

Федеральное государственное образовательное бюджетное  
учреждение высшего образования  
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

*Департамент языковой подготовки*

**Л.А. Баландина, Е.В. Ганина, И.А. Зайцева,  
Е.В. Комарова, Н.М. Малюгина,  
Р.И. Полякова, Е.А. Федорова**

# **ОСНОВЫ ДЕЛОВОЙ И ПУБЛИЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Учебное пособие  
для студентов I–II курсов  
всех направлений подготовки бакалавров

Москва • 2017

УДК 81 (075.8=161.1)  
ББК 81.2Рус  
О–75

**Рецензенты:**

*Дадабаева Рано Махмудовна*, кандидат филологических наук, доцент  
*Киндря Наталия Александровна*, кандидат филологических наук, доцент

**Баландина Л.А., Ганина Е.В., Зайцева И.А., Комарова Е.В.,  
Малюгина Н.М., Полякова Р.И., Федорова Е.А.**

**О75** Основы деловой и публичной коммуникации: учебное пособие для студентов I–II курсов всех направлений подготовки бакалавров / Под общей редакцией Л.А. Баландиной. – М.: Финансовый университет, 2017. – 151 с.

Дисциплина «Основы деловой и публичной коммуникации» является инвариантной дисциплиной для всех направлений подготовки, отражающей специфику вуза, вариативной части дисциплины ООП по всем направлениям подготовки бакалавров.

В пособии рассматриваются основы ораторского искусства, правила подготовки публичного выступления, закономерности эффективной коммуникации. Даны теория и образцы деловой письменной речи, описаны коммуникативные свойства устной речи, речевой этикет. Освещены проблемы состояния русского языка и речевой культуры на современном этапе. Представлены национальные особенности делового общения.

Для аудиторной и самостоятельной работы студентов.

УДК 81 (075.8=161.1)  
ББК 81.2Рус

© Л.А. Баландина, Е.В. Ганина,  
И.А. Зайцева, Е.В. Комарова,  
Н.М. Малюгина, Р.И. Полякова,  
Е.А. Федорова, 2017  
© Финансовый университет, 2017

# Содержание

Предисловие .....	7
-------------------	---

## Глава 1.

### Состояние русского языка и культуры

речи на современном этапе ( <i>Е.В. Комарова</i> ) .....	9
1. Актуальность обучения культуре речи на современном этапе .....	10
2. Понятие культуры речи .....	12
3. Русский язык и культура речи на современном этапе.....	13
4. Нарушение правильности речи.....	13
5. Заимствования.....	19
6. Жаргон.....	22
7. Компьютерный язык и интернет-сленг.....	26

## Глава 2.

### Коммуникативные качества речи.

Речевой этикет ( <i>Р.И. Полякова</i> ) .....	30
1. Речь как показатель социального и профессионального статуса человека.....	30
2. Термин «литературный язык».....	32
3. Норма и речевая стихия.....	32
4. Коммуникативные барьеры в общении.....	35
5. Выбор слова.....	37
6. Многословие.....	40
7. Речевая недостаточность.....	41

8. Речевой этикет.....	41
------------------------	----

### Г л а в а 3.

#### Функциональные стили современного русского языка.

Язык официально-делового общения ( <i>Е.В. Ганина</i> ).....	50
1. Стилистическое многообразие русского языка.....	50
2. Функциональные стили речи (общая характеристика).....	52
3. Жанры функциональных стилей речи.....	55
4. Типы лексики. Закрепленность лексики за стилями речи.....	56
5. Официально-деловой стиль речи (общая характеристика).....	58
6. «Вирус канцелярита».....	61
7. Заявление.....	62
8. Резюме ( <i>Н.М. Малюгина</i> ).....	65

### Г л а в а 4.

#### Устные и письменные формы деловой речи.

Формат собеседования ( <i>Н.М. Малюгина</i> ).....	72
1. Что такое собеседование при приеме на работу?.....	72
2. Поведение соискателя на собеседовании.....	74
3. Поведение соискателя после собеседования.....	77
4. Ваш внешний вид на собеседовании.....	78
5. Вопросы на собеседовании и что за ними стоит.....	80
6. Кто нужен работодателю?.....	86

7. Причины, по которым не получают работу.....	86
8. Десять правил успеха.....	87

## Глава 5.

Основы ораторского искусства. Подготовка публичного выступления ( <i>Л.А. Баландина</i> )..	91
1. Понятие об ораторском искусстве. Из истории науки.....	91
2. Современная риторика.....	92
3. Владение материалом («что говорить»).....	95
4. Владение собой («как говорить»).....	96
5. Образ оратора («кто говорит»).....	99
6. Подготовка публичного выступления.....	100
7. Оценка эффективности выступления.....	105

## Глава 6.

Лингвистические законы эффективной коммуникации ( <i>Е.А. Федорова</i> ).....	109
1. Понятие эффективной коммуникации.....	109
2. Правила убеждения.....	110
3. Законы аргументации и убеждения в деловой беседе споре (дискуссии).....	119
4. Рекомендации по ведению спора, дискуссии.....	120
5. Язык телодвижений во время деловой беседы.....	122

## Глава 7.

### Национальные особенности делового общения

(И.А.Зайцева).....126

#### 1. Деловое общение и универсальные правила

международного этикета.....126

#### 2. Национальный стиль делового общения.

Основные типы деловых культур.....129

#### 3. Национальные особенности переговорных стилей.....131

Литература.....147

# ПРЕДИСЛОВИЕ

Данное пособие предназначено для студентов-бакалавров 1-2 курсов Финуниверситета всех направлений подготовки. Оно отражает основное содержание дисциплины «Основы деловой и публичной коммуникации», являющейся инвариантной дисциплиной для всех направлений подготовки, отражающей специфику вуза, вариативной части дисциплин ООП.

XXI век в качестве одного из главных условий успеха экономиста, бизнесмена, специалиста в области управления, политики, а также людей многих других профессий выдвинул *способность к деловой и публичной коммуникации* – умение выступать перед аудиторией, проводить переговоры, собеседования, убеждать оппонентов. Знание основ ораторского мастерства, закономерностей построения публичной речи, этапов ее подготовки и словесного оформления, а также речевого этикета важно для будущих профессионалов.

Вопросы о речевой культуре в настоящее время стоят очень остро и находятся в центре внимания преподавателей, общественных организаций, ученых-языковедов, деятелей культуры. Негативные явления, разрушающие русский язык, широко распространены в устной речи студентов, более взрослой аудитории, деловых и политических кругах. В их числе ошибки в ударениях, общение на жаргоне, чрезмерные заимствования, грамматические ошибки и многое другое. Не менее остро стоит вопрос и о культуре письменной речи. *Умение говорить и писать грамотно* – необходимое требование времени.

В эпоху глобализации становятся востребованными *знания по этнориторике* – науке, изучающей национально-психологические особенности разных народов и как следствие – национально-культурную специфику их речевого поведения.

Сказанное выше определяет цели настоящего пособия:

1) дать необходимые *теоретические знания* по базовым темам дисциплины – об основах мастерства публичного выступления, способах предъявления информации и интерактивного взаимодействия с аудиторией; о правилах построения речи и этапах подготовки текста выступления; об оптимальном поведении оратора; о нормах современного русского языка, о стилях речи; речевом этикете; правилах поведения на собеседовании; о национальных особенностях делового общения и др.;

2) научить *применять* полученные знания на практике – выступить перед аудиторией с учетом закономерностей построения публичной речи; дать оценку выступающему, включая самооценку; написать заявление, составить резюме с учетом требований официально-делового стиля речи и др.;

3) *скорректировать навыки* в области языковых, коммуникативных и этических норм современного русского языка.

Пособие состоит из 7 глав. Содержание каждой из них соответствует Программе дисциплины:

1. Состояние русского языка и культуры речи на современном этапе.

2. Коммуникативные качества речи. Речевой этикет.

3. Функциональные стили современного русского языка. Язык официально-делового общения.

4. Устные и письменные формы деловой речи. Формат собеседования.

5. Основы ораторского искусства. Подготовка публичного выступления.

6. Лингвистические законы эффективной коммуникации.

7. Национальные особенности делового общения.

Для закрепления полученных знаний к каждой теме прилагаются контрольные вопросы и задания, темы для публичных выступлений и презентаций, а также проблемные вопросы для коллективного обсуждения на коллоквиуме или круглом столе (рубрика «Выскажите ваше мнение»).

Пособие поможет студенту:

1) подготовиться к аудиторным практическим занятиям, расширить свои знания по темам дисциплины;

2) восполнить отсутствие материала в случае пропуска занятия;

3) вернуться к любой из тем дисциплины и проработать ее в случае необходимости;

4) самостоятельно подготовиться к коллоквиуму и/или зачету.

*Авторы желают успехов студентам!*



# ГЛАВА 1

## СОСТОЯНИЕ РУССКОГО ЯЗЫКА И КУЛЬТУРЫ РЕЧИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

---

### 1. Актуальность обучения культуре речи на современном этапе

Во все времена ценились такие качества человека, как словесная находчивость, умение свободно, вежливо, красиво изъясняться, убеждать собеседника, грамотно составлять тексты нужных документов.

И в XXI столетии – эпохе глобализации, технического прогресса, высоких скоростей, широкого распространения электронных средств коммуникации – роль русского языка и культуры речи еще более возрастает.

Выступая на пленарном заседании съезда Общества русской словесности в мае 2016 года, Президент России В.В. Путин отметил необходимость «сделать все, чтобы знание классической и современной литературы, грамотная речь стали неотъемлемой частью жизни страны, по сути, правилом хорошего тона, чтобы это стало модным, чтобы об их сохранении и развитии заботилось все наше общество», и подчеркнул, что «сбережение русского языка, литературы и нашей культуры – это вопросы национальной безопасности, сохранения своей идентичности в глобальном мире».<sup>1</sup>

Вряд ли можно достичь профессионального успеха без навыков эффективной коммуникации, хорошего владения русским литературным языком. Многие работодатели, предлагающие вакансии даже в областях не очень престижных, выдвигают в качестве одного из требований владение грамотной речью. Тем более это важно, когда речь идет о карьере дипломированного специалиста. Деловая переписка, ведение переговоров, правовая деятельность, подготовка докладов, отчетов, консультирование – все эти и многие другие формы речевого общения требуют способности грамотно, доходчиво, ясно, кратко и убедительно выражать мысли, быстро находить подходящее в данной

---

<sup>1</sup> <http://www.putin-today.ru/archives/26352>

ситуации слово или оборот речи, уметь слушать собеседника, распознавать речевую манипуляцию. Наконец, владение человеком культурой речи придаёт ему уверенность в себе, создаёт психологический комфорт.

## 2. Понятие культуры речи

Д.С. Лихачев писал: «Язык в еще большей мере, чем одежда, свидетельствует о вкусе человека, о его отношении к окружающему миру, к самому себе»<sup>1</sup>. Действительно, речь всегда отражает образованность человека, его характер, психическое состояние. Вспомним, как характеризуют героев краткие записи в шутливой миниатюре А.П. Чехова «Жалобная книга». Например: «Подъезжая к сией станции и глядя на природу в окно, у меня слетела шляпа» (безграмотность и самодовольство); «Кто писал не знаю, а я дурак читаю», «Ты картина, я портрет, ты скотина, а я нет. Я – морда твоя» (внутренняя пустота, тупость и пошлость)<sup>2</sup>.

Так что же такое *культура речи*? Это понятие связано со значением слова *культура*, которое толковые словари определяют как «совокупность производственных, общественных и духовных достижений людей». Следовательно, культура речи демонстрирует определённый уровень нашего интеллектуального и нравственного развития.

Понятие культуры речи достаточно сложное. Оно включает три основных компонента: нормативный, коммуникативный и этический.

**Нормативный компонент культуры речи** заключается в последовательном соблюдении *норм литературного языка*, правил произношения, ударения, словоупотребления, образования грамматических форм и синтаксических конструкций. Когда употребляют термин *литературный язык*, имеют в виду не язык произведений художественной литературы, а язык нормированный, кодифицированный (нормы систематизированы и отражены в словарях и справочниках).

Правила выбора и употребления в речи языковых единиц складываются постепенно. Они не представляют собой нечто раз и навсегда данное. Нормы со временем меняются. Например, во времена А.С. Пушкина правильными были формы множественного числа *дома, корпуса*, а не *дома* и *корпуса*, как мы говорим сейчас<sup>3</sup>. Вместе с

<sup>1</sup> Лихачев Д.С. Письма о добром и прекрасном. М., 1989. С. 77.

<sup>2</sup> Чехов А.П. Собр.соч.: в 12 т. Т.2. М., 1960..С.199.

<sup>3</sup> Беликов В.И., Крысин Л.П. Социолингвистика: Учебник для вузов. М.: Рос. гос. гуманитарный ун-т, 2001. С.27.

тем языковым нормам свойственна стабильность, потому что они призваны обеспечить взаимопонимание всех говорящих на русском языке и сохранить связь поколений. Нормированный литературный язык понятен всем, даже говорящим на просторечии, жаргоне и диалекте.

Нормы выполняют важнейшую охранную функцию: они поддерживают целостность языка, не допускают использования невыразительных и искажающих грамматический строй языка элементов.

Среди языковых норм различают нормы *императивные* и *диспозитивные*.

*Императивные* нормы – это нормы запрещающего характера, когда отсутствует возможность выбора, нет другого варианта, как, например орфографические нормы: по аллеЕ, обрадуЕШЬся, колЮЩий (по-другому нельзя). *Диспозитивные* нормы допускают варианты. Например, орфоэпические нормы, или произнесение слова: твОрог и творОг, дВУсложный и двУХсложный.

Литературная норма в наши дни продолжает стремительно расшатываться носителями просторечия (малообразованного и малокультурного городского населения). Тревожит позиция многих людей: так все говорят, значит так можно, правильно. В связи с этим подчеркнём ещё раз, что владеть нормами литературного языка необходимо, социально престижно, поскольку речевое общение во всех важнейших сферах жизни (политика, экономика, бизнес, право, культура, наука) осуществляется посредством литературного, нормированного, языка.

***Коммуникативный компонент культуры речи*** состоит в умении выбирать из языкового багажа слова, выражения, грамматические конструкции, которые способны наиболее точно, просто и ясно передать смысл, оттенки смысла и соответствуют стилистическим свойствам, конкретной речевой ситуации, в которой они применяются. К.И. Чуковский в книге о русском языке «Живой как жизнь» приводит множество познавательных и забавных примеров неуместного использования слов и выражений. Вот один из них, заимствованный автором у профессора А.М. Ладыженского: «Ростовский археолог, вместо того чтобы написать: «В раскопанном мною кургане лежал покойник головой к востоку», – в погоне за мнимой научностью изложил эту мысль так: «Погребение принадлежало (?) субъекту (!), ориентированному (!) черепом на восток»<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Чуковский К.И. Живой как жизнь: О русском языке. М., 2004. С.132.

*Этический компонент культуры речи* не менее важен. Его составляют различные способы выражения приветствия, расставания, благодарности, пожелания, обращения на «ты» и «вы». Этика речи требует дослушивать реплики собеседника, не перебивать его. В разговорной речи важен тон, интонация. Одна и та же фраза может по-разному влиять на слушающего в зависимости от того, с каким тоном она произнесена. В бытовом общении нужно стараться говорить спокойно, не громко, сдержанно, умеренным тоном.

Этика речи включает также разные запреты: нельзя о присутствующих говорить в третьем лице, сквернословить, употреблять абсценную лексику (мат).

Соблюдение требований культуры речи призвано оградить наш язык от негативных тенденций, сохранить его богатство и красоту.

### **3. Русский язык и культура речи на современном этапе**

Язык, будучи социальным явлением, отражает все перемены в жизни общества. В начале и середине XX в. нормативным считалось то, что было отражено в классической русской литературе, словарях и справочниках и употреблялось в речи интеллигентной и образованной части общества. Носителями и проводниками норм литературного языка были, в частности, дикторы, ведущие теле- и радиопередач. Невозможно было себе представить, что кто-то из них в устной публичной речи допустит ошибку. Более того, отчетливость произношения, уместность пауз, разнообразие грамматических конструкций и интонационных рисунков, выразительность их речи давали возможность слушателям или зрителям наслаждаться богатейшим потенциалом русского языка.

На рубеже XX-XXI в. происходит перестройка общественно-политической системы России, растут межъязыковые контакты, бурно развивается наука и техника, происходит изменение образа жизни, оценок, идеалов людей. Все эти изменения отразились на состоянии русского языка и культуре речи. Демократизация общества и гласность привели к исчезновению этических ограничений в речевой культуре: участниками теле- и радиоэфиров нередко становятся косноязычные носители просторечия и жаргона, в театральных постановках допускается грубая и неприличная лексика. Спонтанная, неподготовленная, стилистически сниженная речь стала проникать в печатные средства массовой информации. Так, на страницах одного

из самых популярных изданий, газеты «Московский комсомолец», в 2000 г. можно было прочитать: *Жену президента тормознули на таможне; Епископа застукали с проститутками; Матвиенко наехала на Киркорова* и т.д.

Ситуация начала меняться в лучшую сторону после утверждения Федерального закона «О государственном языке Российской Федерации» (2005) и поправок к нему (№101 – ФЗ от 05 мая 2014 г.)<sup>1</sup>. В результате принятых мер многие из современных печатных изданий могут считаться образцами правильного литературного языка. Но остаются ещё проблемы в устной публичной речи. Герои фильмов и телесериалов говорят с ошибками (*я пылесошу, мы кушаем, скучаем по вам*), безграмотность и низкую культуру речи демонстрируют известные люди, политики. Нарушаются нормы литературного языка в рекламе. В сети Интернет можно найти огромное количество ужасающих рекламных текстов: *Устраняю утечку газовых плит. Недорого; Рикламное место сдается; Абаненты, чьи кабеля прикручены самовольно будут отодраны бес предупреждения* и т.д.

В современном русском языке можно наблюдать целый ряд снижающих культуру речи тенденций: регулярное и массовое нарушение правильности речи, обилие англоязычных заимствований, чрезмерное увлечение жаргонной лексикой, активное использование разнообразных сокращений и англо-русских гибридов. Остановимся подробнее на этих явлениях.

## **4. Нарушение правильности речи**

### ***Орфоэпические ошибки***

Орфоэпические ошибки – это не соответствующее литературной норме произношение и ошибки в ударениях: \*опЁка, \*афЁра (правильно: опЕка, афЕра), \*квАртал (правильно: квартАл), \*сливОвый (правильно: слИвовый), \*бАлуешься (правильно: балУешься), \*зАвидно (правильно: завИдно), \*клалА (правильно: клАла), \*черпАть (правильно: чЕрпать) и др.

Подобные ошибки всегда заметны и свидетельствуют о безразличии говорящего к слову, о его низкой речевой и общей культуре.

К орфоэпическим недочётам относится также нарушение благозвучия речи, т. е. гармоничного сочетания в слове гласных и соглас-

---

<sup>1</sup> [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW)

ных звуков. Чаще такие отступления от норм наблюдаются при употреблении буквенных и звуковых аббревиатур.

Аббревиация (лат. brevis – короткий, краткий) сейчас является одним из наиболее активных способов словообразования. Сокращения удобны, экономны, но часто режут ухо: ОКПДТР – общероссийский классификатор профессий рабочих, должностей служащих и тарифных разрядов, ФСКН – Федеральная служба по контролю за оборотом наркотиков, ХГВС – холодное и горячее водоснабжение, БЖНС – бронежилет скрытого ношения. Учреждения культуры также называются странными звуко сочетаниями: ГРМ – Государственный русский музей, ДХШ – детская музыкальная школа, ГАХР – Государственная академическая хоровая капелла. Не следует забывать о том, что написанное всегда мысленно произносится. К.И. Чуковский характеризовал подобные образования как «прямые издевательства над русской речью», «отвратительные для русского слуха», «чудовищные сочетания звуков»<sup>1</sup>.

Снижают качества речи и случайные повторы одинаковых звуков: *Нам было указаНо НА НАличие Недостатков в работе; Не менее впечатляющими оказались И Изменения, происШедШие за проШедшее десятилетие в этой области*<sup>2</sup>.

### ***Орфографические и пунктуационные ошибки***

Нарушения норм письменной речи нередко наблюдается, как уже говорилось, в рекламно-информационных текстах (*Продается аллюминевый лист; Участвуйте в конкурсе; Это, мой город!; Страна которой нет*), что абсолютно неприемлемо.

Эволюция живого русского языка, современные тенденции в практике письма требуют некоторых корректировок в области принятых в 1956 году письменных норм. В 2000 г. был опубликован «Свод правил русского правописания». Дополнения и уточнения касались, в частности, унификации употребления прописной буквы, отказа от некоторых исключений, слитного, раздельного, дефисного написания, Н и НН в страдательных причастиях и отглагольных прилагательных и др. Развернулось бурное обсуждение этого проекта, но он был отклонён Орфографической комиссией и Советом по русскому языку<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Чуковский К.И. Указ. соч. С.95.

<sup>2</sup> Примеры взяты из: Голуб И.Б. Упражнения по стилистике русского языка. М.:1997. С.140.

<sup>3</sup> См. подробнее: Арутюнова Е.В. Реформы русской орфографии и пунктуации в советское время и постсоветский период: лингвистические и социологические аспекты: Автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд.филол. наук. М.,2015. С.14 – 23.

Хотя предложенные дополнения и изменения не были законодательно утверждены и продолжали действовать «Правила русской орфографии и пунктуации» (1956), невозможно было не обращать внимания на жизнь языка, пополнение его новыми словами и грамматическими формами. В 2006 г. был издан сборник «Правила русской орфографии и пунктуации. Полный академический справочник», в который были включены некоторые изменения, предложенные в 2000 г. и закреплённые практикой печати. В 2012 году вышел «Орфографический словарь» под редакцией В.В. Лопатина.

### ***Употребление слов без учёта их лексических значений и нарушение лексической сочетаемости***

Для культуры речи очень важен правильный выбор слов, который зависит от выражаемого ими значения, их стилистических особенностей и возможных ограничений в сочетаемости с другими словами. Игнорирование смысловых отличий иноязычных слов, неразличение слов, имеющих паронимы, смешение слов-компонентов устойчивых словосочетаний приводят к ошибкам: *\*поднять тост* (правильно: *поднять бокал*), *\*обрушиться врасплох* (правильно: *застать врасплох*), *\*щекотливое намерение* (правильно: *положение*), *\*духовное равновесие* (правильно: *душевное равновесие*), *\*подорожание цен* (правильно: *повышение цен*), *\*львиная часть* (правильно: *львиная доля*) и др.

### ***Речевая избыточность***

Многословие противоречит одному из основных законов жизни любого (не только русского) языка – закону экономии средств выражения. Д.С. Лихачев замечал: «Главное – надо стремиться к тому, чтобы фраза была сразу понята правильно. Для этого большое значение имеет расстановка слов и краткость самой фразы»<sup>1</sup>.

Различают два вида речевой избыточности: *тавтологию* и *плеоназм*.

**Плеоназм** (греч. *pleonasmos* – излишество) – это употребление слов с одинаковыми или сходными значениями, когда одно из них заменяет по смыслу другое: *в мае месяце, главная суть, нет ни минуты времени*.

**Тавтология** (греч. *tauto* – то же самое + *logos* – слово) считается разновидностью плеоназма. Она проявляется обычно при контактном

---

<sup>1</sup> Лихачев Д.С. Указ. соч.С.92.

употреблении однокоренных слов (*возобновить вновь, спросить вопрос*) или сочетании совпадающих по значению русского и иноязычного слова (*памятный сувенир, необычный феномен, свободная вакансия*).

К примерам речевой избыточности можно отнести также характерные для канцелярского стиля речи словосочетания типа *произвести выплату, осуществлять заботу, подвергнуть сокращению, произвести рывок*. Такие словосочетания слишком тяжеловесны, их лучше заменять одним стилистически нейтральным словом, вмещающим по значению оба компонента. Ср.: *выплатить, заботиться, сократить, сорвать*.

