном качественном прилагательном простую и сложную формы степеней сравнения. Сочетания типа менее или более активнее являются ошибочными.

То же самое следует сказать о соединении в одном качественном прилагательном простой и сложной формы превосходной степени (самая красивейшая).

У числительных. Собираемые числительные сочетаются чаще всего с существительными мужского рода со значением лица (двое школьников, трое учителей), с названиями детенышей (четверо медвежат), с существительными, имеющими форму только множественного числа (двое ножниц) или обозначающими парные предметы (двое носков), с существительными общего рода (пятеро судей) и личными местоимениями (их было шестеро). С остальными существительными собираемые числительные не сочетаются.

Особняком стоят собираемые числительные оба (мужской и средний рода) и обе (женский род),

которые имеют формы рода. При склонении числительного оба основа оканчиваются на = *о(обо-их)*, числительного *обе*– на == *е(обе-их)*.

2. В составных количественных числительных склоняется каждое слово. Слово тысяча в сочетании со словом один имеет в творительном падеже форму *тысячью*, а не *тысячей*: *одной тысячью двумястами тридцатью тремя*.

Склонение составных числительных в устной речи нередко упрощается: а) могут склоняться только их начальные и конечные компоненты (поселок с **тремя тысячами** девяносто **пятью** жителями); б) может склоняться только их последний компонент (*лаборатория размещалась в двадцать **трех** кабинетах*). Такое употребление нельзя считать литературным.

У местоимений. 1. Вопросительные местоимения *кто* и *что* не имеют морфологических категорий рода и числа. При местоимении *кто* глагол=сказуемое употребляется в мужском роде (**Кто опоздал на занятие?**), при местоимении *что* – в среднем роде (**Что произошло?**). В сочетании с местоимением *кто* определения типа *такой, другой, иной* принимают форму мужского или женского рода в зависимости от реального пола лица, на которое указывает местоимение (*Кто такой? Кто такая?*)

2. Если в роли подлежащего выступает существительное или местоимение 3-го лица, то принадлежность действующему лицу может выражаться только местоимением *свой*: **Кто-то** из пассажиров (**пассажир**) **забыл свой зонтик в вагоне метро**.

Если в роли подлежащего выступают личные местоимения 1-го и 2-го лица (*я, ты, мы, вы*), то принадлежность кого-, чего-либо действующему лицу может выражаться местоимением *свой* и местоимениями *мой, твой, наш, ваш*, хотя в живой речи предпочитается первое: *За городом я встретил **своих** (моих) товарищей*.

3. Следует различать в употреблении местоимения **сам** и **самый**. Первое означает «самостоятельно» и употребляется с личными местоимениями и одушевленными существительными: **Ректор сам (он сам) решил провести совещание**. При неодушевленных существительных местоимение *сам* может употребляться в целях уточнения, подчеркивания чего-либо, выделения. **Само совещание прошло удачно**. Местоимение **самый** употребляется, чтобы обратить внимание на какую-либо особенность предмета: *Совещание преступило к рассмотрению **самого** существа проблемы*. Местоимение *сама* в винительном падеже имеет две формы: *самое* (которая является книжной и к тому же устаревающей) и *саму* (которая воспринимается как более современная).

4. Отличия местоимений *такой* и *таков* состоят в том, что первое используется чаще всего в роли определения и имеет оттенок усиления. **Такой прием был оказан нам впервые**. Местоимение *таков* используется в роли сказуемого, в частности в устойчивый оборотах типа *и был таков*: **Такова была его история. Сыр выпал, с ним была плутовка **такова****.

5. Местоимения *каждый, всякий* и прилагательное *любой* близки по значению, но не взаимозаменяемы. Ср.: *Спортсмены готовились к соревнованиям **каждый** день* (т.е. все дни без исключения). *Тем летом проходили **всякие** соревнования* (т.е. различные). *Спортсмены готовы были соревноваться в **любой** день* (т.е. в один из дней, в какой угодно, безразлично какой).

6. Винительный падеж возвратного местоимения *себя* может относиться к разным лицам, упоминаемым в предложении: *Друзья не разрешают мне шутить **над собой***. Здесь *над собой* может относиться по смыслу к *друзьям* и ко *мне*. Следует избегать подобной двусмысленности. Данное предложение лучше построить по-другому: *Друзья не разрешают, чтобы я шутил над ними* (если речь идет о шутке по адресу друзей) и *Друзья не разрешают, чтобы я шутил над собой* (если речь идет о шутке по моему адресу).

7. После предлогов у личных местоимений 3-го лица появляется *н* (*их– в них, его– около него*).

8. Местоимения *вы* и *ваш* могут употребляться как форма вежливого обращения к одному лицу и пишутся в этом случае в большой буквы: *Почему **Вы** думаете, что **Ваше** выступление понравится публике*.

У наречий. Сложные формы превосходной степени наречий могут быть образованы от основы сложной формы превосходной степени прилагательных при помощи суффикса =*е*, но в современном русском языке они почти не употребительны (*покорнейше просим*).

У глаголов. 1. При образовании от глаголов форм несовершенного вида при помощи суффикса =*ыва*= (=и*ва*=) может происходить чередование звуков [о–а] в основе. Если при этом образуются параллельные формы (*обусловить– обуславливать, уполномочивать–уполномачивать*), то первые из них соответствуют строго литературному употреблению, а вторые употребительны в разговорной речи. В сомнительных случаях следует обращаться к словарю.

2. Некоторые глаголы на =нуть образуют вариантные формы с суффиксом =ну= и без них); последние в настоящее время предпочитают: привыкнул и привык, увянул и увял.

Синтаксические нормы

Синтаксис представляет собой систематизированную совокупность словосочетаний и предложений, а также правил их построения и употребления, имеющуюся в языке, и в то же время – раздел грамматики, который изучает и описывает эти словосочетания, предложения и правила.

Синтаксические нормы также исторически изменчивы, хотя это и менее заметно. Например, сейчас не говорят, как во времена Пушкина: **Бежал он их беседы шумной**. Или существовала в древнерусском языке конструкция с так называемым дательным самостоятельным, о котором вспоминают ныне только историки. Так, могли написать: **Мстиславу сидящему на обеде, приде ему весть**. Нетрудно заметить, что здесь оборот с дательным падежом выступает как синонимичный придаточному предложению времени: «Когда Мстислав сидел за обедом...»

Конструкция с дательным самостоятельным давно вышла из употребления в русском языке; большинство наших современников о ней даже не слышали, поэтому она нас и не затрудняет.

Ниже мы отметим только такие варианты синтаксических норм, которые у говорящих могут вызвать затруднения.

В простом предложении:

1. При выражении квалификации субъекта конструкции *кто– что, что– (это) что, кто– что был (будет) кем– чем* употребляются во всех стилях речи: **Репин – крупнейший русский художник; В прошлом веке атомистика была лишь научной гипотезой**. Конструкции *кто -что являются кем - чем, что будем считать чем* используются чаще в научном и публицистическом стилях: **Материя является философской категорией; Точку А будем считать началом движения**.

2. Употребление порядкового числительного среднего рода в именительном падеже для называния даты, выступающей в роли подлежащего например, при вопросе **«Какое сегодня число?» – «Сегодня первое января»**) следует отличать от употребления порядкового числительного в родительном падеже для указания на дату, выступающую в роли обстоятельства при сказуемом (например, **«Какого числа вы родились?» – «Я родился первого января»**).

3. При существительных мужского рода, называющих профессию, должность, звание, но обозначающих женщину, сказуемое в книжных стилях чаще ставится в форме мужского рода, а в разговорном – чаще в женском роде: *Ректор университета регулярно выступал(а) перед сотрудниками*,

4. Согласование с такими существительными определений в женском роде (*Наша референт.*) носит разговорный характер.

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

6. При подлежащем, выраженном неизменяемой частью речи (наречием, союзом, частицей, междометием), сказуемое ставится в форме единственного числа, а в прошедшем времени – среднего рода: **«Э-э-э» часто слышится в ответах интервьюируемых. «Зачем» звучало чаще всего в его вопросах**.

7. При подлежащем, выраженном сложным существительным типа *кресло-кровать, роман-газета*, сказуемое согласуется со словом, обозначающим более широкое понятие: **В магазине продавалось кресло-кровать новой модели. Роман-газета распространялась через киоски**.

8. При вопросительных, отрицательных и неопределенных местоимениях типа *кто (никто, некто)* сказуемое ставится в форме единственного числа мужского рода, даже если речь идет о многих лицах или лице женского пола: **Кто из них (женщин) первым поднял вопрос о равноправии? Некто в черной шляпе заглянул в кабинет**.

При местоимении типа *что (ничто, нечто)* сказуемое в прошедшем времени ставится в форме единственного числа среднего рода, даже если речь идет о многих предметах или названии определенного рода (мужского или женского): **«Что случилось? – Что-то (чашка или блюдец) упало с палки..**

9. При подлежащем, выраженном сочетанием числительного с существительным в родительном падеже, сказуемое употребляется во множественном числе, если надо подчеркнуть активность каждого субъекта (**В тренировке участвовали 22 футболиста**), и в единственном числе, если надо подчеркнуть

нерасчлененность, цельность всех субъектов, безличность всего высказывания (*В тренировке участвовало 22 футболиста*).

10 При подлежащем, в состав которого входят неопределенно-личные слова типа *несколько, много*, согласование сказуемого может быть по форме (т.е. с учетом конечного =о у них как у слов среднего рода) в единственном числе (**Несколько человек не работало**) и по смыслу (т.е. с учетом того, что такие слова обозначают множественность) во множественном числе (**Несколько человек не работали**)»

11 При подлежащем, выраженном сочетанием существительного или местоимения в именительном падеже с существительным или местоимением в творительном падеже, сказуемое всегда стоит во множественном числе. **Тренер со своим подопечным проводили на ста дионе целые дни**. Если сказуемое ставится в таких предложениях в единственном числе, это означает, что подлежащим является только существительное в именительном падеже, а существительное (или местоимение) в творительном падеже выступает в роли дополнения.

12 Во многих случаях возможна взаимозамена кратких и полных прилагательных в именной части составного сказуемого. *Ваше предложение заманчивое (заманчиво)*. И все же краткая форма обычно более выразительна, экспрессивна, более свойственна книжным стилям речи, в то время как полные прилагательные более присущи разговорному стилю.

В определенных случаях имеются различия в употреблении кратких и полных форм прилагательных в сказуемом. Так, первая из них используется (с глаголом-связкой *быть* или без него): 1) когда прилагательное имеет распространитель: *Мальчик был болен гриппом*, нельзя сказать *Мальчик был больной гриппом*; 2) когда в качестве субъекта выступают местоимения *это, все, все это, что*: **Все это старо как мир. Я уже не знаю, что полезно и что вредно**; 3) когда при подлежащем имеются определения *аналогичный, каждый, любой, подобный, такой*: **Не всякий закон эффективен**.

Полное прилагательное обязательно употребляется в сказуемом тогда, когда в предложении имеется глагол-связка. *Прошедшая презентация оказалась успешной. Книга представляется занимательной*.

Различия между полными и краткими прилагательными могут быть стилистического характера; ср. *Ты, Ира, ветреная* (смягченность окраски) и *Ты, Ира, ветрена* (категоричность оценки).

13 При характеристике субъекта действия употребляются конструкции *что обладает чем* и *что имеет что*. При этом первая употребляется при описании положительных свойств предмета или лица: *Многие артисты обладают чудесным даром перевоплощения*.

14 При переходных глаголах, которые употреблены с отрицанием *не*, прямое дополнение может выражаться не только винительным падежом, но и родительным. В винительном падеже чаще употребляются существительные, обозначающие конкретные предметы (*не вскрывайте письмо, не читайте телеграмму*), а в родительном – существительные, обозначающие отвлеченные понятия (*не обращайтесь внимания, не бойтесь угроз*).

Однако в некоторых случаях употребляется только тот или другой падеж. Так, родительный падеж используется в случае: 1) если отрицание не усиливается при помощи отрицательных местоимений типа *никакой, никто, ничто* (*При решении этого вопроса председательствующий не выдвинул никаких аргументов*); 2) если в роли сказуемого выступает глагол с частицей *не*, сочетающийся с отвлеченным существительным: *Собрание не приняло предложения председательствующего*.

Только винительный падеж употребляется, если отрицание не стоит перед личной формой глагола, потом следует инфинитив и затем прямое дополнение: *Собрание не могло принять такое решение*.

15. Если сказуемое выражено сочетанием личной формы глагола и инфинитива, отрицание *не* может стоять и перед личной формой, и перед инфинитивом. Однако от места отрицательной частицы не может зависеть общий смысл предложения. Ср.: *При исследовании Арктики не следует игнорировать опыт предшественников*. – *При исследовании Арктики следует не игнорировать опыт предшественников*. В первом предложении отрицается необходимость игнорировать опыт, а во втором – рекомендуется не игнорировать опыт.

16. Если подлежащее выражено собирательным существительным типа *детвора, старье*, обозначающим множество лиц или предметов как одно целое, сказуемое употребляется в единственном числе, *В платяном шкафу висело и валялось старье*.

17. Следует различать в употреблении некоторые предлоги с пространственным значением, например *около, у, рядом с, вблизи, возле*. Предлог *около* указывает на место, близко к которому что-то расположено или происходит, отвечает на вопросы *где? около чего? около кого?* и требует родительного падежа: *около театра, около рассказчика*. Предлог *у* указывает. 1) на место около чего-

либо, но употребляется только с родительным падежом неодушевленных существительных, отвечая на вопрос *где?* – у (около) рассказчика, 2) на место, где кто-то живет, работает, учится, отвечая на вопросы *где? у кого?* – *собираться у рассказчика*» Предлог *рядом* с обозначает место в непосредственной близости от кого-чего-либо и отвечает на вопрос *где?* – *рядом с рассказчиком*. Конструкция *рядом с кем-чем-либо* используется, если говорится об однородных понятиях: человеке и человеку, предмете и предмете, сходных между собой по роду занятий, типу, размерам и т.п. **Рядом со слушателем сидел сам рассказчик. Автобусная станция находилась рядом с железнодорожной станцией.** Предлоги *вблизи, возле* синонимичны предлогу *около*, отвечая на вопрос *где?* – *вблизи, возле (около) театра, рассказчика*.

18. Различие предлогов *среди (посреди)* и *между* состоит в том, что первый указывает на место в центре какого-либо пространства, нахождение в числе других аналогичных предметов и требует после себя родительного падежа: *среди (посреди) поляны, среди людей*. Предлог *между* указывает положение предмета посреди чего-либо и требует творительного падежа: *между палатками, между людьми*.

19. В научном стиле при обозначении места и направления движения используются следующие предложно-именные словосочетания: *двигаться, перемещаться в направлении Марса, по направлению к Венере, относительно Земли, по отношению к Земле*.

20. Следует различать в употреблении некоторые предлоги с причинным значением.

Различие предлогов *благодаря* + дательный падеж и *из-за* + родительный падеж заключается в том, что первый используется для обозначения причины, положительно влияющей на что-либо (**Благодаря помощи населения последствия аварии были быстро ликвидированы**), а второй – для указания причины, отрицательно влияющей на что-либо (**Из-за отсутствия помощи населения последствия аварии не могли быть ликвидированы быстро**).

Предлоги *из* + родительный падеж и *по* + дательный падеж обычно отличаются тем, что первый используется при указании на причину, которая поддается контролю, а второй – при его отсутствии; ср. *поступил так из неосторожности – по неосторожности*.

Предлоги *из* + родительный падеж и *от* + родительный падеж отличаются, как правило, тем, что первый используется при глаголах, обозначающих статическое состояние (*хранил молчание из страха*), а второй – при глаголах, обозначающих изменение состояния действующего лица (*убеждал со страху*).

Различие предлогов *по* и *из-за* состоит в том, что предлог *по* обозначает причину, которая связана с поведением, действием кого-либо, а предлог *из-за* – причину, не связанную с этим. Ср. **По рассеянности я забыл взять студенческий билет и Из-за отсутствия комплектующих многие станки не работали.** В отличие от них предлог употребляется после глаголов, обозначающих отношение к кому-, чему-либо, для указания на причину того или иного отношения: *Сотрудники уважали руководителя за справедливость*.

Предлоги *вследствие, в результате, в связи с*, а также предложные сочетания *под действием (воздействием), под влиянием* носят книжный характер: **Вследствие неплатежей финансовое положение многих предприятий ухудшилось. В связи с финансовым кризисом правительство прибегло к внешним займам.**

21. Необходимо различать некоторые предлоги, выражающие условие. Так, предлог *при* употребляется с существительными *наличие* или *отсутствие*: **При наличии – отсутствии серьезных аргументов предложенный тезис трудно доказать.** Предлог *в случае* употребляется с существительными, называющими неожиданное действие: **В случае дорожного происшествия вызовите машину технической помощи.** Предлог *в зависимости* употребляется с существительными, называющими какой-либо обуславливающий фактор: **В зависимости от погоды урожай будет собран или не собран вовремя**» Предлог *с* используется с отглагольными существительными: **С усилением мороза в доме становилось прохладнее.** Кроме того, следует иметь в виду, что предлог при обозначает условие с временным оттенком; *При усилении мороза в доме становилось прохладнее*.

22. Имеются различия и при употреблении целевых предлогов. В нейтральной речи употребляются предлоги *для, за*: **Для реализации программы необходимы соответствующие ресурсы. Зайди в библиотеку за книгами.** Последний предлог используется только после глаголов движения (*ходить, сбегать т.п.*).

В книжной речи употребляются предлоги *в целях* и *с целью*. Первый сочетается только с отглагольными существительными (*в целях реализации, уточнения*), а второй – с отглагольными существительными (*с целью реализации уточнения*) и с инфинитивом (*с целью реализовать, уточнить*).

23. Предлоги *от*, *у* и *из* в сочетании с родительным падежом существительных обозначают источник информации. Предлог *от* употребляется для обозначения активного отношения действующего лица к источнику информации (*узнать от отца*), предлог *у* – при пассивном (*узнать у отца*), а предлог *из* – при неодушевленных существительных (*узнать из беседы с отцом*).

24. Предлоги *о*+ предложный падеж, *относительно*+ родительный падеж, *про* + винительный падеж имеют объектное значение, т.е. указывают на объект речи или мысли. Однако первый из них носит нейтральной характер, второй – книжный, третий – разговорный: *В прессе неоднократно высказывались соображения о роли (относительно роли) России в современной Европе. Мы наслышались в детстве сказок про волшебников.*

25. Предлоги *на* + винительный падеж (*на что?*) или предложный (*на чём?*) употребляется при указании на транспорт как средство передвижения: *Туристы сели на автобус и добрались на нем почти до конечного пункта.* Однако, если указывается не на вид транспорта, а только направление внутрь чего-либо или местонахождение внутри чего-либо, употребляется по общему правилу предлог *в* + соответственно винительный падеж (*во что?*) и предложный (*в чем*): *Туристы сели в автобус, а в автобусе им был не страшен ни дождь, ни ветер»*

26. Для обозначения орудия (инструмента) действия употребляется обычно существительное в творительном падеже либо конструкции *при помощи* и *с помощью* + родительный падеж существительного. Существительное в творительном падеже без предлога используется, если какой-либо инструмент непосредственно производит физическое действие: *Дрова пилят пилой, а калят топором.* Если инструмент не производит указываемого действия, а только способствует его осуществлению, то название этого инструмента употребляется в родительном падеже с конструкциями *при помощи* или *с помощью*: *При помощи (с помощью) фотоаэросъемки была уточнена карта местности.*

В ряде случаев речь идет об использовании приборов, механизмов, машин; их названия могут употребляться во всех указанных формах: *Давление а газовой или жидкой среде измеряют манометром (при помощи – с помощью манометра).*

27. Отличаются конструкция с предлогом *с*+ творительный падеж и конструкция с творительным падежом без предлога. Первая может обозначать действие, сопровождающее другое действие: *С принятием поправок оппозиции не осталось оснований заблокировать закон в Думе.* Вторая конструкция обозначает действие, с помощью которого осуществляется основное действие: *Принятием поправок оппозиции было снято последнее препятствие к принятию закона в Думе.*

28. При изменении прямого порядка слов чаще всего переносится составное сказуемое в начало предложения. Этим достигается и перенос логического ударения на сказуемое: *Чудесна, проникновенна была эта песня гор.* Стилистический эффект достигается говорящим и при употреблении определений после определяемого слова: *Эта встреча чудесная до сих пор хранится в моей памяти.* Журналисты используют в стилистических целях постановку существительного в родительном падеже перед господствующим существительным, чтобы привлечь внимание а заголовку: *«Цветов цветенье», «Звезд движенье».*

29. Определенно-личные предложения со сказуемым-глаголом 1-го или 2-го лица распространены в разговорной речи: *Иду по знакомой тропинке. Что имеем, не храним, потерявши, плачем.* Подлежащее в таких предложениях в виде местоимения *я*, *мы* и т.д. может употребляться в строго ограниченных случаях, например, при противопоставлении двух лиц: *Ты все время возражаешь, а она поддакивает.* Кого слушать?

В сложном предложении:

1. Изъяснительное придаточное предложение может присоединяться к главному при помощи союзов *что*, *будто* (как *будто*), *чтобы* и *ли*. Союз *что* используется при сообщении о достоверном факте (*Передавали, что завтра будет солнечно*), *будто*– при недостоверном (*Передавали, будто (как будто) завтра будет солнечно*), *чтобы*– при волеизъявлении (*Передавали, чтобы были приняты меры от засухи*), *ли*–при выражении вопроса, неуверенности (*Скажите, будут ли передавать прогноз погоды*),

2. При передаче информации в форме косвенной речи изменяется лицо местоимения и глагола. События при этом рассматриваются с точки зрения говорящего. Ср.:

Я сказал

Ты сказал «Я приду поздно».

Он сказал

Я сказал, что (я) приду поздно.

Ты сказал, что (ты) придешь поздно.

Он сказал, что (он) придет поздно.

Как видно из таблицы, если в главном и придаточном предложении говорится об одном и том же действующем лице, в придаточном его можно не называть.

3. Существуют некоторые смысловые различия в употреблении союзов *перед тем как* и *прежде чем* в придаточных предложениях времени. Первый употребляется, когда действие главного и придаточного предложений весьма близки по времени и тесно связаны между собой: **Перед тем как идти на экзамены, повторите хотя бы лекционный материал.** Союз *прежде чем* употребляется при желании обратить внимание, что действие придаточного предложения непосредственно обусловлено действием главного: **Прежде чем идти на экзамены, повторите лекционный материал.**

4. Многие союзы, используемые для обозначения причины, имеют дополнительный смысловой оттенок. Так, союз *благодаря тому что* указывает чаще всего на причину, способствующую совершению какого-либо действия: **Благодаря тому, что пострадавшим была оказана своевременная помощь, никто из них не был госпитализирован.** Союз *из-за того что* указывает на причину, мешающую совершению действия: **Из-за того, что пострадавшим не была оказана своевременная помощь, некоторые из них были госпитализированы.** Союзы *ибо*, *поскольку* указывают на обоснование причины: **Поскольку пострадавшим была оказана своевременная помощь, никто из них не был госпитализирован. Никто из пострадавших не был госпитализирован, ибо им была оказана своевременная помощь.**

5. Если надо выделить причину или цель, первая часть составного союза остается в главном предложении, а вторая часть переносится в придаточное. Ср.: *Большинство депутатов Госдумы не проголосовало за предложенный законопроект, потому что* посчитало его противоречащим Конституции. – *Большинство депутатов Госдумы не проголосовало за предложенный законопроект потому, что* посчитало его противоречащим. Конституции, Законопроект был направлен в согласительную комиссию, *для того чтобы* устранить в нем противоречия. Конституции статьи. – *Законопроект был направлен в согласительную комиссию для того, чтобы* устранить в нем противоречия Конституции статьи.

6. Смысловые различия существуют между союзами и союзными словами, употребляемыми в придаточных предложениях образа действия, меры и степени. Так, сложные предложения, части которых соединяются соотносительными парами слов *столько - что*, *столько - сколько* содержат указание на меру действия, имеют оттенок количества: *Эксперименты по проверке полученных данных ставили столько раз, что развеялись сомнения в их достоверности.* *Эксперименты по проверке полученных данных ставили столько раз, сколько надо для полной убедительности.*

Союз *чтобы* привносит оттенок желательности, необходимости:

Поставьте эксперименты так, чтобы было убедительно.

Союз *будто* привносит оттенок сравнения: *Поставьте эксперименты по проверке полученных данных так, будто* впервые столкнулись с этой проблемой.

7. Для выражения условия с противительным оттенком (уступки) в сложноподчиненном предложении употребляются союзы *хотя, несмотря на то, что; между тем как; в то время, как; независимо от того, что*. Все упомянутые союзы, кроме нейтрального *хотя*, более употребительны в книжной речи: *Несмотря на то, что показатели роста производства были благоприятными, в целом его уровень не достиг планируемого. Обычно слово «раствор» применяют к жидкостям, в то время как (тогда как) существуют и твердые растворы.*

Для разговорной речи более свойственен только союз *пусть (пускай)*, имеющий большую выразительность: **Пусть (пускай) будут всякие разговоры, но ты должен пригласить эту девушку на праздник.**

8. Для обозначения в придаточном предложении следствия используются, кроме других, союзы *благодаря чему* и *из-за чего*. Первый употребляется для указания на последствие благоприятной причины, а второй – неблагоприятной. Ср.: *Дебаты в Думе прошли плодотворно, благодаря чему законопроект был принят почти единогласно* и *Дебаты в Думе прошли в острой полемике, из-за чего принятие законопроекта было затруднено.*

Сложные предложения с придаточным следствия, присоединяемые к главному при помощи союзов *вследствие чего, отчего*, свойственны книжной речи: *Установленная закономерность была подвергнута сомнению со стороны многих ученых, вследствие чего (отчего) понадобились многие годы упорного труда для ее утверждения в науке.*

9. Союзы *как* и *будто*, употребляемые в придаточных предложениях сравнения, отличаются тем, что первый указывает на сравнение как на реальный факт, а второй – как на недостоверный, условный. Ср.:

Все лето лил дождь, как это бывает только осенью. Все лето лил дождь, будто (как будто, словно) небо опрокинулось на землю.

10. При чтении лекций, при эмоциональной передаче информации как ораторский прием используется риторический вопрос с целью привлечения внимания к предмету речи: *«На сегодняшней лекции у нас пойдет разговор о языке и речи, их, функциях и особенностях. Но что такое язык и речь, чем они отличаются?»* В некоторых случаях риторический вопрос синонимичен повествовательному предложению, которое содержит утвердительную информацию: *«Кто и почему мог отказаться от такого выгодного предложения»* (т.е. Никто и при любых обстоятельствах не мог отказаться от такого предложения.)

11. Как особый стилистический прием используется присоединение, т.е. такой тип связи между членами предложения или предложениями, при которой второй компонент является по отношению к первому добавочным суждением, уточнением, пояснением или развитием ранее высказанной мысли: *Из окна доносились уличные шумы: визг трамвая, автомобильные гудки... И еще невыносимый грохот мчащихся грузовиков. Перед Белым домом в Москве заявляли о своих требованиях шахтеры. И присоединившиеся к ним работники бюджетной сферы.*

Присоединение позволяет дать большую информацию при экономии речевых средств. Особенно часто присоединение используется в разговорной речи. Это связано с импульсивным течением мысли, когда возникает потребность в большем уточнении сказанного ранее, в дополнении информации.

§ 6. Правописание

Из истории правописания

Нормы правописания охватывают правила орфографии и пунктуации. В отличие от норм произношения практически они не имеют вариантов. Например, произнесем ли мы [п'эт'оркь, п'эт'оркь, п'и'т'оркь, и даже п'ит'оркь] писать в корне этого слова обязательно надо *я*. Правила орфографии включают правописание гласных, согласных, букв *ъ* и *ь*, прописных букв, а также написания слитные и через дефис (черточку). К правилам пунктуации относится употребление знаков препинания: точки, запятой, точки с запятой, двоеточия, тире, кавычек и др. Конечно, те и другие правила с течением времени по разным причинам изменялись. Наибольшие изменения в русское правописание внесли реформы Петра I 1708–1710 гг. и правительственные декреты 1917–1918 гг. В результате были изъяты из алфавита «лишние» буквы, т.е. передающие одни и те же звуки. Так, на месте *ъ* (ять) стали писать *е*, на месте *ѳ* (фиты) – *ф*, на месте *і* (и десятеричного) – *и* и т.д. Были устранены устаревшие формы (типа *краснаго, синяго*), было определено или уточнено написание многих слов (*дуб*, а не *дубъ*). Изменились со временем и правила употребления знаков препинания. Например, простейший пунктуационный знак – точка, ставящийся сейчас в конце предложений, в древних русских рукописных памятниках использовался и для отделения друг от друга слов, а также более крупных отрезков текста. Причем ставился этот знак на разных уровнях: и у основания буквы, и на уровне середины. Более того, писец прерывая работу, мог поставить точку даже в середине слова. К тому же вместо точки могли употребляться крест или вертикальная волнистая линия.

В 1956 г. впервые вышел единый обязательный для всех свод «Правил орфографии и пунктуации», подготовленный группой крупнейших лингвистов страны. В этом своде были уточнены и дополнены существовавшие правила, регламентировано употребление написаний, установлено в словарном порядке написание тех слов, которые не попадали под действие принятых правил.

В 60-е гг. нашего века назревала и третья реформа русского правописания. На страницах специальных изданий и в прессе была развернута в то время по этому вопросу весьма оживленная дискуссия. Подводя итоги дискуссии, известный российский лингвист М.В. Панов назвал одну из своих книг «И все-таки она хорошая» (1966.). Такое название как бы оправдывало отсутствие подвижек в дальнейшем реформировании русского правописания. Что и зачем реформировать, если и так все хорошо? Вместе с тем грамотность даже среди той части населения, которая имеет аттестат зрелости, оставляет желать лучшего. Об этом свидетельствуют ежегодные результаты вступительных экзаменов в вузы. Что же говорить о большинстве населения, которое либо не кончало средней школы, либо училось в ней давно. Не случайно раздавались и раздаются голоса о провале орфографической реформы 1964 г. Русское правописание остается предметом обсуждения в специальной литературе и в 90-е гг. Причем затрагиваются разные его аспекты: методика преподавания русского языка, состояние обучения

в общеобразовательной школе, формы контроля над успеваемостью, отдельные вопросы орфографии и пунктуации, необходимость совершенствования существующих правил в целом. В частности, отмечалось, что несмотря на внешнее благополучие в области обучения правописанию (наличие учебников и пособий, справочной литературы), в ней накопилось достаточно много вопросов, требующих безотлагательного решения. Не случайно, в 1988 г. в Институте русского языка РАН орфографическое направление вновь было выделено в особое направление (с 1992 г. функционирует сектор орфографии и орфоэпии), а в 1989 г. была утверждена Орфографическая комиссия при Академии наук в новом составе.

Необходимость новой редакции правил правописания

В настоящее время идет интенсивная работа над новой редакцией «Правил орфографии и пунктуации». Необходимость новой редакции обусловлена несколькими причинами. Прежде всего многие формулировки существующего свода нельзя признать удовлетворительными, так как они допускают различное толкование. Так, в § 95 (прим. 7) говорится: «Наименования высших должностей и почетных званий в СССР ... пишутся с прописных букв». С учетом сегодняшней ситуации следовало бы добавить: «в СССР и Российской Федерации», если, конечно, признается необходимым сохранить прописную букву в советских наименованиях высших должностей и почетных званий. История знает случаи, когда после революционных событий прописные буквы в той же группе наименований (типа *царь*, *император*) изменялись на строчные. Но остается открытым вопрос, какие должности и звания относить к «высшим»: только ли те, что указаны в «Правилах» (Председатель Президиума Верховного Совета, Председатель Совета Министров СССР, Герой Социалистического Труда, Герой Советского Союза, Маршал Советского Союза), или существовали еще и другие? Вопрос не праздный тем более, что, например, *Маршал Советского Союза* не был «высшим» воинским званием в СССР. Таковым считался Генералиссимус Советского Союза. (Кстати, при упоминании о А.В. Суворове, не проигравшем ни одного сражения, писалось *генералиссимус* со строчной буквы.) Круг высших государственных должностей должен быть очерчен. Иначе создается впечатление, что у нас единственным высшим должностным лицом является Президент. По крайней мере в печати только это название встречается более или менее последовательно с прописной буквой: Радиообращение Президента РФ (РГ 1997. 27 дек.); Государственная федеральная собственность на землю, по словам президента, необходима с точки зрения российской национальной безопасности (там же), но Трагический случай произошел на днях возле дверей приемной администрации Президента Российской Федерации (Труд. 1998. 9 янв.); Приемную администрации президента он посетил уже вторично (там же).

По идее к высшим должностным лицам должен относиться также глава правительства. В Конституции РФ эта должность пишется только с прописной буквы, что нельзя сказать даже о проправительственной «Российской газете», где встречается часто в слове *председатель* и строчная: «Премьер-министр Франции... будет принят Президентом России..., состоятся переговоры с председателем Правительства РФ(1997.30окт.).

Некоторую ясность в определение круга высших должностей в России внесло создание осенью 1997 г. согласительно-совещательного органа в виде «большой четверки», куда вошли, кроме Президента РФ и Председателя Правительства РФ, Председатель Государственной Думы и Председатель Совета Федерации. Именно последний назвал встречу «четверки» «новой формой взаимоотношений *первых* руководителей страны, которая входит в систему работы». Однако написание спикера нижней палаты и спикера верхней палаты Федерального Собрания продолжает колебаться, что можно объяснить пробелами в «Правилах»: Президент Российской Федерации ... направил Председателю Совета Федерации ... и Председателю Государственной Думы ... письма (РГ. 1997. 2 дек.); Сразу же после ее [встречи «четверки»] завершения интервью «РГ» дал председатель Совета Федерации (1997. 29 нояб.); Трижды главного редактора центральных газет – «Комсомолки», «Учительской» и «Правды» – Геннадия Селезнева избрали председателем Государственной Думы (РГ. ноябрь 1997 г.).

Еще один пример неточности формулировок в рассматриваемых «Правилах». Параграф 95 в них гласит: «Пишутся с прописной буквы имена, отчества, фамилии, превдонимы, прозвища». Приведенные в этом параграфе прозвища как будто подтверждают сказанное: Иван Грозный, Иван Кольцо, Владимир Красное Солнышко, Петр Первый. Но ни одно из прозвищ, упоминаемых в периодической печати по отношению к современным деятелям, нам не встретилось переданным с прописной буквы. А прозвищ

такого рода огромное количество: «летучий калмык» – о президенте Калмыкии К. Илюмжинове, «самый знаменитый чеченец» -- об экс-спикере Верховного Совета СССР Р. Хасбулатове, «архитектор перестройки» – о М. Горбачеве. Сравним широко употреблявшиеся в недавнем прошлом «кремлевский мечтатель» – о В. Ленине, «всесоюзный староста» – о М. Калинине, «любимец партии» -- о С. Кирове, «кукурузник» и «химизатор» – о Н. Хрущеве. Следовательно, можно говорить о написании с прописной буквы не всех прозвищ, а только исторически закрепленных или образованных от собственных имен (*Горби* – О. М., Горбачеве, *Ди* – о принцессе Диане).

Сам термин «прозвище» требует уточнения. Если сюда относить и клички, как это делается в современных словарях, то картина резко меняется. Клички пишутся последовательно с прописной буквы: Сергей Головкин по кличке *Филер*, он же *Удав*; маньяк по кличке «*Режиссер*»; преступный авторитет по кличке *Лось* (из газет). Прописная буква употребляется, как видим, независимо от того, поставлена кличка в кавычки или дается без кавычек.

Продолжающееся развитие самого русского языка во 2-й половине XX в., пополнение его новыми словами обусловило неполноту некоторых орфографических правил, формулировавшихся по существу еще в 30–40-е гг. Так, оказалось к настоящему времени неполным правило, гласящее: «В иноязычных словах... после согласных пишется е, кроме слов *пэр*, *мэр*, *сэр*» (§ 9 п. 3). В этом списке явно не хватает нарицательных существительных, появившихся в русском языке в последнее десятилетие, например: *киднэп* – похищение людей, *кэш-память* – компьютерная память, время обращения к которой значительно меньше времени обращения к оперативной памяти, *лэптон* – один из видов портативного компьютера, *мэрия*, *мэтр*, *пленэр* – живопись на открытом воздухе, *рэкет*, *рэкетир*, *рже* – спецназовец экстра-класса, *реп* – напевная декламация под музыку, *рэппер* – исполнитель в стиле «рэп», *тинэйджер* – подросток (юноша или девушка) в переходном возрасте, *тхэквондист* – спортсмен, занимающийся *тхэквондо*, *хэви-металл* – тяжелый металл. Кроме того, следует учитывать образования от собственных имен типа *тэтчеризм* (от *Тэтчер*), а также слова-сокращения типа СТЭМ – студенческий театр эстрадных миниатюр.

В то же время существующие правила вообще не охватывают некоторые языковые явления. К ним относятся: а) передача сочетаний *j* + гласный после иноязычных приставок, но в русских по происхождению словах (*постыжерный*, *постельцинский*), б) написания с *н* или *nn* второго компонента в оборотах типа *стираный-перестиранный*, в) образования с препозитивными компонентами, стоящими на грани между словом и его частью; эти образования постоянно пополняются (**аудиопират**, **видеодиск**, **макросоциальный**, **макси**-процесс, **миди**-юбка, **мини**-диск и др.); г) сложные прилагательные, отношения между компонентами которых не являются ни равноправными (как в словах *карточно-талонный*, т.е. карточный и талонный): *командно-распределительный*, т.е. командный и в то же время распределительный), ни неравноправными (подчиненными) (например, в словах *частнопредпринимательский* от *частное предпринимательство*, *ценообразующий*, т.е. образующий цену), а какими-то другими (*административно-командный*, *военно-промышленный*, *государственно-кооперативный*). Второй компонент в сложных прилагательных последнего типа имеет скорее уточняющий характер по отношению к первому: не просто *административный*, а проявляющийся в командовании; не просто *военный*, а относящийся к промышленности; не просто *государственный*, а связанный с кооперативами. Среди языковых явлений, не охваченных существующими правилами, можно указать и синтаксические конструкции, например, «Закон о печати. Каким ему быть?» (ставить ли здесь точку, двоеточие, запятую или тире?), «Пушкин, он писатель великий» (какой знак препинания ставить после именительного падежа представления?).

Конечно, свод «Правил», вышедший в 1956 г., не мог учесть те изменения в общественной жизни страны, в менталитете населения, которые произошли с началом перестройки, а затем в ходе реформ 90-х гг. А между тем эти изменения оказали определенное влияние даже на правописание. Поясним сказанное. В § 97 «Правил» отмечается: «Пишутся с прописной буквы индивидуальные названия, относящиеся к области религии и мифологий, например: Христос, Будда, Зевс», но не упоминается о передаче на письме названий высших существ, составляющих предмет религиозного почитания христиан типа *Бог*, *Господь*, *Святая Троица*, *Пресвятая Богородица*, а также понятий, тесно связанных с культом, типа *Царствие Небесное*, *Соборная Апостольская Церковь*. В советское время отрицательное отношение властей к религии повлияло и на орфографию: все эти слова стали писать со строчной буквы. Исправлялось написание даже в произведениях русских классиков: А. Пушкина, М. Лермонтова и др. Изменение отношения к религии на государственном уровне в 80-е гг. повлекло за собой и восстановление традиционной нормы написания слова *Бог* и иных слов, связанных с его

почитанием. А. Солженицын, упоминая об отроческих годах И. Сталина, в бытность того учеником духовной семинарии, пишет: «О, с каким усердием стал мальчик служить Богу! Как доверился ему! За шесть лет ученья он по силам долбил Ветхий и Новый заветы. Жития святых и церковную историю».

В то же время потеряли актуальность многие названия советской эпохи, которые рекомендовалось писать с прописной буквы: Советская власть. **Ц**ентральный **К**омитет КПСС, **В**сесоюзный **Л**енинский **К**оммунистический **С**оюз **М**олодежи, **В**сесоюзный **Ц**ентральный **С**овет **П**рофессиональных **С**оюзов и др.

Ожидаемые орфографические новшества

В «Правилах» 1956 г. была проведена лишь частичная регламентация русского правописания, в них осталось большое количество исключений, труднообъяснимых и нелогичных правил. Учитывая это, авторы новой редакции этих «Правил» хотя и не ставят своей целью реформирование орфографии, все же намерены внести в них определенные изменения. Эти изменения охватывают следующие основные случаи:

– Употребление буквы *э* после твердых согласных; список соответствующих слов расширяется за счет не только иностранных слов (типа *рэкет*), но и собственно русских, образованных от аббревиатур (типа *бэтээр*, *кагэбешник*). Вместе с тем обращается внимание на недопустимость написания *э* после твердых согласных в конце слова (*карате*, *турне*).

– Написание *н* или *nn* в полных прилагательных, совпадающих по форме с причастиями. Предлагается выбор написания связывать не с наличием или отсутствием приставки, как это было в старых правилах, и с видом глагола. В образованиях от глаголов несовершенного вида следует писать с одним *н* (*жареный*), от глаголов совершенного вида – два *н* (*зажаренный*).

– Написание сложных прилагательных: обращается внимание на тенденцию, которая обнаруживается при рассмотрении современной орфографической практики. Дефисное написание чаще всего встречается в сложных прилагательных, первый компонент которых имеет суффикс прилагательного (планово-рыночный, партийно-государственный, гражданско-правовой). В противном случае сложные прилагательные тяготеют к слитному написанию: *общеевропейский*, *правозащитный*, *пятизвездный*.

– Употребление прописных букв в составных названиях правительственных учреждений, общественных организаций, государственных высших учебных заведений и предприятий. В таких названиях рекомендуется писать с прописной буквы только первое слово, не считая имен собственных: *Санкт-Петербургский государственный технический университет*. *Уральский машиностроительный завод*.

– Употребление прописных букв в названиях христианских праздников (*Рождество*, *Троицын день*), в словах *Бог*, *Господь* и т.п.

– Написание слов с препозитивной частью *макси=*, *мини=*, *миди=*, в которых рекомендуется употреблять дефис (черточку): *макси-мода*, *макси-пальто*; *мини-балет*, *мини-война*; *миди-юбка*.