### ***Речевая недостаточность***

Не менее вредна для культуры речи и словесная недостаточность, возникающая обычно в живой разговорной речи как следствие её спонтанного характера, а также поспешности и небрежности говорящего. Она ухудшает понимание, нередко способствует неуместному комизму. И.Б.Голуб, анализируя этот тип речевых ошибок, приводит примеры фраз-обращений, которые можно услышать на выставках породистых собак: *Призеры, срочно явитесь для награждения. Владельцы без намордников награждаться не будут* или *Уважаемые участники, разберитесь по породам и приготовьтесь к параду*<sup>1</sup>. При немотивированном пропуске слов могут возникать такие искажающие смысл фразы ситуации, как нарушение логичности высказывания:

*Папа наберёт тебя через десять минут* (правильно: номер твоего телефона); *На этом стенде вы можете видеть рисунки младшего возраста* (правильно: детей младшего возраста); *Его научная деятельность была связана с болезнями опорно-двигательной систем* (правильно: с изучением болезней).

### ***Грамматические ошибки***

К грамматическим ошибкам относятся разнообразные случаи нарушения норм литературного языка в образовании и структуре слов, словосочетаний и предложений.

---

<sup>1</sup> Голуб И.Б. Стилистика русского языка. М.:1997. С.48.



### ***Неверное образование форм различных частей речи***

*\*ездию* (правильно: *езжу*), *\*длиньше* (правильно: *длиннее*), *\*ихний* (правильно: *их*), *\*более пятиста* (правильно: *более пятисот*).

На официальном сайте одного из московских негосударственных образовательных учреждений можно прочесть: *Выбирайте школу согласно пристрастий* вашего малыша. Хороша реклама школы!

### ***Ошибочное словообразование***

*\*будующий* (правильно: *будущий*), *\*следующий* (правильно: *следующий*), *\*надсмехаться* (правильно: *насмехаться*), *\*пироженое* (правильно: *пирожное*)

### ***Нарушение координации подлежащего и сказуемого***

*\*Полгода прошли незаметно* (правильно: *прошло*); *\*Все двадцать томов собрания сочинений вышло в 2015 году* (правильно: *вышли*).

### ***Ошибки в согласовании прилагательных и причастий***

*\*отсутствовал целые две недели* (правильно: *целых*); *\*Одним из обычаев, ценившимися москвичами, было устное рассказывание*. (правильно: *ценившихся*).

### ***Ошибки в сочетаниях однородных членов***

*\*Сажать и ухаживать за цветами* — дело непростое (правильно: *сажать цветы и ухаживать за ними...*); *\*На конференцию приедут не только российские, а также американские исследователи* (правильно: *не только российские, но и американские*).

### ***Ошибки в построении предложений с причастным оборотом***

*\*Прибывающий состав на второй путь будет следовать в тупик* (правильно: *прибывающий на второй путь состав ...или состав, прибывающий на второй путь...*); *\*Никто из выступавших ничего другого, изменившего бы ситуацию к лучшему* (правильно: *... ничего другого, что могло бы изменить...*).

### ***Ошибки в построении предложений с деепричастными оборотами***

*\*Решая тестовое задание, у меня появилось чувство неуверенности* (правильно: *при решении...*); *Начав работать над диссертацией,*

у него уже не оставалось времени на занятия спортом (правильно: Когда он начал работать над диссертацией...).

### **Ошибки в построении сложных предложений**

*\*Все, кто пришли на матч, остался доволен игрой нашей команды (правильно: Все, кто пришёл...); \*Студент, отказавшийся от помощи преподавателя и который сам выполнил задание, был допущен к экзамену (правильно: отказавшийся ...и самостоятельно выполнивший...).*

### **Нарушение порядка слов**

*\*Продаётся машинка для стрижки волос китайского производства (правильно: машинка китайского производства для...); Это рассказ о страдающей молодой женщине от неразделённой любви (правильно: ...о страдающей от неразделённой любви молодой женщине).*

### **Стилистические ошибки**

Культура речи обязывает различать присущие словам и формам слов стилистические свойства: высокие (книжные), нейтральные и сниженные (разговорно-просторечные). Ср.: *инспирировать* (книжн.) и *внушать* (нейтр.), *документ за подписью* (книжн., офиц.-дел.) и *документ с подписью* (нейтр.), *ходить по грибы* (сниж. разг.-прост.) и *ходить за грибами* (нейтр.). Если в неофициальной обстановке, в бытовом общении можно сказать *сдать сессию*, то в книжно-письменной сфере применения это словосочетание требуется заменить на *сдавать зачёты и экзамены*. В настоящее время большое распространение получило использование существительного *пара* в значении «несколько, небольшое количество чего-либо». Употребленное в этом значение (*задать пару вопросов, сказать пару слов, продолжить через пару минут, привести пару примеров*) слово *пара* характеризуется сниженной (просторечной) окраской и нарушает нормы литературного языка.

### **Малый словарный запас**

Бедность лексикона, недостаток слов не позволяют оформить мысль правильно и точно, свидетельствуют о низком уровне общей культуры. Плохо, если неспособность подобрать нужное слово ком-

пенсирруется использованием слов-паразитов : *вот, это, это самое, как бы, в общем, так сказать, короче, ну, ну как его*. Широкое распространение в разговорной речи получили средства выражения эмоций: *прикинь! класс! жесть! супер! блин! реально!*

Такие «сорняки» утомляют и раздражают слушающих. Низкая речевая культура проявляется и в тех случаях, когда говорящий мямлит, заполняет паузы, связанные с поиском подходящего слова, «звуковыми паразитами» типа *э-э-э, м-м-м*, затягивает концы слов.

## 5. Заимствования

Ни один язык не обходится без заимствований. Любые международные контакты способствуют лексическим пополнениям. Это естественный процесс, существовавший ещё в глубокой древности. В русском языке есть множество привычных, давно ставших «своими» заимствованных слов: *жертва, власть* (ст.-сл.), *кровать, тетрадь* (др.-гр.), *студент, аудитория* (лат.), *пальто, бульон* (фр.), *шкаф, пакет* (нем.), *газета, бумага* (итал.).

С 1970-х годов XIX в. в русский язык стала активно входить англоязычная лексика. В конце 1999 году выходит «Словарь иностранных слов. Актуальная лексика. Толкования и этимология». Более 80 % представленных в словаре лексических единиц – заимствования из английского языка или его американского варианта<sup>1</sup>. Учёные с опаской стали говорить об экспансии англицизмов, которые внедрились во все смысловые объединения русской лексики – в политику, культуру, экономику, технику, информационные технологии, банковскую сферу, спорт, торговлю, быт и т.д. Например, некоторые слова из 120 наиболее употребительных в 2016 г.<sup>2</sup>: **мир моды**: *айвори, виндпруф, лонгслив, хилисы*; **кулинария**: *шорт-бред, панкейк*; **бизнес**: *аутсорсинг, дедлайн*; **спорт**: *роуп-джампинг, армрестлинг* и др.

Уже несколько десятилетий преимущественно английские заимствования (*лобби, спонсор, оффшор, рейтинг, маркетинг, ноу-хау, дилер* и т.д.) благополучно живут в русском языке, приспособиваясь к его грамматической системе, а некоторые настолько освоились, что включились в словообразовательный процесс: *отхэппибёздить, отфотошопить, законектиться, айтишник*.

<sup>1</sup> См.: Солодуб Ю.П. Альбрехт Ф.Б. Современный русский язык: Лексика и фразеология современного русского языка. М., 2002. С.124.

<sup>2</sup> <http://englex.ru/english-borrowings-in-russian/>

Как следует относиться к все возрастающему потоку заимствований? Хочется сразу ответить: конечно же, это засорение русского языка. Русская речь характеризуется мелодичностью, плавностью, выразительностью, «поэтическим излучением» (К.Г. Паустовский). Как вписываются в неё чужеродные фонетические уродцы: *трабл-шутинг, фаундер, краундфандинг, бэкстейдж?*... И всё же не стоит однозначно негативно оценивать все заимствования.

### **Отношение к заимствованиям**

Писатели, ученые, государственные деятели разных эпох в свое время неодобрительно высказывались об употреблении иноязычных слов. Например, А.С. Шишков (1754 – 1841) – адмирал, литератор, составитель и редактор академического «Словаря русского языка», – выступал против французских заимствований. Именно к нему обращался в VIII главе «Евгения Онегина» А.С. Пушкин: «Она казалась верный снимок / *Di come il faut* (Шишков, прости:/ Не знаю, как перевести)». А.С. Шишкову приписывали идею о полном исключении из русского языка любых заимствований. Специально для него создали шутовскую пародию, где все иноязычные слова были заменены русскими: *Хорошилище грядёт по гульбищу из ристалища на позорище в мокроступах* (Франт идёт по бульвару из цирка в театр в галошах). Хорошо ответил Шишкову и его сторонникам литературовед В.Г.Белинский: «...ведь не насильно же заставить целый народ вместо галоши говорить мокроступы».

Язык, по мнению Л.П. Крысина, «умеет самоочищаться, избавляться от функционально излишнего, ненужного»<sup>1</sup>. Если заимствованное слово продолжает употребляться, значит, язык его принимает.

Языку необходимы наименования новых предметов, явлений, понятий: *интернет, принтер, эквалайзер, браузер, смартфон, риэлтор, керлинг, хостел* и т.д. Безусловно, выигрышны однословные названия в сравнении с похожими по значению словосочетаниями (Например: *трафик* вместо *дорожное движение*; *спринтер* вместо *бегун на короткую дистанцию*) или сложные цветообозначения (*маренго* вместо *тёмно-серый с синим оттенком*, *индиго* вместо *тёмно-синий с фиолетовым оттенком*).

В.В. Жириновский предлагал запретить использование в речи иностранного слова при наличии русского аналога и ввести штрафы в

---

<sup>1</sup> Крысин Л.П. Слово в современных текстах и словарях: Очерки русской лексики и лексикографии. М., Знак, 2008. С. 7.

случае нарушения запрета<sup>1</sup>. Но что значит «наличие русского аналога»? Абсолютные синонимы, т. е. полностью совпадающие по значению слова, языку не нужны: действует универсальный закон экономии средств выражения. Иноязычное и соответствующее ему русское слово, как правило, отличаются либо смысловыми оттенками, либо стилистической краской, либо тем и другим. Например, *геймер* уже по значению, чем синонимичное ему слово *игрок*, так как здесь имеются в виду компьютерные игры.

Подробно анализирует примеры заимствованных слов и их русских аналогов Л.П.Крысин. Так, он замечает, что замена слова *бартер* русскими *обмен* или *сделка* будет не совсем правильной, поскольку «для точной передачи смысла этого термина требуются уточняющие слова: товарный, товарообменный, натуральный»<sup>2</sup>. *Бизнесмен* также невозможно заменить существительным *делец*, потому что последнее имеет негативный оттенок значения (спекулянт, обманщик). Столь же сниженно воспринимаются русские синонимы слов, обозначающих некоторые профессии, специальности. Ср.: *зазывала* и *промоутер*; *надсмотрщик* и *супервайзер*. Иноязычные слова обычно характеризуются высокой стилистической окраской, «книжностью», и это отражается на их употреблении (*гардероб* в театре, *раздевалка* в спортзале). В частности, по этой же причине заимствованные слова закрепляются в терминологии: *дивидент*, *лизинг*, *лоббизм*, *стагнация* и др.

Таким образом, нельзя отрицательно относиться ко всем заимствованиям. Это нормальное и необходимое для языка явление, следствие общественных связей и социального прогресса. Однако при этом следует учитывать следующее:

1. Плохо, если употребление непонятого другим слова воспринимается как модность, современность, престижность речи.

2. Увлечение заимствованными словами может привести к стилистическим несоответствиям, когда в нейтрально-бытовой контекст неуместно включаются книжные слова: *Нам нужно форсировать работу; Мы вновь не достигли консенсуса.*

3. Использование в речи иноязычных слов предполагает знание не только их значения, но и оттенков значения. В противном случае будут возникать ошибки типа *круиз по Подмоскovie* или *рассказать презентацию*. Незнание значений заимствованных слов приводит к

<sup>1</sup> См.: Ермак С. Любите русскую речь, мать вашу // <http://expert.ru/ural/2013/24/lyubite-rodnuyu-rech-mat-vashu/>

<sup>2</sup> Крысин Л.П. Указ соч. С.11.

их смешению (*инцидент* и *прецедент*, *импорт* и *экспорт*), к образованию лексически избыточных словосочетаний: *коллега по работе*, *свободная вакансия*, *прейскурант цен*.

4. Культура речи предполагает внимание к адресату. Воспринимающему речь должно быть понятно высказывание. Так, далеко не все смогут понять фразу *Обнародовали дату релиза сиквела анти-утопии в жанре хоррор*.

5. Употребляя в речи заимствованное слово, мы рискуем допустить орфоэпическую ошибку. На какую букву А должно падать ударение, например, в слове *марсала* (модный в 2015 г. цвет вина с коричневым оттенком)?

## 6. Жаргон

Жаргон (фр. *Jargon* –говор), или сленг (англ. *slang* – жаргон), – это лексико-фразеологические особенности речи людей, связанных общностью занятий, интересов, общественного положения, профессии, возраста (геймеров, компьютерщиков, наркоманов, спортсменов, журналистов, музыкантов, полицейских и т.д.). Жаргон называют также социолектом.

Специфические лексические средства в жаргонах «используются как своего рода пароль, речевой сигнал принадлежности общающихся к одной и той же социальной или возрастной группе»<sup>1</sup>. Все социолекты характеризуются экспрессивно-эмоциональной окраской, оценочностью. Они создаются с целью разнообразить, освежить речь, усилить её выразительность. Среди жаргонной лексики много метафорических переосмыслений слов. Например, в речи туристов-водников: *морковка* –веревка со спасательным концом яркого, обычно оранжевого, цвета, *расчёска* –нависшее низко над водой дерево, *чемодан* –плоский крупный камень в русле реки; в речи байкеров: *черепашка* –щитки безопасности, *бритва* – скоростной мотоцикл, в речи студентов *джунгли* –сложная дисциплина, *дятел* –1) глупый человек, 2) доносчик, 3) человек, который повторяет одно и то же. Вряд ли такие примеры можно считать засоряющими язык. Напротив, это говорит о чувстве языка, проявлении креативности, умении обыгрывать значения известных слов.

Жаргоны существуют преимущественно в устной форме. Значительный пласт жаргонной лексики составляют словообразовательные

---

<sup>1</sup> Валгина Н.С. Активные процессы в современном русском языке. М., 2001.С.118.

модификации общеупотребительных слов. Наиболее активны усечённые формы слов или словосочетаний, часто с добавлением окончания или суффикса: *терпила, чистуха, висяк* – в жаргоне работников правоохранительных органов; *препод, фак, лаба, госы, студак, курсач* – в студенческом жаргоне; *сквозуха* – сквозное действие, *репа* – репетиция, *монты* – монтировщики декораций – в театральном жаргоне; *абстяк* – абстинентный синдром, *центряк* – центральная вена – в жаргоне наркоманов. Не представляется возможным чётко разграничить жаргонные слова такого типа и разговорные-бытовые (*Ленинградка, подземка, оборонка, кругосветка, платник, заочник, бюджетник*), поскольку те и другие отличаются экспрессией и часто употребляются в неофициальной обстановке. Конечно, в целях экономии времени и ускорения процесса общения компрессивные средства языка имеют преимущества перед литературными полными формами, но они словообразовательно одноплановы, однообразны и не могут служить украшением речи.

Состав жаргонной лексики со временем меняется. Так, активно используемые в 90-х годах XX в. английские заимствования сленгового характера (*фазер, шузы, герла*) сейчас можно услышать редко, в ходу другие: *мэйби, вэлкам, пикча, мануал, трабл* ...

Жаргонные слова создают непринуждённо-фамильярный стиль общения, делают речь субъективно-оценочной, эмоциональной, яркой, впечатляющей. В конце XX - начале XXI в. учёные стали говорить о появлении общего (без социальных и возрастных градаций) жаргона – лексики и фразеологии, употребляемых значительной частью городского населения. И в наши дни, к сожалению, кино и телевидение продолжают пропагандировать внелитературную, низкую лексику через речь героев боевиков и персонажей сериалов: *замочить, грохнуть, склеить ласты, отмазать, кинуть, бабки, бабло, в кайф, лажа, лох, понты, колбасит, хавчик, трындёж*... А то, что постоянно на слуху, невольно запоминается и закрепляется в разговорной речи. Понятно, что культура речи несовместима с употреблением подобных слов и выражений.

Кроме общего жаргона, в современном русском языке существуют и обособленные социолекты, словарь которых недоступен для понимания посторонних. Таков сленг вейперов, который включает загадочные для непосвящённых в эту субкультуру термины (*дрипка, картомайзер, микрокойл, вариватт, клаудчейзинг* и др.), связанные с устройством электронных сигарет и процессом их использования.

Или, например, профессиональный язык трейдеров (форекс-сленг) – биржевых торговцев. Зашифрованность их языка связана с характером деятельности. Купля-продажа биржевых активов – работа беспокойная, эмоционально напряжённая, связанная с игрой и рисками. В языке трейдеров встречаются как специальные термины (*шорт* – продажа, сделка; *стейтмент* – отчёт с торгового счёта), так и общеупотребительные слова и словосочетания в необычных значениях (*бык* – трейдер, делающий ставки на повышение; *медведь* – трейдер, делающий ставки на понижение; *стакан* – очередь заявок в биржевом терминале; *поймать лося* – получить убыток; *ловля ножей* – попытки покупать на дне рынка и продавать на вершине). Такую закодированность, закрытость языка правильнее было бы называть не жаргоном, а **арго** (фр. *argot* – жаргон). Этот термин обычно используется по отношению к тайным языкам, существовавшим в XIX в.: воровское арго, арго картёжников, арго офеней – бродячих торговцев.

### ***Молодёжный сленг***

Язык учащейся молодёжи остаётся одним из наиболее интересных явлений современности. Все самое оригинальное, актуальное, меткое в языке рождается преимущественно в молодёжной среде. По данным 2014 года в российских вузах училось 5,2 млн человек<sup>1</sup>. А есть ещё и многочисленная армия школьников – выдумщиков, любителей словесной игры, открытых для всего нового. Не случайно язык молодёжи составляет чуть ли не самый большой пласт жаргонной лексики.

Многие жаргонные слова из речи учащейся молодёжи обнаруживают удивительную живучесть в языке. Слова *шпора*, *бомба*, *автомат*, *ботаник*, *стёна*, *стенуха* и др. были употребительны ещё в XX в., а некоторые из них даже вошли в академические толковые словари, как, например, *хвост* – остаток, невыполненная часть чего-либо (обычно об экзаменах): *сдавать хвосты*.

Язык молодёжи чрезвычайно разнообразен. В нём отражены все области молодёжной субкультуры, интересы, увлечения<sup>2</sup>. Для любой ситуации, любого нового объекта действительности моментально находится оригинальное обозначение. Таковы, например, *бачок* – бакалавр и *маг* – магистр. Остроумие и живость реакции часто способст-

<sup>1</sup> См.: Клячко Т.В. Высшее образование: больше, лучше или дешевле?//<http://www.demoscope.ru/weekly/2016/№669> —670.

<sup>2</sup> См. подробнее: Захарова Л.А., Шуваева А.В. Словарь молодёжного сленга (на материале лексикона студентов Томского гос. ун-та). Изд-во ТГУ, 2014.



вуют возникновению метафорических и метонимических названий, необычных аналогий. Например, еженедельная передача телеканала «Россия» стала точком к появлению новых значений известных слов и выражений: *Петросян, внук (внучка) Петросяна* – о неудачно пошутившем человеке, *петросянить* – веселить, развлекать, *десять петросянов* – единица измерения неудачной шутки. Желание добавить новых красок, поиграть с языком, освежить его способствует развитию синонимических рядов: *синяк, алконавт, алкан, бухой, бухарик* и др. – о пьющем человеке. Интересны в молодёжном сленге обозначения частей тела человека: *ласты* – ноги, *клешни, грабли* – руки, *хлебoreзка* – рот, *жбан, дыня, репа* – голова. Оценочность и эмоциональность речи молодёжи порождает специфическое употребление собственных имён: *Валера* – примитивный человек, *Маруся* – наивная девушка. В молодёжном сленге для выражения разнообразных стилистических оттенков активно используются словообразовательные ресурсы языка: *айфоша, друган, писалка, причесон, прикидон, беспонтовка, бесполезняк* и т.п. Именно молодёжь придумывает новые фразеологизмы: *лыбу давить* – улыбаться, *метнуться кабанчиком* – быстро сбегать за чем-либо, *ездить по ушам* – надоедать разговорами, *выносить мозг* – надоедать, *выпасть в осадок* – удивиться, *в хлам* – очень сильно (пьяный) и др.

Красочность, метафоричность, нестандартность, свойственные молодёжному сленгу, влияют на словарный состав русского языка, обогащают его новыми значениями и образами. Но всё же следует помнить, что жаргонные слова – это стилистически сниженная лексика, которая придаёт речи бесцеремонность, резкость, грубость. Неуместны в русской речи жаргонные слова и выражения с иноязычными заимствованиями: *с прайсом голяк, бейби, гоу, шоп, тича*, особенно если возникают препятствия для восприятия и понимания сказанного. Частота употребления в речи жаргонных слов, привычка говорить на жаргоне приводит к значительным затруднениям при создании книжно-письменных текстов в официально-деловом или научном стилях.

## 7. Компьютерный язык и интернет-сленг

Компьютерный язык и интернет-общение во многом оказывают влияние на состояние русского языка и культуру речи. Компьютерный язык неоднороден. Его основу составляет профессиональная

терминология (*ангрейд, андейт, аккаунт, скриншот, баннер, девайс*), которая быстро изменяется в связи со стремительным развитием компьютерных технологий. Так, давно ушли в прошлое дискеты, их заменили флеш-накопители, или флешки.

Компьютер и Интернет – это те сферы жизни, которые быстрее всего осваиваются молодёжью. Именно молодёжь придумывает разного рода «словечки» и сокращения, которые мгновенно становятся общеизвестными и пополняют общий жаргон. На основе звукового сходства с английскими названиями возникли слова: *дрова* – драйвера, *хомяк* – home hage, *каша* – кэш-память, *Емеля, мыло* – e-mail. Путём метафорического переосмысления образовались ставшие расхожими *напильник* – чистящий диск, *Карлсон* – система охлаждения, *блохи* – ошибки в программе, *мозги* – оперативная память, *бацилла* – компьютерный вирус, *мышкодром, крысодром, подмышка, подкрысник* – коврик для мыши, *глаз* – монитор, *блины* – компакт-диски.

Повсеместное распространение Интернета в России сделало сленговые слова ещё более популярными. Общение на форумах, в блогах и чатах требовало не только быстроты, краткости формулировок, но и оригинальности, своеобразия. В начале XX в. в молодёжной среде вошло в моду намеренное искажение русского языка, возникла специфическая языковая субкультура – «падонкаффский язык», или «олбанский». Все помнят фразы: «Превед, кросавчег!», «Ф Бабруйск, животнае!», «Аффтар жжот». Началось массовое увлечение «орфографией»: орфографию – на фиг, «пешу каг хачу». Конечно, эта игра была запущена грамотными людьми<sup>1</sup>. Нужно знать, как слов пишется нормативно, чтобы искажение было «правильным» (глухой согласный вместо звонкого и наоборот, А вместо О и т.д.) и давало нужный эффект. Однако любая игра, даже самая увлекательная, со временем надоедает. Так, к счастью, прошла мода и на эту игру, столь опасную для тех, кто только овладевает правописанием.

Интернет-общение, Viber/WhatsApp- и СМС-переписка продолжают существовать – без этого невозможно сейчас представить нашу жизнь – и продолжают создавать свой особый стиль, особую разговорную речь в письменной форме с жаргонными и просторечными вкраплениями, отсутствием знаков препинания, неполными предложениями, продолжают способствовать распространению безграмотности. Необходимость сэкономить время на введении знаков, сжать

---

<sup>1</sup> Подробно см.: Кронгауз М.А. Самоучитель олбанского. М., 2013; Кронгауз М.А., Литвин Е.А. и др. Словарь языка интернета. М., 2016

текст до минимума заставляет использовать аббревиатуры, ненормативные усечённые формы слов, смайлики и скобки для выражения чувств. В ходу сокращения и изменения русских слов (*ща* вместо *сейчас*; *пж* – вместо *пожалуйста*; *че* вместо *чего*, *тя* вместо *тебя*; *дратуги* вместо *здравствуйте*; *какдила* вместо *как дела*; *серавно* вместо *всё равно*; *споки ноки* вместо *спокойной ночи*; *с ДР* вместо *с днем рождения*), английских слов и выражений (*бро* от *brother* – *брат*; *сабж* от *subject* – *тема*; *ОМГ* или *OMG* – *Oh my God* – междометие, выражающее удивление, т.е. *о боже мой*; *ИМХО* – *In My Humble Opinion*, т.е. по моему скромному мнению; *THX* или *TNX* – *thanks*, т. е. спасибо; *LOL* – *laughing out loud* или *lots of laughs*, т. е. смешно, *SY* – *See You*, – т. е. увидимся, и др.).