Интересное новшество ждет пользователей новой редакции «Правил орфографии и пунктуации» – возможность вариантного написания, хотя и в строго определенных случаях. Речь идет о случаях, когда одно и то же явление может рассматриваться двояко. Например, в полных причастиях (прилагательных) от глаголов несовершенного вида составители новой редакции намерены рекомендовать написание *ни* при наличии зависимых от них существительных в творительном падеже со значением субъекта (*раненный осколком солдат*) или обстоятельств времени (*недавно раненный солдат*). В случае наличия других зависимых слов допускается написание одного и двух *н* (*раненый–раненный в живот солдат*). Еще пример допустимой вариантности написания: *путь/не/далекий–рукой подать*; *живут они /не/богато, час был /не/поздний, уехал, но/не/надолго*. Выбор варианта зависит от намерения пишущего. Если он желает подчеркнуть отрицание, то может писать в этих конструкциях *не* отдельно, если не желает – то вместе.

Всех, пользующихся письменным русским языком, ждет еще одна новинка – издание нового академического словаря под названием «Русский Орфографический словарь» (прежний назывался «Орфографический словарь русского языка» и выдержал почти двадцать изданий). Что же нового найдет пользователь в «Русском орфографическом словаре»? Прежде всего наполовину увеличивается его объем, который охватывает около 160 тысяч единиц. В это число входят многие новообразования, ранее не включавшиеся в нормативные словари русского языка, а также некоторые просторечные,

жаргонные, устаревшие и даже диалектные (областные) слова. Сюда следует также добавить актуализировавшуюся за последнее десятилетие терминологию экономики и бизнеса, программирования и вычислительной техники, церковно-религиозную лексику. Больше включено производных слов, а также словосочетаний, приравняемых к словам (*подвергнуть обстрелу* – обстрелять), и такого же рода словесных соединений (*ракета-носитель, чиненный-перечиненный, постоянно действующий*), а также предложно-падежных сочетаний, сходных с наречиями (*в принципе, на ходу*) и т.д.

«Русский орфографический словарь» отличается от прежних словарей этого типа характером словника. Впервые вводятся слова и словосочетания, пишущиеся с прописной буквы, например: имена типа *Гамлет, Плюшкин*, употребляемые во множественном числе в переносном значении (*Гамлеты, Плюшкины*), географические наименования, в составе которых нарицательные существительные употреблены не в своем обычном значении (*Сосновый Бор, Большая Медведица*), аббревиатуры, имеющие нарицательный смысл (ЭВМ, УКВ). В новом словаре можно будет найти также объяснение различий слитного и раздельного написания слов с частицей (приставкой) *не*, одного *н* или *ни* в страдательных причастиях и в образованных от них прилагательных, стилистические пометы, указывающие на сферу употребления вариантов слов и паронимов. Кроме того, в словарь будет включен обновленный Свод правил правописания.

Пресса и орфография

Следует обратить внимание на негативную в известной степени роль прессы в распространении типичных орфографических ошибок, в частности в некоторых группах слов, связанных с употреблением прописных букв. Так, в названиях государственных наград это употребление может не соответствовать правилам орфографии, прежде всего в заголовках: Президент Российской Федерации своим указом наградил ОРДЕНОМ «ЗА ЗАСЛУГИ ПЕРЕД ОТЕЧЕСТВОМ» IV СТЕПЕНИ (или ОРДЕНОМ ДРУЖБЫ, ОРДЕНОМ ПОЧЕТА (вместо орденом «За заслуги перед Отечеством» IV степени (или орденом Дружбы, орденом Почета). Не запомнятся ли читателю скорее такие некорректные написания, тем более, что они даются крупным шрифтом, да еще в официальных сообщениях, где по идее все должно соответствовать общепринятой норме? А какой вывод должны сделать читатели о написании дней воинской славы, если в самом федеральном законе в названиях праздников слово *день* последовательно пишется с прописной буквы (10 июля – День победы русской армии под командованием Петра Первого над шведами в Полтарском сражении), а в «Российской газете», информировавшей о принятии этого закона – со строчной (10 июля – день Победы...). В «Правилах» на этот счет говорится определенно: «Пишется с прописной буквы первое слово ... в названиях ... знаменательных дат» (§. 103, прим.). К сожалению, не приведен ни один пример названия праздника, начинающегося со слова *день*.

Целая проблема выросла на страницах наших печатных органов в связи с переименованием или изменением произношения названий некоторых бывших союзных республик, их столиц и других городов, что узаконено постановлением правительственных учреждений этих республик. В периодике, в радио- и телепередачах запестрели *Кыргызстан, Ашгабад, Беларусь* и т.п. Понимая чуждость для русского языка такого рода произношения и написания, руководители информационных телерадиопрограмм сообщили в «Известиях» в декабре 1994 г., что в этих программах впредь будут использоваться прежние наименования государств и городов ближнего зарубежья и регионов самой России. Был помещен даже список прежних и новых названий: *Татария и Татарстан, Ашхабад и Ашгабад, Алма-Ата и Алматы, Киргизия и Кыргызстан* и т.д. В специальной литературе было разъяснено, что официальные названия типа *Беларусь, Татарстан* пришли на смену официальным же названиям *Белорусская ССР, Татарская АССР*. Поэтому в официальных документах следует употреблять официальные названия (типа *Кыргызстан*), как мы пишем в этих документах (*Австрийская Республика*, а не *Австрия, Швейцарская Конфедерация*, а не *Швейцария*). В Конституции РФ специально закреплены как официальные наименования *Республика Калмыкия* и *Хальм Танг, Республика Якутия* и *Республика Саха*.

Несмотря на эти разъяснения и опыт мировой практики, который свидетельствует, что названия географических объектов пишутся и произносятся с учетом особенностей конкретного языка, многие печатные органы по-прежнему беспорядочно употребляют эти названия в старом и новом вариантах. А это ничего хорошего пишущим не приносит. Посылаем корреспонденцию, и тут же сомнения при

указании адреса: *Молдавия* или *Молдова*, *Белоруссия* или *Беларусь*, А при употреблении соответствующих прилагательных как писать: молдавский или молдовский, белорусский или беларусский, киргизский или кыргызстанский? Не коверкайте свой родной язык. В официальных документах употребляйте новые официальные названия, в обычных случаях – пишите так, как было принято в русском языке издавна.

Встречаются игры с орфографией и во многих других случаях. Например, сейчас стало модным на страницах прежде всего молодежных изданий передавать все слова, входящие в названия музыкальных произведений, с прописной буквы: «Кинчев выдал на ура «Дождь», «Я **И**граю **В** Войну», песни из «Энергии», цоевскую «Спокойная **Н**очь», «Кто **Т**ы», «Мы **В**месте» (FUZZ-97). К сожалению, проправительственная «Российская газета» подхватила и расширила нездоровую инициативу, и вот мы уже встречаем в ней: «Бисмарк победил Маркса? Верней уж: **И**нтересы Государства победили **И**нтересы Солидарности. Потому что, за исключением самого начала века, дальше солидарности уже нет ... На Востоке не было недостатка в чиновниках, клявшихся от имени рабочего класса. Так и продолжалось до тех пор, когда уже и **И**нтересы Государства отступили на второй план перед **И**нтересами Глобального Мира» (1998. 3 марта).

Модным становится и обратное употребление – строчных букв вместо прописных. Пример из детской газеты: «первая моя поездка в Европу произошла именно благодаря компьютерным сетям», «Когда-то мои две заметки опубликовали в «ленинских искрах» – смешная была история» (Пять углов. 1998. 20 февр.). И как бы подчеркивая сознательный переход на «новую» орфографию, приводится добавление к последней фразе: «Знаете, о чем были эти заметки? Цитирую (еще с **Б**ольшими **Б**уквами): Не понимаю ребят, которые сидят в подъездах и ничего не делают. Я сама раньше была в такой компании, а какой смысл в этом сидении? Нужно дело, занятие!» И здесь не отстают официоз – «Российская газета». Например, в заметке об отставке чешского премьер-министра корреспондент пишет: «Как только его не называли: и отцом – архитектором реформ, и последователем маргарет тэтчер ... «я знаю лучше» – эта фраза была его самой излюбленной. В Москве весной девяносто четвертого он заявил: «я уважаю тэтчер, но не ей указывать, как нам следует проводить приватизацию» и т.д., в таком же плане использования строчных букв вместо прописных.

Современные печатные органы вообще поражают свободой выбора букв и в других случаях. В «Российской газете», в статье «Русские слова живут семьями», посвященной присуждению известному лингвисту А.Н. Тихонову премии Правительства РФ за сугубо культуроведческие труды, корреспондент умудрился написать такое, за что лауреат должен был бы поставить ему двойку: «Проблема амонимии – слов, одинаково звучащих, но имеющих разный смысл, – одна из самых сложных в русском языке» (1997. 9 дек.). Нет такого слова в русском языке *амонимия*, есть *омонимия*. Это надо знать не только исследователям русского языка, но и пишущим о них, если пишущие уважают людей и предмет, о которых пытаются рассуждать публично.

Многие идут еще дальше. Музыканты присваивают своим коллективам названия, которые заведомо пишутся с орфографическими ошибками. Для привлечения внимания ... «Аукцыон», «Маррадеры» ... Разбирайтесь, тинейджеры, да и прочие сами» какую букву (*и* или *ы*) писать после *ц* в иностранных словах, одну или две согласные (*p* или *pp*) Главное, чтобы вы запомнили название музыкальной группы, а правописание – дело десятое. Если существует «Аукцыон», значит в нем должны играть «аукцыонщики». Так и есть. Как повествуется в том же номере музыкального журнала FUZZ: «Отправлявшиеся в начале сентября на гастроли «аукцыонщики», не пройдя face control и получив отказ в визе, все же умудрились оказаться в Израиле, где успешно отыграли три концерта».

Кстати, передача английских слов (*face control*) латинской графикой, а не русской – тоже одна из неприглядных примет нашего времени. Еще пример – из «Компьютер-информ»: «Две компании предлагают пользователям серверов Sun Netra специальную версию программы APC Powerlute plus, совместимую с Solaris. Пользователи серверов Netra могут бесплатно переписать эту знаменитую программу управления ИБП с web-узла компании Sun». Некогда, да и переводческих знаний маловато -- пусть читатели сами разбираются в этой орфографической смеси кириллицы и латиницы!

Возвращение к старым буковкам – тоже не совсем в соответствии с действующим правописанием, но зато оригинально: газета «Росси́я», «Коммерсантъ daily». Оказалось для оригинальничанья мало буквы *ер* /ь/ на конце слова, ее совместили с английским *daily*. Букве *ер* вообще посчастливилось – она стала символом этой газеты.

И еще модно, хотя и неграмотно, писать слова, на которые хотят обратить внимание, не отделяя их друг от друга, слитно.

Сэ ля ви – это по-французски.

Я был во Франции.

Как же как в целом ряде других интересных мест (А. Вознесенский).

Один из концертов был на украшенной присутствием Игоря Григорьева «ОМ»- вечеринке в плохо-относящемся-к- журналистам клубе «Mad Wave» (FUZZ-97).

Лишь бы привлечь внимание, а там хоть потоп, хоть сплошная неграмотность...

Не лучше обстоит дело в современных печатных текстах и с пунктуацией. Так, в некоторых изданиях принято первый абзац главы или параграфа не выделять отступом (без красной строки), что не регламентировано действующими правилами правописания.

Поэтому широкие круги российской общественности с таким нетерпением ждут публикации новой редакции «Правил орфографии и пунктуации», которая готовится Орфографической Комиссией при Российской академии наук.

* * *

Из сказанного в этой главе можно сделать общее заключение, что крупные социальные потрясения, затрагивающие основы общественного устройства, всегда оставляют весьма заметный след в языке. Так, петровские реформы открыли широкий путь заимствованиям из западноевропейских языков; после Октября 1917 г. во всех областях жизни господствующее положение заняла марксистская политическая и экономическая терминология. Составляющие ее термины не только стали свидетельством коренных изменений, которые претерпела политика и экономика страны в результате смены общественного строя, но и вошли в каждодневный речевой обиход населения.

Происшедшие в нашей стране события во 2-й половине 80-х гг. и в 90-е гг. оказали не меньшее влияние на развитие русского языка, прежде всего словарного состава, и в конечном счете на его лексические и иные нормы.

Эти нормы необходимо знать не только для лучшего понимания происходящих в языке процессов, но и для повышения культуры речи в любой сфере – бытовой, учебной или профессиональной.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

К § 1 «Фонетические нормы»

1. Что понимается под культурой делового общения и нормой русского литературного языка?
2. Послушав друг друга, определите, есть ли у кого-либо из членов группы отклонения от норм произношения?
3. Что вы узнали о колебаниях в ударении?
4. Расскажите о стилях произношения.

К § 2 «Дикция и выразительное чтение»

1. Какие требования предъявляются к речи выступающего со стороны ее звучания?
2. Какие недостатки проявляются чаще всего в речи выступающего? Как избавиться от них?
3. Что надо знать, чтобы читать выразительно?

К § 3 «Новые слова и трудности их употребления»

1. В чем состоит наибольшая трудность в употреблении новых слов?
2. Для чего нужно знать разным категориям населения правовые термины?
3. Что такое терминологизация слов?
4. Что понимается под изменением сферы употребления слов?
5. Что вы узнали о сочетаемости слов?
6. Как вы относитесь к словам, которые находятся за пределами русского литературного языка? Употребляете ли вы их и в каких случаях?

К § 4 «Новая фразеология и ее использование»

1. Какие изменения происходят во фразеологии русского языка?
2. Для чего используются крылатые слова?

К § 5 «Грамматические нормы»

- 1 Употребление каких морфологических форм вызывает у вас затруднения?
- 2 Употребление каких синтаксических конструкций вызывает у вас затруднения?

К § 6 «Правописание»

- 1 Чем отличаются нормы правописания от норм произношения?
- 2 Какими причинами обусловлена необходимость новой редакции «Правил орфографии и пунктуации»?
- 3 Каковы ожидаемые новшества в готовящейся редакции «Правил»?
- 4 Что вы можете рассказать о положении с правописанием в современных массовых изданиях?

ЛИТЕРАТУРА

- 1 Брызгунова Е. А. Звуки и интонации русской речи. М., 1977 и посл. изд.
2. Водина Н.С., Иванова А. Ю. Ключев В.С. и др. Культура устной и письменной речи делового человека. Справочник. М., 1997.
- 3 Горбачевич К.С. Нормы современного русского литературного языка, 3-е изд., испр. М., 1989.
- 4 Грамматические исследования. Функционально-стилистический аспект: Морфология Словообразование. Синтаксис / Отв. ред. Д.Н. Шмелев М., 1991
- 5 Ефремова Т.Ф., Костомаров В.Т. Словарь грамматических трудностей. М., -1993.
- 6 Иванова В.Ф. Современная русская орфография. М., 1991.
- 7 Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. Изд. 2-е. М., 1997
- 8 Краткая русская грамматика / Под ред. Н.Ю. Шведовой и В. В. Лопатина. М. 1989.
9. Культура русской речи. Учебник для вузов / Под ред. проф. Л.К. Граудиной и проф. Е.Н. Ширяева. М., 1998
- 10 Максимов В.И., Голубев Н.П., Лукашев В.А. и др. Русский язык. Готовимся к поступлению в вуз. СПб, 1998.
11. Максимов В.И., Одеков Р. В Словарь-справочник по грамматике русского языка М,1999.
- 12 Моисеев А.И. Русский язык. Фонетика. Морфология. Орфография. М., 1980.
- 13 Рахманова Л.И., Суздальцева В.Н. Современный русский язык Лексика. Фразеология. Морфология: Учеб. пособие, М., 1997.
- 14 Розенталь Д.Э. Практическая стилистика русского языка. М., 1987.
- 15 Русская грамматика / Гл. ред. Н.Ю. Шведова В 2 т. М., 1980.
- 16 Русский язык в его функционировании, коммуникативно-прагматический аспект М., 1993
- 17 Русский язык конца XX столетия (1985 – 1995 гг.) / Отв. ред. Е.А. Земская М 1996
- 18 Русский язык. Энциклопедия / Гл.ред. Ф.П. Филин. М., 1979.
- 19 Сопер П. Основы искусства речи. Книга о науке убеждать Ростов н/Д, 1995.
- 20 Черемисина Н.В. Русская интонация, поэзия, проза, разговорная речь. М, 1982

ГЛАВА X СЛУЖЕБНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

В данной главе речь идет не о систематизированном и полном курсе делопроизводства, предназначенном для служащих всех уровней и профилей, в том числе для сотрудников финансовых органов, бухгалтерии, отделов планирования, снабжения и сбыта. Ниже будут представлены и описаны документы по административным и общим вопросам, встречающиеся практически всем работающим на предприятиях и в учреждениях независимо от занимаемого ими положения. Без знания специфики таких документов и умения их составлять деятельность работников предприятий и учреждений не может быть плодотворной и перспективной.

Согласно определению понятия «документ», данному Федеральным законом от 27 ноября 1994 г. «О библиотечном деле», *документ* – это «материальный объект с зафиксированной на нем информацией в виде текста, звукозаписи или изображения, предназначенный для передачи во времени и пространстве в целях хранения и общественного использования».

Как правило, документ оформляется на бланке в соответствии с требованиями принятого стандарта. Бланк можно определить как лист бумаги с воспроизведенными на нем типографским способом постоянными реквизитами или их частями (реквизиты – это обязательные признаки, установленные законом или официальными положениями для отдельных видов документации). Существуют бланки двух видов: 1) для писем; 2) для организационно-распорядительных и иных документов. По ГОСТ 9327, должны использоваться бланки двух форматов А4 (210х297 мм) и А5 (148х210 мм) (рис. 6 и 7), на первом из которых имеет место угловое расположение реквизитов, а на втором – продольное. Бланки

документов должны иметь поля: с левой стороны – 20 мм, с правой стороны и снизу – не менее 8 мм, сверху – не менее 10 мм.

В зависимости от того, каким нуждам организации, внутренним или внешним, отвечает служебная документация, различают в принципе две категории: документы для внутреннего пользования и документы для внешнего пользования.

Большинство реквизитов на документах для внутреннего и внешнего пользования одинаковы, но есть и определенные различия.

§ 1. Документы для внутреннего пользования

Реквизиты

Документы для внутреннего пользования называются обычно управленческими или организационно-распорядительными (ОРД). ГОСТ 6.38-90, введенный с 1 января 1991 г. установил 31 реквизит. Ниже приведен образец расположения реквизитов на документе внутреннего пользования и комментарий к ним.

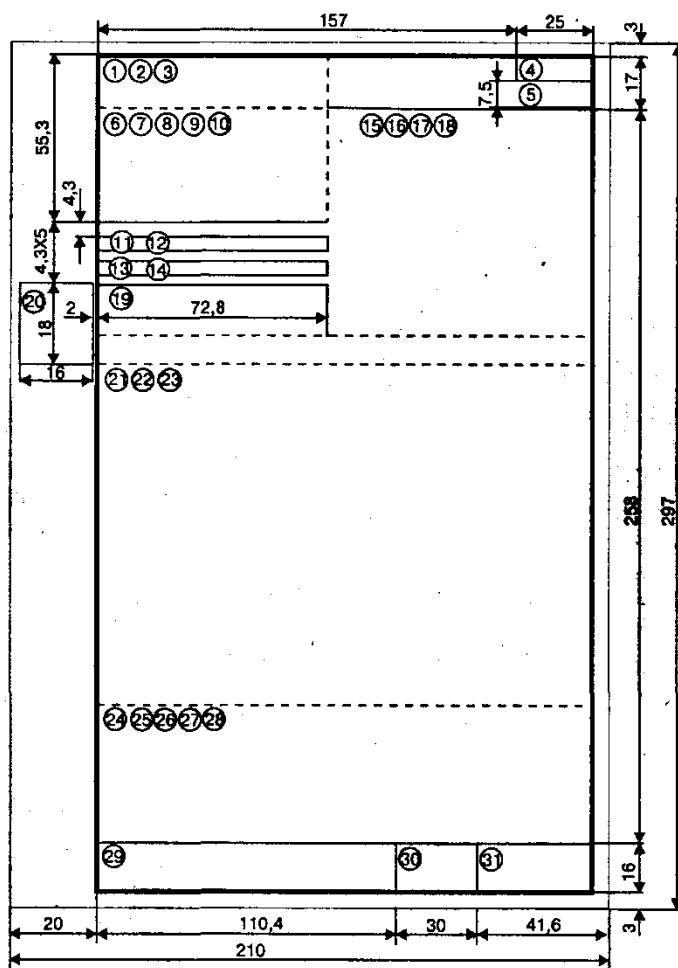


Рис. 6. Расположение и размеры реквизитов на бланке формата А4

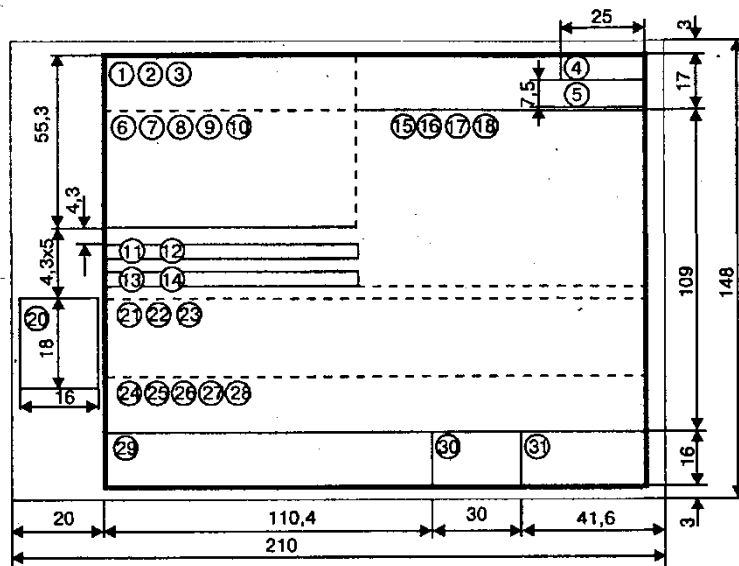


Рис. 7. Расположение и размеры реквизитов на бланке формата А5

1. **Государственный герб** (для бланков государственных предприятий). Его изображение помещается на верхнем поле управленческих документов в соответствии с Положением о Государственном гербе Российской Федерации.

2. Эмблема организации. Её изображение помещается также на верхнем поле документа, но ниже государственного герба.

3. **Изображение наград.** Хотя этот реквизит не отменен до сих пор, но в настоящее время его почти не используют.

4. Код организации по ОКПО – Общероссийскому классификатору предприятий и организаций. Изображается в виде цифр в правой верхней части документа.

5. Код документа по ОК УД - общероссийскому классификатору управленческой документации. Изображается в виде цифр в правой верхней части документа.

6. Наименование министерства или ведомства. Помещается только в бланках государственных предприятий, имеющих ведомственное подчинение.

7. Наименование организации (где составлен документ). Указывается в соответствии с Положением об этой организации.

8. Наименование структурного подразделения. Указывается, если соответствующее подразделение имеет право на издание документов рассматриваемого типа. Помещается ниже наименования организации.

9. Индекс предприятия связи, почтовый и телеграфный адрес, номер телетайпа, телефона, телефакса, номер счета в банке; к этому следует добавить адрес электронной почты (E-mail), страницу в Интернет (Web-site). Эти данные помещаются ниже наименования организации.

10. Название вида документа. Оно должно быть в соответствии с содержанием документа. Указывается заглавными буквами.

11. Дата. Отмечается арабскими цифрами в день подписания или издания документа, его отправления или получения. Например: 22.06.98 (возможный обратный вариант – 98.06.22). В финансовых документах допускается использование словесно-цифровой передачи дат: 22 июня 1998 года.

12. И н д е к с. Состоит из порядкового номера, обновляющегося с начала календарного года. Этот номер может быть дополнен индексом по номенклатуре дел и индексом применяемого классификатора (вопросов деятельности корреспондентов). В случае составления документа несколькими организациями их регистрационные индексы проставляются через косую черту в порядке представления авторов на документе.

13. Ссылка на индекс и дату входящего документа. Обязательно дается в ответном письме.

14. Место составления или издания документа. Указывается на всех документах, кроме служебного письма: г. Санкт-Петербург или Ленинградская область, г. Луга.

15. Гриф ограничения доступа к документу. Указывается в правой стороне

верхней части документа. При наличии такого грифа на документе им можно пользоваться только на работе. Гриф «Секретно» дает право на ознакомление с ним только узкому кругу работников, имеющих специальный допуск.

16. А д р е с а т . 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
Управление по работе с иностранными учащимися
Начальнику управления Н.П. Голубеву

Если документ адресуется лицу с указанием статуса, то наименование организации входит в состав наименования должности, а название организации отдельно не указывается:

.Начальнику Управления по работе с иностранными
учащимися Министерства общего
и профессионального образования
Российской Федерации

Если документ направляется одновременно в несколько организаций, то их названия указываются обобщенно:

Начальникам управлений
Министерства общего
и профессионального образования
Российской Федерации

Каждый экземпляр такого документа подписывается. Слово копия на втором, третьем и четвертом экземплярах не ставится.

При направлении документа разовым корреспондентам указывается их полный почтовый адрес:

113833 ГСП, Москва, М-93, ул. Люсиновская, д. 51,
Министерство общего и профессионального
образования Российской Федерации

Если документ рассылается более чем четырем адресатам, то должен быть составлен список на рассылку; на каждом экземпляре указывается только один адресат.

Если документ адресуется частному лицу, то вначале указывается почтовый адрес, затем фамилия и инициалы получателя:

194156, г. Санкт-Петербург, Большой
Самсониевский пр., д. 81, кв. 35
Шевякову В.П.

17. Г р и ф у т в е р ж д е н и я д о к у м е н т а . Помещается в правой верхней части титульного листа и включает в себя слово «УТВЕРЖДАЮ», наименование должности утверждающего лица, его личную подпись с расшифровкой и дату:

УТВЕРЖДАЮ

Начальник Управления по делам
иностранных учащихся Н.П. Голубев

Подпись

«__» _____ 199__ г.

При утверждении документа постановлением, решением, протоколом гриф утверждения включает в себя слово «УТВЕРЖДЕНО», название документа в творительном падеже, дату и номер:

УТВЕРЖДЕНО

Приказом ректора Санкт-Петербургского
государственного университета 10.06.99N 538

УТВЕРЖДЕНО

Протоколом собрания акционеров АООТ

«Вымпел»

28.07.99 № 59

18. **Р е з о л ю ц и я**. Должна содержать указание по исполнению приказа, постановления и т.д., заключенного в документе. В состав резолюции должны входить: фамилия исполнителя, содержание распоряжения, срок исполнения, подпись, дата. В простейшем случае ставятся фамилия исполнителя, подпись автора резолюции и дата.

19. **Заголовки к тексту**. Указывает на содержание документа с предлогом *О* без кавычек: *Об утверждении графика погашения задолженности*. Не следует употреблять в этом случае слова *касательно (кас.)*, *касается*. На документах формата А5 заголовок к тексту может отсутствовать.

20. **Отметка о контроле**. Если срок исполнения документа не указан в резолюции, то он определяется в один месяц или как отмечено в документе.

21. **Т е к с т**. 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 целесообразно выделять разделы, подразделы, пункты; нумеровать их следует арабскими цифрами. Обычно текст состоит из введения с объяснением причин, побудивших составление письма, и основной части с изложением сути дела (обращения).

В организационно-распорядительных документах содержание текста обычно излагается от первого лица единственного числа (*постановляю, предлагаю, прошу*). Если документ исходит от коллегиальных органов, то принята форма изложения от третьего лица единственного числа (*постановляет, решил*). В протоколах текст принято излагать от третьего лица множественного числа (*слушали, выступила постановили*). Содержание письма излагается от первого лица единственного числа (*считаю необходимым, прошу выделить*) или множественного (*просим рассмотреть*) а также от третьего лица единственного числа (*администрация согласна принять, не возражает против направления, профком считает возможным*).

22. **Отметка о наличии приложений**. При наличии их в документе делается запись в форме:

Приложение: на 5 л. в 2 экз.

23. **Подпись**. Этот реквизит включает: наименование должности лица, подписывающего документ, и личную подпись с расшифровкой:

Ректор Санкт-Петербургской
технической академии

Подпись А.Н. Ковалев

Если документ подписывается двумя должностными лицами, их подписи располагаются одна под другой в соответствии с занимаемой должностью:

Директор АОЗТ «Златоуст»
Главный бухгалтер

Подпись С.Н. Голубев
Подпись А.Ф. Белкин

Если документ подписывается лицами, занимающими равные должности, то их подписи располагаются на одном уровне:

Начальник отдела снабжения
Подпись Б.Д. - Малышев

Начальник отдела торговли
Подпись В.Н. Гришечкин

24. Г р и ф с о г л а с о в а н и я . Включает: слово «СОГЛАСОВАНО», наименование должности лица, с кем согласовывается документ, личную подпись с расшифровкой и дату:

СОГЛАСОВАНО

Заместитель министра обороны РФ

Министерства обороны РФ

 Б.В. Яковлев

Подпись

17.12.98

Гриффы согласования располагаются ниже реквизита «Подпись». В реквизитах 17,23, 24 следует указывать фактическую должность лица, ставящего подпись. Нельзя ставить предлог *За* или косую черту перед наименованием должности.

25. В и з ы . При визировании документа необходимо ставить не только личную подпись с ее расшифровкой, но и дату:

а) Д.А. Федоров

Подпись

18.12.99

б) Директор издательства «Нева»

 Р О Бугаев

Подпись

30.03 99

26. П е ч а т ь . В ряде специальных документов, связанных с расходом денежных средств и материальных ценностей, а также иных, предусмотренных действующим законодательством, подпись ответственного лица должна быть заверена печатью (гербовой, круглой).

27. О т м е т к а о з а в е р е н и и к о п и и д о к у м е н т а . Отметка «Верно» указывается ниже реквизита «Подпись» и заверяется соответствующим должностным лицом, в подтверждении чего ставятся его личная подпись с расшифровкой и дата заверения:

Верно

Начальник отдела кадров

19.04.99

 В С. Шкаликов

Подпись

В необходимых случаях (при выдаче копии документа на руки или пересылке ее в другие организации) на заверительной подписи ставится печать.

28. Ф а м и л и я и с п о л н и т е л я (составителя) и номер его телефона. Указывается на лицевой или оборотной стороне последнего листа документа в левом нижнем углу.

Григорьев 247-59-95

29. О т м е т к а о б и с п о л н е н и и д о к у м е н т а и н а п р а в л е н и и е г о в д е л о . В ее состав входят: краткие сведения об исполнении; слова *В дело* и номер дела, в котором будет храниться документ.

30. О т м е т к а о п е р е н о с е д а н н ы х н а м а ш и н н ы й н о с и т е л ь . Состоит из записи «Информация перенесена на машинный носитель», подписанный ответственным за перенос лицом, и даты переноса.

31. О т м е т к а о п о с т у п л е н и и d o k y м e н т а . Помещается в его нижней части и состоит из сокращенного наименования организации – получателя документа, даты поступления документа и его индекса.

Совокупность рассмотренных реквизитов, которые могут быть в том или ином документе, называется формуляром.

Текст документа на бланках формата А4 рекомендуется печатать через полтора межстрочных интервала, а на бланках А5 – через один межстрочный интервал. Все остальные реквизиты рекомендуется печатать, как правило, через один межстрочный интервал.

Сами реквизиты отделяются друг от друга 2–3 межстрочными интервалами.

Название вида документа следует печатать прописными буквами, точку после заголовка не ставить.

Основные виды управленческих документов

Среди управленческих документов выделяют организационные и распорядительные (поэтому их называют также организационно-распорядительными). К первым из них относятся: устав, структура и штатная численность аппарата управления, штатное расписание, правила внутреннего трудового распорядка или положения о персонале, положение о структурном подразделении предприятия, должностная инструкция. К распорядительным документам принадлежат: приказ, распоряжение, указание, инструкция. Отдельно выделяют также информационно-справочные документы, такие, как протокол, акт, докладная и объяснительная записки, справка и др., и документы по персоналу предприятия: типовой трудовой договор, заявление, анкета, характеристика и т.д. Далее мы расскажем только об основных из документов, с которыми так или иначе сталкивается любой работник предприятия или учреждения. Из подгруппы организационных остановимся только на должностной инструкции, из подгруппы распорядительных документов – главным образом на приказе, а из подгруппы информационно-справочных и по персоналу предприятия – на всех, указанных выше.

Должностная инструкция. В этом документе указываются функции, обязанности, права и ответственность сотрудника определенной категории. Основные положения должностной инструкции являются основой трудового соглашения с тем или иным работником. Эта инструкция необходима также при возникновении трудовых споров, конфликтных ситуаций во взаимоотношениях между работниками и работодателями.

Не существует единой должностной инструкции для рабочих и служащих, работающих на разных предприятиях. Обычно конкретная инструкция создается работниками кадровой службы предприятия, согласовывается с юристом и утверждается руководителем предприятия. При необходимости внесения в нее существенных изменений издается соответствующий приказ руководителя предприятия. Приведем возможную форму должностной инструкции (рис. 8).

Приказ. Самый распространенный вид распорядительного документа, встречающийся в практике управления. Приказ – это такой правовой акт, который издается руководителем предприятий и учреждений (или руководителями их подразделений), действующих на основе единоначалия. Приказ издается в целях проведения определенных мероприятий» направленных на совершенствование деятельности организации или решения кадровых вопросов.

Наименование предприятия	УТВЕРЖДАЮ Руководитель предприятия	
ДОЛЖНОСТНАЯ ИНСТРУКЦИЯ	подпись	расшифровка
00.00.00 № 00	00.00.00	подписи
Москва		
Наименование должности		
работника		
Структура текста		
Общие положения		
Функции		
Должностные обязанности		
Права		
Ответственность		
Взаимоотношения (связи по должности)		
Руководитель структурного подразделения	подпись	расшифровка
		подписи
Визы согласования		
С инструкцией ознакомлен	подпись	расшифровка
	00.00.00	подписи

Рис. 8. Форма должностной инструкции

Заголовок приказа начинается с предлога *о (об)* с добавлением отглагольного существительного: *О назначение, Об утверждении*.

Приказ, как и другие управленческие документы, содержит обычно две части констатирующую и распорядительную. Первая из них является введением в суть рассматриваемого вопроса. Вторая часть начинается со слова ПРИКАЗЫВАЮ, которое печатается прописными буквами, затем с новой строки следует само распоряжение. Оно должно быть конкретным, четким, с формулировками, не допускающими различных толкований, с указанием исполнителей и сроков исполнения, а также лица, на которое возлагается контроль за исполнением распоряжения.

В состав реквизитов приказа входит: герб РФ, наименование ведомства или организации, вида документа, а также дата, индекс, место составления, заголовок, текст, подпись, а при необходимости – отметка о согласовании. Образец приказа приведен на рис 9.

Р а с п о р я ж е н и е . По своему назначению и характеру этот документ близок к приказу, но обычно издается по оперативным вопросам ежедневной производственно-хозяйственной и административной деятельности предприятия. Его текст должен содержать: конкретное задание, указания на ответственного исполнителя и срок исполнения. Распоряжения следует оформлять на общем бланке предприятия, они подписываются руководителем или его заместителем. Образец распоряжения приводится на рис. 10.

П р о т о к о л . Различают полные и краткие протоколы. Полны протокол составляют, если проходит

особо важное заседание, совещание, собрание. Основную его часть занимают разделы, каждый из которых прямо соотносится с пунктом повестки дня, строится по схеме. СЛУШАЛИ, ВЫСТУПИЛИ, ПОСТАНОВИЛИ (РЕШИЛИ). Последний раздел является наиболее важным и долями содержать строгие, четкие формулировки, ориентирующие на выполнение рассматривавшихся вопросов.

В кратком протоколе отмечаются только рассматриваемые вопросы, фамилии выступавших и принятые коллективно решения. Лишь при особой необходимости в краткий протокол могут быть внесены полностью отдельные выступления или предложения.



Министерство общего и профессионального образования Российской Федерации
Санкт-Петербургский государственный технический университет
П Р И К А З
<u>10.03.98 № 115-К</u>
По профессорско- преподавательскому составу
В соответствии с представлениями П Р И К А З Ы В А Ю:
По гидротехническому факультету
1. ВОРОБЬЕВА Бориса Алексеевича, ст. преподавателя по совместительству кафедры ЭиПГС, уволить из университета 02.03.98 по п. 2 ст. 29 КЗоТ РФ в связи с истечением срока трудового договора, с выплатой компенсации за неиспользованный отпуск в размере 24 рабочих дней. О с н о в а н и е: служебная записка заведующего кафедрой с резолюцией вице-президента по учебной работе.
По физико-механическому факультету
2. ТОЛСТЫХ Виктора Николаевича, 1952 года рождения, принять с 01.02.98 по 30.06.98 доцентом кафедры прикладной математики на 0,25 ставки с оплатой по 14-му разряду. О с н о в а н и е: личное заявление с резолюцией вице-президента по учебной работе.
По факультету технологии и исследования материалов
3. КОСМЫНИНА Александра Ивановича, доцента кафедры общей химии, уволить из университета 31.03.98 по собственному желанию по ст. 31 КЗоТ РФ. О с н о в а н и е: личное заявление с резолюцией вице-президента по учебной работе.
Первый вице-президент
<i>М.П. Федоров</i>

Рис. 9. Образец приказа



Государственный Комитет
Российской Федерации
по высшему образованию

Санкт-Петербургский государственный
технический университет

РАСПОРЯЖЕНИЕ

12.01.96 № 3

Об упорядочении подготовки
приказов по университету

В последнее время увеличилось количество приказов по университету, причем некоторые из них дублируют друг друга, отмечены случаи представления проектов приказов не уполномоченными на то лицами, возросло количество дополнений и изменений ранее изданных приказов.

С целью устранения отмеченных недостатков, сокращения общего количества приказов, повышения ответственности деканов и начальников управления в подчиненных подразделениях:

ПРЕДЛАГАЮ:

1. Право внесения проектов кадровых приказов предоставить исключительно:
 - по кадрам профессорско-преподавательского состава — вице-президенту по учебной работе;
 - по рабочим и служащим общеуниверситетских и факультетских подразделений — начальнику отдела кадров;
 - по контингенту студентов — российских граждан дневной формы обучения — начальнику учебно-методического управления;
 - по контингенту студентов — иностранных граждан — декану факультета иностранных граждан;
 - по научно-производственному комплексу — генеральному директору.
2. Согласование приказа осуществляют:
 - вице-президент по соответствующему направлению деятельности;
 - начальник управления бухгалтерского учета и финансового контроля;
 - старший юристконсульт (кадровые приказы);
 - помощник первого вице-президента (кроме кадровых).
3. Начальнику общего отдела настоящее распоряжение довести до вице-президентов, начальников управления и отделов.

Первый вице-президент
Проект вносит вице-президент по учебной работе

М.П. Федоров
В.В. Глухов

Рис. 10. Образец распоряжения

Протокол должен быть подписан председателем и секретарем совещания (собрания).

Образцы протоколов приведены на рис. 11 и 12.

А к т . Представляет собой документ, который составляется несколькими лицами в подтверждение установленного факта, действия, события. Обычно для составления акта создается комиссия (постоянная или временная) приказом руководителя организации. Этот документ оформляется на общем бланке, часто имеющем унифицированную, трафаретную форму. Акты могут относиться к разным случаям: ликвидации какого-либо учреждения, приему-передаче каких-либо материальных ценностей, приему строительных объектов, инвентаризации, различного рода происшествиям.

Текст акта обычно содержит три части: 1) введение, где формализованно указывается основание для составления документа, перечисляются лица, участвующие в составлении акта; 2) констатирующая часть, в которой излагаются задачи и сущность проведенной членами комиссии работы, ее результаты; 3) заключительная (необязательная) часть, которая содержит выводы или рекомендации комиссии. Пример акта приведен на рис. 13.

Д о к л а д н а я з а п и с к а . Представляет собой документ, который адресован руководителю данного предприятия или вышестоящей организации с уведомлением о сложившейся тревожной ситуации, о каких-либо фактах или явлениях, мешающих производственной деятельности, и содержит конкретные предложения по исправлению положения. Докладные могут быть написаны по предложению руководства и по собственной инициативе работника.

Тексту докладной должен предшествовать заголовок, начинающийся с предлога *о (об)*. Внутренняя

докладная оформляется на простом листе бумаги с указанием основных реквизитов, подписывается составителем, внешняя – представляется на общем бланке организации и подписывается ее руководителем. Образец внутренней докладной записки приведен на рис. 14.

Объяснительная записка. Этот документ содержит указание адресата, текст, составляемый чаще всего в произвольной форме с объяснением причин какого-либо нарушения в производственном процессе, дату и подпись составителя.

Трудовой договор. Как предписывает КЗоТ Российской Федерации, с поступающим на работу должен заключаться трудовой договор, причем в письменном виде. В договоре обязательно должны быть указаны:

- место работы (наименование предприятия-работодателя, его адрес);

Наименование предприятия _____		
ПРОТОКОЛ		
00.00.98 № _____		
собрания акционеров предприятия		
Председатель – Ф.И.О. _____		
Секретарь – Ф.И.О. _____		
Присутствовали: _____		
(должности, фамилии, инициалы)		
Приглашенные: _____		
(должности, фамилии, инициалы)		
ПОВЕСТКА ДНЯ:		
1. _____		
2. _____		
1. СЛУШАЛИ:		
_____		_____
(Ф.И.О., должность)	(содержание выступления)	

ВЫСТУПИЛИ:		
_____		_____
(Ф.И.О., должность)	(содержание выступления)	

_____		_____
(Ф.И.О., должность)	(содержание выступления)	
ПОСТАНОВИЛИ:		
1.1. _____		
1.2. _____		
2. СЛУШАЛИ: ... (п. 2 оформляется так же, как п. 1)		
Председатель	Подпись	И.О. Фамилия
Секретарь	Подпись	И.О. Фамилия
В дело № _____		
Подпись исполнителя 00.00.98		

Рис. 11. Схема полного протокола

Наименование предприятия		
ПРОТОКОЛ		
00.00.98 № _____		
заседания Совета директоров		
Председатель – Ф.И.О.		
Секретарь – Ф.И.О.		
Присутствовали: _____		
(должности, фамилии, инициалы)		
РАССМОТРЕННЫЕ ВОПРОСЫ:		
1. _____		
2. _____		
ПРИНЯТЫЕ РЕШЕНИЯ:		
1. _____		
2. _____		
Председатель	<i>Подпись</i>	И.О. Фамилия
Секретарь	<i>Подпись</i>	И.О. Фамилия
В дело № _____		
Подпись исполнителя 00.00.98		

Рис. 12. Схема краткого протокола

АКТ
28.06.98 № 42
г. Саратов

О проверке сохранности документов в комитете

Основание: приказ председателя комитета от 28.06.98 № 202 «О проверке сохранности управленческих документов».