Частое использование сокращений в интернет-коммуникации молодёжи и СМС-сообщениях получило названия «сетезяз», «скорояз», «киберстиль». Это прогрессирующее явление, по мнению ряда исследователей, может оказать влияние на грамматическую систему русского языка: отпадёт необходимость в формах словоизменения. Есть основания опасаться, не станет ли следствием «урезания» языка скудоумие и падение нравственности, ведь, как известно, мышление и язык взаимозависимы.

Однако не всё пространство Рунета засорено жаргонизмами, искажениями и акронимами. Интеллигентные, образованные люди не позволяют себе такого глумления над родным языком.

Какие бы негативные явления ни наблюдались в русском языке нашего времени, им нужно пытаться противостоять. Необходимо следить за своей речью, задумываться над сказанным, чаще заглядывать в словари и справочники, не оставаться безразличными к выбору слов и выражений, помнить, что во всём нужна мера. В заключение вспомним слова И.С. Тургенева: «Берегите наш язык, наш прекрасный русский язык, этот клад, это достояние, переданное нам нашими предшественниками»<sup>1</sup>.

## Контрольные вопросы и задания к главе 1

1. Чем можно объяснить актуальность проблем культуры устной и письменной речи на современном этапе?

2. Что такое *культура речи*? Охарактеризуйте основные критерии понятия *культура речи*.

---

<sup>1</sup> Тургенев И.С. Собр. соч.: В 6 т. Т 6. М., 1968. С.402.

3. Как вы оцениваете современное состояние русского языка?
  4. Должно ли государство влиять на функционирование русского языка?
  5. Что такое *норма литературного языка* и какую роль она играет в жизни языка?
  6. В чём причина массового нарушения норм литературного языка в устной речи наших современников?
  7. Какие умения и навыки речевого общения необходимы в вашей будущей профессиональной деятельности?
  8. Каково ваше отношение к сокращениям в интернет-переписке?
  9. Приведите примеры неуместного использования заимствованных слов, жаргонных слов и выражений.
  10. Дайте характеристику собственной речевой культуре:
    - 1) знание норм литературного языка;
    - 2) умение грамотно говорить и писать;
    - 3) умение слушать собеседника;
    - 4) владение речевым этикетом;
    - 5) умение дифференцированно использовать языковые средства в разных ситуациях общения;
    - 6) наличие слов-паразитов;
    - 7) наличие жаргонных и бранных слов.
- Выделите две-три основные задачи, решение которых поможет вам повысить собственную речевую культуру.

### **Темы для публичных выступлений и презентаций**

1. Речевая культура человека – зеркало его духовной культуры.
2. Речевой вкус нашего современника.
3. Язык Интернета: тенденции и перспективы.
4. Пути совершенствования речевой культуры.

### **Выскажите ваше мнение!**

1. Объясните смысл следующих пословиц:  
*Дурное слово, что смола: пристанет – не отлепишь.*  
*Мал язык, да всем телом владеет.*  
*Словесный яд хуже змеиного.*  
*Видна птица по перьям, а человек по речам.*  
*Хороша веревка длинная, а речь короткая.*

*Не давай воли языку во пиру, во хмелю, в беседе и во гневе.  
Каков разум – таковы и речи.*

2. Можно ли утверждать, что жаргонизмы не следует употреблять ни при каких условиях?

3. Следует ли законодательно закреплять обусловленные современным состоянием общественной жизни изменения в языке?

4. Нужно ли стремиться к тому, чтобы в бытовом общении мы всегда говорили нормированным книжным языком?

5. Удовлетворяет ли требованиям культуры речи фраза из учебника, адресованного студентам вузов: «Синергетика акцентирует внимание на антиэнтропийных процессах в диссипативных структурах»?

## ГЛАВА 2

### КОММУНИКАТИВНЫЕ КАЧЕСТВА РЕЧИ. РЕЧЕВОЙ ЭТИКЕТ

---

#### 1. Речь как показатель социального и профессионального статуса человека

Трудно спорить с утверждением, что речь человека – это его своеобразная визитная карточка. По тому, как человек говорит, можно судить об уровне его образования и культуры, о его психологиче-

ских качествах, об определяющих жизнь человека ценностях, о том, где человек родился и вырос, а также каков его социальный статус и каково его окружение.

В любом микросоциуме при первой встрече именно по речи определяют, «свой» человек или «чужой», при этом критерии оценки речи говорящего различаются.

Существует такое понятие, как «языковая личность». Это каждый из нас. Развитая, компетентная языковая личность владеет нормами литературного языка, владеет не только разговорным, но и официально-деловым, научным, а иногда и публицистическим стилем речи, а значит, умеет переключаться с одного регистра, т. е. стиля, на другой.

Развитая языковая личность умеет декодировать, т. е. расшифровывать, понимать, тексты разной сложности, извлекать из них не только явную, но и скрытую информацию, за языковыми средствами и тактическими приёмами раскрывать замысел автора. Как правило, чем более человек начитан, тем глубже он понимает текст, видит в нём ту информацию, которая закрыта для непосвященных. Практически любой текст содержит много уровней информации. Глубина постижения текста, т. е. перехода на разные его уровни, зависит от того, насколько развитой как языковая личность человек его читает или воспринимает на слух. Так, например, совсем не просто увидеть в тексте реминисценции и аллюзии. Реминисценции – это обыгрывание известной для данной культурной среды цитаты или текста. При этом подразумевается, что слушающий или читающий понимает эту отсылку, так как автор цитаты не называется: «Служить бы рад, прислуживаться тоже».

Аллюзии – это намёки на какие-то известные факты, исторические события или личности. Не прямое указание, а всего лишь намёк, целью которого является, с одной стороны, желание указать на аналогию между двумя упоминаемыми явлениями, а с другой – желание подчеркнуть, что тот, кто использовал приём аллюзии, и тот, кто смог расшифровать его, – люди одной культуры. Впрочем, аллюзия может использоваться как ирония, и это тоже надо уметь считывать: «Бедные души, или мёртвые родственники».

Кстати, развитым языковым личностям, как правило, очень неуютно живётся в эмиграции, в чужой языковой среде именно потому, что, привыкшие тонко чувствовать все уровни выражаемых языком смыслов, они утрачивают это умение в другой стране. Об этом пи-

сал кинорежиссёр Павел Лунгин, долгое время живший во Франции: «Я не считывал их внутренних кодов, не видел каких-то секретных отношений – зато мог посмотреть на любого русского человека и написать о нём новеллу»<sup>1</sup>. Об этом пишет и современный писатель Александр Генис, живущий в Америке.

Ни для кого не секрет, что многим говорящим трудно правильно построить, озаглавить, структурировать текст, выбрать языковые средства, соответствующие определённой коммуникативной ситуации – официальному или неформальному общению, общению со сверстниками или с представителями старшего поколения, с представителями той же социокультурной группы или другой. В результате у человека могут возникать коммуникативные неудачи. Например, нам хочется рассказать что-то смешное, а никто почему-то не смеётся. Хочется передать сюжет захватывающего фильма, а наши слушатели скучают. Нужно написать научную статью – но непонятно, с чего начать. Нужно заинтересовать людей новыми идеями – не знаешь, как обратиться к незнакомым людям и как сделать это правильно. Все это – проблемы культуры речи, проблемы недостаточной коммуникативной компетенции.

Основной целью курса «Основы деловой и публичной коммуникации» является формирование компетентной языковой личности, речь которой будет удовлетворять основным требованиям, предъявляемым к хорошей речи. Необходимо пробудить у себя желание совершенствовать свою речь. А для этого, прежде всего, нужно развивать языковую рефлексия, т. е. умение слушать самого себя и анализировать собственную речь. Необходимо перейти от механического, бессознательного воспроизводства слов, предложений к сознательной рефлексии над своей речью. Кстати, рефлексия – это размышление о своём внутреннем состоянии, склонность анализировать свои переживания и поступки, а языковая рефлексия – это анализ своей речи.

Этот курс можно назвать корректировочным, так как совершенствование своей речи – это дело всей жизни.

Конечно, одних практических занятий для развития речевой компетенции будет недостаточно. Необходимо, во-первых, приобрести словари и справочники по русскому языку и, во-вторых, прочитать основную и дополнительную литературу по данной дисциплине.

---

<sup>1</sup> И. Свиarenко. Лунгин идёт на обгон. // Story № 9 (105).

## 2. Термин «литературный язык»

Как вы думаете, что такое *литературный язык*?

Как это ни парадоксально звучит, но литературный язык – это не язык художественной литературы. Это даже не язык «литературы» в широком смысле этого слова – юридической, научной, учебной. (Так уж случилось, что внутренняя форма выражения «литературный язык» скорее сбивает с толку, чем направляет!) Литературный язык – это язык, описанный в нормах на всех уровнях. Эти нормы закреплены в словарях, учебниках и справочниках. Литературный язык полифункционален, т. е. находит применение в самых разных сферах общения и для достижения самых разных целей. Этим он отличается от других разновидностей языка, например диалектов. Диалекты, как известно, это разновидности одного языка, существующие только в устной форме. Они опираются только на устную традицию и не подвергаются кодификации – строгому нормированию. Литературный язык может использоваться как в бытовом общении, так и для создания произведений художественной словесности. Он обслуживает деловое, научное общение, используется в средствах массовой информации. Каждая из этих сфер накладывает свой отпечаток на язык. Об этом вы можете подробно прочитать в разделе «Стили речи».

## 3. Норма и речевая стихия

**Нормирование** любого языка – закономерный и необходимый процесс, обеспечивающий понимание разными носителями языка устной и письменной речи. Под литературными нормами понимаются принятые в языковой практике образованных людей правила произношения, употребления слов, использования грамматических и стилистических средств.

Нормы обладают относительной устойчивостью, которая обеспечивает историческую преемственность языка. Задача лингвистов, составителей словарей, справочников – максимально стабилизировать норму. Однако изменения в нормах все равно происходят.

Язык постоянно меняется, причём изменения происходят на всех уровнях – на уровне звуков, на уровне слов, на уровне словосочетаний и предложений. Этот процесс остановить нельзя. Не изме-



няются только мёртвые языки. Об этом очень убедительно писал К.И. Чуковский в книге «Живой, как жизнь»<sup>1</sup>.

Он отмечал, что многое из того, что кажется нам безусловно правильным, могло оцениваться нашими предками как вопиющая безграмотность. В середине XIX в., например, невозможно было сказать *обязательно сделаю*, а только *непреренно сделаю* или же вместо *напрасно* употребить наречие *зря*, которое рассматривалось как признак низкого слога.

Сейчас даже трудно поверить, что слова *бездарность* и *талантливый* показались в ту пору князю Вяземскому низкопробными, уличными. «Бездарность, талантливый, – возмущался князь Вяземский, – новые площадные выражения в нашем литературном языке». Реакция на появление таких слов, как *факт*, *результат*, *ерунда*, *солидарность*, была крайне негативной: «Русская речь терпит немалый урон от такого наплыва вульгарнейших слов». Яков Грот уже в конце 60-х годов XIX в. объявил безобразным новоявленное слово *вдохновлять*. В середине XIX в. старики требовали, чтобы вместо слова *научный* говорили только *учёный*: учёная книга, учёный трактат. Слово *научный* казалось им недопустимой вульгарностью.

«Осуждая современную речь, – пишет К.И. Чуковский, – многие поборники её чистоты любят призывать молодёжь:

- Назад к Пушкину!

Как некогда их отцы призывали:

- Назад к Карамзину!

И их деды:

- Назад к Ломоносову!

Эти призывы никогда не бывали услышаны».

«Одни ... слова отмирают, другие рождаются, третьи из областных и жаргонных становятся литературными, четвёртые из литературных уходят в просторечие, пятые произносятся совсем по-другому, чем произносились лет сорок назад, шестые требуют других падежей, чем это было, скажем, при Жуковском и Пушкине», – отмечает К.И. Чуковский.

Как справедливо заметил профессор В.И. Максимов<sup>2</sup>, «в индивидуальных отклонениях в речи заложены истоки языковых изменений. Поэтому говорят, что язык творит речь и сам творится в речи». Что здесь подразумевается под отклонениями в речи? Отклонения в речи

---

<sup>1</sup> К.И. Чуковский «Живой, как жизнь»// М., «Время», 2014.

<sup>2</sup> В.И.Максимов. Русский язык и культура речи. Учебник// М., Юрайт, 2013.

– это речевые ошибки, которые по какой-либо причине подхватываются носителями языка. Распространение их становится настолько широким, что со временем лингвисты просто не могут не зафиксировать в словарях и справочниках былую ошибку как новую норму.

Прежде чем стать нормой, любое языковое явление проходит процесс нормализации, т. е. изучается, исследуется, приводится в систему. Процессы нормирования тесно связаны с понятием кодификации.

**Кодификация** – это закрепление нормы в словарях, справочниках и учебных пособиях.

В языке выделяются обязательные нормы, требующие неукоснительного соблюдения, и необязательные, факультативные. По степени обязательности различают императивные и диспозитивные нормы.

Императивные нормы являются строго обязательными, их нарушение трактуется как слабое владения языком. К нарушениям императивных норм относят: неправильную постановку ударения, неверное произношение, нарушение правил склонения, синтаксической сочетаемости слов, ошибочное использование слов.

Диспозитивные нормы предполагают существование вариантов, один из которых выбирается в соответствии с ситуацией.

В целом понятие нормы распространяется на все уровни языка. Выделяют следующие типы языковых норм:

- лексические – обеспечивают правильность выбора слова;
- акцентные – предусматривают правильную постановку ударения;
- орфографические – закрепляют единообразие передачи речи на письме;
- морфологические – правила словоизменения и словообразования, описываемые в грамматиках;
- синтаксические – регламентируют правильное построение грамматических конструкций.

Морфологические и синтаксические нормы включаются в число грамматических норм.

#### **4. Коммуникативные барьеры в общении**

**Общение и общество** в русском языке – однокоренные слова, соответствующие латинские корни в европейских языках соотносятся точно так же. Все эти слова восходят к слову *общий*. При общении

многое у людей должно быть общим: необходимость и заинтересованность в получении информации, тема разговора и, наконец, язык. Однако, даже если люди говорят на одном национальном языке, они могут друг друга не понимать. Каковы же причины отсутствия понимания между людьми?

Прежде чем рассуждать о коммуникативных качествах речи, необходимо понять, что любое общение – это прежде всего речевое воздействие на человека. Цели речевого воздействия могут быть самые разные. Человек, умеющий добиваться этих целей, т. е. умеющий общаться эффективно и бесконфликтно, обладает коммуникативной грамотностью.

Речевое воздействие может быть вербальным и невербальным. *Вербальные сигналы* – это слова (от лат. *verbum* – слово). При вербальном воздействии важно, в какой речевой форме выражается мысль. *Невербальное воздействие* – это использование несловесных средств, таких, как жесты, мимика, внешность говорящего. Функции вербальных и невербальных сигналов в общении совпадают, передавая как намеренную, так и ненамеренную информацию собеседнику, сознательно и бессознательно воздействуя на него. Правильно построенное вербальное и невербальное речевое воздействие обеспечивает эффективность общения.

Важным теоретическим разграничением в науке о речевом воздействии является разграничение речевого воздействия и манипулирования.

*Речевое воздействие* – это воздействие на человека при помощи речи с целью убедить его сознательно принять определённую точку зрения, осмысленно принять решение о каком-либо действии, передаче информации и т.д.

*Манипулирование* – это воздействие на человека с целью побудить его сделать что-либо неосознанно или вопреки собственному желанию, мнению, первоначальному намерению.

Для того чтобы наше речевое воздействие было эффективным, важно знать правила и приёмы речевого воздействия на человека. Прежде всего необходимо понимать, что во время общения происходит кодирование и декодирование информации.

*Кодирование* – это оформление мыслей в словесную форму, а *декодирование* – это обратный процесс, то есть перевод вербальной и невербальной формы речи в мысленную. В процессе кодирования и декодирования возможны ошибки: мы можем плохо выразить нашу

мысль и можем неправильно понять сказанное нам. Таким образом, нужно понимать, что в процессе общения между говорящими могут вставать коммуникативные барьеры, которые являются причиной отсутствия адекватного понимания сказанного.

**Коммуникативные барьеры** – это типичные трудности, возникающие в процессе общения людей в связи с действием тех или иных объективных или субъективных причин.

Коммуникативные барьеры могут быть связаны со многими факторами. Они могут быть социальными, культурными, ролевыми, психологическими, когнитивными. Поговорим об этих барьерах подробнее.

Социальные коммуникативные барьеры обусловлены несовпадением социального статуса общающихся: различный возраст, различия в социальном и имущественном положении, гендерные различия, различия в жизненных целях и потребностях влияют на адекватность восприятия и декодирования полученной информации.

Одним из наиболее ярких барьеров в межкультурном общении является **этноцентризм** – восприятие и интерпретация поведения других через призму своей культуры, использование стандартов своей группы для оценки других групп. Ведь всем известно, что всем людям свойственно считать нормы и ценности своей культуры правильными, естественными и универсальными.

Ролевые барьеры связаны с тем, что человек не может сменить роль при изменении ситуации общения: начальник ведёт себя в личной жизни так же, как на работе.

Психологические барьеры обусловлены психологическими и психическими особенностями общающихся. Разный возраст, разный уровень образования, разный интеллект, разный жизненный опыт общающихся – всё это является причиной возникновения коммуникативных барьеров.

Когнитивные барьеры связаны с наличием определённых мыслительных стереотипов в сознании человека. Стереотипы, т. е. упрощённые образы какого-либо явления, определяют восприятие и интерпретацию фактов теми или иными группами людей. Они бывают личностными и групповыми. Наблюдения показывают, что личностные стереотипы могут стать очень жёсткими убеждениями и вообще не давать человеку возможности изменить свой взгляд на вещи, объективно оценивать ситуацию. При этом групповые, или социальные, стереотипы могут быть менее жёсткими.

Существуют и чисто языковые барьеры в общении, когда собеседники говорят как бы на разных языках, когда уровень владения языком у них очень сильно различается. Одни и те же слова могут по-разному пониматься общающимися. Так, например, представители разных профессий или разных поколений могут по-разному интерпретировать одни и те же слова. Кто-то из общающихся может не знать значения научных или профессиональных терминов, а также жаргонизмов, диалектизмов, иноязычных слов.

Всё сказанное выше подводит нас к однозначному выводу: в любой ситуации надо прежде всего правильно оценить адресата общения и правильно выстроить своё речевое поведение именно в данной ситуации, именно с данным адресатом.

## 5. Выбор слова

Выбор слова в условиях устной речи занимает доли секунды, однако учесть в это короткое время надо очень многое. Во-первых, нужно знать точное значение слова. Во-вторых, важно учитывать его коннотацию, т. е. возможную стилистическую или эмоциональную окраску. И наконец, в-третьих, необходимо учитывать лексическую и семантическую сочетаемость слова. Поговорим подробнее об этих трёх составляющих процесса выбора слова.

К сожалению, не все любят заглядывать в толковые словари, будучи уверенными, что правильно понимают значение того или иного слова. А между тем опыт показывает, что мы далеко не всегда употребляем слова в их правильном значении. Слыша слово в речи, мы нередко приписываем ему неправильное или неточное значение. Возьмём, например, предложение: «Художник написал репродукцию картины», где под *репродукцией* говорящий понимал копию картины. Или другой пример: многие современные россияне олигархом считают любого очень богатого человека, в то время как олигархи – это те немногие, которые находятся у власти (и, естественно, очень богаты). Такой вывод позволяет сделать анализ корней этого греческого слова.

Многие наши современники путают слова *патронаж* и *патронат*, *радикальный* и *кардинальный*, *цивильный* и *цивилизованный*. Список ошибок в словоупотреблении можно продолжать очень долго. Чтобы не допускать подобных ошибок, необходимо сверяться с толковыми словарями. Какие словари можно порекомендовать? Самы-

ми известными являются «Словарь русского языка» С.И. Ожегова<sup>1</sup> и «Иллюстрированный толковый словарь иностранных слов» Л.П. Крысина<sup>2</sup>.

Здесь надо заметить: даже высокообразованный человек не обязан знать абсолютно все слова. Он может не знать узкоспециальную, профессиональную лексику или научные термины. Это необходимо учитывать и по возможности либо не использовать такую лексику в разговорах с непрофессионалами, либо обязательно давать ей дополнительное толкование.

В любом языке существуют многозначные слова, и русский язык не исключение. Чтобы у адресатов нашей речи не возникало недопонимания, необходимо это учитывать. Что означает слово *прослушали* в предложении: «Вашу лекцию мы прослушали»? Лекцию выслушали внимательно или пропустили мимо ушей? Или ещё предложение: «Его переизбрали на выборах». Его выбрали на новый срок или заменили кем-то другим?

Причиной неправильного выбора слова может быть смешение паронимов. Паронимы – это однокоренные слова, имеющие разные приставки или суффиксы. Наши современники часто путают слова *роспись* и *подпись*, *представить* и *предоставить*, *рекламирование* и *рекламация*. Чтобы правильно употреблять паронимы, необходимо сверяться со специальными словарями паронимов.

Иногда люди намеренно употребляют слово в неточном значении. В этом случае мы имеем дело с эвфемизмами. **Эвфемизмы** – это слова, смягчающие негативный смысл высказывания. Вместо *брать взятки* люди говорят *благодарить*, вместо *толстый* – *представительный*, вместо *глупый* – *наивный*. Во многих жизненных ситуациях эвфемизмы бывают предпочтительнее, чем точные слова. Так, в одном объявлении люди, посещающие поликлинику, были названы *больными*. А между тем предпочтительнее было бы использовать слово *пациент*. Надо заметить, что использование эвфемизмов вместо прямолинейной лексики стало очень распространённым в последние десятилетия. В английском языке в конце XX века появилось такое слово, как политкорректность. Политическая корректность языка выражается в стремлении найти новые способы языкового выражения взамен тех, которые задевают чувства и достоинство человека, ущем-

---

<sup>1</sup> С.И.Ожегов. Словарь русского языка.// М., АСТ, «Мир и образование», 2016.

<sup>2</sup> Л.П.Крысин. Иллюстрированный толковый словарь иностранных слов»// Российская академия наук. ЭКСМО, 2008.

ляют его человеческие права, являются бестактными и прямолинейными. И, конечно же, основное средство соблюдения правил политкорректности - использование эвфемизмов.

Причиной неточности в речи могут быть **ассоциативные ошибки** – смешение слов, обозначающих смежные, близкие понятия. В предложениях «Мы подняли тост», «Опять подорожали цены на товары» допущены ассоциативные ошибки: поднимают бокал, а тост произносят; товары дорожают, а цены растут.

Хочется обратить ваше внимание на то, что определения ассоциативных ошибок и метонимии почти не отличаются. Можно сказать, что ассоциативная ошибка – это ещё не ставшая нормой метонимия в данных словосочетаниях. Возможно, через несколько десятилетий данные ошибочные сочетания слов могут стать нормативными, ведь метонимия является одним из механизмов изменения значения слова в языке. Приведем один из ярких примеров перехода ассоциативной ошибки в нормативное словосочетание. В конце XX в. словосочетание *успешный человек* ещё определялось как ассоциативная ошибка, успешным могло быть какое-то дело, предприятие, но не человек. Сейчас, в XXI в., это словосочетание стало настолько распространенным, что уже никем не воспринимается как ошибка.

Когда мы используем слово, мы должны знать не только его точное значение, но и его эмоциональную окраску, так как слова, имеющие негативную эмоциональную окраску, могут обидеть адресата нашей речи. Сравните пары слов, в которых одно – нейтральное, а второе – негативно окрашенное: *собрание* – *сборище*, *помощник* – *приспешник*, *нарисовать* – *намалевать*.