Составлен комиссией в составе:

Председатель: заместитель председателя комитета Р.В. Мешков

Члены комиссии: 1. Заведующий общим отделом В.И. Перьев
2. Инспектор отдела кадров Б.Б. Ладыгин
3. Зам. главного бухгалтера О.И. Линева
4. Референт Н.В. Летнева

В период с 16 по 18 мая 1998 года комиссия проверила организацию и условия хранения управленческих документов в комитете культуры. Документы хранятся в структурных подразделениях и в общем отделе.

Номенклатура дел ежегодно согласовывается с Саратовским областным архивом. Фактов гибели, утраты, порчи или незаконного уничтожения документов не установлено.

Комиссия рекомендует выделить и оборудовать специальное помещение для архива комитета.

Составлен в двух экземплярах:

1-й — в дело № 1-13.

2-й — в областной архив.

Председатель комиссии

Члены комиссии

Подпись

Подпись

Подпись

Подпись

Подпись

Р.В. Мешков

В.И. Перьев

Б.Б. Ладыгин

О.И. Линева

Н.В. Летнева

Рис. 13. Образец составления акта

Учебный отдел	Заведующему кафедрой химии
Докладная записка	Г.В. Петушкову
17.09.99 № 17	
г. Санкт-Петербург	

О приобретении канцелярских принадлежностей

Довожу до Вашего сведения, что канцелярские принадлежности, имевшиеся на кафедре, израсходованы.
Необходимо срочно приобрести писчую и копировальную бумагу, а также кнопки и скрепки.
Прошу рассмотреть также вопрос о приобретении нового компьютера.

Секретарь-машинистка	Подпись	Г.С. Иванькова
----------------------	---------	----------------

Рис. 14. Образец докладной записки

- конкретная работа по определенной специальности или должности;
- дата начала работы и ее окончание (при заключении срочного договора);
- условия оплаты труда;
- обязанности предприятия по обеспечению охраны труда.

В договоре могут быть указаны и дополнительные условия, которые конкретизируют обязательства сторон, например, отпуск без сохранения заработной платы, повышение квалификации, различного рода надбавки к основной зарплате и т.д.

Договор составляется в двух экземплярах, один из которых хранится на предприятии, второй – у работника.

А н к е т а . Это документ, бланк которого заполняется поступающим на работу. Производимые им записи подтверждаются документально, после чего работник кадровой службы удостоверяет их правильность подписью и печатью. Анкета представляет собой составную часть личного дела (досье) работника.

§ 2. Документы для внешнего пользования

Общие сведения

Документы для внешнего пользования часто называют деловыми (официальными, коммерческими) письмами. Они служат важнейшим средством связи данной организации (предприятия, учреждения) с внешним миром. Посредством их организации устанавливают и поддерживают контакты, выясняют отношения, обмениваются информацией, ведут предварительные переговоры, уточняют детали намечающейся сделки, предъявляют претензии и т.д.

Унификация деловой переписки охватывает лексику соответствующих документов, морфологию, синтаксис, графику, пунктуацию, стиль, даже их внешнее оформление. По ГОСТ 6.380-97 документы могут содержать 31 реквизит, однако практически в деловых письмах их используется не более 17:

- 1) государственный герб (для бланков государственных организаций);
- 2) эмблема организации;
- 3) код предприятия по ОКПО (для внутриреспубликанской переписки);
- 4) код документа по ОКУД;
- 5) наименование организации (полное и/или сокращенное);
- 6) почтовый и телеграфный адреса;
- 7) номер телефона;
- 8) номер факса, телетайпа, электронной почты (E-mail), адрес в Интернет;
- 9) номер расчетного счета в банке;
- 10) дата составления письма;
- 11) индекс документа;
- 12) ссылка на индекс и дату получения входящего документа;
- 13) адресат;
- 14) заголовок к тексту;
- 15) текст;
- 16) подпись;
- 17) фамилия и номер телефона исполнителя.

В последние годы в практике делопроизводства все чаще указывается также перед номером расчетного счета ИНН – идентификационный номер налогоплательщика, который присваивается налоговой инспекцией при регистрации, а пункт 9-й понимают расширительно, указывая в нем, помимо номера расчетного счета, другие банковские реквизиты, а именно: наименование банка, его БИК (банковский идентификационный код) и корреспондентский счет.

Некоторые исполнители указывают свои инициалы и число отпечатанных экземпляров какого-либо документа, но эти реквизиты не входят в состав обязательных.

Как правило, на бланках реквизиты 1–9 печатаются офсетным (или типографским) способом, остальные (кроме подписи) – на пишущей машинке или компьютере. Отметим еще раз важность индексации документа, о чем говорилось на с. 357. Индекс письма – это его номер, который обычно состоит из трех частей: цифры первой части могут означать индекс структурного подразделения, второй части – индекс по номенклатуре дел классификатора корреспондентов, исполнителей, а последняя часть представляет порядковый номер исходящего документа, например: № 131-84/598 или 131/84-598, т.е. документ внесен под номером 598 в систему регистрации корреспонденции, исходящей из организации, где составлялась,

В ответном письме необходимо сделать ссылку на индекс входящего документа и дату его получения, которые помещаются ниже индекса и даты получения исходящего документа, что значительно упрощает поиск нужных писем и ускоряет обмен информацией. При этом следует придерживаться рекомендуемой формы отсылки: На № ____ от _____. Нельзя употреблять «лишние» слова: *на ваш (запрос или письмо)* или помещать этот реквизит в самом тексте, где на него могут не обратить внимание при регистрации вашего письма.

Напомним, что если письмо адресуется официальному лицу, то вначале отмечается должность, затем фамилия и инициалы столько потом адрес предприятия:

Директору АОЗТ «Златоуст»

Голубеву С.Н

Россия, 191011, Санкт-Петербург,

Инженерная ул., д. 13, ком. 29

Если документ адресуется частному лицу, то вначале указываются почтовый индекс и адрес, а потом фамилия и инициалы получателя:

194156, Санкт-Петербург, Лесной пр.,

д. 37, кв. 107
Васильеву П.Р.

В переписке с официальными или частными лицами – иностранными гражданами перед фамилией пишется *г.* или *г-ну* (*господину*). Это обращение все шире распространяется и при переписке с отечественными партнерами. Употребление обращения *гражданин* допускается только в сфере правовых и административных отношений (в судебных, правоохранительных органах, местного самоуправления и т.д.). Письменное обращение *товарищ* можно сказать, вышло из употребления.

В заголовке к тексту употребляется только конструкция с предлогом *о /об/* (например, *О создании совместного предприятия*). Не рекомендуется начинать заголовок с таких слов, как *касается, по делу* и т.п.

В основном реквизите делового письма – в тексте – длина строк не должна превышать 60 знаков, включая интервалы между словами.

В приложении указывается не только число занимаемых им страниц, но и *число* экземпляров:

Приложении на... л. в ... экз.

Реквизит «Подпись» состоит из указания на должность лица, подписывающего письмо, его личной подписи и ее расшифровки:

Директор АОЗТ «Златоуст»	<i>Подпись</i>	С.Н. Голубев
--------------------------	----------------	--------------

В случае особой важности документа, например относящегося к финансовым или другим обязательствам организации, на письме ставятся две подписи – ее руководителя и (главного) бухгалтера:

Директор АОЗТ «Златоуст»	<i>Подпись</i>	С.Н. Голубев
Бухгалтер	<i>Подпись</i>	А.Р. Дубов

В отсутствие лица, подпись которого заготовлена на проекте документа, его подписывает должностное лицо, его замещающее. При этом необходимо указывать должность фактически подписывающего лица и его фамилию, а не ограничиваться отметкой перед наименованием должности отсутствующего руководителя в виде предлога *за* или *косой черты*. Следует писать:

Зам. директора АОЗТ «Златоуст»	<i>Подпись</i>	А.В. Голубева
-----------------------------------	----------------	---------------

Не следует писать:

За (или/) Директор АОЗТ «Златоуст»	<i>Подпись</i>	А.В. Голубева
--	----------------	---------------

На рис. 15 приведена схема оформления делового письма с угловым расположением реквизитов.

Герб РФ
Наименование министерства
Наименование предприятия

Адрес	Адрес
Телефон	

Заголовок письма

Текст

Должность *Подпись*

инициалы, фамилия

Фамилия исполнителя,
номер телефона

В зависимости от содержания и объема деловые (коммерческие) письма разделяют на простые и контрактные.

Простые деловые письма

К простым деловым письмам относятся несложные по содержанию и небольшие по объему документы, рассылаемые в коммерческих целях. Обычно в них содержится просьба, сообщение, благодарность, приглашение, сопроводительная информация или подтверждение получения какой-либо информации или продукции. В них может отсутствовать заголовок к тексту, обращение, но широко используются стереотипные выражения.

П и с ь м о - п р о с ь б а содержит просьбу о присылке образцов товара, каталогов, прайс-листов, какой-либо другой информации. При этом употребляются определенные стандартные выражения, например:

– Обращаемся (к Вам) с просьбой	прислать,
– Прошу (просим) Вас	выслать,
– Мы просили бы (Вас)	направить (нам)
– Не могли бы Вы	– сообщить
– Мы будем благодарны,	
если Вы сможете	подтвердить
– Мы хотели бы	получить...
– Желательно было бы	ознакомиться с ...
– Сообщит (нам), пожалуйста, ...	

Если документ направляется в организацию в ответ на ее письмо или имевшие место предварительные разговоры, в письме-просьбе может быть соответствующей! отсылка:

– Ссылаясь на Ваше письмо (Ваш факс, Ваш запрос) от...	просим...
– В соответствии с нашей договоренностью...	
– На основании нашего телефонного разговора...	

Приведем несколько образцов писем-просьб:

1. Обращаемся к Вам с убедительной просьбой выслать комплектующие и дополнительное оборудование к присланным Вашим заводом двигателям по договору от... № ...

2. К сожалению, нами не получены Ваши предложения по дальнейшему сотрудничеству, что затрудняет нашу подготовку к переговорам. Просим сообщить ориентировочный объем оборота между нашими предприятиями на ближайшие три года.

3. На основании нашего телефонного разговора 05.02.99 направляем наши предложения о поставках Вашему предприятию канцелярских товаров. Просьба в двухнедельный срок рассмотреть наши предложения и дать ответ.

4. В соответствии с договоренностью наших представителей создается группа по контролю над качеством взаимопоставляемой продукции. Не могли бы Вы в ближайшие дни сообщить, когда ожидать прибытия Вашего эксперта.

Письмо-сообщение содержит извещение, уведомление, информацию о предмете, представляющем взаимный интерес и использует стандартные выражения. К последним относятся:

– Извещаем, уведомляем, информируем, сообщаем,	что...
– Ставим Вас в известность, доводим до Вашего сведения,	
– Нам приятно сообщить,	

Письмо-сообщение может быть реакцией на полученное письмо, содержать согласие или отказ от чего-либо. В этом случае уместна будет ссылка на предшествующую переписку или имевший место телефонный разговор:

– В ответ на Ваше письмо (на Ваш факс)	извещаем, сообщаем,	что...
– В дополнение к нашему письму	информируем,	
– В продолжение телефонного разговора	уведомляем,	

Если письмо включает отказ в просьбе, то оно имеет три части: в первой повторяется просьба, на которую дается ответ; во второй части дается обоснование отказа; в третьей части приводится формулировка отказа. Например:

Мы получили Ваше письмо с просьбой о включении Вашей рукописи в тематический план нашего издательства.

По оценке рецензента, с которой редакция согласна, рукопись написана не в соответствии с заявленной темой и содержит большое количество фактических ошибок.

В таком виде рукопись не может быть принята к изданию. Мы возвращаем ее Вам вместе с рецензией и заключением редактора.

Приводим образцы других писем-сообщений:

1. Доводим до Вашего сведения, что последний срок оплаты предоставленных Вам фирмой услуг – 1 марта. По истечении этого срока мы будем вынуждены подать на Вас иск в судебные инстанции.

2. Напоминаем Вам (извещаем Вас), что общее собрание членов кооператива состоится...

3. В продолжение нашей переписки высылаем каталоги выпускаемой нами продукции.

4. В ответ на Ваш факс от... сообщаем, что наша делегация выезжает для ознакомления с Вашим предприятием...

5. В дополнение к нашему телефонному разговору уведомляем, что согласны снизить тариф на автомобильные перевозки на 10%.

П и с ь м о - п р и г л а ш е н и е содержит приглашение на какое-либо мероприятие (выставку, ярмарку, предварительные переговоры и т.п.). При этом используются некоторые стереотипные выражения:

– Приглашаем (Вас), имеем честь пригласить Вас на..., посетить..., принять участие в...

Мы будем (Вам) благодарны, признательны, обязаны, если Вы можете посетить..., принять участие в...

При официальном приглашении могут использоваться письма, отпечатанные офсетным (типографским) способом, а также трафареты. Трафарет – это вид формализованного текста, в котором заранее предусмотрена типовая ситуация, используются типовые языковые формы ее выражения и в то же время имеются пробелы, которые заполняются переменной информацией – конкретными данными (фамилия приглашаемого, дата и т.п.) на пишущей машинке или от руки. Например:

По случаю XI Международного конгресса
исследователей Арктики и Антарктиды
Государственный герб
Правительство Российской Федерации
просит _____

пожаловать на прием в пятницу, 17 ноября 199_ года, с 20.00 до 22 час.
Кремлевский Дворец съездов

Приведем примеры приглашений, связанных с проведением деловых встреч:

1. Уважаемый _____

Ректорат Санкт-Петербургского государственного технического университета в связи со 100-летием основания приглашает Вас принять участие в торжественном собрании, посвященном этой дате.

Собрание состоится в актовом зале университета... 1999 г.

Вход по приглашительным билетам.

Ректорат СПбГТУ

Письмо-благодарность содержит благодарность за что-либо (за полученные образцы товара, каталог, информацию, приглашение, оказанное гостеприимство и т.д.). Здесь употребляются определенные

стандартные выражения, например:

– Благодарим (Вас)	
– Мы признательны Вам	за...
– Выражаем благодарность	за то, что...
– Заранее благодарим (Вас)	
– Выражая благодарность за Ваше письмо (Ваше приглашение)	
от... сообщаем, что...	
– Мы получили Ваш факс (сообщение по электронной почте...) от ...	
	за который (Вас) благодарим.
	за который (Вам) очень благодарны.
	за который (Вам) очень признательны.

Приведем образцы писем-благодарностей:

1. Мы признательны Вам за присланное приглашение принять участие в ярмарке. Наше представительство в Праге обязательно свяжется с Вами в ближайшее время относительно условий участия нашей фирмы в ярмарке.

2. Искренне благодарим Вас за ценную информацию относительно маркетинга наших товаров. Готовы оказать Вам аналогичную услугу.

3. Мы получили от Вас статью экспресс-почтой. Она успеет в очередной номер журнала. Благодарим за оперативность.

4. Благодарим Вашу фирму за оказанное нашей делегации гостеприимство. Культурная программа была великолепна. Ждем ответного визита.

5. Заранее благодарим за своевременную отгрузку станков. Поточная линия вступает в действие по согласованному графику.

Сопроводительное (препроводительное) письмо содержит сообщение о направлении кому-либо (адресату) каких-то материалов (контрактов), продукции, образцов товара, каталогов и т.д. и направляется в том случае, если содержит новую информацию по сравнению с дорожными документами.

При этом используются некоторые стандартные выражения:

– Направляем, посылаем, высылаем, препровождаем (Вам)...

– Мы рады направить, дослать, выслать, препроводить (Вам)...

– Выражаем удовлетворение по поводу Вашего письма № ... от ... и направляем, посылаем, высылаем, препровождаем (Вам)...

– Направляем, посылаем, высылаем, препровождаем (Вам)... в приложении..., с этим письмом..., отдельным пакетом..., заказной бандеролью..., экспресс-почтой..., отдельной почтовой посылкой...

– В связи с этим направляем Вам на утверждение (для сведения, на рассмотрение, на заключение, на подпись, для дальнейшей проработки)...

В сопроводительном письме могут быть отсылки на предшествующие контакты:

– В ответ на Ваш запрос (на Ваше письмо № ... от...)

– В соответствии с нашей договоренностью (телефонным разговором, выраженной Вами просьбой, с дополнительным протоколом на... год) направляем, высылаем, отсылаем, препровождаем (Вам)...

Далее приведем образцы сопроводительных писем.

1. К письму прилагаем два оригинала и две копии контракта от... №... на закупку сельскохозяйственных удобрений.

Просим Вас в трехдневный срок подписать контракт и вернуть нам один оригинал.

Приложение: упомянутое на... листах.

2. Нами была произведена экспертиза алкогольной продукции, изъятой в складском помещении фирмы «Салун», не имеющей лицензии на продажу данной продукции. К акту о изъятии товара высылаем результаты анализа алкоголя и свидетельские показания.

Письмо-подтверждение содержит подтверждение получения грузов, запрашивавшихся материалов (каталогов, прайс-листов, образцов изделий), в необходимых случаях – важной корреспонденции. В таких документах используются следующие стандартные выражения:

– (С благодарностью) подтверждаем получение...

– Благодарим за письмо от... № ... (за факс, за присланные экземпляры рекламы)...

– Образцы товаров Вашего производства нами получены. Благодарим за оперативность и доброжелательность.

При необходимости подтвердить действие каких-либо договоренностей, ранее отправленных

документов употребляются такие стереотипные выражения:

- Мы подтверждаем действие...
- В подтверждение ранее принятых нами обязательств по договору от ... №...

Приведем образцы писем-подтверждений:

1. Подтверждаем получение Вашего письма от... №... Принимаем меры к выполнению заказа*
2. Мы подтверждаем итоги наших предварительных переговоров о поставке Вашему предприятию запланированного количества антрацита.
3. Подтверждаем действие дополнительного протокола от... №... к договору между нашими предприятиями от... № ...
4. В подтверждение наших переговоров с Вашим представителем отгружаем Вам до 1 июля первую партию новых машин.
5. Получили Ваш факс от 31 июля 199_ г. Готовим предложения к предстоящим переговорам.
6. С благодарностью принимаем Ваше предложение встретиться для обсуждения перспектив нашего сотрудничества.

Контрактные документы

В число основных контрактных документов входят: запрос, ответ на запрос, предложение (оферта), ответ на предложение, договор (контракт), рекламация (претензия), ответ на рекламацию. Если рассматривать организационную сторону, например, производственного процесса любого предприятия (и государственного, и частного), то эти документы отражают наиболее важные этапы этого процесса. Чтобы успешно функционировать, производственное предприятие должно прежде всего приобретать оборудование, сырье для изготовления своей продукции, а затем реализовывать ее. Но если это не приносит выгоды, то значит, что предприятие функционирует вхолостую, следовательно, движется к банкротству. Для того чтобы избежать краха, необходимо так вести дело, т.е. так купить и так продать, чтобы можно было не только выплатить заработную плату рабочим, но и выделить средства на развитие производства. Но для этого надо знать, как лучше приобрести оборудование и сырье, как выгоднее продать свою продукцию. Все эти операции неизбежно сопровождаются оформлением тех или иных контрактных документов. Следовательно, любому предпринимателю или управленцу надо иметь представления о типовых образцах таких документов, разбираться в их реквизитах, уметь их составить или заполнить с учетом всех обстоятельств, сопровождающих коммерческие операции. Кроме того, для осуществления внешней деятельности контрактные документы должны содержать дополнительные сведения, связанные с валютным контролем со стороны государства.

Запрос – это коммерческий документ, который представляет собой обращение импортера (покупателя) к экспортеру (продавцу) с просьбой представить необходимую информацию о имеющихся у последнего товарах (услугах) и/или направить предложение на поставку (продажу) этих товаров или предоставление услуг.

В запросе обычно указывается, какой товар хотел бы приобрести импортер и на каких условиях. Таковыми являются прежде всего: количество и качество товара, его марка или модель, цена, сроки поставки и средства транспортировки, условия платежа.

Если предприятие совершает частые закупки со стороны, то для ускорения подготовки запроса в ходе коммерческой переписки используется унифицированная (стандартизованная) форма бланка этого документа.

Прокомментируем некоторые реквизиты.

В реквизите «Текст запроса» содержится существо рассматриваемого документа, в частности конкретизируется или уточняется ранее заключенное соглашение или привязка к нему.

В реквизите «Сведения о транспортировке» указывается, каким видом транспорта доставляется товар (автомобильный, воздушный, железнодорожный, морской, речной, трубопроводный), а в некоторых случаях пункт назначения.

В реквизите «Условия поставки» отмечается то, что предлагает в этом отношении импортер на стадии предварительных переговоров. Во внешнеэкономических контрактах рекомендуется указывать условия поставки согласно правилам «Инкотермс»^{*}.

^{*} Инкотермс - международные торговые правила, регулирующие распределение ответственности между продавцом, покупателем и перевозчиком. Приняты в 1995 г.

В реквизите «Условия платежа» указывается то, что импортер считает выгодным на данном этапе подготовки сделки.

В реквизите «Количество и род упаковки» дается описание товара открытым текстом или кодом, а также указываются количество и род упаковки, коммерческое наименование товара, а в необходимых случаях и его техническая характеристика.

В запросе употребляются определенные стандартные выражения.

– В соответствии

с нашей договоренностью
с нашим телефонным разговором
с Вашей рекламой
с протоколом о взаимных поставках
товаров на ... год

Ответ на запрос формулируется в зависимости от конкретной ситуации, т.е. от степени возможности и готовности экспортера (продавца) удовлетворить пожелание импортера (покупателя).

Ситуация 1. Разрекламировав, например, свою продукцию, предприятие по разным причинам оказалось неготовым к ее массовому выпуску (не ожидало эффективного действия своей рекламы, быстрого получения заявок). Руководители предприятия, понимая, что нельзя терять потенциального покупателя, могут послать отказ покупателю поставить интересующую его продукцию примерно в такой форме:

Благодарим Вас за запрос от...

К сожалению, мы не имеем возможности в настоящее время сделать Вам конкретное предложение на поставку _____

(наименование товара)

Просим Вас вернуться к этому вопросу в _____ (или через месяц, три месяца, полгода).

Ситуация 2. Получив запрос, руководители считают, что хотя в данный момент они не в состоянии удовлетворить покупателя, однако через некоторое время будут иметь такую возможность. Они хотят выиграть время и с этой целью «растягивают» предварительные переговоры. В данном случае посылается один из таких ответов:

Благодарим Вас за запрос от _____ на поставку _____
(наименование товара)

Мы приняли к рассмотрению Ваш запрос и дадим на него ответ в ближайшее время.

Или

Мы признательны Вам за запрос от _____ на поставку _____
(наименование товара)

В настоящее время мы выясняем возможности поставки интересующего Вас товара.

Ситуация 3. Продавец не согласен с условиями поставки товара, указанными в запросе. В этом случае в ответе он предлагает изменения по количеству товара, модели, марке, срокам поставки, транспортировке и т.д.

Мы благодарим Вас за запрос от _____ на поставку _____
(наименование товара)

Однако мы хотели бы внести некоторые изменения в условия поставки. В связи с перекрытием железнодорожной магистрали бастующими можем отправить двигатели не железнодорожным, а автомобильным транспортом, в связи с чем стоимость транспортировки несколько возрастет.

Ситуация 4. Продавец готов немедленно отгрузить запрашиваемый товар и согласен с условиями поставки. В этом случае он направляет покупателю предложение (оферту).

Предложение (оферта) – коммерческий документ, который представляет собой заявление экспортера (продавца) о желании заключить сделку с указанием ее конкретных условий. Предложение может быть направлено импортеру в ответ на его запрос либо по инициативе самого экспортера.

В предложении обычно указываются наименование предлагаемого товара, его количество и качество, цена, срок доставки, условия платежа, род упаковки и другие условия в зависимости от характера товара.

Различают твердые и свободные предложения.

Если предложение на конкретный товар делается только одному покупателю и указывается срок, в течение которого продавец считает себя связанным с условиями предложения, оно называется *твердым*. Неполучение от покупателя ответа в установленный срок признается отказом и освобождает продавца от сделанного предложения.

Если предложение делается без всяких обязательств со стороны продавца и направлено не одному покупателю, например реклама, оно называется *свободным*.

В целях ускорения подготовки предложения в деловой переписке используется унифицированная форма бланка. Характеристика реквизитов бланка предложения обычно идентична форме бланка запроса за исключением трех пунктов, а именно: вместо *Запрос №*, *Текст запроса* и *Подпись импортера* ставится *Предложение №*, *Текст предложения* и *Подпись экспортера*.

Возможна и не такая жесткая форма предложения, например:

1. Благодарим (Вас) за запрос от _____ и сообщаем, что можем предложить Вам _____ в количестве _____
(наименование товара)

Качество –

Упаковка –

Цена–

Срок поставки –

Условия платежа –

Настоящее предложение действительно до _____

2. Мы можем предложить Вам _____ без обязательства:
(наименование товара)

Количество –

Качество –

Упаковка –

Условия поставки –

Цена–

Срок поставки –

Условия платежа –

Надеемся, что наше предложение вызовет у Вас интерес и Вы сообщите ответ.

При составлении предложения целесообразно использовать следующие стереотипные выражения:

– В ответ на Ваш запрос от ... на ...	
– В подтверждение нашего телефонного разговора...	
– Ссылаясь на предварительные переговоры...	
– Зная Вас как надежного партнера...	
мы (с удовольствием) предлагаем Вам...	поставить...
мы можем (могли бы)...	отправить...
	отгрузить...
в счет взаимных поставок на ... год	
в счет действующего Торгового соглашения	
согласно общим условиям поставки	
на указанных ниже условиях	
– В количестве ... (тонн, центнеров, единиц)	
– Качество товара – соответствует (будет соответствовать)	
действующим в СНГ стандартам	
государственным стандартам России	
техническим условиям завода-изготовителя	
евростандарту	
образцам, посланным Вам экспресс-почтой	
приложенному сертификату	
– Цена: Руб. ... (прописью) за...	
франко-вагон ¹ российско... пограничная станция	
по цене пробной партии	
Цена понимается	франко-вагон пограничная станция

* Франко (ит. franko) – условие продажи, согласно которому покупатели освобождаются от непосредственных расходов по погрузке, транспортировке (а иногда и страхованию) грузов в связи с тем, что эти расходы включены в цену товара; франко-вагон – условие, по которому продавец обязан получить вагон и погрузить в него проданный товар.

Цены понимаются включая стоимость	фобпорт ¹ и сиф порт ² (экспортной) упаковки маркировки стандартного комплекта запасных частей
Общая стоимость всей партии ... составляет ... руб.	
— Сроки поставки	
Товар поставляется (будет поставлен)	
Товар будет отгружаться (будет отгружен)	
Поставка товара будет произведена	
(с поставкой)	в течение ... г. (I, II и т.д. квартала). в I (II, III, IV) квартале ... г. в январе, феврале... с.г. ежемесячно равными партиями двумя равными партиями по договоренности в заявленные в Вашем запросе сроки через 2 месяца со дня получения заказа через 1 месяц со дня открытия аккредитива
— Условия платежа:	
Платеж производится (должен быть произведен)	через банк страны экспортера (продавца) посредством безотзывного аккредитива ³ наличными
против предъявления (представления)	отгрузочных документов, счета и сертификата качества счета и транспортных документов грузовых документов представленных товарных документов
в соответствии	с Соглашением о взаимных поставках товаров на ... г.
согласно	общим условиям поставок общим условиям продажи

* Фоб порт – условие продажи, согласно которому в цену товара включается его стоимость и расходы по его доставке и погрузке на борт корабля.

** Сиф порт - условие продажи, согласно которому в цену товара включаются его стоимость и расходы по страховке и транспортировке товара до места назначения; при продаже на условиях сиф продавец обязан за свой счет доставить товар в порт отгрузки, зафрахтовать судно (или место на судне), поместить товар на борт судна, оплатить все сборы и налоги, связанные с вывозом товара, и застраховать его.

*** Аккредитив – поручение банка одному или нескольким банкам производить по распоряжению и за счет клиента платежи физическому и юридическому лицу в пределах обозначенной суммы и на условиях, указанных в аккредитиве.

Условия платежа	подробно изложены в прилагаемом документе наличными без скидок против грузовых документов наличный расчет
— Остальные условия указаны	в прилагаемом образце контракта в приложенном образце договора предоплата в течение 90 дней с даты поставки
Сроки платежа	— Просим рассмотреть наше предложение и подтвердить до 1 сентября с.г. не позднее 30 июня в течение двух недель со дня получения нашего письма в течение пяти дней от даты нашего письма

**Наше предложение
действительно**

до 11 июня с.г.
месяц со дня получения нашего письма
при условии получения Вашего акцепта
(подтверждения)
аксом (электронной почтой) в течение
10 дней от даты нашего письма
только в том случае, если товар не будет продан
до получения Вашего ответа
– Мы надеемся, что наше предложение подойдет
Вам и мы вскоре встретимся для заключения
контракта.
– Мы делаем это предложение без каких-либо
обязательство с нашей стороны.

О т в е т н а п р е д л о ж е н и е. Здесь могут быть два варианта:

1) покупатель согласен со всеми условиями предложения. Он подтверждает (акцептует) его принятие продавцу, и сделка считается заключенной. После этого выдается заказ или заключается контракт;

2) покупатель не согласен с какими-либо условиями предложения (количеством, качеством, ценой, сроками), о чем и сообщает продавцу. Следствием является длительная переписка или переговоры.

Приведем образцы ответов на предложение:

1. Благодарим за Ваше предложение от _____ на _____
(наименование товара) и сообщаем, что согласны закупить у Вас этот товар на следующих условиях;

Количество –

Качество –

Цена –

Маркировка –

Условия поставки –

Условия платежа –

Сроки поставки –

Арбитраж –

В ближайшее время вышлем Вам для подписания наш контракт.

2 С благодарностью подтверждаем получение Вашего предложения

от _____ на _____
(наименование товара)

В ближайшее время мы сообщим Вам наше решение о возможности закупки у Вас указанного товара.

3 Подтверждаем получение Вашего предложения от _____ на _____
(наименование товара)

Однако пока не сможем воспользоваться им, так как цена товара (или стоимость транспортировки и т.д.), указанная Вами, выше, чем в полученных нами предложениях других фирм.

В случае Вашей заинтересованности в продаже нам указанного товара, просим пересмотреть его цену и сообщить нам в ближайшее время Ваше решение. Мы со своей стороны предлагаем снизить цены на 10%.

4 Подтверждаем получение Вашего предложения от _____ на _____
(наименование товара)

Информируем Вас, что в настоящее время в связи с изменившимися обстоятельствами мы не имеем возможности закупить этот товар.

Контракт – коммерческий документ, который представляет собой договор на поставку товара (предоставление услуг и т.п.), подписанный продавцом и покупателем (экспортером и импортером).

В контракте должны быть указаны прежде всего: номер контракта, место и дата его заключения; наименования заключающих контракт сторон; предмет контракта (наименование и количество товара); качество товара; цена (за единицу товара и общая сумма сделки); место и сроки поставки; требования к упаковке и маркировке; условия и порядок платежа; условия сдачи и приемки товара; транспортные условия; гарантии поставки и санкции в случае нарушения сторонами условий контракта; арбитраж; представление в случае необходимости технической документации; юридические адреса сторон; подписи импортера и экспортера.

Контракт часто имеет те или иные приложения, которые являются его неотъемлемой частью. Такой же характер носят:

1) дополнение к контракту – документ, в котором содержатся изменения и дополнения к ранее согласованным условиям контракта (подписывается обеими сторонами);

2) заказ – документ, содержащий предложение продавца заключить сделку с указанием ее конкретных условий;

3) подтверждение заказа – документ, который представляет собой сообщение покупателя о принятии условий заказа без оговорок.

Для ускорения подготовки контракта, носящего типовой характер, используются специальные бланки вариантов *А* и *Б*: в варианте *А* указывается товар, который исчисляется в единицах (реквизиты – количество, цена за единицу, сумма), а в варианте *Б* – в массе (брутто^{*}, нетто^{**}) и объеме.

^{*} Брутто – масса товара с упаковкой

^{**} Нетто – масса товара без тары и упаковки

Но чаще используются контракты нестандартного типа. Образцы дополнений к контракту приведены на рис. 16.

Но бывает так, что полученная по контракту продукция не соответствует каким-либо указанным в нем параметрам. В случае серьезных нарушений в этом отношении договора предприятие-покупатель отправляет предприятию-продавцу рекламацию.

Рекламация (претензия) – документ, в котором содержится претензия к стороне, нарушившей принятые на себя по контракту обязательства, и требование возмещения убытков. Нарушения контракта могут относиться к разным пунктам договора, т.е. рекламации могут быть предъявлены к количеству товара, его качеству, срокам поставки, упаковке и маркировке, платежам и другим условиям контракта.

Рекламация обычно включает в себя три части:

1) основание для предъявления претензии;

2) доказательства (акт экспертизы, акт приемки или акт испытаний и другие документы);

3) конкретные требования пострадавшей стороны, в частности, в случае недостачи товара допоставка его или выплата определенной суммы за недостающее количество; в случае некачественности товара замена его качественным или уценка уже полученного товара; в случае других грубых нарушений (сроков поставки, упаковки и т.д.) расторжение контракта и возмещения прямых убытков и упущенной выгоды.

Рекламация предъявляется обязательно в письменном виде с приложением необходимых документов, которые в подтверждение требований пострадавшей стороны должны иметь полную доказательную силу для той и другой стороны. Сроки предъявления претензий определяются законом и зависят от их характера: по отношению к количеству товара, его качеству, по отношению к товару, имеющему и не имеющему гарантийный срок, и т.д.

г. Санкт-Петербург

« ____ » _____ 199 г.

ДОПОЛНЕНИЕ

к контракту № ____ от
между ЗАО «Самсон», город Воронеж,
и ООО «Заря», город Саратов

Настоящим стороны договорились изменить упаковку _____
(наименование товара)
_____ по данному контракту, а именно применить
упаковку в экспортном исполнении.

Во всем остальном, что не предусмотрено настоящим Дополнением, действуют
условия указанного контракта.

Настоящее Дополнение является неотъемлемой частью контракта № _____
от _____

ЗАО «Самсон»
Продавец

ООО «Заря»
Покупатель

Дополнение

к контракту № ____ от 15 марта 1999 г.

Настоящим стороны договорились о внесении в контракт № ____ следующего изме-
нения.

1. В дополнение к оговоренному в указанном контракте количеству поставляе-
мых тракторов с комплектом запасных частей Продавец поставит оговоренные
ниже некомплектные запасные части.

2. В число этих некомплектных запасных частей входят:

Рис. 16. Образцы дополнений к контракту

Если рекламация обоснована, то результатом может быть: допоставка недостающего товара или снижение общей суммы его стоимости; замена некачественного товара качественным или его уценка; уплата денежного штрафа, пени или неустойки, если они предусмотрены контрактом; предупреждение и т.п.

В случае, если стороны не в состоянии договориться о возмещении ущерба, дело передается в предусмотренные контрактом судебные инстанции, чаще всего в арбитражный суд.

В рекламации употребляются определенные стандартные выражения.

— Мы (официально) заявляем Вам	рекламацию (о претензии)	на...
— (При этом) направляем Вам товар, рекламацию, рекламационный акт отгруженный Вами поставленный Вами	в связи с ...	в отношении...
в количестве...	по железнодорожной накладной № ...	
	в адрес...	
	на судне..., в вагоне № ...	
	в счет контракта № ...	
	по контракту № ...	
— К (нашему большому) сожалению, сообщаем (Вам), что ...		
С сожалением	мы вынуждены (должны) сообщить Вам...	
	мы должны поставить Вас в известность, что ...	
— Наш грузополучатель при полной сохранности упаковки обнаружил, что не хватает (недостает)...		
при вскрытии ящиков	оказалось, что	количество товара не
при приемке товара	было обнаружено, что	соответствует заявлен-
		ному в накладной
		партия товара является
		недоуком-
	были установлены	плектованной
	были обнаружены	недостача
		недогруз
— Недостача была обнаружена (установлена) в исправном вагоне за неповрежденными пломбами станции отправления.		
Недогруз произошел по вине Вашего экспедитора.		
Повреждение товара было вызвано некачественной (неудовлетворительной) упаковкой.		
— прибывшая партия...	в количестве...	в счет контракта № ...
не соответствует	присланным ранее образцам	
по качеству	условиям договора	
оказалось по качеству	ниже качества, указанного в контракте	
оказалась дефектной		
не отвечает сертификату качества		
— при приемке оборудования	выявились	(следующие) указанные
при монтаже двигателей	были обнаружены	ниже недостатки
при испытании		
двигатели	оказались поврежденными (разбитыми, с дефектами), не соответствующими сертификату	
оборудование	не пригодно к эксплуатации	
трансформаторы	показали пониженную мощность	

1. Брак составляет ... %. Сумма причиненного ущерба составляет...
2. Партия прибыла со значительным опозданием (с опозданием на 15 дней против установленного в контракте срока).
3. Имеет место просрочка (неравномерность, задержка) в поставке товара (в предоставлении вагонов, в отгрузке товара).
4. Прилагаем акт приемки № __ от _____ (приемочный акт, акт экспертизы № __ от _____, протокол испытаний № __ от _____), удостоверяющий, что...
составленный нейтральной контрольной комиссией,
подписанный Вашим представителем.
В приложении препровождаем Вам акт приемки № __ от экспертизы № __ от _____ и т.п.).
5. Из прилагаемого (при этом) акта приемки № __ от экспертизы, испытаний и т.д.), Вы видите (видно), что...
6. На основании акта приемки № __ от _____ мы предъявляем Вам претензию как перевозчику груза.
7. Согласно п. 5 нашего контракта № __ от _____ (контракту № __ от _____) Вы должны поставить нам...

8. Мы имеет право на скидку...% от стоимости товара.

9. Это дает нам право отказаться от приемки данной партии товара (возвратить товар обратно, требовать возмещения убытков, упущенной выгоды, обратиться в арбитражный суд)- Однако, принимая во внимание (учитывая) наши нормальные деловые отношения (длительное деловое сотрудничество, то обстоятельство, что...), мы согласны (готовы) принять (в виде исключения) эту партию товара, если Вы снизите цены на товар на ... % (предоставите нам скидку...%, предоставите нам кредит для закупки следующей партии товара на сумму...)

10. На основании вышеизложенного (убедительно, настоятельно) просим Вас дослать (доставить, догрузить) недостающее количество товара;

заменить некондиционный товар товаром, соответствующим сертификату качества;

заменить дефектные моторы новыми;

отгрузить нам товар, соответствующий условиям контракта;

возместить стоимость поврежденного товара (расходы по ремонту поврежденного двигателя) в сумме... (прописью);

перевести стоимость ... на наш расчетный счет;

перечислить нам руб.... (прописью) в погашение рекламации;

принять действенные меры по ликвидации Вашей задолженности. В противном случае мы будем вынуждены обратиться в соответствующие организации для решения нашего спора.

11. Надеемся, что Вы с должным вниманием отнесетесь к нашей рекламации и в предусмотренный нашим контрактом срок уведомите нас о своем решении.

Приведем образцы рекламаций:

1. _____ марта 199_ г. со станции _____ в адрес _____ по железнодорожной накладной № _____ был отправлен груз (отгружен) _____

При получении груза грузополучателем была установлена недостача (утрата пересортица, повреждение) товара _____, что подтверждается актом _____.

В настоящее время грузополучателем предъявлена претензия к железной дороге.

Информируем Вас, что при отклонении претензии железной дорогой и установлении вины грузоотправителя в указанной недостаче по получении дополнительной документации в соответствии с п. _____ нашего контракта № _____ от _____ мы будем вынуждены обратиться с претензией к Вам.

2. В приложении к настоящему письму направляем Вам акт экспертизы № _____ от _____ на некачественность _____.

Основные дефекты, по которым забракован товар, подробно указаны в прилагаемом акте экспертизы.

Просим Вас рассмотреть нашу рекламацию и дать согласие на возмещение убытков или замену дефектного товара качественным.

3. По контракту № _____ от _____ Вы должны были поставить ООО «Вулкан» в _____ 1999 г. товар _____ в количестве _____ по цене _____ руб. за шт. Однако в нарушение условий указанного контракта товар был поставлен с опозданием на _____ дней (не поставлен до настоящего времени).

На основании _____ ООО «Вулкан» начисляет Вам штраф в размере _____ % от стоимости не поставленного в срок товара на сумму руб. _____ (прописью) согласно следующему расчету— _____.

Просим указанную сумму штрафа перевести в 10-дневный срок на наш расчетный счет _____. В случае неоплаты указанной суммы в установленный срок дело будет передано в арбитражный суд в соответствии с п. _____ нашего контракта.

Ситуация 1. Претензия признается справедливой и удовлетворяется полностью. Это находит отражение и в ответе на рекламацию:

Подтверждаем получение Вашей рекламации № _____ от _____.

В удовлетворение Вашей претензии переводим на Ваш счет сумму _____

Ситуация 2. Претензия принимается к рассмотрению, решение по ней пока не принято, так как это требует времени.

Ваша рекламация № _____ от _____ получена и принята к рассмотрению.

О результатах рассмотрения нами указанной претензии сообщим Вам в ближайшее время.

Ситуация 3. Претензия признается справедливой лишь в некоторой ее части или в некоторых ее частях. В этом случае указываются основания, по которым отвергаются другие требования. Содержание ответа может быть таким:

Подтверждаем получение Вашей претензии № ____ от _____.