Слова в русском языке могут быть и стилистически окрашенными. В толковых словарях это отражено в специальных пометах. Большинство русских слов являются нейтральными с точки зрения их стилистической закреплённости, они употребляются в любом стиле речи. А есть слова, жёстко закреплённые за тем или иным функциональным стилем. Стилистической ошибкой является употребление стилистически окрашенного слова в чуждом ему контексте. Нельзя, например, официальный приказ начать следующим образом: «Наши женщины хорошо поработали ...», а в обыденной, разговорной речи сказать так: «Мы с супругом пришли к соглашению...». Одна женщина в интервью журналисту рассказывала о том, почему она купила в банке золотые монеты. Весь диалог был выдержан в рамках

официального общения, так как звучал в СМИ. Более того, женщина использовала терминологическую лексику, такую, как *высокая валидность, инфляционные ожидания* и т.п. В заключение она добавила: «Когда *припрёт*, я их продам». Слово *припрёт* относится к сниженно-разговорному стилю и не может быть использовано в официальной речи, женщина допустила стилистическую ошибку.

Интересно отметить, что и эмоциональная, и стилистическая окраска слов может существенно меняться от эпохи к эпохе. Это необходимо учитывать и при общении с людьми разного возраста, и во время чтения текстов, авторы которых жили в другую эпоху. Так, например, в конце XX в. поменялась эмоциональная окраска слов *брутальный, амбициозный, буржуазный*. В советское время они имели негативную коннотацию, в сегодняшней России – позитивную. Стилистическая окраска поменялась и у слов *пафосный, домогательство, благоверный, богадельня*.

## 6. Многословие

Один из серьёзных речевых недостатков - многословие. Во фразе «Спортсмены прибыли на международные соревнования, для того чтобы принять участие в соревнованиях, в которых будут участвовать не только наши, но и зарубежные спортсмены» трижды говорится об одном и том же.

Разновидностью многословия является и употребление ненужных слов в предложениях: «а я *такая* говорю», «а он *такой* отвечает»; «она как бы защитила диссертацию». Ненужные вставки: *грубо говоря, короче, на самом деле, блин* - цепляются к нам, как вирус, от них не так-то легко избавиться.

Разновидностью многословия является и плеоназм. О нём вы уже читали в Разделе 1. Этот термин переводится с греческого языка как «речевое излишество». Слова в таких словосочетаниях, как *вернулся обратно, упал вниз, бесполезно пропадает*, дублируют значение друг друга.

Разновидностью плеоназма является тавтология. Тавтология может быть явной или скрытой. Явная тавтология – это использование однокоренных слов в одном предложении: *спросить вопрос, умножить во много раз, возобновить вновь*. Скрытая тавтология – это дублирование смысла иноязычного слова: *короткий брифинг, саммит на высшем уровне, внутренний интерьер*.



## 7. Речевая недостаточность

Речевая недостаточность – это пропуск слова в предложении, ведущий к трем типам ошибок - абсурдности высказывания, подмене понятия и алогизму:

- 1) абсурдность высказывания - *Дети до 6 лет проходят в цирк на руках.*
- 2) Подмена понятия - *Пациенты, не посещавшие амбулаторию в течение 5 лет, выкладываются в архив.*
- 3) Алогизм: *Сравним показатели первой таблицы со второй.*

## 8. Речевой этикет

Прежде чем говорить о том, что такое этикет и каковы его требования, необходимо ответить на следующие важные вопросы: как соотносятся между собой нормы нравственности и правила этикета? Можно ли утверждать, что смысл этих понятий один и тот же?

Отвечая на поставленные выше вопросы, скажем: нормы нравственности и этикет – это не одно и то же. Они соотносятся между собой так же, как понятия внутренней и внешней культуры. С нашей точки зрения, внутренняя культура – это соблюдение императивов нравственности, а внешняя – владение установленными правилами поведения. Нормы нравственности пришли к нам из глубокой древности: не делай зла другому человеку, будь честным и милосердным, уважай честь и достоинство другого человека – поступай с другими так, как ты хотел бы, чтобы поступали с тобой. Внешняя культура предполагает знание правил этикета, владение языковыми нормами на всех уровнях, а также владение навыками корректного слушания, знание правил ведения спора или дискуссии.

Без соблюдения норм невозможны политические, экономические, культурные и семейные отношения. В то же время обязательность соблюдения этих норм, как мы все это наблюдаем в окружающей нас действительности, носит двоякий характер. С одной стороны, воспитанные люди понимают, что мы не можем существовать, не считаясь друг с другом, не налагая на себя определенных ограничений, не уважая достоинства окружающих нас людей. С другой стороны, эти нормы не носят обязательного характера, так как не регулируются законом. Работнице метрополитена, не соблюдающей пра-

вил речевого этикета и позволяющей себе делать объявление следующим образом: «На поезд посадки нет. Отойдите от края платформы!» - никто не сделает даже замечания, не говоря уже о предполагаемой более серьёзной ответственности. А между тем в соответствии с правилами речевого этикета она должна была всего лишь вставить в объявление слово *пожалуйста*. К сожалению, мы очень часто сталкиваемся и с более серьёзными случаями нарушения правил речевого этикета не только на улице, но и в стенах государственных учреждений и в средствах массовой информации.

Перейдём к описанию правил речевого этикета.

Этикет – слово французского происхождения, означающее манеру поведения. К нему относятся правила учтивости и вежливости, принятые в обществе.

Небольшая справка о происхождении этого слова: на дворцовых приемах у французского короля Людовика XIV гостям вручались карточки с написанными на них правилами поведения. От названия карточки – «этикетка» – и пошло слово этикет.

С древних времен люди оказывают друг другу почтение посредством приветствий. Нормативными в официальной обстановке являются следующие приветствия: «Здравствуйте», «Доброе утро», «Добрый день» и т.п. Их следует произносить отчетливо (не «здрасьте»), с правильной интонацией. В неофициальной обстановке, с друзьями и ровесниками вполне естественно использовать «Привет!». Спрашивать «Как дела?» можно только ровесников или младших по возрасту в неофициальной обстановке. Недопустимо так приветствовать, например, преподавателя в университете, вашего начальника в офисе или просто человека, который намного старше вас и с которым вас связывают только официальные отношения.

Хотя общепринятым этикетом предусмотрено, что первым здоровается мужчина с женщиной, младший по возрасту со старшим, нижестоящий по должности с вышестоящим, не следует дожидаться, пока с вами поздоровается младший по возрасту или занимаемому положению человек. Лучше поприветствовать собеседника первым.

В момент приветствия во рту не должно быть сигареты, нельзя держать руку в кармане. Большое значение имеет манера держаться. На человека, с которым здороваешься, следует смотреть прямо, с улыбкой. Неблагоприятное впечатление производит человек, который, протягивая правую руку для приветствия, левую держит в кармане, смотрит в сторону, вниз или продолжает разговаривать с дру-

гим человеком. Такая невежливость не располагает к продолжению общения.

Приветствие может сопровождаться рукопожатием, и, хотя это не относится к речевому этикету, мы считаем необходимым ознакомить вас с некоторыми правилами. Так, следует иметь в виду, что, когда мужчину представляют женщине, первой руку предлагает женщина. Тот же приоритет принадлежит более пожилым или старшим по иерархии людям: старшая по возрасту женщина протягивает первой руку младшей, женщина – мужчине, руководитель – подчиненному.

Если, войдя в комнату, где находится несколько человек, вы хотите обменяться рукопожатием с одним из них, по этикету следует обязательно протянуть руку и всем остальным.

В мусульманских странах принятое у нас и на Западе рукопожатие при встрече или представлении мужчины и женщины неуместно. Ислам не приемлет даже простого соприкосновения лиц разного пола, если они не связаны кровными узами. В то же время естественным считается взаимный поцелуй или касание щеками у мужчин. Не принято обмениваться рукопожатиями и у народов Юго-Восточной Азии.

Теперь поговорим о том, как обращаться к собеседнику. Существуют вполне определенные правила речевого этикета, которые касаются обращения к собеседнику. Обращение на «вы» свидетельствует о культуре того, кто обращается, подчеркивает уважение к партнеру или коллеге. Хорошо воспитанный человек всегда пользуется этой вежливой формой обращения, независимо от того, с кем беседует: будь то его непосредственный начальник или подчиненный, человек значительно старше его или моложе. Обращение на «ты» в деловой обстановке нежелательно. Оно допустимо лишь тогда, когда может быть взаимным либо обусловлено неформальными отношениями.

В официальной обстановке, если в разговоре принимают участие несколько лиц, русский речевой этикет рекомендует даже с хорошо знакомым человеком, с которым установлены дружеские отношения и обиходно-бытовое обращение на «ты», перейти на «вы».

Исключение составляют некоторые передачи по телевидению, когда между известным телеведущим и не менее известным политиком, ученым, государственным деятелем ведется разговор на общественно значимую тему и ведущий сообщает аудитории, что они с собеседником связаны давней дружбой, что для них привычнее об-

ращаться друг к другу на «ты». Переход на «ты» снижает официальность, разговор приобретает непринужденный характер. Но это лишь популярный прием на телевидении, и его нужно воспринимать как редкое исключение из правила.

К деловым партнерам, которые хорошо знакомы, а также к своим коллегам предпочтительно обращаться по имени и отчеству. Более того, в официальной обстановке люди, связанные родственными отношениями, тоже должны обращаться друг к другу на «вы» и по имени и отчеству.

Как обращаться к незнакомым людям? В сегодняшней России нет устоявшейся формы обращения к незнакомым людям. Слова *девушка, гражданка, сударыня, молодой человек, сударь* в случае делового общения не пригодны. Поэтому мы часто обращаемся к незнакомому человеку безлично: «Извините...», «Позвольте...», «Будьте добры...».

Важным элементом вежливости является представление. Этикетом предусмотрены определенные нормы, указывающие, когда и как необходимо представлять и быть представленным, и ими не следует пренебрегать.

Правила предписывают представлять младшего по возрасту старшему, низшего по иерархии – высшему, мужчину – женщине, более молодую женщину – старшей.

Лучше употреблять простые фразы типа: «Это Иван Петрович, мой коллега», «Представляю вам Анну», «Разрешите представить вам...».

Называть имена надо разборчиво и достаточно громко, чтобы людям не пришлось переспрашивать. Если же вам представляют кого-то, а вы не расслышали имя, не будет ничего плохого, если вы переспросите. В противном случае может возникнуть неловкость из-за того, что вы не сможете обратиться к человеку, которого вам только что представили. При официальном знакомстве нужно называть фамилию, а иногда и должность. Человек, которому кого-то представляют, назвав свое имя, добавляет: «Очень приятно», «Весьма рад знакомству» или «Рад с Вами познакомиться».

Если возникла необходимость быть представленным, а вокруг нет никого, кто мог бы вам в этом помочь, то следует просто подать руку и четко назвать себя. Для этого используют следующие выражения: «Разрешите с вами познакомиться!», «Позвольте с вами позна-

комиться!», «Разрешите представиться!», «Позвольте представиться!»

После знакомства разговор, как правило, начинает старший по возрасту или по положению.

На банкете, если кто-то подходит к столу, чтобы поздороваться или поговорить с вами, вы должны представить его остальным. Не стоит этого делать, если вы собираетесь отойти и разговаривать с подошедшим в стороне.

Если вы предложили подошедшему присоединиться к вашему разговору и при этом забыли познакомить его с присутствующими, он сам может попросить об этом. На многолюдных банкетах, например на официальных приемах, принимающий гостей не в состоянии всех представить друг другу. В таком случае гости сами знакомятся между собой или общаются со знакомыми.

Человек, который знакомит двух людей, должен сам назвать представляемых. Нельзя подвести их друг к другу и сказать: «Познакомьтесь», обязывая их самих назвать себя. Это невежливо.

После представления новые знакомые обмениваются приветствиями и в большинстве случаев рукопожатиями. Первым руку подает тот, кому представляется новый знакомый. Подавать руку следует в последний момент, идти с протянутой рукой или обмениваться рукопожатием через стол не принято.

Неотъемлемой частью представления является и обмен визитными карточками.

Азбучной истиной во взаимоотношениях между людьми является необходимость использования таких слов, как *пожалуйста* и *спасибо*. Мы знаем об этом с детства, с первых шагов, а между тем, придерживая дверь при входе в метро, мы почти никогда не слышим этих слов в ответ на наши действия.

### ***Речевой этикет во взаимоотношениях начальника и подчинённого***

Каждый из вас в будущем станет начальником или подчинённым, поэтому знание правил речевого этикета в этом дискурсе тоже необходимо.

Правило первое: если вы новый начальник, то должны представиться своим подчиненным сами, а краткие характеристики сотрудникам должен дать ваш заместитель.

Правило второе: когда руководитель входит в отдел, он всегда здоровается первым.

Правило третье: в деловых разговорах руководителя с подчиненными должна соблюдаться служебная субординация, однако при этом всем участникам таких разговоров необходимо соблюдать вежливость.

Нередко мы сталкиваемся с тем, что руководитель, чтобы подчеркнуть свою занятость, не отрывает взгляда от бумаг и не поднимает головы при появлении посетителя. Вошедший – будь то руководитель рангом ниже или рядовой работник – должен с первой минуты, как переступит порог, почувствовать, что он воспринят не в качестве неодушевленного предмета, а как человек, заслуживающий уважения.

Правило четвёртое: как бы руководитель ни был занят, он должен извиниться за задержку разговора. Беседуя с подчиненным, необходимо быть предельно внимательным к нему. Нужно до минимума свести телефонный разговор, который неожиданно может возникнуть, или диалог с третьим лицом, вторгшимся во время встречи.

Следует помнить, что любое проявление категоричности суждений, раздражительность в разговоре с подчиненным противоречат этике деловых взаимоотношений.

Правило пятое: не нужно перебивать подчиненного, отчитывать с порога, не выслушав его объяснений по тому или иному вопросу, прерывать репликами, в которых в той или иной степени проявляется высокомерие.

Каждому старшему по должности сотруднику очень часто приходится давать оценку труда подчиненных. Некоторые руководители считают, что их обязанность – отмечать только ошибки и просчеты в их работе. Между тем именно положительная оценка оказывает благоприятное воздействие на настроение, а следовательно, и на работу сотрудников.

Служебный речевой этикет предполагает, кроме того, соблюдение следующих правил: не следует давать отрицательную оценку действиям подчиненного в его отсутствие, а также не всегда уместно делать это в присутствии третьих лиц.

## **Контрольные вопросы и задания к главе 2**

1. Какие выводы можно сделать о человеке, слушая его речь?

2. Какие качества определяют компетентную языковую личность?
3. Что означают слова «глубина постижения текста»?
4. Что такое аллюзии и реминисценции?
5. Что такое языковая рефлексия и почему её необходимо развивать?
6. Что такое литературный язык?
7. Что такое кодификация языка?
8. Почему нормы языка обладают лишь относительной устойчивостью?
9. Почему происходит изменение языковой нормы?
10. Можно ли остановить процесс изменения норм языка?
11. Что такое императивные и диспозитивные нормы?
12. Каковы причины возникновения коммуникативных барьеров в общении людей?
13. Каким по форме может быть речевое воздействие на человека?
14. Чем речевое воздействие отличается от манипулирования?
15. Что такое кодирование и декодирование?
16. Каковы причины неправильного выбора слова?
17. В каких случаях имеет место сознательный неправильный выбор слова?
18. Что такое ассоциативная ошибка в речи?
19. Почему при выборе слова необходимо учитывать его эмоциональную или стилистическую окраску?
20. Что такое многословие и какие типы ошибок включает в себя это понятие?
21. Что такое речевая недостаточность и какие типы ошибок включает в себя это понятие?
22. Как соотносятся между собой понятия «этикет» и «внутренняя культура»?
23. Почему обязательность соблюдения норм этикета носит двоякий характер?
24. Каковы правила речевого этикета для приветствия?
25. Каковы правила речевого этикета для представления?
26. Каковы правила речевого этикета для общения, в том числе делового?
27. Каковы правила речевого этикета во взаимоотношениях начальника и подчинённого?

## **Темы для публичных выступлений и презентаций**

1. Коммуникативная компетентность.
2. Невербальная коммуникация.
3. Техники активного слушания.
4. Коммуникативный барьер – причина возникновения конфликта.
5. Основные принципы делового этикета.
6. «Эту книгу я советую всем прочитать».
7. Коммуникативные барьеры в общении в нашем университете.
8. Языковой паспорт говорящего.
9. Особенности служебно-делового общения.
10. Язык и мужкультурная коммуникация.

## **Выскажите ваше мнение!**

1. Умение эффективно и бесконфликтно общаться с людьми – это природный талант или результат обучения?
2. Имидж – это попытка обмануть окружающих или коммуникативная необходимость для человека?
3. Почему в интернет-общении крайне низкий уровень культуры общения?



## ГЛАВА 3

# ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ СТИЛИ СОВРЕМЕННОГО РУССКОГО ЯЗЫКА. ЯЗЫК ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

---

### 1. Стилистическое многообразие русского языка

Речь – это связное целое, и каждое слово в ней, любая конструкция должны быть *стилистически* оправданы.

Что же такое *стиль*?

**Стиль** – это выбор языковых средств, связанный с определенной сферой общественной деятельности, целью речевого общения и составом его носителей.

Слово *стиль* происходит от греческого слова *stylos*, что означает «игла для письма», которой писали на доске, покрытой воском. Со временем стилем стали называть почерк, манеру письма, совокупность приемов использования языковых средств.

Еще в античных пособиях по красноречию, например в «Риторике» Аристотеля<sup>1</sup>, большое внимание уделялось стилю. По мнению философа, он «должен подходить к предмету речи»; о важных вещах следует говорить серьезно, подбирая слова и выражения, которые придадут речи возвышенное звучание (*высокая лексика*). О пустяках же не говорится торжественно, в этом случае используются слова шуточные, презрительные (т.е. *сниженная лексика*). На противопоставление «высоких» и «низких» слов указывал и М.В. Ломоносов<sup>2</sup>. В середине XVIII в. М.В. Ломоносов создал знаменитую «теорию трех штилей». Согласно этой теории каждому жанру соответствует свой стиль: *высокий, посредственный и низкий*. В середине XIX в. о трех типах речи говорил А.Х. Востоков<sup>3</sup>.

Речь, по мнению Востокова, бывает по выбору слов, в нее входящих:

- 1) важная, или благородная, называемая книжным языком;
- 2) простонародная, иначе называемая просторечием;
- 3) обыкновенная речь, или язык разговорный.

Современный русский язык обладает неисчерпаемыми возможностями для выражения мыслей, развития разнообразных тем, создания произведений любых жанров. Однако использовать языковые ресурсы нужно умело, учитывая речевую ситуацию, цели и содержание высказывания, его адресность. Как непохожи, например, по стилю частное дружеское письмо и заявление на имя начальника! Одна и та же информация получает разное языковое выражение. Ср.:

#### **Пример 1**

##### **Официальная ситуация**

«Прошу Вас разрешить досрочную сдачу экзамена ввиду необходимости отъезда на родину по семейным обстоятельствам»

#### **Пример 2**

##### **Неофициальная ситуация**

«Хочу пораньше сдать экзамен, так как надо ехать скорее домой... Людка-то, сестра, замуж выходит... В апреле, говорят, свадьба»

<sup>1</sup> греческий  
<sup>2</sup> 5) – русс

<sup>3</sup> Александр Христофорович Востоков (1781–1864) – русский филолог, академик Петербургской академии наук.

## В официальном документе

(пример 1) преобладает книжная лексика и клише официально-делового стиля речи: *Прошу Вас разрешить, ввиду необходимости отъезда, по семейным обстоятельствам.* В частном дружеском письме использованы слова и выражения разговорного стиля: *скорее, домой, Людка-то, говорят* и др.

Такой отбор лексических средств социально обусловлен: взаимоотношения автора и адресата текстов различны.

В устной речи мы также подбираем языковые средства с учетом условий общения. Чтобы показать, насколько их выбор зависит от обстановки и собеседников, представим себе, что мужчина спрашивает своего друга, как он провел вечер дома. В ответ он слышит:

Осуществив возвращение домой со службы, я проделал определенную работу по сниманию шляпы, плаща, ботинок, переодеванию в спортивный костюм и шлепанцы и усаживанию с газетой в кресло. Жена в этот период времени претворяла в жизнь ряд мероприятий, направленных на чистку картофеля, варку мяса, подметание пола и мойку посуды. По истечении некоторого времени она стала громко поднимать вопрос о недопустимости моего неучастия в проводимых ею мероприятиях. На это с моей стороны было сделано категорическое заявление о нежелании слушания претензий по данному вопросу ввиду осуществления мною в настоящий момент, после окончания трудового дня, своего законного права на заслуженный отдых. Однако жена не сделала соответствующих выводов и не прекратила своих безответственных высказываний, в которых, в частности, отразила такой момент, как отсутствие у меня целого ряда положительных качеств, как-то: совести, порядочности, стыда и прочее. Как в ходе своего выступления, так и по окончании его жена занималась присвоением мне наименований различных животных, находящихся в личном пользовании фермеров (...).

После дачи взаимных заверений по неповторению подобных явлений нами было приступлено к употреблению в пищу ужина, уже имевшего в результате остывания пониженную температуру и утратившего свои вкусовые качества.

Вот так у нас порой еще допускается порча хорошего настроения.

Ненормальность такого ответа (если только за ним не скрывается нарочитая шутка) совершенно очевидна, хотя он и правилен с точки

зрения как содержания, так и норм литературного языка. Такое построение фраз уместно в официальном отчете, деловом письме, но не в беседе с другом, где бытовая ситуация требует простого, обыденного ответа, оформленного в разговорном стиле.

Итак, обращение к языковым средствам, имеющим определенную стилевую принадлежность должно быть обоснованным.

## 2. Функциональные стили речи (общая характеристика)

Как было сказано выше, наша речь в официальной обстановке (чтение лекций, выступление на научной конференции или на деловом совещании) отличается от той, которая используется в неофициальной обстановке (разговор за праздничным столом, дружеская беседа, диалог с родственниками).

В зависимости от целей и задач, которые ставятся и решаются в процессе общения, происходит отбор языковых средств. В результате создаются разновидности единого литературного языка, называемые **функциональными стилями**.

Под функциональными стилями понимают исторически сложившиеся и социально закрепленные системы речевых средств, используемых в той или иной сфере общения или сфере профессиональной деятельности.

В современном русском литературном языке выделяются **книжные функциональные стили**: ① научный, ② официально-деловой, ③ публицистический, ④ литературно-художественный, которые выступают преимущественно в письменной речи, и **разговорный**, которому свойственна главным образом устная форма речи.

Каждый из пяти стилей имеет ряд специфических речевых характеристик.

В сфере научной деятельности (при написании научных статей, курсовых и дипломных работ, монографий и диссертаций) принято использовать научный стиль, главными свойствами которого являются употребление научной терминологии, четкость и логичность изложения, а также отсутствие выражения эмоций.

**Официально-деловой стиль** служит для передачи информации в сфере управления. Официально-деловой стиль используется в заявлениях, доверенностях, деловых письмах, приказах и законах. Для него даже в большей степени, чем для научного стиля, важны четкость и

неэмоциональность изложения. Еще одно важное свойство официально-делового стиля – стандартность. Люди, составляющие заявления, приказы или законы, обязаны следовать традиции и писать так, как писали до них, так, как это принято.

Еще один книжный стиль литературного языка – **публицистический**. Он используется в тех случаях, когда необходимо не просто передать информацию, но и определенным образом воздействовать на мысли или чувства людей, заинтересовать их или в чем-либо убедить. Публицистический стиль – это стиль информационных или аналитических передач по телевидению и радио, стиль газет, стиль выступлений на собраниях. В отличие от научного и официально-делового для публицистического стиля характерны выразительность и эмоциональность.

Всем книжным стилям противопоставлен, как было сказано выше, **разговорный стиль**. Это стиль, который используется при неофициальном бытовом, повседневном общении между людьми в заранее не подготовленной устной речи. Поэтому его характерные черты – это неполнота выражения и эмоциональность.

Особым образом соотносится со всеми перечисленными стилями стиль **художественной литературы**. Поскольку литература отражает все сферы жизни человека, она может использовать средства любых стилей литературного языка, а при необходимости не только их, но и диалекты, жаргоны и просторечие. Основная функция языка художественной литературы – эстетическая.

Главной чертой стилистики художественной речи становится поиск специфики художественного текста, творческое самовыражение художника слова.

Итак, мы кратко представили пять стилей литературного русского языка: научный, официально-деловой, публицистический, разговорный и стиль художественной литературы. Смещение стилей, употребление одного вместо другого не так безобидно, как может показаться на первый взгляд. Приведем только один пример. Вот как прозвучала бы известная всем сказка, пересказанная в официально-деловом стиле.

## КОРНЕПЛОД РЕПА

*(сказка «Репка» в официально-деловом стиле)*

Мужчиной преклонного возраста ввиду отсутствия продуктов питания было организовано товарищество с ограниченной ответст-

венностью, далее именуемое ТОО, по выращиванию корнеплода, в быту известным под названием репа. В ТОО вошли: гражданка, состоящая с мужчиной преклонного возраста в официальном браке, их потомок женского пола во втором поколении; малолетняя, условно именуемая Внучкой; четвероногое млекопитающее семейства волчьих, известное под именем Жучка; четвероногое млекопитающее семейства кошачьих и лицо неопределенного социального положения, временно проживающее в подвале, именуемое Мышкой.

Попытка старейшего члена ТОО по извлечению корнеплода из земли не увенчалась успехом, после чего к делу была привлечена его жена, попытка работы которой в ТОО также была неудачной. Оказавшись в безвыходной ситуации, лица, состоящие в браке, призвали к ответственности Внучку, и привлекли ее как члена ТОО к выполнению задания...

*(Автор – студент I курса  
факультета экономической безопасности)*

Пересказывая сказку, автор очень точно использовал основные признаки официально-делового стиля: лексические (*корнеплод, гражданка, лицо, семейство*), морфологические (*ввиду, состоящая в браке, млекопитающее семейства волчьих*) синтаксические (*после чего к делу была привлечена его жена*).

### **3. Жанры функциональных стилей речи**

Функциональные стили речи реализуются в различных жанрах.

1. *Научный*: учебники по специальности, монография, научная статья, аннотация, реферат, конспект, тезисы, курсовая работа, лекция, дипломная работа.

2. *Официально-деловой*: документы, деловые письма, отчеты, приказы, распоряжения, договоры, указы, деловые беседы.

3. *Публицистический*: парламентское выступление, репортажи, интервью, очерк, фельетон, дискуссионное выступление, информационная заметка.

4. *Художественный*: роман, повесть, рассказ, новелла, эссе, стихотворение, поэма, баллада.

5. *Разговорный*: беседы в семье, выяснение отношений, обсуждение планов, дружеское общение, анекдот.

Ниже в сводной таблице дано описание 5-ти стилей речи.

Таблица 1

## Функциональные стили современного русского языка

№	Функциональный стиль	Сфера общения	Жанры стилей	Основная форма речи
1.	Научный	научная деятельность	учебники по специальности, монография, научная статья, аннотация, реферат, конспект, тезисы, курсовая работа, лекция, дипломная работа, диссертация, доклад	письменная
2.	Официально-деловой	общение граждан с учреждениям	документы, деловые письма, отчеты, приказы, распоряжения, договоры, указы, деловые беседы	письменная
3.	Публицистический	идеология, политика, агитационно-массовая деятельность	парламентское выступление, репортажи, интервью, очерк, фельетон, дискуссионное выступление, информационная заметка	письменная и устная
4.	Литературно-художественный	словесно-художественное творчество	роман, повесть, рассказ, новелла, эссе, стихотворение, поэма, баллада	письменная
5.	Разговорный	общение людей в быту	беседы в семье, выяснение отношений, обсуждение планов, дружеское общение, анекдот	устная

### 4. Типы лексики.

#### Закрепленность лексики за стилями речи

В современном русском языке выделяют лексику 1) книжную, 2) разговорную, 3) просторечную.

**Книжная лексика** используется, например, в научной литературе: *функция, дестабилизация, инфляция, равновесие, организация, предпосылки* и мн. др.

**Разговорная** лексика используется в бытовом общении (дома, на работе с друзьями, в неофициальной обстановке). Разговорные слова

нельзя употребить в беседе с человеком, с которым мы связаны официальными отношениями, или в официальной обстановке: *подружка, пятиэтажка, читалка, зачетка*.

**Просторечная** лексика (и ее разновидность – **сниженная**) обычно присутствует в речи малокультурных, малограмотных людей в сугубо бытовом общении: *разгильдяй, пустомеля, башковитый*.

Современные толковые словари часто дают стилистические пометы к словам, например: *книжн.* (книжное слово), *разг.* (разговорное), *презр.* (презрительное), *уничиж.* (уничижительное) и др. Конечно, разговаривая, мы не можем каждый раз заглядывать в толковые словари или справочники, уточняя стилистическую помету к тому или иному слову, но как носители русского языка мы должны чувствовать и знать, какое именно слово нужно употребить в определенной ситуации.

Тот или иной тип лексики закреплен за определенным стилем речи.

**Разговорная лексика** представляет преимущественно **разговорный стиль** речи. Она не нарушает общепринятых норм литературной речи, хотя ей свойственна известная свобода в выборе средств. Например, вместо выражений *промокательная бумага, читальный зал, сушильный аппарат* часто употребляют слова *промокашка, читалка, сушилка* (вполне допустимые в разговорной речи, они неуместны при официальном, деловом общении).

**Просторечная лексика** (а тем более **сниженная**) не принадлежит ни к одному из стилей литературного языка. Просторечные слова употребляются обычно в целях грубоватой характеристики явлений и предметов. Например: *братва, обжора, барахло* и др. (В официально-деловом общении подобные слова недопустимы, а в обиходно-разговорной речи их следует избегать.)

Разговорная лексика противопоставлена **книжной**. Книжная лексика закреплена за **научным, газетно-публицистическим и официально-деловым** стилями, представленными обычно в письменной форме.

Сфера распространения книжных слов неодинакова. Наряду со словами, общими для научного, газетно-публицистического и официально-делового стилей, в книжной лексике есть и такие, которые закреплены только за каким-нибудь одним стилем и составляют их специфику. Например, терминологическая лексика употребляется главным образом в **научном стиле**. Ее назначение состоит в том, чтобы дать точное и ясное представление о научных понятиях (на-



пример, технические термины: *биметалл, центрифуга, стабилизатор*; медицинские термины: *рентген, ангина, диабет*, лингвистические термины: *морфема, суффикс, флексия*; экономические термины: *бартер, менеджмент, маркетинг, лизинг*).

Для **публицистического стиля** характерны отвлеченные слова с общественно-политическим значением: *гуманность, прогресс, народность, гласность, миролюбивый*.

В **официально-деловом стиле**, т.е. в официальной переписке, правительственных актах, речах, употребляется лексика, отражающая официально-деловые отношения: *пленум, сессия, решение, постановление, резолюция*. Особую группу в составе официально-деловой лексики образуют канцеляризмы – слова и обороты, часто встречающиеся в тех или иных жанрах: *заслушать доклад, зачитать решение, препроводить документы, входящий номер*.

Закрепленность слов за определенным стилем речи объясняется тем, что в значение многих слов помимо основного (предметного) содержания входит и **стилистическая окраска**. Если сопоставить следующие синонимические пары слов: *нехватка – дефицит, переделка – преобразование, растратить – растратить*, то нетрудно заметить, что эти синонимы отличаются друг от друга не по смыслу, а только своей стилистической окраской. Первые слова каждой пары употребляются в разговорно-обиходной, а вторые – в научно-публицистической, официально-деловой речи.

Следует также отметить, что не все слова распределяются между различными стилями речи. В русском языке имеется большая группа слов, употребляемых во всех стилях без исключения и характерных как для устной, так и для письменной форм речи. Такие слова образуют фон, на котором выделяется стилистически закрепленная лексика. Их называют **стилистически нейтральными**: *вода, дом, зеленый, идти, телевизор, много*.

## **5. Официально-деловой стиль речи (общая характеристика)**

Официально-деловой стиль – это стиль, который обслуживает правовую и административно-общественную сферы деятельности. Он используется при написании документов, деловых бумаг и писем в государственных учреждениях, суде, а также в разных видах делового устного общения.

Среди книжных стилей официально-деловой стиль выделяется относительной устойчивостью и замкнутостью. С течением времени он, естественно, подвергается некоторым изменениям, но многие его черты: исторически сложившиеся жанры, специфическая лексика, морфология, синтаксические обороты – остались прежними.

Для официально-делового стиля характерны сухость (отсутствие эмоционально окрашенных слов) компактность изложения, опора на стандарт.

В официальных бумагах набор используемых языковых средств заранее задан. Самая яркая черта официально-делового стиля – это языковые штампы, или так называемые клише (франц. *cliche*; ^). От документа не ждут, чтобы в нем проявилась индивидуальность его автора, наоборот, чем более клиширован документ, тем удобнее им пользоваться (примеры клише см. ниже)

**Официально-деловой стиль** – это стиль документов разных жанров: международных договоров, государственных актов, юридических законов, постановлений, уставов, инструкций, служебной переписки, деловых бумаг и т.д. Но, несмотря на различия в содержании и разнообразии жанров, официально-деловой стиль в целом характеризуется общими и самыми важными чертами. К ним относятся:

- 1) точность, исключающая возможность инотолкований;
- 2) краткость;
- 3) опора на языковой стандарт.

Эти черты находят свое выражение а) в отборе языковых средств (лексических, морфологических и синтаксических); б) в оформлении деловых документов.

Рассмотрим особенности лексики, морфологии и синтаксиса официально-делового стиля.

### **Лексические признаки официально-делового стиля речи**

Лексическая (словарная) система официально-делового стиля, кроме общекнижных и нейтральных слов, включает:

1) **языковые штампы (канцеляризмы, клише)**: *ставить вопрос, на основании решения, входящие-исходящие документы, контроль за исполнением возложить, по истечении срока.*

2) **профессиональную терминологию**: *недоимка, алиби, черный нал, теневой бизнес;*

3) **архаизмы**: *оным удостоверяю, сей документ.*

В официально-деловом стиле недопустимо употребление многозначных слов, а также слов в переносных значениях, а синонимы употребляются крайне редко и, как правило, принадлежат одному стилю: *снабжение = поставка = обеспечение, платежеспособность = кредитоспособность, износ = амортизация, ассигнование = субсидирование* и др.

4) Официально-деловая речь отражает не индивидуальный, а социальный опыт, вследствие чего ее лексика **предельно обобщена**. В официальном документе предпочтение отдается **родовым понятиям**, например: прибыть (вместо *приехать, прилететь, прийти* и т.д.), транспортное средство (вместо *автобус, самолет, машина* и т.д.), населенный пункт (вместо *деревня, город, село* и т.д.) и др.

### **Морфологические признаки официально-делового стиля речи**

К морфологическим признакам данного стиля относится многократное (частотное) использование определенных частей речи (и их типов). В их числе следующие:

1) существительные – названия людей по признаку, обусловленному действием (*налогоплательщик, арендатор, свидетель*);

2) существительные, обозначающие должности и звания в форме мужского рода (*сержант Петрова, инспектор Иванова*);

3) отглагольные существительные (*лишение, несоблюдение, возмещение*);

4) производные предлоги (*в связи, за счет, в силу, по мере, в отношении, на основании*);

5) инфинитивные конструкции: (*провести осмотр, оказать помощь*);

6) глаголы в настоящем времени (*за неуплату взимается штраф...*).

7) сложные слова, образованные от двух и более основ (*квартиросъемщик, работодатель, материально-технический, ремонтно-эксплуатационный, вышеуказанный, нижепоименованный* и т.п.).

Использование указанных форм объясняется стремлением делового языка к точности передачи смысла и однозначности толкования.

### **Синтаксические признаки официально-делового стиля речи**

К синтаксическим признакам официально-делового стиля относятся:

1) употребление простых предложений с однородными членами, причем ряды этих однородных членов могут быть весьма распространенными (до 8–10), например: *... штрафы в качестве меры административного взыскания могут устанавливаться в соответствии с законодательством России за нарушение правил техники безопасности и охраны труда в промышленности, строительстве, на транспорте и в сельском хозяйстве;*

2) наличие пассивных конструкций (*платежи вносятся в указанное время*);

3) нанизывание родительного падежа, т.е. употребление цепочки имен существительных в родительном падеже: (*результаты деятельности органов налоговой полиции...*);

4) преобладание сложных предложений, в особенности сложно-подчиненных: *При наличии спора о размерах причитающихся уволенному работнику сумм администрация обязана уплатить указанное в настоящей статье возмещение в том случае, если спор решен в пользу работника.*

## 6. «Вирius канцелярита»

Одна из ярких и стилеобразующих черт официально-делового стиля – использование канцеляризов.

**Канцеляризы** – это характерные для официально-деловых документов слова и обороты. Например: *Вопрос решен положительно, Срок кредита продлен, в связи с отъездом на родину по семейным обстоятельствам* и др. Канцеляризы необходимы в официально-деловом стиле. Они сокращают время на подготовку документов, обеспечивают их единообразие и исключают неточности трактовки. Однако в других стилях речи – разговорной, художественной, публицистической – канцеляризы неуместны.

Нередко человек, приобщившийся к деловой речи, переносит ее стереотипы в другие области общения. Например, *одним из элементов содержания дорог в зимний период является процесс своевременной их очистки от снежных покровов.* (Вместо: *Зимой необходимо очищать дороги от снега.*)

Считается несолидным, на важном производственном совещании сказать: *Мы решили больше не пытаться*. Нет, непременно скажут: *Мы приняли решение прекратить всяческие попытки...* Или: *Одним из элементов содержания дорог в зимний период является процесс своевременной их очистки от снежных покровов* вместо: *Зимой необходимо очищать дороги от снега*.

Однажды известный детский писатель К.И. Чуковский наблюдал такую картину: чиновник подошел на улице к маленькому плачущему ребенку и спросил его: «*Ты по какому вопросу плачешь?*»

Этот казенный слог К.И. Чуковский назвал словом **канцелярит** и считал его болезнью, «вирусом».

Образец «вируса К.» мы встречаем в романе Салтыкова-Щедрина «История одного города». Новый градоначальник прибывает в г. Глупов. Он пишет письмо своему другу о том, что в городе нет никаких законов.

«Прибыл я в город Глупов, – писал он: – и хотя увидел жителей, предместником моим в тучное состояние приведенных, но в законах встретил столь великое оскудение, что обыватели даже различия никакого между законом и естеством не полагают. И тако, без явного светильника, в претемной ночи бродят».

Градоначальник хотел написать закон, но не смог, так как в городе Глупове не было закона, разрешающего писать законы!

Наконец он не выдержал. В одну темную ночь, когда не только будочники, но и собаки спали, он вышел крадучись на улицу и во множестве разбросал листочки, на которых был написан первый, сочиненный им для Глупова, закон.

#### ***Устав о добропорядочном пирогов печении.***

«1. Всякий да печет по праздникам пироги, не возбраняя себе таковое печение и в будни.

2. Начинку всякий да употребляет по состоянию. Тако: поймав в реке рыбу – класть; изрубив мясо – класть; изрубив капусту – тоже класть. Люди неимущие да кладут требуху.

2. Делать пироги из грязи, глины и строительных материалов навсегда возбраняется».

Вне сомнения, градоначальник был болен «вирусом канцелярита».

- В нашей речи мы должны избегать канцелярита, псевдоученых фраз:

- Идентичное решение приняли ученики 2 «Б» класса.

- Маша конфиденциально рассказала об этом своей подруге.
- Новый сезон открыл хорошие перспективы для эволюции в области спортивной работы.
- Мы делегировали студента нашей группы купить учебники.
- До какого часа функционирует буфет?

## 7. Заявление

### Общая характеристика заявления

**Заявление** – это документ, содержащий просьбу, предложение или жалобу какого-либо лица, адресованный организации или должностному лицу учреждения.

Состав заявления:

1. Наименование адресата (кому) – пишется вверху, справа.
2. Имя, отчество и фамилия подавшего заявление (чье, кого с предлогом «от» или без него).
3. Должность или адрес автора – если заявление пишется на имя сотрудника той же организации, в которой работает автор заявления, то последний должен указать свою должность. Если заявление адресовано в чужую организацию, то подающий заявление указывает свой домашний адрес.
4. Слово ЗАЯВЛЕНИЕ – пишется в середине листа большими (заглавными) буквами, но не с заглавной буквы (не: Заявление). После слова ЗАЯВЛЕНИЕ точка не ставится.

**Внимание!** Вся заголовочная часть: кому–кого–что (ЗАЯВЛЕНИЕ) – представляет собой единую конструкцию, поэтому ни точка, ни запятая после наименования адресата и сведений об авторе не ставятся.

5. Текст заявления – содержит точное изложение просьбы, предложения или жалобы и опись прилагаемых документов, если в этом есть необходимость.

6. Подпись заявителя – ставится внизу справа.

7. Дата подачи заявления – должна быть проставлена ниже подписи и слева.

**Внимание!** Подпись должна быть разборчивой, а не сложной и витиеватой.

Число и год пишутся *цифрами*, а месяц обозначается *словами* (10 октября 2017 г.).

В заявлении недопустимы слова *с уважением, уважаемому* и подобные.

### Типичные языковые конструкции заявления

1. Для выражения причины в заявлении используются конструкции с производными предлогами:

<i>ввиду (чего?)</i>	<i><u>Ввиду</u> срочного отъезда из города...</i>
<i>в силу (чего?)</i>	<i><u>В силу</u> отсутствия средств...</i>
<i>вследствие</i>	<i><u>Вследствие</u> изменения расписания...</i>
<i>за неимением (чего?)</i>	<i><u>За неимением</u> средств на покупку аппаратуры...</i>
<i>по причине (чего?)</i>	<i><u>По причине</u> болезни...</i>
<i>согласно (чему?)</i>	<i><u>Согласно</u> утвержденному плану...</i>
<i>в связи с (чем?)</i>	<i><u>В связи</u> с отсутствием...</i>

В конструкции с предлогом *согласно* нормой является употребление дательного падежа: *согласно (чему?) – согласно приказу, согласно договору, согласно расписанию*. Ошибочным является использование родительного падежа, т.е. *\*согласно расписания, плана* и т.д.

2. Для того чтобы стиль заявления был кратким, необходимо уметь выразить мысль с помощью простого предложения, например:

<b>Сложное предложение</b>	<b>Простое предложение</b>
<i><b>В связи с тем что</b> я должен срочно уехать в командировку ...</i>	<i>В связи со срочным отъездом в командировку ...</i>
<i><b>Вследствие того что</b> я переехал на новую квартиру ...</i>	<i>Вследствие переезда на новую квартиру ...</i>
<i><b>Так как</b> я долго отсутствовал ...</i>	<i>В связи с долгим отсутствием ...</i>

3. В заявлении следует указывать точные и конкретные данные, например: *предоставить академический отпуск с 01 декабря 2017 г. сроком на 1 год; принять на работу с 15 февраля 2017 г.; справка из поликлиники № 164 г. Москвы прилагается*.

### Образцы заявлений

Президенту  
фирмы «Сокол»  
г-ну Широкову А.Н.  
Варнавского А.В.,  
проживающего по адресу:  
103009,  
Москва, ул. Горького, д. 3/1,  
кв. 245, тел.: 107-28-32

### **ЗАЯВЛЕНИЕ**

Прошу Вас принять меня на работу в фирму «Сокол» с 01 декабря 2017 г. на должность бухгалтера расчетной части.

*(подпись)*

12 ноября 2017 г.

Декану  
факультета «Менеджмент»  
Орловской Н.П.  
студентки II курса  
группы ФМ2-1  
Ивановой Г.Н.

### **ЗАЯВЛЕНИЕ**

Прошу Вас разрешить мне перевод на вечернее отделение II курса по специальности «Финансы» в связи с устройством на работу в филиал банка «Восток» на должность технического секретаря и невозможностью продолжать учебу в дневное время.

*(подпись)*

15 ноября 2017 г.

## **8. Резюме**

### **Общая характеристика резюме**



**Резюме** (фр. resume) – 1) это краткое изложение сути написанного, сказанного или прочитанного; 2) – это вид деловой бумаги, в которой кратко излагаются необходимые для нанимателя сведения о том, кто претендует на вакантную должность.

Прежде чем пройти собеседование, каждый кандидат на вакантную должность должен прислать резюме, т.е. краткую информацию о себе, актуальную для данного места работы, или CV (от лат. curriculum vitae – «жизнеописание»). Хорошо составленное резюме должно давать полное представление о трудовом опыте соискателя, его образовании и деловых качествах, чтобы потенциальный работодатель мог судить о его квалификации. От четкости составления резюме и информации, заложенной в нем, во многом зависят шансы быть принятым на работу.

### **Четыре принципа составления резюме**

#### ***Краткость***

Не следует много писать о собственных заслугах, углубляться в историю приобретения Вами навыков работы, рассказывать об этапах своего собственного становления. Важно сформировать информацию так, чтобы она смогла уместиться на одном листе формата А4. Не стоит бояться остаться незамеченным. Наоборот, можно «перегрузить» человека сведениями о себе.

Специалист отдела кадров будет обращать внимание прежде всего на важную информацию. Если же объем Вашего документа получится будет составлять 3-4 страницы, есть реальная опасность, что он просто не дочитает его до конца и отложит его в сторону.

#### ***Конкретность***

При составлении резюме важно точно и правильно указать все необходимые даты и наименования организаций, которые имеют значение. Если Вы не надеетесь на свою память, лучше брать информацию из оригинальных источников. Все сведения должны быть актуальны.

#### ***Правдивость***

Не стоит сочинять и изобретать навыки, приписывать себе какие-либо неоконченные курсы и рассказывать о тех достижениях, которые не существовали в реальности. Руководствоваться следует одним простым правилом: «Все тайное рано или поздно становится явным». Даже если Вам удастся произвести хорошее впечатление на

первой встрече, впоследствии результат может оказаться отрицательным.

*Помните!* Сотрудник кадрового агентства или непосредственно отдела кадров оставляет за собой право проверить любую указанную Вами информацию и даже сделать несколько подтверждающих звонков.

### ***Избирательность***

Составляя резюме, направленное на «завоевание» конкретной должности, не стоит перечислять все свои достижения. К примеру, если Вам интересна вакансия экономиста, а в прошлом Вы закончили кулинарные курсы или освоили наращивание ногтей, то акцентировать на этом внимание не нужно. Более того, даже если Вам приходилось писать научные статьи во время учебы, а будущая вакансия требует навыков сантехника, потенциальному работодателю такая информация будет попросту не интересна.

## **Как правильно составить резюме: оформление и структура**

### ***Оформление***

- Слово «резюме» не пишем.
- Работая в программе Word, обязательно выбираем шрифт Times New Roman. Он считается самым удобным и приятным для восприятия.
- Цвет шрифта выбираем черный. Это позволит не отвлекаться и сконцентрироваться на самой информации.
- Устанавливаем размер шрифта, равный 12 кеглям. В самой верхней части листа обязательно указываем ФИО, набираем 14 кеглем. Это дает возможность акцентировать внимание именно на личных данных и поможет лучше запомнить их.
- Поля выстраиваем следующим образом: верхнее – 2 см, нижнее — 2 , правое — 2 , левое — 1 см.
- Межстрочный интервал лучше всего установить одинарным. Это позволит разместить больше сведений на одном листе и не нарушит структуру самого документа.

•Если возникнет необходимость что-то выделить особо или сделать акцент на той или иной информации, то лучше всего выделить ее полужирным шрифтом, не прибегая к подчеркиваниям или курсиву. При таком способе шрифтовых выделений текст будет смотреться органично и станет легким для восприятия.

•Формируя свою «визитную карточку», не стоит использовать рамки и различные символы. Это деловой документ, и к его оформлению необходимо подходить серьезно.

•Излагая информацию о себе, не нужно делать отступления от намеченного плана, писать следует деловым языком.

На последнем этапе подготовки стоит еще раз перечитать получившееся резюме и проверить его на предмет грамматических и орфографических ошибок. Помните, что можно разочаровать своего потенциального работодателя с чтения им первых строк Вашего резюме, если оно будет с ошибками.