В частности, указывается на значительное опоздание с поставкой комплектующих к полученным ранее тракторам и выдвигается требование оплаты неустойки. Однако мы не можем согласиться с этим, так как по условиям контракта № ____ от _____ при отправке комплектующих должен присутствовать Ваш представитель для выборочной проверки их качества и комплектности, что с Вашей стороны не было сделано.

Ситуация 4. Претензия отклоняется полностью. В таком случае должны быть указаны мотивы отказа со ссылкой на соответствующие нормативные акты и документы, которые обосновывают отказ. Ответ на рекламацию может быть таким:

Ваше письмо № ____ от _____ нами получено. Вы просите заменить двигатели типа, указанного в контракте, новейшими. Однако Вашу претензию удовлетворить мы не можем, так как в соответствии с контрактом № ____ от _____ замена двигателей указанного типа новыми может быть произведена, если последние по стоимости не превышают стоимости предыдущей партии.

§ 3. Сопутствующие обстоятельства

Коммерческая тайна

Сейчас в нашей стране государственные монополии уходят в прошлое. Все большую остроту приобретает конкуренция между предприятиями, фирмами за выпуск более качественной и дешевой продукции, за оказание более качественных и дешевых услуг населению. Стал весьма актуальным вопрос о сохранении работниками этих предприятий и фирм коммерческой тайны. В связи с этим принимаются специальные документы, устанавливающие правовые основы этого понятия и соответствующие действия сотрудников, имеющих отношение к коммерческой тайне. Последняя определяется следующим образом: «Сведения о деятельности фирмы, предприятия, распространение которых могло бы принести ущерб их интересам».

К коммерческой тайне относят многие сведения, связанные с производством, управлением, планами, рынком, партнерами, переговорами, контрактами, ценами, аукционами, наукой и техникой, технологией, безопасностью.

Во многих организациях поступающий знакомится с памяткой о сохранении коммерческой тайны и дает письменное обязательство о ее неразглашении. Даже в современные издательские договоры включается соответствующий пункт. И к этому надо относиться со всей серьезностью, если вы хотите работать и преуспевать и не хотите попасть под уголовную ответственность.

Приведем образец памятки сотруднику вуза по сохранению коммерческой тайны.

1. Документы, дела, издания с грифом «КТ» должны храниться в служебных помещениях в надежно запираемых и опечатываемых металлических шкафах (хранилищах), исключая их изъятие посторонними лицами. В одном шкафу документы разных исполнителей должны храниться в папках, чемоданах, портфелях, опечатанных печатью исполнителя.

2. Прием, выдачу и хранение документов с грифом «КТ» в подразделениях осуществляют уполномоченные режимного отдела.

3. Дела с грифом «КТ», как правило, хранятся в 1-м отделе университета, но могут выдаваться исполнителю на срок, необходимый для выполнения задания.

4. Запрещается изъятие (перемещение) документов из дел без разрешения руководителя структурного подразделения (исполнителя).

5. Запрещается выносить документы, дела и издания с грифом «КТ» из служебных помещений для работы с ними вне университета.

В необходимых случаях вынос документов осуществляется с разрешения соответствующих руководителей.

6. При смене сотрудников ответственных за учет и хранение документов, дел и изданий с грифом «КТ», передача их оформляется актом, который утверждается руководителем структурного подразделения и согласовывается с РСО (службой безопасности).

7. Лица, допущенные к работам, документам и сведениям, составляющим коммерческую тайну,

обязаны:

- а) хранить коммерческую тайну, пресекать действия других лиц, которые могут привести к ее разглашению;
- б) не допускать рассылки документов адресатам, к которым они не имеют отношения;
- в) проставлять на черновиках документов соответствующий ограничительный гриф и другие необходимые реквизиты. Передавать их для печатания только с письменного разрешения руководителя структурного подразделения;
- г) после получения из машбюро документе проверить их наличие, расписаться за получение документов и черновиков, зарегистрировать в подразделении и в 1-м отделе университета;
- д) лично получать документы с грифом «КТ» в 1-м отделе университета, своевременно знакомиться с ними, расписываться в них с указанием даты ознакомления;
- е) иметь внутреннюю опись документов с грифом «КТ», в которую вносить все полученные для исполнения документы;
- ж) немедленно сообщать в режимный отдел об утрате или недостатке документов с грифом «КТ», ключей от сейфов, личных печатей;
- з) сдать или отчитаться перед РСО (службы безопасности) университета за все числящиеся документы при увольнении, перед уходом в отпуск, отъездом в командировку;
- и) исключать при работе с документами с грифом «КТ» возможность ознакомления с ними лиц, не имеющих к этим документам прямого отношения;
- к) предъявлять для проверки работниками РСО числящиеся документы с грифом «КТ», представлять им устные или письменные объяснения по вопросу их наличия и хранения.

Типичные ошибки

В деловой коммуникации, предполагающей прием и передачу сообщений в устной или письменной форме, переработку информации, реактивные действия партнеров по коммуникации, трудно избежать ошибок. Однако ограничить их число возможно. Для этого еще до начала переговорного процесса стоит отметить в программах или планах деятельности те пункты, которые нужно уточнить, чтобы не допустить отдельных ошибок.

Анализ наиболее часто встречающихся ошибок в деловой коммуникации позволяет сделать вывод, что большинство отрицательных результатов, несоответствие намеченным параметрам взаимодействия, непонимание между участниками общения возникает из-за отсутствия или недостаточной развитости речевых навыков и умений в устном и письменном деловом общении. В связи с этим всегда остается актуальным вопрос о необходимости овладения стилистикой официально-делового общения, лексическими и грамматическими навыками построения текстов сообщений, обращений, протоколов, договоров, выступлений.

Анализируя информационные материалы, подготовленные для использования в процессе коммуникации, необходимо обратить внимание на следующие показатели их совершенства:

- Соблюдение грамматических и стилистических правил.
- Подбор слов, точно соответствующих замыслу контактов.
- Простота и краткость изложения содержания.
- Интересность и убедительность: отсутствие лишних слов, конкретность, использование экспрессивной лексики и выражений позитивного плана, выраженная адресность текстов.
- Достоверность и точность.

Приведем пример. Обсуждая необходимость переговоров и договариваясь о дате их проведения, стороны обмениваются деловыми письмами и знакомят друг друга с новой информацией, актуальной для подготовки переговоров. Проанализируем следующее письмо.

Уважаемые коллеги!

Ваше предложение о проведении переговоров с целью более детального обсуждения возможностей и форм сотрудничества вызвало горячее одобрение всего нашего коллектива.

Мы рады будем как можно скорее сесть с вами за стол переговоров.

Надеемся, что вы согласитесь с необходимостью проанализировать последние информационные материалы и публикации, которые дают представление о тех или иных факторах в сегодняшнем положении фирм.

Ждем вашего ответа и предложения о дате переговоров.

С уважением

Директор фирмы «Н» *Иванов С.Б.*

Отметим показатели совершенства (или несовершенства) текста в этом деловом письме.

В о - п е р в ы х , письмо проникнуто желанием авторов поставить себя в зависимое положение по отношению к адресату, польстить, подстроиться... В деловой переписке это недопустимый просчет.

В о - в т о р ы х , растянуто изложение четырех простых и конкретных положений: *получили ваше письмо; готовы к переговорам) предлагаем обменяться дополнительной (новой) информацией; рассмотрим ваш вариант даты переговоров.* Не призывая к «телеграфному» варианту подачи информации, отметим все-таки, что деловые письма должны отличаться краткостью, четкостью, простотой слога.

В т р е т ь и х , у авторов письма смутные понятия о стилистических правилах составления деловых текстов. Так, выражение *...вызвало горячее одобрение всего нашего коллелктива* явно заимствовано из выступления на профсоюзном собрании, а фраза *Мы рады будем как можно скорее сесть с вами за стол переговоров* – из бытового разговора на эту тему.

Слова *информационные материалы и публикации* вызывают вопрос: разве публикации не относятся к информационным материалам?

В - ч е т в е р т ы х , использование слов, не соответствующих замыслу обращения. Как следует понимать *...представление о тех или иным факторах в сегодняшнем положении фирм? Фактор* в смысле каких-либо существенных обстоятельств в процессе, явлении (например, фактор времени) или сами события, явления (т.е. факты), изложение которых дает нужную информацию? К сожалению, понятия *фактор* и *факт* путают очень часто.

В - п я т ы х , никакой конкретностью и точностью не дополняет письмо просьба о предоставлении «тех или иных» факторов.

В - ш е с т ы х , в заключительной части делового письма подобного типа не обязательно обозначать должность отправителя, а его инициалы должны предварять фамилию. Конечно все эти «тонкости» оформления деловых текстов можно считать второстепенными по сравнению с предметным содержанием. Однако попытайтесь сравнить приведенное выше письмо и со следующий его вариант:

Уважаемые коллеги!

Благодарим вас за предложение провести переговоры по обсуждению форм сотрудничества наших фирм.

Предлагаем вам до начала переговоров обменяться актуальной в данный момент информацией о деятельности фирм.

Готовы рассмотреть ваши предложения по проведению переговоров, месту, времени, составу делегаций.

Высылаем вам наши новые рекламные проспекты с самой свежей информацией о характере деятельности подразделений нашей фирмы.

Надеемся на плодотворное сотрудничество.

С уважением.

С.Б. Иванов

* * *

Таковы наши рекомендации по составлению» простых и контрактных документов, которые чаще всего используются на предприятиях и в учреждениях Российской Федерации и знать которые вам необходимо по роду вашей будущей профессиональной деятельности. В то же время существует понимание того, что необходима дальнейшая унификация служебной документации на основе рекомендаций «Типовой инструкции по делопроизводству в Министерствах, ведомствах Российской Федерации», сборника «Государственная система документального обеспечения управления. Основные положения» и других документов, подготовленных архивными службами государственных органов. В принципе существуют три уровня стандартов: государственные (ГОСТ), отраслевые (ОСТ) и республиканские (РСТ), цель которых – сократить количество используемых документов, типизировать их формы, повысить качество, но снизить трудоемкость их обработки, особенно с применением персональных компьютеров.

Вам необходимо внимательно следить за дальнейшей унификацией и стандартизацией управленческой и деловой документации с тем, чтобы она была на уровне современных требований. Помните, что документы всегда должны составляться на правовой основе, иначе они не будут обладать

юридической силой и в случае конфликтных ситуаций могут не быть принятыми судами к рассмотрению.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

К § 1 «Документы для внутреннего пользования»

1. Что такое документ, бланк, реквизиты?
2. На какие две группы делятся документы в зависимости от нужд предприятия и сферы их употребления?
- 3 Назовите основные реквизиты документов для внутреннего пользования. Дайте комментарий к реквизитам 4–5, 12–13, 16, 18, 21, 22 и 23.
4. Назовите основные виды управленческих документов.
5. Что такое коммерческая тайна и какие сведения к ней относятся?

К § 2 «Документы для внешнего пользования»

1. Для чего служат документы для внешнего пользования?
2. Какие основные реквизиты свойственны документам для внешнего пользования? Дайте характеристику основных из них.
3. На какие две группы делятся деловые письма в зависимости от содержания и объема?
4. Назовите виды простых деловых писем.
5. Назовите основные типы контрактных документов.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Андреева В. И.* Делопроизводство. Требования к документообороту фирмы (на основе ГОСТов РФ). М., 1994.
2. *ГОСТ Р 6.30-97* Унифицированные системы документации. Унифицированная система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов. М., 1997.
- 3 *Государственная система документационного обеспечения управления: Основные положения: Общие требования к документам и службам документационного обеспечения.* М., 1991.
- 4 *Демидова А.К., Смирнов А. Э.* Русская коммерческая корреспонденция. М., 1985.
- 5 *Документы и делопроизводство: Справочное пособие / Сост. М. Т. Лихачев М. , 1991*
6. *Еремченко В.П.* Совершенствование документационного обеспечения управления в современных условиях // Использование принципов Единой государственной системы документационного обеспечения управления в работе с управленческими документами и обеспечении их сохранности в ведомственных архивах. Л. , 1991.
7. *Кирсанова М.В, Аксенов Ю.М,* Курс делопроизводства. Документационное обеспечение управления: Учеб. пособие. М.» Новосибирск, 1998.
8. *Лихачев М.Т.* Документы и делопроизводство: Справочное пособие. М., 1991.
- 9 *Общероссийский классификатор управленческой документации.* ОК 011.93. М. , 1995.
10. *Российскому предпринимателю: советы, рекомендации, образцы документов.* М., 1993.
11. *Сборник типовых договоров, применяемых в различных сферах хозяйственной и иной деятельности (изд. 2-е, дополненное).* М., 1993
12. *Справочник по подготовке и оформлению официальных документов.* М., 1993
13. *Стенюков М.В.* Справочник по делопроизводству. М., 1998.
14. *Тарифно-квалификационные характеристики общеотраслевых должностей служащих и общеотраслевых профессий рабочих.* М., 1996.
15. *Типовая инструкция по делопроизводству в министерствах и ведомствах Российской Федерации.* М., 1992.
16. *Унифицированная система ОРД (УСОРД).* Унифицированные формы, инструктивные и методические материалы по их применению. М., 1993.

ПРИЛОЖЕНИЕ

АННОТИРОВАНИЕ И РЕФЕРИРОВАНИЕ

Об аннотировании и реферировании уже дважды упоминалось в предыдущих главах учебника в связи с рассмотрением других вопросов. Так, в главе II говорилось о том, что аннотации и рефераты относятся к научному стилю речи, со всеми присущими последнему особенностями, в главе VI – о необходимости прибегать к реферированию при подготовке к переговорам. Реферат, будучи кратким изложением какой-либо информации, бывает самодостаточным в определенных ситуациях и при

деловом общении, так как – в отличие от аннотации, тезисов и конспекта – представляет собой законченный текст. Однако аннотирование и реферирование в силу своей важности в таких актуальных для современной молодежи сферах, как научная и деловая, и определенной трудности овладения навыками их написания требуют большего к себе внимания. Поэтому обучение этим видам письменной речи рассматривается отдельно как хотя и дополнительные, но очень важный аспект речевых коммуникаций.

Аннотирование

Слово *аннотация* происходит от латинского *annotatio* – замечание, пометка. Аннотацией в настоящее время называют краткую характеристику книги (или статьи), содержащую перечень основных разделов, тем или вопросов, рассматриваемых в работе. Аннотация на книгу может включать, кроме того, указание на особенности в изложении материала и адресат (для кого она предназначена). Говоря схематично, аннотация на книгу (прежде всего научную или учебную) отвечает на вопросы *о чем? из каких частей? как? для кого?* Это как бы ее основные, стандартные смысловые элементы. Каждый из них имеет свои языковые средства выражения, которые указываются ниже.

Аннотация на книгу помещается на оборотной стороне ее титульного листа и служит (наряду с ее названием и оглавлением) источником информации о содержании работы. Познакомившись с аннотацией, читатель решает, настолько книга может быть ему нужна. Кроме того, умение аннотировать прочитанную литературу помогает овладению навыками реферирования.

О чем?	В книге (статье) рассматриваются вопросы ..., излагаются задачи..., дается обзор ..., даются сведения ...; В книге (статье) рассмотрены вопросы ..., главное (особое) внимание обращено на ..., уделено (чему?)... описан метод ..., изложена теория ... Книга (статья) посвящена проблеме ... Автор анализирует, рассказывает, утверждает, предлагает ...
Из каких частей?	Книга состоит из двух частей, трех разделов, четырех глав ... В книге содержатся следующие разделы...
Как? Какие?	В книге (статье) подробно рассмотрены (описаны) ... приведены многочисленные примеры (цифровые данные, расчеты), малоизвестные сведения: дано систематическое изложение ... делается попытка...
Для кого?	Книга предназначена для ..., а также для ... Для чтения книги не требуется специальных знаний в области...

Приведем образцы аннотаций.

1

В книге изложена концепция практической психологии в связи с гуманитаризацией высшего образования в современных условиях. Книга состоит из четырех частей. В первой части дается анализ психологии индивидуальности, предлагаются психологические тесты, которые помогут составить психологический портрет индивидуальности.

Во второй части раскрываются особенности групповой деятельности, общения и конфликтных ситуаций.

В третьей части дается анализ профессиональной и предпринимательской деятельности, инженерного творчества, психологии безопасности и рекламы.

В заключительной, четвертой части раскрываются проблемы психологии личной и быденной жизни, психологии здоровья, внутренней гармонии. Даются рекомендации и упражнения по выходу из психологических кризисов и выбору жизненных позиций: выигрывающего и проигрывающего.

Книга может быть рекомендована как учебник по курсу психологии для вузов и для широкого круга читателей и специалистов.

Ил. 11. Табл. 2. Библиогр.: 91 назв.

2

Настоящее учебное пособие адресовано учащимся старших классов и предназначено для использования в рамках интегрированного курса «Введение в обществознание» в 10–11 классах общеобразовательной школы.

Оно дает краткое систематическое изложение важнейших категорий и понятий современной экономической науки и призвано помочь учащимся разобраться в экономических причинах и

закономерностях социально-политических процессов, происходящих в России.

3

Предлагаемый читателю сборник включает краткое содержание докладов, прочитанных на международной научно-практической конференции «Тенденции развития языкового и литературного образования в школе и вузе».

Разнообразие тематики публикуемых материалов обусловлено широтой проблем, интересовавших участников конференции: теория и методика преподавания родного языка и литературы, сопоставительное изучение иностранных языков, вопросы методики обучения русскому языку как иностранному.

Реферирование

Слово *реферат* происходит от латинского *referte*, что значит «докладывать, сообщать». В настоящее время рефератом называют прежде всего краткое, чаще всего письменное, изложение научной работы – статьи или книги (или нескольких научных работ). Изложение одной работы обычно содержит указание на тему и композицию реферируемой работы, перечень ее основных положений с приведением аргументации, реже – описание методики и проведение эксперимента, результатов и выводов исследования. Такой реферат будем называть *простым информационным*. В России издаются специальные реферативные журналы, которые содержат подобного рода рефераты и тем самым знакомят с новейшей российской и зарубежной литературой в различных областях научных знаний: в физике, философии и т.д.

Студенты в российских вузах пишут рефераты обычно на определенные темы, которые предлагаются им на кафедрах инженерных и общественных дисциплин. Для написания таких, *тематических* рефератов может быть необходимо привлечение более, чем одного источника, по крайней мере двух научных работ. В этом случае реферат является не только информационным, но и *обзорным*.

Ниже приводится перечень типичных смысловых частей простого информационного реферата и используемых в каждой из них типичных языковых средств.

Смысловые части реферата	Используемые языковые средства
1	2
Название реферируемой работы (или выходные данные)	Любимов Л.Л., Липсиц И.В. Основы экономики: Учебное пособие к курсу «Введение в обществознание» для 10 – 11 кл. общеобразовательных учебных заведений. М.: Просвещение, 1999. – 159 с.; ил. книга (статья) называется (носит название, озаглавлена)...
Композиция реферируемой работы	Статья состоит из ..., делится на ..., начинается с ..., кончается (чем?)... В статье (в книге) можно выделить (могут быть выделены) две части...

Проблематика и основные положения работы (или ее части)	Книга (статья) посвящена теме (проблеме, вопросу)... Статья (книга) представляет собой анализ (обзор, описание, обобщение, изложение)... Автор книги (статьи) ставит (рассматривает, освещает, поднимает, затрагивает) следующие вопросы (проблемы)... особо останавливается (на чем?)... показывает значение (чего?)... раскрывает сущность (чего?)... обращает особое внимание (на что?)... уделяет внимание (чему?)... касается (чего?) следующих вопросов... В статье (в книге; в этой части статьи, книги) рассматривается (что?)... анализируется (что?)... дается анализ (обзор, обобщение, описание, изложение) (чего?)... раскрывается (освещается) вопрос... обобщается (что?)... отмечается важность (чего?)... В статье (книге) показано (что?)... уделено большое внимание (чему?)... выявлено (что?)... уточнено (что?)...
Аргументация основных положений работы	Автор приводит (что?) примеры (факты, цифры, данные), иллюстрирующие это положение ... иллюстрирует сказанное примерами... подтверждает (доказывает, аргументирует) свою точку зрения (чем?) примерами (иллюстрациями, конкретными данными)... В подтверждение своей точки зрения автор приводит (что?) доказательства (аргументы, ряд доказательств, ряд аргументов, примеры, иллюстрации, конкретные данные, результаты наблюдений) ... Для доказательства своих положений автор описывает эксперимент ... В ходе эксперимента автор использовал (привлекал)...
Выводы, заключения	Выполненные исследования показывают... Приведенные наблюдения (полученные данные) приводят к выводу (позволяют сделать вывод)... из сказанного можно сделать вывод. Анализ выполненных исследований свидетельствует... На основании проведенных наблюдений (полученных данных, анализа результатов) был сделан вывод (можно сделать заключение, автор приводит к выводу)...

Простой информационный реферат может содержать оценку тех или иных положений, высказываемых автором реферируемой работы. Эта оценка чаще всего выражает согласие или несогласие с точкой зрения автора. Укажем языковые средства, которые используются при этом.