Резюме составляется по следующей форме:

1. Фамилия, имя, отчество; адрес и телефон (домашний и служебный).
2. Личные данные: гражданство; дата и место рождения, семейное положение; если есть дети, указать дату их рождения.
3. Цель написания резюме: т.е. должность, которую хочет получить соискатель.
4. Образование (перечень начинается с указания последнего учебного заведения, которое закончил соискатель, далее перечисление идет в *обратном* хронологическом порядке).
5. Опыт работы (где и кем работал, также в *обратном* хронологическом порядке).
6. Профессиональные навыки (знание иностранных языков, владение компьютером и др.).
7. Личные качества (например: *ответственна, коммуникабельна, доброжелательна*).
8. Увлечения (например: *увлекаюсь нумизматикой*).
9. Дата составления.

**Внимание! Еще раз напоминаем!** Слово «резюме» писать не принято, заглавием документа являются фамилия, имя, отчество его автора, выделенные шрифтом.

*Образец резюме*

ПЕТРОВА Елена Ивановна

---

<b>Личные данные:</b>	<p>25 сентября 1998 г.</p> <p>г. Мытищи Московской обл.</p> <p>Не замужем.</p> <p>Гражданка РФ.</p> <p>125130 Москва, ул. Мясницкая, д. 41, корп. 2, кв. 22.</p> <p>Домашний тел.: (495)582-22-64.</p> <p>Мобильный тел.: 8-903-146-69-97.</p> <p>e-mail: alito @ bk.ru</p>
<b>Цель:</b>	Получение должности менеджера по рекламе.
<b>Образование:</b>	<p>С 2015 г. по наст. время – Финансовый университет (Финуниверситет) при Правительстве РФ; факультет «Международные экономические отношения»; специальность: «Мировая экономика».</p> <p>2008–2010 гг. – курсы английского языка «English first» г. Москвы.</p> <p>2000–2010 гг. – специальная (с углубленным изучением английского языка) школа № 23 ЮЗАО г. Москвы.</p>
<b>Профессиональные навыки:</b>	Свободное владение английским и немецким языками, знание ПК и пакета программ Microsoft Office.
<b>Личные качества:</b>	Общительна, доброжелательна, ответственна, инициативна.
<b>Увлечения:</b>	Баскетбол.

25 сентября 2017 г.

### **Контрольные вопросы и задания к главе 3**

1. Каково происхождение слова «стиль»?
2. На какие типы можно разделить лексику русского языка?
3. Что такое нейтральная лексика?
4. Что такое функциональный стиль? Расскажите о функциональных стилях в современном русском языке.
5. Какие сферы деятельности обслуживает официально-деловой стиль?
6. Каковы общие черты официально-делового стиля?

7. Перечислите лексические признаки официально-делового стиля.

8. Назовите морфологические и синтаксические признаки официально-делового стиля.

9. Назовите основные жанры официально-делового стиля.

10. Какие признаки официально-делового стиля проявляются в заявлении?

11. Сравните три данных ниже отрывка на тему «Гроза». Определите стиль каждого из отрывков. Обоснуйте свой ответ.

①

Гроза – атмосферное явление, заключающееся в электрических разрядах между так называемыми кучево-дождевыми (грозовыми) облаками или между облаками и земной поверхностью, а также находящимися над ней предметами. Эти разряды – молнии – сопровождаются осадками в виде ливня, иногда с градом и сильным ветром (иногда до шквала). Гроза наблюдается в жаркую погоду при бурной конденсации водяного пара над перегретой сушей, а также в холодных воздушных массах, движущихся на более теплую подстилающую поверхность.

②

...Ты не поверишь, какая гроза прошла вчера над нами! Я человек не робкого десятка, и то испугался насмерть.

Сначала все было тихо, нормально, я уже собирался было лечь спать да вдруг как сверкнет молния, как бабахнет гром! И с такой силой, что весь наш дом задрожал. Я уже подумал, не разломалось ли небо над нами на куски! В придачу ко всему наша безобидная речушка вздулась, распухла и ну заливать все вокруг. А рядом, что называется – рукой подать, загорелась школа. Все повысыпали из изб, толкутся, орут, скотина ревет – вот страсти какие! здорово я перепугался в тот час, да, слава Богу, все скоро кончилось.

③

Между далью и правым горизонтом мигнула молния, и так ярко, что осветила часть степи и место, где ясное небо граничило с чернотой. Страшная туча надвигалась не спеша, сплошной массой, на ее краю висели большие, черные лохмотья; точно такие же лохмотья, давя друг друга, громоздились на правом и на левом горизонте. Этот оборванный, разлохмаченный вид тучи придавал ей какое-то пьяное, озорническое выражение. Явственно и не глухо проворчал гром. Его-

рушка перекрестился и стал быстро надевать пальто. (...)

Вдруг рванул ветер и со свистом понесся по степи, беспорядочно закружился и поднял с травой такой шум, что из-за него не было слышно ни грома, ни скрипа колес. Он дул с черной тучи, неся с собой облака пыли и запах дождя и мокрой земли. Лунный свет затуманился, стал как будто грязнее, звезды еще больше нахмурились, и видно было, как по краю дороги спешили куда-то назад облака и их тени (...)

Чернота на небе раскрыла рот и дыхнула белым огнем; тотчас же опять загремел гром (...)

### **Темы для публичных выступлений и презентаций**

1. История дипломатического подстиля.
2. Особенности языка законов на фоне общих стилевых признаков официально-делового стиля речи.
3. Стилистическое многообразие современного русского языка.

### **Выскажите ваше мнение!**

1. Как вы понимаете приведенные ниже строки? Докажите, что слово, речь – показатель общей культуры человека, его интеллекта.

*Умен ты или глуп,  
Велик ты или мал,  
Не знаем, пока  
Ты слова не сказал.*

(Персидский поэт и мыслитель XIII в. Саади)

2. Каждый год 31 декабря Президент РФ обращается с поздравлением к нашему народу. Как вы думаете, в каком стиле должно быть выдержано это обращение?

3. Влияет ли профессия человека на его речь?

- изложите сюжет выбранного вами кинофильма от лица:
- писателя, сочиняющего сценарий фильма;
- милиционера, составляющего протокол;
- тележурналиста в репортаже;
- вашего сокурсника.

Используйте разные стилистические средства.

## **ГЛАВА 4**

# **СОБЕСЕДОВАНИЕ ПРИ ПРИЕМЕ НА РАБОТУ**

---

### **1. Что такое собеседование при приеме на работу?**

Достойным завершением первого этапа процесса поиска работы является приглашение на собеседование. По мнению HR-менеджеров, которые часто проводят собеседование, приглашение на интервью при приеме на работу – это 75% успеха.

Как пройти собеседование? Как вести себя? Что говорить на собеседовании? Все эти вопросы очень волнуют претендентов на рабочее место, и знание ответов на них - одно из условий Вашего трудоустройства. Прежде чем ответить на них, рассмотрим, что же представляет из себя собеседование с работодателем.

Собеседование при приеме на работу - это выяснение опыта претендента, а также знакомство с его личностными качествами.

Даже если у Вас есть большой опыт поиска работы, помните, что к каждому новому собеседованию необходимо заранее готовиться.

Как правило, более ответственно относятся к собеседованию наиболее квалифицированные специалисты, вполне обоснованно претендующие на самую хорошую работу. Нередко чем ниже планка специалиста, тем хуже он подготовлен к собеседованию. Поэтому каждый раз, получив приглашение на собеседование, обязательно воспользуйтесь приведенными ниже советами.

Собеседование при приеме на работу нужно рассматривать как переговоры о потенциальном сотрудничестве. Выстраивая партнерские отношения с руководителем во время собеседования, важно помнить следующее:

- преподнесите себя как сформировавшуюся личность, осознающую свою ценность и индивидуальность (это повысит Ваши шансы на успех),

- проще принимайте отказ, так как он в данном случае будет следствием несовпадения взглядов, что никак не может принизить Вашего достоинства.

Любое собеседование – это стрессовая ситуация, поэтому Вам будет легче добиться успеха, если Вы:

- настойчивы;
- стрессоустойчивы;
- доброжелательны;
- обаятельны;
- аккуратны;
- пунктуальны;
- ответственны;
- гибки (умеете быстро приспосабливаться к ситуации);
- инициативны;

В настоящее время существует индивидуальное и групповое собеседование.

Индивидуальным называется такое собеседование, при котором во встрече участвуют только руководитель и соискатель. Во время такого собеседования рассматривается резюме соискателя и на основании указанных данных строится разговор.

На групповое собеседование собираются сразу несколько претендентов, и специалист, призванный целенаправленно заниматься отбором персонала, работает со всей аудиторией. Наиболее часто та-



кой способ собеседования используется при приеме специалистов на должность менеджера по продажам или торгового представителя.

По уровню сложности и этапам прохождения самой процедуры собеседования можно выделить два основных типа: полиступенчатое и моноступенчатое.

Полиступенчатое собеседование применяется в больших организациях, где любая из вакансий является основной и к кандидату, претендующему на нее, предъявляются особые требования. Чтобы получить положительное решение, он должен пройти несколько этапов. В их числе:

Беседа по телефону. Вам предложат ответить на несколько основных вопросов в телефонном режиме. Это позволит выявить Ваш общий уровень соответствия должности и назначить время и дату встречи.

Составление резюме. В резюме нужно предоставить информацию, касающуюся личных данных; описать учебные заведения, которые были Вами окончены; места прежней работы. Кроме того, следует перечислить качества, которыми вы обладаете, и объяснить, почему претендуете именно на эту должность.

Тестирование. На этом этапе необходимо выполнить несколько заданий или ответить менеджеру по кадрам на специально разработанные вопросы. Например, Вам могут предложить перевести текст, если вакансия предполагает применение иностранного языка, или проявить грамотность в компьютерной программе, если такие навыки являются основными в занимаемой должности.

Основное собеседование. Во время этого этапа специалист может поинтересоваться, почему Вы уволились с предыдущего места работы; комфортен ли для Вас рабочий график, предлагаемый на данной должности; есть ли возможность ездить в командировки. Менеджер по кадрам может задать также ряд вопросов, касающихся непосредственно самой технологии работы и ее специфики.

Встреча с непосредственным руководителем назначается по результатам пройденных этапов. При этом специалист линейного уровня проводит оценку соискателя, прибегая к собственным методам, близким непосредственно его отделу, и принимает окончательное решение.

Беседа с главным руководством - завершающий этап, который необходим в основном для знакомства, так как мнение о Вашей кан-

дидатуре уже сформировано на основании данных, представленных по завершении предыдущего этапа руководителем линейного уровня.

Моноступенчатое собеседование применяется в организации, которая имеет небольшой штат сотрудников и ограниченные мощности. К примеру, на предприятие, где трудятся 20-30 человек, требуется бухгалтер или секретарь. Вакансия открыта, и Вам назначают время встречи. Скорее всего, она будет проходить в режиме диалога, и по ее результатам уже будет вынесено решение.

## **2. Поведение соискателя на собеседовании**

*Помните, что основа отношения собеседника к собеседнику закладывается в первые 15 секунд их общения. Первое впечатление о человеке на 38% зависит от звучания его голоса, на 55% - от визуальных ощущений (языка жестов) и лишь на 7% - от вербального восприятия.*

На собеседовании необходимо придерживаться следующих рекомендаций:

- Придя в офис, постарайтесь быть со всеми вежливыми и терпеливыми.
- Добросовестно заполняйте все анкеты и формуляры, которые Вам предложат.
- Представьте в начале собеседования. Поинтересуйтесь, как зовут собеседника.
- Держите зрительный контакт.
- Внимательно выслушивайте вопросы, не перебивая собеседника.
- Если Вы не уверены, что хорошо поняли вопрос, не стесняйтесь уточнить ("Правильно ли я понял, что...").
- Избегайте многословия, отвечайте по существу.
- Будьте объективны и правдивы, но не слишком откровенничайте.
- Столкнувшись с необходимостью дать негативную информацию о себе, не отрицайте фактов, которые соответствуют истине, но обязательно старайтесь сбалансировать их положительной информацией.
- Держитесь с достоинством (старайтесь не производить впечатление неудачника или бедствующего человека), однако при этом воздержитесь от вызывающей манеры поведения.

- Если Вам предоставится возможность задать вопросы, обязательно задайте (2-3 вопроса).

- Задавая вопросы, в первую очередь поинтересуйтесь содержанием работы и ее условиями .

- Избегайте на первом этапе собеседования задавать вопросы об оплате труда.

- Обязательно уточните, как Вы узнаете о результате собеседования, постарайтесь обговорить право позвонить самому.

- Завершая собеседование, не забудьте об обычных правилах вежливости.

Готовясь к новому собеседованию, имейте в виду: многие и вопросов, задаваемые работодателем, стандартны во всех организациях (например: о месте Вашей учебы, о прежнем месте работы и причинах увольнения и др.). К ним Вам не нужно будет готовиться каждый раз заново. Но, безусловно, есть и вопросы, определяемые, определяемые спецификой конкретной работы и места. Ее Вы должны учесть!

*И еще несколько советов, которые помогут пройти собеседование.*

- Готовясь к собеседованию, продумайте, как Вы будете одеты. Внешний вид человека и его манера держаться имеют очень большое значение и практически определяют первое впечатление о нем.

- Если Вы идете на собеседование в финансовое учреждение, выберите консервативно-деловую форму одежды.

- Если Вы собираетесь на интервью в строительную организацию или дизайнерскую фирму, можете позволить себе одежду более свободного стиля.

- Постарайтесь узнать заранее, принят ли в фирме деловой или более свободный стиль одежды, но в любом случае на интервью лучше одеться более официально.

- Если в этой фирме появление на работе в джинсах считается в порядке вещей, Вы сможете себе это позволить, когда начнете работать, на интервью же в свитере и джинсах приходить не стоит.

- В любом случае Вы должны выглядеть опрятно и аккуратно.

- Женщине лучше всего надеть на собеседование строгий костюм или достаточно консервативное платье, не впадая в крайности при выборе длины юбки, расцветки и украшений. Не следует пользоваться резкими духами или одеколоном, а также яркой косметикой.

- Заранее удостоверьтесь, что Вы знаете, как проехать к зданию фирмы и где припарковать машину. Выйдите из дома заблаговременно.

- Приходите на 15 минут раньше назначенного времени. Этим Вы покажете, что уважаете проводящего собеседование и цените его время. Если Вы все же опаздываете, постарайтесь перезвонить и предупредить о задержке.

- Помните, что при выборе из нескольких кандидатов, обладающих одинаковой квалификацией, решающую роль сыграет ваше умение произвести благоприятное впечатление.

- Хорошенько выспитесь перед тем, как идти на интервью. Невыспавшиеся люди никогда не производят хорошего впечатления. Постарайтесь лечь спать в обычное время, не раньше и не позже.

- Если Вас кому-либо представят, приложите все усилия, чтобы правильно услышать и запомнить имя этого человека. Если Вы сразу сможете обратиться к собеседнику по имени, это произведет благоприятное впечатление. Переспрашивание же обнаружит излишнюю нервозность.

- Важно выяснить продолжительность интервью и придерживаться оговоренного времени. Это поможет правильно распределить время между ответами и вопросами, определить степень подробности ответов.

- Будьте вежливы и доброжелательны со всеми, кого Вы встретите в офисе. Не забудьте улыбнуться, входя в кабинет интервьюера.

- Не забывайте о том, как важен язык жестов. Не меньшее значение имеет и Ваше рукопожатие: рука должна быть сухой и теплой; рукопожатие - уверенным, но не слишком сильным. Следите за своей осанкой, старайтесь смотреть в глаза собеседника. Не доводите, однако, ничего до крайности.

- Не забудьте взять с собой на интервью как можно больше документов, подтверждающих Вашу квалификацию, образование и дополнительные знания.

- Если Вам предложат заполнить какие-нибудь формы, лучше взять их с собой и вернуть в кратчайший срок. Работая с ними дома, потренируйтесь на черновике. Помните, что все имеет значение: и грамотность, и отсутствие помарок, и почерк, и четкость формулировок.

### **3. Поведение соискателя после собеседования**

Вам предложили дождаться ответа, пообещав позвонить. Если ожидание, на ваш взгляд, затянулось, не стесняйтесь самостоятельно связаться с фирмой. Возможно, вы получите отказ (убедившись в этом, вы сможете сосредоточить свои поисковые усилия на других объектах). А возможно, ваш звонок позволит руководителю фирмы решить проблему выбора из множества кандидатов в вашу пользу.

Если вам все же отказали, не отчаивайтесь, потому что:

- работодатели, как все нормальные люди, могут ошибаться;
- собеседование, пусть и неудачное, - это монетка в копилку вашего опыта;
- и кто вам сказал, что этот упущенный шанс был для вас единственным?

По окончании собеседования работодатель, вероятнее всего, сообщит Вам, что обдумает Вашу кандидатуру и свяжется с Вами. На Западе, где культура отношений на рынке труда уже давно сформирована, кандидата оповещают о принятом решении, независимо от того, какое оно – положительное или отрицательное. В нашей стране Вас вряд ли будут беспокоить, если Ваша кандидатура оказалась неподходящей, поэтому попросите работодателя уточнить, свяжется ли он с Вами при любом исходе или только в случае положительного решения. Договоритесь, в течение какого срока Вы можете ожидать ответа, поинтересуйтесь, можете ли Вы сами позвонить и узнать результат.

Время на раздумье принадлежит не только работодателю, но и Вам. Вы тоже делаете свой выбор. Кроме того, нелишне решить для себя, чем будет для Вас эта фирма в свете будущей карьеры : карьерной лестницей либо лишь ступенькой в ней, т.е. собираетесь ли Вы развиваться и профессионально расти внутри организации или рассматриваете ее просто как возможность выйти на более высокий профессиональный уровень. От принятого решения во многом зависит, как Вы будете строить отношения с новым руководством и коллективом.

#### **4. Ваш внешний вид на собеседовании**

Вы собираетесь на первую встречу с работодателем. По описанию вакансии Вас все устраивает. Поэтому вы готовитесь к собеседованию особенно тщательно: вносите поправки в резюме, мысленно продумываете ответы на возможные, в том числе и непростые, вопро-

сы. Наконец, надо обдумать и свой внешний вид, чтобы первое впечатление о Вас у работодателя сложилось благоприятное.

Стиль одежды во многом зависит от должности и учреждения, в котором вы собираетесь работать.

- Чем более тесно Ваша профессия связана с творчеством, тем меньше существует каких-то правил в отношении одежды. Творческому человеку надо подчеркнуть свою индивидуальность, и, наверное, будет не очень правильно давать ему советы - ему должно подсказать его творческое начало.

- Для представителей консервативных профессий оптимальный вариант - модная классика: выглядит модно, но не вызывающе.

- Соответственно, если вы собираетесь работать в банке, не нужно вставлять серьгу в нос. А на работу в ночной клуб вы вряд ли придете в строгом классическом костюме, застегнутым на все пуговицы.

#### *Прическа*

- Качество стрижки видно сразу, особенно на коротких волосах, поэтому перед устройством на работу стоит зайти в салон, где стрижка не самая дешевая.

- Деловой женщине лучше остановиться на стрижке, потому что чем длиннее волосы, тем больше времени требует уход за ними. Не ухоженные длинные волосы – самое ужасное, что можно себе представить.

- Сегодня модно красить волосы в несколько цветов. Пусть это будут неконтрастные цвета, которые плавно переходят один в другой и создают ощущение одного, но очень красивого и глубокого цвета. Стрижка должна смотреться практически неуложенной.

- В настоящее время у мужчин в моде более длинные волосы по сравнению с прошлым сезоном.

#### *Костюм. Обувь. Аксессуары*

- Остановите свой выбор на той одежде, в которой Вы чувствуете себя органично. Это придаст Вам уверенности при беседе с работодателем, и Вы сможете полностью сосредоточиться на своих деловых качествах.

- Длина юбки - вопрос фигуры и пристрастия, однако, собираясь в серьезную организацию, лучше предпочесть классический вариант длины юбки для делового костюма - до середины колена.

- Брюки должны быть скорее широкие.

- Допустимы бижутерия и золото, Вы можете смело дополнить свой наряд крупным браслетом, кольцом и серьгами. Но стоит соиз-

мерить свой внешний вид и количество драгоценностей с должностным окладом, на который Вы претендуете.

- Даже в жаркую погоду дамам стоит отказаться от декольте и прикрыть плечи.

- Деловой костюм подразумевает закрытую обувь, то есть туфли, а не босоножки. Вряд ли Вы будете страдать от жары, поскольку в приличных местах всегда, как правило, есть кондиционеры. Туфли в отличие от костюма могут быть более смелого и модного дизайна, не обязательно классическими.

- Собираясь на собеседование, от некоторых цветов в одежде лучше отказаться. Красный цвет может вызвать у вашего собеседника агрессию, а коричневый - ощущение, что вы не уверены в себе.

- Цвет одежды стоит подбирать в зависимости как от цвета волос и глаз, так и от сезона. Летом предпочтительны светлые тона: кремовый, салатовый, голубой, бежевый; зимой - более темные; можно также использовать бежевый цвет. Всегда актуально сочетание черного с белым.

- Не стоит одеваться очень пестро : вы рискуете показаться легкомысленным.

### *Несколько советов мужчинам*

- Избегайте резких обильных запахов пусть даже дорогих одеколонов.

- Избегайте вызывающих цветов галстука. Эта деталь в деловом костюме должна быть в одной тональности с ботинками и носками.

- К светлым брюкам не надевают черные ботинки, как, впрочем, и наоборот.

- Многие мужчины не придают значения маникюру, и напрасно: ваши неухоженные руки сразу бросятся собеседнику в глаза.

### *Советы женщинам. Макияж и парфюм*

- Косметика должна быть естественных тонов. Здесь уместно вспомнить принцип, от которого уже давно отошли, но при устройстве на работу он применим: цветовое соответствие лака для ногтей и губной помады.

- Парфюм должен быть достаточно сдержанным, не стоит употреблять вечерние запахи.

## 5. Вопросы на собеседовании и что за ними стоит

Очевидно, что никто не в состоянии заранее определить все вопросы, которые могут быть заданы на собеседовании. Теоретическим исключением являются структурированные собеседования, когда всем кандидатам задается один и тот же заблаговременно подготовленный список вопросов. Но подобный вид собеседования применяется редко. Однако на практике можно составить список из 15-20 вопросов, многие из которых, в той или иной форме, задаются едва ли не на каждом собеседовании. Рассмотрим ряд таких вопросов.

К собеседованию с работодателем готовятся тщательно. Поиск работы практически завершен, и осталось сделать последний рывок к достижению желанной цели. Перед встречей с работодателем штудировются пособия, выстраиваются умозрительные диалоги, репетируются ответы на еще не заданные вопросы.

Собеседование по своему жанру менее всего напоминает экзамен, где на каждый вопрос есть единственно правильный ответ, который экзаменатор точно знает. Собеседование - это беседа равных людей, у каждого из которого есть своя позиция, имеющая право на существование, и определенный круг интересов, который может стать общим. И успех на собеседовании зависит не от умения вычислять правильные ответы, а от способности быть интересным собеседником.

Поэтому, когда спрашивают, как отвечать на вопросы на собеседовании, кратко можно ответить – честно. Часто работодателя интересует не только то, что вы говорите, но и как вы это делаете. За каждым вопросом стоит не просто желание что-то узнать о вас, но и ваше умение вести диалог, быть открытым к собеседнику.

*Рассмотрим некоторые часто задаваемые вопросы на собеседовании.*

*Были ли в Вашей жизни неудачи и как Вы с ними справлялись?*

Некоторые люди после подобного вопроса впадают в легкий ступор. Одни пытаются убедить собеседника, что вся его жизнь - сплошная удача, другие стараются отшутиться, вспоминая последнюю женитьбу или страну, в которой суждено им было родиться. Но для работодателя важно не просто перечисление ситуаций, в которых вы потерпели фиаско, а понимание того, *что* вы оцениваете как неудачу, способны ли об этом рассказывать и каким образом преодолеваете трудности. Никто из нас не застрахован от неудач, у каждого, в том



числе и человека, сидящего напротив вас, были свои взлеты и падения. И ценность жизненного опыта состоит не в количестве лет, которые вы отработали в должности, а в жизненном опыте, умении "подниматься" после неудач, двигаться вперед после совершенных ошибок, разумности принимаемых решений и умении не наступать на те же грабли. Только человек, способный признавать свои ошибки и делать выводы из них, умеет двигаться вперед.

*Каковы Ваши сильные и слабые стороны?*

Это еще один вопрос, который для многих становится камнем преткновения. В руководствах для тех, кто ищет работу, предлагается представлять свои слабые стороны как продолжение сильных, например, дается совет рассказать работодателю о том, как Вы не можете бросить начатое дело, а уйти вовремя с работы – это просто выше Ваших сил.

Если Вы отвечаете на этот вопрос как по писаному, вы, безусловно, демонстрируете хорошее знание литературы по этому вопросу, неплохую память, но в то же время и абсолютную негибкость, неумение "творчески" переработать прочитанный материал. Не забывайте, что менеджеры по персоналу тоже читают книги, и, если они представляются Вам людьми недалекими, способными "проглотить" любую информацию, Вы заблуждаетесь. За этим вопросом кроется не столько желание действительно узнать о ваших положительных и отрицательных качествах, сколько намерение увидеть Вашу способность к открытости, умение отвечать на неудобные вопросы, а также определить, насколько Вы уверены в себе. Не выдавайте штампов, у каждого из нас достаточно много недостатков, "имеющих право быть" : кто-то теряет работоспособность под взглядами недоброжелателей, некоторые не выносят рутинной работы, и большинство из нас с трудом поднимаются с утра, чтобы успеть на работу вовремя. Подумайте, что присуще именно вам, и не бойтесь быть откровенными. Ведь только уверенный в себе человек может говорить о своих недостатках, не опасаясь за свое реноме.

*Каким Вы видите себя через пять лет?*

Вопрос, скорее, не о карьерных достижениях, а об умении видеть перспективы, понимать, каким образом можно двигаться к намеченной цели, о внутренних мотивах, умении планировать собственную жизнь и видеть промежуточные результаты своей деятельности. В зависимости от того, что Вы рассказываете, нетрудно понять, насколько объективно Вы относитесь к себе как к профессионалу, интересна

ли Вам сама профессия или Вас больше интересует карьерный рост, насколько точно Вы соотносите собственное развитие и продвижение.

### *Личная жизнь*

Почему-то все вопросы, затрагивающие эту область, вызывают большое смущение. А что лучше: быть замужем или нет? быть с детьми или бездетной? какой семейный статус имеет преимущества? Можно это обсуждать сколь угодно долго, но у Вас есть тот семейный статус, который есть, и Вы вряд ли будете его менять в зависимости от пожелания работодателя. В большинстве случаев цель этих вопросов – не проникнуть в тайны вашей личной жизни, а скорее понять ту границу, до которой Вы способны говорить о себе с незнакомым человеком. Насколько Вы открыты и как Вы удерживаете границы своего "я", достаточно ли Вы независимы и самостоятельны, говорите ли о том, что вас волнует, или пытаетесь уйти от обсуждения личных тем. И если Вы предпочитаете не распространяться о своей частной жизни, насколько деликатно Вы умеете это делать.

### *Что Вы можете рассказать о себе?*

Этот вопрос дает Вам прекрасный шанс представить себя в лучшем свете, особенно если Вы заранее подготовились. Сознательно или неосознанно работодатель ищет работника, который МОЖЕТ выполнять работу, т.е. имеет соответствующую квалификацию, опыт и прочее, и ХОЧЕТ ее выполнять.

- Работодатель должен видеть заинтересованного работника и понимать, чем эта заинтересованность объясняется.

- Работодатель ищет того, кто является управляемым, т.е. чувствует свою ответственность; демонстрирует подчинение дисциплине; восприимчивость к критике; умеет слушать и понимать то, что ему говорят.

Следует подготовить и отработать такой рассказ о себе, который покажет наличие у Вас перечисленных искомых качеств, особенно важных, с точки зрения работодателей. Если Вы претендуете на известную Вам определенную должность или работу, Ваш рассказ должен быть построен с учетом этого. Рассказывая о себе, сокращайте формально-биографическую информацию и не увлекайтесь деталями. Самое главное – упомянуть о своем практическом опыте, своих знаниях и навыках, которые могут быть полезны работодателю, а также о своем отношении к работе и заинтересованность в ней.

Возможны следующие ответы на данный вопрос:

- Я ответственно отношусь к порученной работе, легко обучаюсь, дисциплинированна.

- Я могу и хочу выполнять эту работу, потому что мне это интересно.

*Какие вопросы есть у вас?*

Этот вопрос может быть задан в самом начале беседы, и только предварительная подготовка поможет Вам правильно сориентироваться. Целесообразно заранее подготовить список вопросов, чтобы на собеседовании, учитывая контекст разговора, предложить их работодателю.

Не стоит задавать более трех разнонаправленных вопросов, если только Вас не вынуждает к этому сложившаяся ситуация.

*Почему вы выбрали эту работу (организацию)?*

Приведите серьезные доводы: желание применить свою квалификацию и опыт работы там, где они могут дать наибольшую отдачу; возможности роста; привлекательность работы в сильной команде и т.д.

Возможны следующие ответы на вопрос:

- Я вижу в вашей фирме перспективы своего развития.

- Я хочу, чтобы мои знания получили применение, а я приобрел опыт профессионала.

- Мне хочется делать интересное дело в вашем коллективе.

*Получали ли Вы другие предложения работы?*

Если получали, то скажите об этом прямо. То, что кто-то еще готов Вас нанять, только повысит Ваши шансы. Разумеется, следует добавить, что данная работа Вас интересует больше.

*Проходили ли вы собеседование в других местах?*

Как правило, можно честно говорить "да", но не торопиться говорить, где именно.

*Не мешает ли Ваша личная жизнь данной работе, связанной с командировками и ненормированным рабочим днем?*

Этот вопрос чаще задают женщинам. На такую попытку обойти закон, отвечайте твердо: "Нет, не мешает".

*Почему вы хотите получить эту работу? Почему нам стоит вас нанимать?*

Это наилучший вопрос, чтобы "продать" себя. Но к нему следует тщательно подготовиться.

*Почему вы ушли с предыдущей работы?*

Не следует говорить о конфликтах, даже если они были. Никогда не критикуйте своего бывшего начальника или работодателя. Если интервьюер знает о том, что у Вас был конфликт, не вдавайтесь в детали, поясните, что это был редкий случай, связанный с особыми обстоятельствами, и подчеркните то позитивное, что было в предыдущей работе: опыт, навыки, профессиональные связи и т.д.

*Почему вы решили сменить место работы?*

Такой вопрос задают часто тому, кто на момент собеседования работает. Хорошо ответить на этот вопрос сложно. Можно говорить о том, что в организации исчерпаны реальные возможности для Вашего профессионального и должностного роста, а Вы не хотели бы останавливаться на достигнутом.

*Какой у Вас опыт работы?*

Возможны следующие ответы на вопрос:

- Первый трудовой опыт мною был получен еще в школьной бригаде.
- На практике (перечислите, где и в каком качестве Вы ее проходили).

*На какую зарплату вы рассчитываете?*

В начале беседы лучше попытаться уклониться от ответа, сказав, что Вы не считаете нужным обсуждать зарплату в первую очередь. Если интервьюер настаивает, то назовите сумму, которая является привлекательной для Вас и соответствует ожиданиям, возможностям и нормам организации. Если Вы такой информацией не обладаете, то не занижайте называемую Вами сумму, а отметьте свою готовность отдельно обсудить этот вопрос после подробного ознакомления с содержанием и условиями работы.

Возможны следующие ответы на вопрос:

- Полагаю, что на Вашем предприятии оплата не будет ниже среднего.
- Заработная плата согласно штатному расписанию на Вашем предприятии меня устроит.
- Я надеюсь на разумный уровень оплаты труда, соответствующий объему работ.

*Что бы Вы хотели узнать еще?*

Никогда не говорите, что у Вас нет вопросов. Постарайтесь задать такой вопрос, который бы говорил в пользу Вашего найма. Например, попросите уточнить что-то важное для работы, недостаточно освещенное в предыдущей беседе. Подумайте заранее о подобных

вопросах. Но не стремитесь на собеседовании все эти вопросы задать, если Вас об этом не просят. Не забудьте поблагодарить работодателя за предоставленную информацию.

*Какие изменения вы произвели бы, если бы пришли на эту работу?*

Вопрос чаще задается претендентам на места менеджеров и административных работников. Следует показать свое знакомство с подобными ситуациями и умение проявлять инициативу, но не переусердствуйте, проявив готовность камня на камне не оставить. Также остерегайтесь предлагать изменения, если у Вас не было возможности обстоятельно ознакомиться с состоянием дел.

Мы ознакомим Вас с наиболее типичными вопросами, предлагаемыми кандидатам на собеседовании. Иногда, можно столкнуться с неожиданными и внешне безобидными вопросами. Например: "Что Вы делали сегодня?" Подумайте о том, как выгодно для себя Вы можете ответить на этот вопрос. Однако проблема состоит ещё и в том, как на самом деле Вы проводите своё время и какой стиль жизни повысит Ваши шансы получить работу.

## **6. Кто нужен работодателю?**

*Рейтинг предпочтений работодателя по личным качествам:*

- обаяние, приятность в общении;
- способность работать в команде;
- быстрая адаптация;
- энтузиазм;
- выдержка в экстремальных ситуациях;
- стрессоустойчивость;
- надежность.

*Рейтинг предпочтений работодателя по чертам характера:*

4. готовность помочь;
5. дружелюбие;
6. заботливость;
7. тактичность;
8. чувство юмора.

## **7. Причины, по которым не получают работу**

- жалкий внешний вид;
- манеры всезнайки;
- отсутствие плана карьеры и четкой цели;
- недостаток искренности и уравновешенности;
- отсутствие интереса и энтузиазма;
- недостаток такта;
- недостаток вежливости;
- нерешительность;
- мало знаний по специальности;
- отсутствие целеустремленности;
- неумение изъясняться: слабый голос, плохая дикция;
- нежелание начать снизу: ожидание слишком многого и слишком быстро;
- недоброжелательные отзывы о предыдущих работодателях;
- стремление к самооправданию, уклончивость, ссылка на неблагоприятные факторы;
- нетерпимость при сильно развитых предубеждениях;
- узость интересов;
- неумение ценить время;
- плохое ведение собственных дел;
- отсутствие интереса к общественной жизни;
- отсутствие понимания ценности опыта;
- неспособность воспринимать критику;
- заикленность на деньгах;
- выраженное нежелание учиться;
- желание просто пристроиться;
- неудачная семейная жизнь;
- плохие отношения с родителями;
- нежелание смотреть в глаза собеседнику;
- неряшливость;
- цинизм;
- опоздание на собеседование без уважительных причин;
- отсутствие вопросов о работе к потенциальному работодателю;
- неопределенность ответов на вопросы;
- низкий моральный уровень.

## **8. Десять правил успеха**

**Правило 1.** Заранее соберите все документы, которые могут Вам понадобиться. Не забудьте также свой диплом, свидетельство об окончании курсов (если таковое имеется), паспорт, трудовую книжку и резюме (желательно в нескольких экземплярах). Аккуратно рассортируйте все бумаги по файлам, это будет красноречивым свидетельством Вашей старательности и бережливости.

**Правило 2.** Напишите самопрезентацию и прорепетируйте ее перед зеркалом.

**Правило 3.** Не пытайтесь произвести благоприятное впечатление одним своим внешним видом. Будьте естественны, строгий деловой вид наиболее приемлем. Помните, первое впечатление очень важно.

**Правило 4.** Расслабьтесь. Нервозность заметна сразу; кроме того, она внушает работодателю неприятную мысль: «Почему этот человек так волнуется? Он хочет что-то скрыть? Или он не уверен в своих силах?» Необходимо хорошо выспаться и настроиться на успех. Лучше не пить никаких лекарств, если не хотите иметь сонный и заторможенный вид.

**Правило 5.** Не бойся отказа. Приготовьтесь морально к любому исходу собеседования.

Помните о самых знаменитых неудачниках планеты, которые попробовали еще раз. И еще.

**Генри Форд, создатель одноименной марки машин** (и миллиардер) в попытках организовать собственный бизнес потерпел пять неудач, прежде чем основал успешную компанию «Форд Мотор».

**The Beatles, самая знаменитая музыкальная группа в мире,** на заре творчества получила отзыв от записывающей студии: «У этой музыки нет будущего, а гитара звучит просто жалко».

**Мэрилин Монро, актриса, «икона» стиля и по сей день кумир миллионов,** в начале карьеры выслушивала отказ за отказом в модельных агентствах, где ее внешность называли заурядной и предлагали устроиться секретаршей.

**Уолт Дисней, гениальный мультипликатор,** был уволен со своей первой работы в редакции газеты из-за «недостатка воображения и оригинальных идей».

**Джоан Кэтлин Роулинг, автор мирового бестселлера о волшебнике Гарри Поттере, сумела опубликовать свою рукопись лишь с двенадцатой попытки (и только после того, как придумала себе мужской псевдоним).**

**Томас Эдисон, великий изобретатель, провел более тысячи экспериментов, обернувшихся полным провалом, прежде чем изобрел ныне всем известную лампу накаливания.**

**Правило 6.** Ведите себя естественно и доброжелательно, не зажимайтесь. Не стоит надевать маску, придуманную Вами для данного случая. Самое главное – это неизменная вежливость. Старайтесь слушать больше, чем рассказывать, излишняя словоохотливость только навредит.

**Правило 7.** Не пытайтесь показать свое превосходство. Конечно, нужно проявить свою компетентность, но не более того.

**Правило 8.** Избегайте заискивания и лести – это сразу становится заметным и мало кому нравится. Держитесь в меру свободно и независимо (но не перестарайся!), не суетитесь и не робейте. В этом случае работодатель отнесется к Вам с таким же уважением, как Вы относитесь к себе.

**Правило 9.** Ни о ком не говорите плохо и не пытайтесь очернить бывшее руководство, коллег, конкурентов. Это не прибавит Вам блеска. Даже свои слабые стороны можно использовать во благо (например: медлительность, позволяет не пропускать деталей и тщательно выполнять работу).

**Правило 10.** Не соглашайтесь на предложенные условия сразу же. Лучше скажите: «Я подумаю над этим». Готовый на все незнакомец больше смахивает на недоучку или авантюриста.

#### **Контрольные вопросы и задания к главе 4**

1. Какие типы собеседований существуют в настоящее время?
2. Какие качества необходимы человеку при прохождении собеседования?
3. Что такое моноступенчатое собеседование?
4. Что такое полиступенчатое собеседование?
5. Каковы этапы полиступенчатого собеседования?



6. Каким должно быть поведение соискателя на собеседовании?
7. Что должен делать соискатель после собеседования?
8. Каким должен быть внешний вид соискателя на собеседовании?
9. Какие вопросы обычно задают соискателю на собеседовании?
10. Какие вопросы может задавать соискатель на собеседовании?

### **Темы для публичных выступлений и презентаций**

1. «Причины, по которым не получают работу»
2. «Как повысить уверенность в себе, выработать и развить самооценку»
3. «Подготовка к собеседованию»

### **Выскажите ваше мнение!**

1. Можно ли научиться проходить любое собеседование? Что для этого нужно сделать?
2. Как оптимально подготовиться к собеседованию? Какие рецепты правильной подготовки и преодоления страха Вы можете дать?
3. Что Вы думаете по поводу ситуации из спектакля по пьесе Жорди Гальсерана «Метод Грёнхольма»?
4. Заполните таблицу и прокомментируйте свой выбор: как будет строиться стратегия Вашей подготовки?

От чего зависит первое впечатление о человеке?	
1) ...□ % - собственно вербальные средства (слова);	<b>А – 55</b>
2) ...□ % - фонетическое оформление речи (интонация, тон, тембр голоса);	<b>Б – 7</b>
3) ...□ % - невербальные средства (мика, жесты, телодвижения, глаза, улыбка и т.п.);	<b>В – 38</b>
4) Отношение к собеседнику складыва-	<b>Г - 15</b>

ется в первые <input type="text"/> ... секунд.	
--	--

## ГЛАВА 5

# ОСНОВЫ ОРАТОРСКОГО ИСКУССТВА. ПОДГОТОВКА ПУБЛИЧНОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ

---

### 1. Понятие об ораторском искусстве. Из истории науки

Термины «ораторское искусство» и «риторика» античного происхождения. В древнегреческом языке был глагол *rheo*, который имел значение «говорю». Производное от него *rhetor* означало «оратор», — оно и дало название науке — *rhetorike*, т.е. искусство (мастерство) ораторской речи. Этому слову есть латинское соответствие *oratoria* и русское — *красноречие*.

**Риторика** — одно из самых древних знаний на земле. Этой науке насчитывается более 2500 лет, если принять за точку отчета V–IV вв. до н.э. — период ее возникновения и расцвета в Древней Греции, где риторику называли «царицей всех наук».

На протяжении тысячелетий в понятие «риторика» люди вкладывали разные смыслы.

Древние греки трактовали риторику как *«искусство убеждения»*. Монологическая речь, по мнению Платона и Сократа, Аристотеля и других древнегреческих философов, призвана обратить слушающих в свою веру.

Важное место в жизни древнегреческих городов занимал суд.

Вспомним Афины (IV в. до н.э.) – самый крупный экономический, политический и культурный центр Древней Греции. Там был установлен строй рабовладельческой демократии. Каждые десять дней афинские граждане собирались на главной площади города и обсуждали важные государственные дела: объявление войны/мира, избрание на должность и т.д.

Любой гражданин мог принять самое активное участие в народном собрании, в суде. Он мог возбудить или опровергнуть обвинение. Однако в Греции не было адвокатов, и подсудимый должен был защищать себя сам! Поэтому, естественно, умение говорить, убеждать, отстаивать свою точку зрения публично, т.е. владение ораторским искусством считалось первой необходимостью для греков.

В Древней Греции ораторское искусство было также неразрывно связано с политикой. Все крупные политические деятели Древней Греции известны как знаменитые ораторы (Перикл, Демосфен).

Во времена расцвета римской цивилизации под риторикой стали понимать *«искусство говорить хорошо»*. «Искусство» здесь означало и воздействие речи на слушателя, и ее эстетическую характеристику. Во II в. до н.э. в Риме появились первые школы риторики. Знаменитые ораторы Древнего Рима, как и ораторы Древней Греции, были политическими деятелями (Марк Катон Старший, Марк Туллий Цицерон). Цицерону принадлежит известное изречение: *«Есть два искусства, которые могут вознести человека на самую высшую ступень почета: одно – это искусство хорошего полководца, другое – искусство хорошего оратора»*.

В эпоху Средневековья и начальный период Возрождения риторика стала трактоваться как *«искусство украшения речи»*. Таким образом, убеждение (мысль) отделилось от выражения (языка).

Искусство русского красноречия берет начало со времен введения христианства на Руси (988 г.). Первые риторические знания пришли на Русь вместе с сочинениями христианско-византийских ученых. Риторика в Древней Руси рассматривалась как высшая наука.

Старинному русскому красноречию было присуще глубокое уважение к *книжному* слову.

В Древней Руси начиная с XII в. разрабатывались следующие *виды* красноречия:

1) *политическое красноречие* – выступление на народном собрании, вече;

2) *военное красноречие* – обращение князей к войску с призывом стойко сражаться;

3) *дипломатическое красноречие* – переговоры русских князей с иноземными государствами;

4) *торжественное красноречие* – речи на пирах, тризнах;

5) *духовное красноречие* – церковные проповеди.

Большая заслуга в развитии русской риторики XVIII–XIX веков принадлежала крупным ученым В.К. Тредиаковскому, М.В. Ломоносову, Н.Ф. Кошанскому.

## 2. Современная риторика

Сегодня в понятия «риторика», «ораторское искусство», «красноречие» вкладывают следующие смыслы: 1) способность, умение говорить красиво, убедительно; ораторский талант; 2) искусная речь, построенная на ораторских приемах; 3) высокая степень мастерства публичного выступления.

Современная риторика – это теория и мастерство эффективной, целесообразной речи.

Предмет риторики – общие закономерности речевого поведения и практические техники использования их для того, чтобы сделать речь эффективной.

Современная риторика – это теоретическая и прикладная наука о логических, эстетических и этических качествах публичной речи.

В современную эпоху риторика занимает прочное место в программах школ и университетов по всему миру. Она рассматривается как важная часть гуманитарного образования современного человека независимо от его основной специальности. Предмет риторики по-разному понимается в различных научных традициях новейшего времени. Риторику изучают и как теорию культуры речи, и как историю ораторского искусства, и как технику устного публичного выступления, и как стилистику текста, и как методику обучения эффективному

общению. Все эти аспекты имеют непосредственное отношение к риторике.

Новая русская риторика постоянно развивается, что обусловлено практическими задачами общества, так как в настоящее время каждый человек заинтересован в том, чтобы говорить правильно и хорошо, поскольку это дает возможность устанавливать и поддерживать эффективные отношения с людьми в семье и в общественной жизни. Риторика оказалась востребованной в практической деятельности представителей многих профессий: бизнесменам, менеджерам, преподавателям, юристам, политикам и др., именно им приходится общаться с людьми, консультировать, выступать публично.

На рубеже XX–XXI веков в России происходит возрождение риторики. Это вызвано рядом причин:

- культурно-историческими (развитием демократии, свободы личности, свободы слова);
- коммуникативными (расширением сфер обучения, повышением роли речи в обществе);
- социально-политическими (появлением потребности убеждать людей);
- экономическими (конкуренцией, необходимостью создания науки о рекламе и завоевании покупателей).

В настоящее время термин «риторика» употребляется в двух основных значениях:

***в теоретическом:***

- как теория речи, описывающая процедуру порождения (создания) текстов;
- как инструментарий для стилистического анализа текстов;

***в прикладном:***

- как наука об эффективном общении;
- как мастерство публичной речи, руководство по организации коммуникации;
- как развитие индивидуально-речевых способностей для максимально убедительного воздействия на адресата.

## **Уровни ораторского мастерства**

Выделяют *три уровня* ораторского искусства (три условия успеха оратора, его мастерства публичного выступления): I. Владение материалом («**что** говорить»); II. Владение собой («**как** говорить»);

III. Образ оратора («кто говорит»). Каждый из уровней включает несколько составляющих компонентов (см. таблицу 1).

Таблица 1

Уровень искусства оратора	Составляющие компоненты
I. Владение материалом  (что говорить)	1. Грамотность речи 2. Словарный запас 3. Композиция (построение речи)
II. Владение собой (как говорить)	1. Естественность поведения оратора 2. Техника речи 3. Контакт с аудиторией
III. Образ оратора (кто говорит)	1. Одежда 2. Положение (сидя или стоя) 3. Выражение лица 4. Жесты

Рассмотрим подробнее эти уровни и их составляющие.

### 3. Владение материалом («что говорить»)

**Грамотность речи** – одна из главных составляющих данного уровня. Она предполагает соблюдение языковых, коммуникативных и этических норм современного литературного языка (см. тему 1).

**Словарный запас.** Хороший оратор всегда имеет достаточный словарный запас и обладает способностью правильно выражать свои мысли. Словарный запас делится на *активный* (слова, активно используемые в речи) и *пассивный*. Активный словарь, как правило, в 4–5 раз меньше пассивного.

Задача оратора – увеличивать свой активный словарный запас. Этого можно достичь, если регулярно слушать лекции, смотреть телепередачи, и, конечно же, читать книги. Пополнение словарного запаса происходит за счет *синонимов*. Активный словарь оратора формируют также *многозначные слова*, *заимствования*, *фразеологизмы*, *антонимы*.

**Композиция речи** обусловлена психологией восприятия человека: речь должна строиться так, чтобы слушателям было удобно ее воспринимать.

Речь состоит из трех частей: 1. Вступление, 2. Основная часть, 3. Заключение. Их основное назначение таково (см. табл. 2).