Согласие (положительная оценка)	Автор справедливо указывает ... правильно подходит к анализу (оценке)... убедительно доказывает ... (отстаивает свою точку зрения) ... критически относится к работам предшественников ... Мы разделяем точку зрения (мнение, оценку) автора ... стоим на той же точке зрения (позиции) ... придерживаемся подобного же мнения ... Можно согласиться с автором, что ... Следует признать достоинства такого подхода к решению...
Несогласие (отрицательная оценка)	Автор не раскрывает содержания (противоречий, разных точек зрения) ... противоречит себе (известным фактам) ... игнорирует общезвестные факты ... упускает из вида ... не критически относится к высказанному положению ... не подтверждает сказанное примерами ... Мы придерживаемся другой точки зрения (другого, противоположного мнения) ... не можем согласиться с (с чем?)... Трудно согласиться с автором (с таким подходом к решению (проблемы, вопроса, задачи) ... можно выразить сомнение в том, что ... Дискуссионно (сомнительно, спорно), что ... К недостаткам работы можно отнести...

В реферате могут быть использованы цитаты из реферируемой работы. Они всегда ставятся в кавычки. Следует различать три вида цитирования, при этом знаки препинания ставятся, как в предложениях с прямой речью.

1. Цитата стоит после слов составителя реферата. В этом случае после слов составителя реферата ставится двоеточие, а цитата начинается с большой буквы. Например: Автор статьи утверждает: «В нашей стране действительно произошел стремительный рост национального самосознания».

2. Цитата стоит перед словами составителя реферата. В этом случае после цитаты ставится запятая и тире» а слова составителя реферата пишутся с маленькой буквы. Например: «В нашей стране

действительно стремительный рост национального самосознания», – утверждает автор статьи.

3. Слова составителя реферата стоят в середине цитаты. В этом случае перед ними и после них ставится точка с запятой. Например: «В нашей стране, – утверждает автор статьи, – действительно стремительный рост национального самосознания».

4. Цитата непосредственно включается в слова составителя реферата. В этом случае (а он является самым распространенным в реферате) цитата начинается с маленькой буквы. Например: Автор статьи утверждает, что «в нашей стране действительно стремительный рост национального самосознания».

Приведем образцы рефератов, информационного и оценочного.

1

Проблемы развития внешнеэкономических связей субъектов Российской Федерации / Майоров И.М. // Актуал. пробл. естеств. и гуманитар. наук. Экон. науки: Тез. юбил. конф. [Ярославль, 1995]. – Ярославль, 1995. С. 35-38. Рус.

Перенесение центра усилий по реформированию российской экономики в регионы России является одной из стратегических задач Правительства РФ на 1994–1995 гг. В ряду других решаемых при этом проблем немаловажное место принадлежит и созданию адекватного новым условиям механизма осуществления и регулирования внешнеэкономических связей. По мнению участников семинара, проведенного МВЭС РФ, одной из важнейших проблем в этой сфере является разграничение полномочий между РФ и субъектами РФ. Пути решения этой проблемы в настоящее время предопределяются Конституцией и Федеративным договором. В этих государственных актах непосредственно установлено, что внешнеэкономические отношения РФ, а также валютное и таможенное регулирование относятся к ведению федеральных органов власти. В то же время субъекты Федерации являются самостоятельными участниками внешнеэкономических отношений, если это не противоречит Конституции. Важным фактором при оценке перспектив развития внешнеэкономических связей регионов России является региональное размещение ресурсно-производственного и экспортного потенциалов. И с этой точки зрения для различных регионов России характерна очень большая неравномерность. Усилению координации деятельности федеральных и региональных органов управления должно способствовать создание координационных советов из представителей заинтересованных стран. Наконец, для более полного и эффективного использования на местах возможностей как федеральных, так и местных органов управления необходимо обеспечить тесное взаимодействие и согласованную работу внешнеэкономических подразделений региональных органов исполнительной власти и аппаратов уполномоченных МВЭС, региональных таможен и т.д. Многие участники ВЭД обращали внимание на важность решения проблемы адекватного разграничения функций между субъектом Федерации как государственным или административно-территориальным образованием и хозяйствующими субъектами, зарегистрированными или расположенными на его территории. Поскольку повышение эффективности ВЭД существенно сдерживается слабым развитием на местах поддерживающей инфраструктуры (уполномоченных банков, страховых и рекламных компаний, информационных, консультационных фирм, транспортно-экспедиторских организаций и др.), именно в этой сфере у субъектов Федерации возникают широкие возможности содействия развитию ВЭД – от стимулирования экспорта и импорта для нужд региона до содействия развитию инфраструктуры ВЭД, создания систем информационного обеспечения, подготовки кадров и др.

Е.В.Р.

УДК 338.2(643)

2

Международные валютно-кредитные отношения: Учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по направлению «Экон.», спец. «Финансы, кредит и денеж. обращение» и «Миров, экон.» / Носкова И.Я. М.: Изд. об-ние «ЮНИТИ», 1995. 208 с. Рус. ISBN 5-85173-040-4

Учебное пособие состоит из двух разделов: «Международные операции банков» и «Валютно-финансовые операции во внешнеэкономической деятельности». В первом разделе рассматривается происходящий в последние десятилетия рост международных операций коммерческих банков, который выражается как в увеличении числа банков, проводящих эти операции, так и в расширении видов и методов оказания банковских услуг за границе. В книге значительное место уделено рассмотрению валютных операций между участниками валютного рынка, в частности, различных видов котировок валют, дифференциации валютных курсов, валютных позиций банков при совершении валютных

операций, валютного арбитража, особенностей операций на рынке евровалют и проч. Коммерческим банкам принадлежит решающая роль в финансировании и кредитовании международной торговли. Поэтому в учебном пособии подробно рассмотрены основные виды операций, проводимых банками при финансировании внешнеторговых сделок. К их числу относятся, во-первых, расчеты с помощью банковского перевода, чеков, аккредитивов, инкассо при посредничестве в платежах; во-вторых - банковское кредитование, лизинг, факторинг, форфетирование при кредитовании внешней торговли. По рассматриваемым банковским операциям приведены примеры конкретных цифровых расчетов, что придает проведенному анализу целенаправленную практическую значимость. Второй раздел учебного пособия посвящен проблемам организации валютно-финансовых и кредитных связей во внешнеэкономической деятельности в Российской Федерации. Наряду с анализом законодательной базы валютно-финансовых операций рассмотрены особенности осуществления международных расчетов и кредитования в сфере внешнеэкономических связей, валютно-финансовые условия внешнеторговых контрактов, организация и техника совершения операций по международным расчетам предприятий, а также кредитные инструменты обращения и платежа. Значительное место в работе отводится комментариям к нормативным документам по валютно-финансовым операциям. Учебное пособие предназначено для студентов, обучающихся по специальностям «Кредит», «Финансы», «Банки и банковская деятельность», а также будет полезно практическим работникам предприятий и организаций, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность.

Е.В.Р

Учебное издание

*Владимир Иванович Максимов
Надежда Васильевна Казаринова
Наталья Ростиславовна Барабанова и др.*

РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ

Учебник

Корректор *Н.Е. Павлова*

Художественный редактор *А.В. Антипов*

Компьютерная верстка *Г.С. Брудовской*

Оформление переплета *А.И. Бандаренко*

**Книги УИЦ «Гардарики»
можно приобрести или купить**

107082, Москва, ул. Ф. Энгельса, д. 75, стр. 10

(ст. метро «Бауманская»)

Тел.: (095)261-9624, 261-3123. Факс: (095)261-6010

Опт, розница, книга-почтой, доставка

101000, Москва, Лубянский пр., д. 7, стр. 1

(ст. метро «Лубянка», «Китай-город»)

Тел.: (095)925-3914, 921-0067

Розница

Москва, ул. Знаменка, д. 10
(ст. метро «Арбатская»)

Розница

Санкт-Петербург, Невский пр-т, д. 85/11
(вход с ул. Гончарной, 11)
Тел.: (812)168-4928
Опт, розница

По каталогу «Книги. Учебные пособия. Товары»

Агентства «Роспечать»

Тел.: (095) 195-1451

По сводному аннотированному тематическому плану
издания учебной литературы:
117342, Москва, ул. Бутлерова, д. 17 «Б»,
ЦКНБ (отдел учебной литературы)

Изд. лиц. № 066160 от 02.11.98 Подписано в печать 20.01.2000. Формат 60х90 1/16.

Печать офсетная. Усл.-печ. л. 26,0. „ Доп. тираж II 10 000 экз. Заказ №361.

УИЦ «Гардарики» 101000, Москва, Лубянский пр., д. 7, стр. 1

Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленных диапозитивов в ОАО «Можайский полиграфкомбинат» 143200, г. Можайск, ул. Мира, 93

Содержание

ПРЕДИСЛОВИЕ	2
ГЛАВА I.....	4
РЕЧЬ В МЕЖЛИЧНОСТНЫХ И ОБЩЕСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЯХ.....	4
§ 1. ЯЗЫК И РЕЧЬ	4
Язык и соприродельные с ним понятия.....	4
Речь, ее особенности.....	9
Структура речевой коммуникации	11
Речь и взаимопонимание.....	14
§ 2. РЕЧЬ В МЕЖЛИЧНОСТНОМ ОБЩЕНИИ	17
Особенности речи в межличностном общении.....	17
Фатическая и информативная речь	18
Речь и самораскрытие	20
Речь и самооценка.....	21
Роль слушающего	22
§ 3. РЕЧЬ В СОЦИАЛЬНОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ	23
Особенности речевого поведения в социально ориентированном общении.....	23
Речь и социализация	25
Речь как средство утверждения социального статуса.....	26
Общие закономерности речи в условиях массовой коммуникации.....	27
КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К.....	28
ЛИТЕРАТУРА.....	28

ГЛАВА II РАЗНОВИДНОСТИ РЕЧИ	28
§ 1. ОСНОВАНИЯ КЛАССИФИКАЦИИ И ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ФОРМ РЕЧИ	29
§ 2. УСТНАЯ И ПИСЬМЕННАЯ ФОРМЫ РЕЧИ	30
<i>Общая характеристика форм речи</i>	<i>30</i>
<i>Устная речь</i>	<i>30</i>
<i>Письменная речь</i>	<i>32</i>
§ 3. ДИАЛОГ И МОНОЛОГ	34
<i>Диалог</i>	<i>34</i>
<i>Монолог</i>	<i>37</i>
§ 4. ФУНКЦИОНАЛЬНО-СМЫСЛОВЫЕ ТИПЫ РЕЧИ	39
<i>Описание</i>	<i>39</i>
<i>Повествование</i>	<i>39</i>
<i>Рассуждение</i>	<i>40</i>
§ 5. ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ СТИЛИ РЕЧИ	41
<i>Общая характеристика стилей</i>	<i>41</i>
<i>Научный стиль</i>	<i>41</i>
<i>Официально-деловой стиль</i>	<i>44</i>
<i>Газетно-публицистический стиль</i>	<i>46</i>
<i>Художественный стиль</i>	<i>48</i>
<i>Разговорно-бытовой стиль</i>	<i>50</i>
КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ	52
ЛИТЕРАТУРА	53
ГЛАВА III ОРАТОРСКАЯ РЕЧЬ	53
§ 1. ВЫСТУПЛЕНИЕ КАК РАЗНОВИДНОСТЬ ОРАТОРСКОЙ ПРОЗЫ	54
<i>Содержание и композиция</i>	<i>54</i>
<i>Информационное обеспечение выступления</i>	<i>56</i>
<i>Контакт с аудиторией</i>	<i>57</i>
<i>Коммуникативное состояние говорящего</i>	<i>57</i>
<i>Контактоустнавливающие речевые действия</i>	<i>57</i>
<i>Диалогизация выступления</i>	<i>58</i>
<i>Синтаксические особенности</i>	<i>58</i>
<i>Лексические особенности</i>	<i>59</i>
<i>Личностный тип общения</i>	<i>59</i>
§ 2. ЛОГИКА, ЭТИКА, ЭСТЕТИКА РЕЧИ	60
<i>Правила построения ораторской речи</i>	<i>60</i>
<i>Логические законы</i>	<i>60</i>
<i>Этика ораторского выступления</i>	<i>61</i>
<i>Эстетические качества речи</i>	<i>62</i>
КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К	65
ЛИТЕРАТУРА	65
ГЛАВА IV	65
ЛОГИЧЕСКИЕ И ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИЕМЫ ПОЛЕМИКИ	65
§ 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СПОРА	66
<i>Понятие спора</i>	<i>66</i>
<i>Дискуссия</i>	<i>67</i>
<i>Полемика</i>	<i>67</i>
<i>Стратегия и тактика спора</i>	<i>68</i>
§ 2. ЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СПОРА	69
<i>Вопросно-ответный комплекс</i>	<i>69</i>
<i>Аргументация</i>	<i>72</i>
<i>Логические уловки в споре</i>	<i>77</i>
§ 3. СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СПОРА	78
<i>Общая характеристика социально-психологических аспектов спора</i>	<i>78</i>
<i>Физическое благополучие</i>	<i>79</i>
<i>Экономические и социальные интересы</i>	<i>79</i>
<i>Чувство собственного достоинства</i>	<i>80</i>
<i>Справедливость и право</i>	<i>80</i>
<i>Развлечение и игра</i>	<i>80</i>
КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К	83
ЛИТЕРАТУРА	83

ГЛАВА V.....	83
ДЕЛОВАЯ БЕСЕДА. ДЕЛОВОЕ СОВЕЩАНИЕ.....	83
ТЕЛЕФОННЫЙ РАЗГОВОР.....	83
§ 1. ОСОБЕННОСТИ СЛУЖЕБНО-ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ.....	83
<i>Коммуникация в организациях.....</i>	84
<i>Требования к речевой коммуникации в деловой среде.....</i>	85
§ 2. ДЕЛОВАЯ БЕСЕДА.....	85
<i>Цели и задачи деловой беседы.....</i>	85
<i>Роль вопросов в деловой беседе.....</i>	86
<i>Виды деловых бесед.....</i>	88
<i>Структурная организация беседы.....</i>	90
§ 3. ДЕЛОВОЕ СОВЕЩАНИЕ.....	92
<i>Факторы успеха в проведении делового совещания.....</i>	92
<i>Виды деловых совещаний.....</i>	93
<i>Дискуссия.....</i>	93
<i>Мозговой штурм.....</i>	94
§ 4. ТЕЛЕФОННЫЙ РАЗГОВОР.....	95
<i>Особенности телефонной коммуникации.....</i>	95
<i>Телефонный этикет.....</i>	96
КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ.....	99
ЛИТЕРАТУРА.....	99
ГЛАВА VI.....	99
РЕЧЕВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРАХ.....	99
§ 1. ТИПИЧНЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ СИТУАЦИИ.....	99
<i>Понятие типичной коммуникативной ситуации.....</i>	99
<i>Установление (поддержание) деловых контактов.....</i>	100
§ 2. АКТУАЛИЗАЦИЯ ДЕЛОВЫХ КОНТАКТОВ.....	107
<i>Постановка цели деловых контактов.....</i>	107
<i>Отбор и систематизация актуальной информации.....</i>	108
<i>Стратегия и тактика переговоров.....</i>	112
§ 3. РЕАЛИЗАЦИЯ ДЕЛОВЫХ КОНТАКТОВ.....	114
ХАРАКТЕРИСТИКА ПЕРЕГОВОРОВ.....	114
<i>Этапы деловых переговоров.....</i>	115
§ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА ДЕЛОВЫХ КОНТАКТОВ.....	120
<i>Понятие контроля.....</i>	120
<i>Анализ типичных ситуаций деловой коммуникации.....</i>	120
<i>Оценка результатов деловой коммуникации.....</i>	122
<i>Уточнение и корректировка планов и программ.....</i>	123
КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ.....	123
ЛИТЕРАТУРА.....	124
ГЛАВА VII.....	124
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНИЧЕСКИХ СРЕДСТВ.....	124
В КОММУНИКАЦИИ.....	124
§ 1. ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ИНФОРМИРОВАНИЯ.....	125
<i>Методы передачи сообщений.....</i>	125
<i>Телефакс.....</i>	126
<i>Факс-модем.....</i>	126
<i>Сканер.....</i>	127
<i>Электронная почта.....</i>	127
<i>Телеконференция.....</i>	130
<i>Пейджер.....</i>	130
<i>«Персональный электронный секретарь».....</i>	132
§ 2. ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБСУЖДЕНИЯ.....	132
<i>Телефон.....</i>	133
<i>Сотовый телефон.....</i>	135
<i>Средства коллективной работы в компьютерных сетях.....</i>	136
§ 3. ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ДЕМОСТРАЦИИ.....	139
КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ.....	141

ЛИТЕРАТУРА.....	141
ГЛАВА VIII.....	141
ОСОБЕННОСТИ РЕЧИ ПЕРЕД МИКРОФОНОМ И ТЕЛЕВИЗИОННОЙ КАМЕРОЙ.....	141
§ 1. ОСОБЕННОСТИ ОБЩЕНИЯ С АУДИТОРИЕЙ РАДИО- И ТЕЛЕВЕЩАНИЯ	141
<i>Аудитория радио- и телевидения.....</i>	<i>141</i>
<i>Образ выступающего</i>	<i>142</i>
§2 ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ РАДИО- И ТЕЛЕВИЗИОННОЙ РЕЧИ.	143
<i>Двойственная природа радио- и телевизионной речи: социальная и личностная ориентированность.....</i>	<i>143</i>
<i>Принцип разговорности</i>	<i>144</i>
<i>Принцип диалогизации.....</i>	<i>145</i>
<i>Принцип интимизации.....</i>	<i>146</i>
<i>Принцип удобства звукового воспроизводства и слухового восприятия</i>	<i>146</i>
§ 3. ТЕЛЕИНТЕРВЬЮ	147
<i>Фазы телеинтервью</i>	<i>147</i>
<i>Типы телеинтервью</i>	<i>148</i>
<i>Тактики речевого поведения интервьюируемого.....</i>	<i>150</i>
<i>Качество речи интервьюируемого.....</i>	<i>151</i>
§ 4. ПРАВИЛА ПОВЕДЕНИЯ ПЕРЕД МИКРОФОНОМ И ТЕЛЕКАМЕРОЙ	153
<i>Поведение на радио.....</i>	<i>153</i>
<i>Поведение на телевидении</i>	<i>154</i>
КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ.....	155
ЛИТЕРАТУРА.....	155
ГЛАВА IX КУЛЬТУРА РЕЧЕВОГО ОБЩЕНИЯ	156
§ 1. ФОНЕТИЧЕСКИЕ НОРМЫ.....	156
<i>Произношение звуков и их комбинации</i>	<i>156</i>
<i>Колебания в ударении</i>	<i>158</i>
<i>Стили произношения</i>	<i>159</i>
§ 2. ДИКЦИЯ И ВЫРАЗИТЕЛЬНОЕ ЧТЕНИЕ.....	160
<i>Чего не хватает нашей речи</i>	<i>160</i>
<i>Звучность голоса.....</i>	<i>161</i>
<i>Нормальный темп.....</i>	<i>161</i>
<i>Высота голоса.....</i>	<i>163</i>
<i>Тембр.....</i>	<i>164</i>
<i>Артикуляция</i>	<i>164</i>
<i>Выразительность чтения.....</i>	<i>165</i>
§ 3. НОВЫЕ СЛОВА И ТРУДНОСТИ ИХ УПОТРЕБЛЕНИЯ	166
<i>Семантика.....</i>	<i>166</i>
<i>Трансформация значений</i>	<i>169</i>
<i>Займствование</i>	<i>171</i>
<i>Изменение сферы употребления слов</i>	<i>171</i>
<i>Сочетаемость с другими словами</i>	<i>173</i>
<i>За рамками литературного употребления.....</i>	<i>173</i>
§ 4- НОВАЯ ФРАЗЕОЛОГИЯ И ЕЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ.....	174
<i>Рождение новой фразеологии.....</i>	<i>174</i>
<i>Использование «крылатых» слов.....</i>	<i>177</i>
§ 5. ГРАММАТИЧЕСКИЕ НОРМЫ	182
<i>Морфологические нормы.....</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>Синтаксические нормы</i>	<i>186</i>
§ 6. ПРАВОПИСАНИЕ.....	191
<i>Из истории правописания</i>	<i>191</i>
<i>Необходимость новой редакции правил правописания</i>	<i>192</i>
<i>Ожидаемые орфографические новшества</i>	<i>194</i>
<i>Пресса и орфография</i>	<i>195</i>
КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ.....	197
ЛИТЕРАТУРА.....	198
ГЛАВА X СЛУЖЕБНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ	198
§ 1. ДОКУМЕНТЫ ДЛЯ ВНУТРЕННЕГО ПОЛЬЗОВАНИЯ	199
<i>Реквизиты</i>	<i>199</i>
<i>Основные виды управленческих документов.....</i>	<i>204</i>
§ 2. ДОКУМЕНТЫ ДЛЯ ВНЕШНЕГО ПОЛЬЗОВАНИЯ	211

<i>Общие сведения</i>	211
<i>Простые деловые письма</i>	214
<i>Контрактные документы</i>	217
§ 3. СОПУТСТВУЮЩИЕ ОБСТОЯТЕЛЬСТВА.....	226
<i>Коммерческая тайна</i>	226
<i>Типичные ошибки</i>	227
КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ	229
ЛИТЕРАТУРА	229
ПРИЛОЖЕНИЕ	229
АННОТИРОВАНИЕ И РЕФЕРИРОВАНИЕ	229
<i>Аннотирование</i>	230
<i>Реферирование</i>	231
<i>РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ</i>	234