Таблица 2

<b>Назначение частей речи</b>	
<i>Часть речи</i>	<i>Назначение</i>
Вступление	<i>Привлечь внимание слушателей</i> , подготовить аудиторию к восприятию основной части; завоевать доверие, симпатию аудитории; вызвать интерес к предмету
Основная часть	<i>Сообщить информацию</i> ; обосновать ее
Заключение	<i>Суммировать сказанное</i> ; сделать выводы; закрепить основную мысль в памяти слушателей (повторить вкратце); призвать к действию

Выступление всегда очень важно. От того, как построено вступление, зависит первое впечатление слушателей об ораторе. Каждый оратор должен стремиться к тому, чтобы сделать начало речи возможно более конструктивным. Вот некоторые речевые приемы, которые обычно используются ораторами во вступительной части:

- ✓ изложение плана предстоящей речи;
- ✓ актуальность темы с позиции сегодняшнего дня;
- ✓ история вопроса.

При изложении основной части оратор должен следить за тем, чтобы предмет речи оставался неизменным, чтобы переход от одного вопроса к другому был плавным, логически обоснованным.

В заключении подводится итог выступления. Здесь особенно важен регламент. Прерванное на полуслове, слишком краткое заключение придает речи незавершенность, недосказанность. С другой стороны, излишне затянутое заключение поневоле воспринимается как новая (основная) часть речи. Заключение должно быть естественным, в меру кратким и вытекать из содержания.

#### **4. Владение собой («как говорить»)**

Публичная речь – это владение не только информацией, которую мы должны сообщить, но и собой. Поэтому оратору важно знать о критериях, по которым его оценивает аудитория. К ним относятся: *естественность поведения, техника речи и контакт с аудиторией*.

#### **Естественность поведения**

Естественность поведения оратора – это его раскованность, доброжелательный настрой по отношению к слушателям, разговорный стиль общения; это умение «оторваться» от текста, не читать с листа, не говорить официальным, заученным тоном; это естественные жесты, естественные позы.

Неестественное поведение оратора сразу же «считывается» аудиторией и настраивает ее против говорящего. Это мышечная зажатость, скованность, отсутствие жестов (либо, наоборот, чрезмерная подвижность, суетливость, лишняя активная жестикуляция); отстраненность от аудитории (лектор сам по себе, аудитория – сама по себе!); угрюмый вид оратора.

### Техника речи

Важный критерий оценки выступающего перед аудиторией человека – техника речи. На бытовом уровне хорошая техника речи – это когда «хорошо слышно и все понятно». Специалисты же описывают технику речи, выделяя ее многие составляющие. Рассмотрим главные.

1. **Дикция** (от лат. *dictio* – «произнесение») – это произнесение звуков. Дикция очень важна для ораторов. Ведь если «страдает» дикция (например, вследствие дефекта речи либо нечеткого произнесения слов), аудитория не воспримет информацию.

Существует целый ряд специальных упражнений, формирующих отчетливую дикцию (произнесение в различном темпе скороговорок, а также специальные техники дыхания). Любой выступающий должен помнить закон: "Говорить надо не так, как нам удобно говорить, а так, как слушателю удобно слушать" и заботиться о своей дикции.

2. **Темп**. Хорошая дикция тесно связана с темпом. Темп (от лат. *tempus* – «время») – это скорость речи, то время, за которое мы произносим текст. Нормальный темп русской речи – 120 слов в минуту. (Это означает, что одна страница компьютерного текста, напечатанного через 1,5 интервала, должна читаться за 2–2,5 минуты.)

Могут наблюдаться две крайности темпа речи: слишком быстрый темп («строчит как из пулемета») или замедленная речь («вымученная», «нудная», «как воду цедит»). Обе крайности темпа утомляют и нервируют аудиторию.

Говорящему важно уметь менять темп: если требуется что-то подчеркнуть, выделить, сделать акцент, темп нужно замедлить; если же



что-то произносится с подъемом, внутренним пафосом, темп можно ускорить.

3. **Интонация** (от лат. *intonare* – «громко произносить») – важное смысловозначительное средство языка. Одно и то же предложение, произнесенное с разной интонацией, приобретает разный смысл. Например:

- 1) **Вы** поедете на юг осенью? (Вы или не Вы?)
- 2) Вы поедете на **юг** осенью? (на юг или на север?)
- 3) Вы поедете на юг **осенью**? (осенью или летом?)

С помощью интонации выражаются основные коммуникативные значения: утверждение, вопрос, восклицание, побуждение.

Часто интонации, с которой произнесена фраза, доверяют больше, чем словам, т.е. прямому смыслу фразы. И это уникальное явление в русском языке.

Оратор должен владеть интонацией: делать логические акценты, повышать и понижать тон, придавать речи мелодическое разнообразие, а также делать необходимые паузы.

Интонация тесно связана с собственно голосовыми характеристиками.

4. **Голос** имеет для оратора большое значение. Это индивидуальная характеристика человека.

Голос имеет многие акустические характеристики. Оратор должен уметь владеть своим голосом: 1) говорить достаточно громко для того, чтобы его было хорошо слышно; 2) менять силу звука («громко» – «тихо») для создания особого сценического эффекта речи; 3) заботиться о том, чтобы голос был приятным (не крикливым, не сиплым, без кашля и т.д.).

Итак, владение техникой речи – важный показатель ораторского мастерства. Оратор должен стремиться к тому, чтобы его техника речи отвечала положительным критериям оценки (см. таблицу 3).

Таблица 3

**Критерии оценки речи оратора**

Составляющие техники речи	Критерии оценки речи оратора	
	положительные	отрицательные
Дикция	четкое произнесение звуков и слов	невнятное произнесение; дефекты речи; «глотание» звуков и слогов
Темп	1) нормальный:	1) темп слишком

	120 слов в минуту; 2) умение менять (замедлять или убыстрять) темп при необходимости	быстрый или слишком медленный, 2) однородный темп на протяжении всего выступления
Интонация	мелодическое разнообразие речи; необходимые логические акценты и паузы	мелодическое однообразие; непредвиденные затянутые паузы
Голос	1) умение менять (повышать и понижать) тон; 2) достаточно громкий (уверенный) голос; 3) приятный голос	1) монотонный голос (одинаково высокий либо низкий); 2) тихий, неуверенный, затухающий голос; 3) неприятный голос («крикливый», «хриплый» и т.д.)

### Контакт с аудиторией

Контакт с аудиторией – важнейшая составляющая ораторского искусства, важнейший момент общения, эмоциональное взаимодействие оратора и его слушателей.

Два оратора (два лектора) могут говорить на одну и ту же тему, но слушать одного интересно, а другого – нет, потому что первый (в отличие от второго) сумел установить контакт с аудиторией.

Контакт с аудиторией необходим а) для привлечения внимания слушателей, для того чтобы речь воспринималась легко и с интересом, б) чтобы воздействовать на слушателей.

Контакт с аудиторией начинается с *начальной паузы* (перед началом выступления, пока люди не сосредоточились). Ошибкой оратора будет одергивать аудиторию, требовать тишины, делать замечания опоздавшим, повышая при этом голос.

Важное средство контакта с аудиторией – *зрительный контакт*. Время от времени надо смотреть в глаза слушателям, тогда аудитория чувствует заботу о себе.

Распространенные ошибки ораторов: 1) смотреть поверх голов; 2) смотреть в упор на одного и того же человека; 3) смотреть только в текст доклада.

Контакт с аудиторией устанавливается главным образом с помощью *мастерства изложения* материала, это: 1) вопросы к аудитории (тогда аудитория оживляется, принимая участие в обсуждении), 2) интрига (*Об этом я скажу чуть позже, Сейчас я расскажу удивительный факт...*), 3) так называемые «зацепки» (автобиографический рассказ, анекдот, интересный факт, легенда), 4) небольшие отступления от темы.

Настраивают аудиторию против выступающего и разрушают контакт с залом высокомерие, менторский тон, презрение, выказывание превосходства, спор со слушателями, публичные замечания, выражение вслух своих предпочтений или антипатий, враждебные выпады в адрес аудитории.

## 5. Образ оратора («кто говорит»)

При первом восприятии оратора внимание слушателей распределяется следующим образом:

- 60% – КТО оратор, что он из себя представляет;
- 30% – КАК оратор говорит;
- 10% – ЧТО он говорит.

Образ оратора (то, как он выглядит и каким его видят слушатели) может серьезно повлиять на восприятие того, что говорит оратор.

Общее впечатление, производимое оратором, зависит от многих факторов, которые необходимо контролировать и которые важны для создания облика оратора.

1. **Одежда.** Она не должна бросаться в глаза, а должна соответствовать ожиданиям аудитории и характеру ситуации. Одежда всегда должна быть опрятной, аккуратной, чистой. Предпочтение отдается классическому стилю.

2. **Положение сидя или стоя.** Как произносить речь – сидя или стоя, – зависит от характера выступления и размера аудитории. В небольшой аудитории при неофициальной обстановке можно сидеть. Однако в большой аудитории следует *стоять* во время выступления.

3. **Выражение лица.** Выражение лица оратора должно быть естественным для него самого. Временами следует смотреть в глаза людям, сидящим в аудитории. (Глаза, как было сказано выше, явля-

ются мощным средством установления контакта.) Необходимо также улыбаться. Это создает дружеский настрой в аудитории.

4. **Жесты.** Все люди используют жесты в своей речи в целях подкрепления идеи и помощи в описании. Оратору следует обратить внимание на жесты, которые он применяет, поскольку они придают значимость фрагментам речи, делая ее более выразительной. Однако частая жестикуляция будет мешать восприятию речи.

## **6. Подготовка публичного выступления**

Для того чтобы выступление на публике было успешным, необходимо заранее правильно подготовиться к речи.

Подготовка публичной речи осуществляется в три этапа. *Этап I.* Подготовка содержания речи. *Этап II.* Написание текста выступления. *Этап III.* Окончательная подготовка выступления.

На каждом этапе у будущего оратора образуются свои объекты внимания, т.е. то, чем он должен заняться именно сейчас. Рассмотрим эти этапы.

### **Этап I. Подготовка содержания речи**

На самом первом этапе определить тему выступления, цель выступления, а также непосредственно заняться составлением плана, сбором материала и обдумыванием структуры речи.

#### **Тема выступления**

Итак, на начальном этапе подготовки речи нужно выбрать и уточнить тему выступления, т.е. четко и ясно сформулировать, о каком предмете пойдет речь. Необходимо подчеркнуть, что успех выступления во многом зависит от отношения и интереса автора к теме. Интересно выступать на новую («неизбитую») тему.

Если же вам приходится говорить на давно известную тему, постарайтесь внести в нее что-то новое, что-то свое (найдите новые примеры, выразите личное отношение). Посмотрите на предмет выступления «разумом новичка». Кроме того, тема должна вам нравиться.

Итак, новизна темы и ваш интерес к ней – залог успеха.

#### **Цель речи**

Следующий шаг подготовки – определение цели речи. По *цели* речи делятся на воспитательные, развлекательные, информационные, агитационные и др. У информационной речи, например, главная за-

дача – поделиться каким-то знанием и заставить слушателя задуматься. Агитационная речь всегда содержит в себе призыв к действию, а развлекательная речь ставит задачей развлечь аудиторию, вызвать ее смех.

Важно также отдавать себе отчет в том, какова *субъективная (личная) цель* вашего выступления. Выступление можно готовить для того, чтобы получить отличную оценку на семинаре, а можно для того, чтобы понравиться аудитории (или одному конкретному человеку).

### **Рабочий план**

Третий шаг подготовки к выступлению – составление предварительного рабочего плана. Он состоит из 5–6 главных вопросов, которые вы хотели бы осветить в своем выступлении. Так, например, если вы хотите сделать доклад на тему «Заимствования в современном русском языке», то ваш рабочий план может быть таким:

1. Причины заимствований.
2. Заимствования из славянских и неславянских языков в разные периоды истории.
3. Заимствования конца XX – начала XXI века.
4. Отношение к заимствованиям: положительные и отрицательные результаты заимствований.
5. Языковые признаки заимствованных слов.
6. Исконно славянская лексика в русском языке.

### **Сбор материала**

Следующий, четвертый, шаг работы над будущей речью – сбор материала. Существует несколько полезных советов, которые могут значительно облегчить работу на этом этапе.

Первое, что нужно иметь в виду: сбор материала – это 1) сбор информации, 2) вынашивание собственных мыслей по поводу данной темы. Поэтому нельзя оставлять сбор материала на последние один-два дня.

На этапе сбора материала очень важно прочесть несколько источников информации по теме. Психологи утверждают, что читать и записывать информацию лучше за письменным столом (за компьютером), а вот обдумывать тему лучше во время прогулки, ходьбы. Тогда мышцы тела активизируются и процесс обработки информации проходит гораздо эффективнее. (Во время прогулки по парку или немногочисленной улице также хорошо проводить и репетицию речи.)

## Структура речи

После завершения подготовки содержания выступления необходимо тщательно продумать структуру речи: последовательность частей и вопросов, руководствуясь теперь уже не логикой сбора материала, а логикой его подачи. Как было сказано выше, в структуре речи выделяют три части: вступление, основную часть и заключение. Структура речи может не соответствовать первоначальному рабочему плану. Сравните:

### *Рабочий план*

1. Причины заимствований.
2. Заимствования из славянских и неславянских языков в разные периоды истории.
3. Заимствования конца XX – начала XXI века.
4. Отношение к заимствованиям: положительные и отрицательные результаты заимствований.
5. Языковые признаки заимствованных слов.
6. Исконно славянская лексика в русском языке.

### *Структура речи*

#### I. Вступление

Заимствования конца XX – начала XXI века.

#### II. Основная часть

1. Заимствования из славянских и неславянских языков в разные периоды истории.
2. Причины заимствований.
3. Исконно славянская лексика в русском языке.

#### III. Заключение

Отношение к заимствованиям: положительные и отрицательные результаты заимствований.

## Этап II. Написание текста выступления

Второй этап подготовки – непосредственное *написание текста*, словесное оформление публичного выступления по законам красноречия.

Вспомним о том, что слово *красноречие* означает умение говорить и писать грамотно, красиво, убедительно и увлекательно.

На этапе словесного оформления выступления объектами внимания оратора должны стать 1) изобразительные возможности, или богатство языка, а также 2) явления, «засоряющие» речь. Первые необходимо развивать, а вторых – избегать в своей речи.

## Богатство языка

Нередко нам приходится слышать фразы: «Какой богатый язык!» или «У него язык такой бедный...». Чем же отличается богатая речь от бедной?

**Количество слов (активный словарь).** Самый первый критерий богатства или бедности речи – это количество слов, которые использует оратор. У Пушкина, например, в активном обращении было более 20 тысяч слов, а известная героиня Ильфа и Петрова Эллочка Щукина «легко и свободно обходилась тридцатью». Так что активный словарный запас человека, выступающего перед публикой, должен быть достаточно богатым.

**Синонимы.** Ничто так не обогащает речь оратора, как синонимы. В нашем родном языке широко распространены синонимы, имеющие различные смысловые и стилистические оттенки. Например:

***Смеяться** – хихикать, хохотать, ржать, умирать со смеху, кататься от смеха, посмеиваться, гоготать, ухохатываться, смеяться до слез, до упаду.*

***Любить** – быть равнодушным, питать слабость, обожать, пылать любовью, страдать по кому-либо, вздыхать, сохнуть, быть без ума, души не чаять.*

Передавая ту или иную мысль, следует использовать богатые синонимические возможности русского языка!

**Сравнения.** Пополнение словарного запаса оратора происходит также за счет сравнений. Сравнения создают неповторимые образы.

Д. Карнеги в книге «Как вырабатывать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично» дает разные сравнения, например, к слову *холодный*: **холодный, как ... лягушка, шомпол, гробница, соль, осенний дождь, глина, ледяная вершина**

Удачное сравнение делает речь богатой, украшает ее.

**Фразеологизмы.** Особые образы в языке оратора создают фразеологизмы, т.е. сложные по составу языковые единицы, имеющие устойчивый характер (*ломать голову, сгущать краски, кот наплакал, вверх тормашками*).

Главное условие правильности речи – употребление фразеологизмов в соответствии с их точным значением. Небрежные в речи ораторы могут искажать состав фразеологизмов. Например: *На безрыбье и окунь рыба* (правильно: ... и **рак рыба**); *Он идет в одну ногу со временем* (правильно: ... в **ногу со временем**); *Он начал лить свои крокодиловы слезы* (правильно: ... **лить крокодиловы слезы**).

Итак, богатство и разнообразие публичной речи создается богатым активным словарем, использованием синонимов, образных сравнений, фразеологизмов.

### **Явления, засоряющие речь**

У косноязычного человека речевая бедность, неумение выразить мысль часто соседствуют с негативными явлениями, «засоряющими» речь. В их числе:

- 1) «заезженные» формулировки: *более-менее, нормально, ничего;*
- 2) слова-паразиты: *так-сказать, типа, типа того, чисто конкретно, как бы, прикинь!;*
- 3) сленговые формы: *отпад! круто! классно! приколы! тащусь!*
- 4) сокращения слов: *коммуналка, Б МБ-ушка, видак, телик;*
- 5) фонетические стяжения: *тыща, щас, воще, чё?*
- 6) иноязычные «вкрапления»: *о'кей, ноу-проблем, вау!*
- 7) орфоэпические ошибки: *\*ката; 'лог, инцидент.*

Названные явления недопустимы в речи оратора.

Отметим что, начинающему оратору написать целиком текст выступления очень полезно. Даже психологически, когда вы знаете, что перед вами лежит полный текст, это придает уверенность.

### **Этап III. Окончательная подготовка выступления**

На завершающем этапе идет работа с текстом выступления. желательно пользоваться маркерами, выделяя цветом ключевые фразы текста (**разметка**). Советуем поменьше зачеркиваний и надписываний. Текст выступления должен зрительно легко восприниматься. При одном взгляде на него выступающий должен тут же видеть интересующие его фрагменты.

Далее желательно **прорепетировать** выступление. Лучше всего, если у вас есть живой слушатель, в другом случае, можно использовать магнитофон. Запишите свою речь на пленку, а затем прослушайте. Вы, возможно, будете удивлены: речь покажется невыразительной, монотонной, и даже скучной. Значит, есть над чем поработать!

Второй совет – произнесите речь перед зеркалом! Приветливое ли у вас выражение лица? Уместны ли жесты? Нет ли затяжных пауз?



В заключение отметим, что мастерство публичного выступления приходит с опытом. Используйте любую возможность, чтобы выступить: ответ на семинаре, интересный рассказ в кругу друзей, даже красивый и оригинальный тост! Умение говорить на публике не раз пригодится вам в жизни!

## 6. Оценка эффективности выступления

Какое выступление можно считать эффективным? В разных публичных выступлениях эффективность может и должна пониматься по-разному.

В *убеждающем выступлении* политиков эффективность достигается уже тогда, когда удастся убедить двух-трех сторонников оппозиционной партии. В *информационных речах* телеведущих она зависит от ясности изложения материала и того, насколько он запоминается.

В *протольно-этикетных* и *развлекательных речах* шоумена эффективность определяется тем, насколько приятно было слушать выступавшего и смотреть на него, насколько он был остроумен и как соблюдались правила этикета.

Эффективность *публичного выступления в студенческой аудитории* зависит от умения выступающего а) собрать и грамотно презентовать интересный материал, б) взаимодействовать с аудиторией. Если аудитория воодушевлена, если она превратилась из пассивного наблюдателя в живого участника происходящего, значит. Цель достигнута.

Преподаватель и/или обученная аудитория будут оценивать ваше публичное выступление, руководствуясь следующими критериями.

### Критерии оценки речи оратора

	<i>Положительные критерии</i>	<i>Отрицательные критерии</i>
1.	Рассказывает с опорой на текст	Читает по бумажке
2.	Громкий (уверенный) голос	Тихий, неуверенный, монотонный голос
3.	Нормальный темп речи; делает паузы	Темп слишком быстрый или слишком медленный
4.	Установлен контакт с аудиторией (зрительный, вопросы)	Контакта нет (оратор сам по себе, аудитория сама по себе)
5.	Общее впечатление благоприятное, бодрый, позитивный настрой выступления	Общее впечатление неблагоприятное, (скучная, нудная речь)

Оценить публичное выступление можно и самому. Такая самооценка очень важна для оратора, так как позволяет ему увидеть те аспекты его выступления, которые требуют доработки.

### **Самостоятельная оценка оратора**

После выступления оратор сам может оценить свой ораторский опыт, ответив на следующие вопросы:

1. Удалось ли мне привлечь внимание аудитории?
2. Удалось ли удержать внимание аудитории на протяжении всего выступления?
3. Уложился ли я в регламент?
4. Все ли я сказал, что хотел?
5. Подчеркнул ли в заключение главное?
6. Не сбивался ли, не отклонялся ли от темы?
7. Уверенно ли чувствовал себя, не дал ли повода усомниться в своей компетентности?
8. Хотелось бы мне еще раз выступить перед этой аудиторией?
9. Как аудитория реагировала на мое выступление (заинтересованные взгляды, одобрительный смех, вопросы в ходе выступления или после него, аплодисменты)?
10. Понравился ли мой доклад преподавателю?

### ***Запомните!***

- Всегда будут эффективны эмоциональные, искренние выступления.
- Выступление эффективно, если оно заинтересовало более половины аудитории.
- Выступление эффективно, если то, о чем вы рассказываете, интересно вам самому.

### **Контрольные вопросы и задания к главе 5**

1. Расскажите о происхождении термина «риторика». Какие смыслы были присущи этому понятию в древние времена?
2. Как понимается предмет риторики в современном мире?
3. Назовите три уровня ораторского мастерства и их составляющие.

4. Из каких частей состоит речь? Каково назначение каждой из них?
5. Что входит в понятие «естественность поведения» оратора?
6. Расскажите о положительных и отрицательных критериях оценки техники речи.
7. Для чего нужен контакт с аудиторией и с помощью каких приемов он устанавливается?
8. Опишите основные составляющие уровня «образ оратора».
9. Расскажите о трех этапах подготовки публичного выступления.
10. Как можно оценить эффективность выступления?

### **Темы для публичных выступлений и презентаций**

1. «Ораторское искусство в Древней Греции».
2. «Дейл Карнеги о секретах публичного выступления».
3. «Подготовка публичного выступления».

### **Выскажите ваше мнение!**

1. Можно ли научиться искусству говорить? Что для этого нужно сделать?
2. Известен исторический факт: когда Наполеону предложили выступить с речью перед аудиторией в 500 человек, он потерял сознание. Что же мешает человеку выступать публично?
3. Как оптимально подготовиться к выступлению? Какие рецепты правильной подготовки и преодоления страха перед выступлением вы дадите новичкам?
4. Прочитайте афоризмы о красноречии. Какие из них вам больше всего понравились? Аргументируйте ответ.  
*Слово – самое сильное оружие человека. (Аристотель)*  
*Язык дан человеку, чтобы скрывать свои мысли. (М. Талейран)*  
*Научиться говорить можно только говоря. (Скилеф)*  
*Красноречие дороже денег, славы и власти, ибо последние очень часто достигаются благодаря красноречию. (Скилеф)*  
*Язык дан человеку, чтобы скрывать свои мысли. (М. Талейран)*  
*Прекрасная мысль теряет свою цену, если она дурно выражена. (Вольтер)*

*Самая большая роскошь на свете – это роскошь человеческого общения. (Антуан де Сент Экзюпери)*

*Красноречие начинается с умения слушать. (Скилеф)*

*Научиться говорить можно только говоря. (Скилеф)*

*Надо сегодня сказать лишь то, что уместно сегодня. Прочее все отложить и сказать в подходящее время. (Гораций)*

*Говори не так, как тебе удобно говорить, а так, как слушателю удобно воспринимать. (Скилеф)*

*Главное в ораторском искусстве состоит в том, чтобы не дать заметить искусства. (Квинтилиан)*

*Все хорошие ораторы начинали как плохие ораторы. (Ралф Эмерсон)*

## ГЛАВА 6

# ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ЗАКОНЫ ЭФФЕКТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ

---

### 1. Понятие эффективной коммуникации

Особенностью изучаемой дисциплины является ее ярко выраженная практическая направленность. Цель коммуникативного образования – приобретение навыков и умений речевого поведения, соответствующего ситуации общения; осуществление эффективной коммуникации – достижение поставленных целей посредством выбора и реализации системы конкретных приемов, правильных речевых тактик и стратегий в любых ситуациях деловой коммуникации.

Убедить собеседника в своей правоте, не ущемляя его достоинства, сохраняя перспективу дальнейшего плодотворного сотрудничества – вот к чему следует стремиться, и это прекрасно понимали лучшие умы прошлого: *«Не победить, а убедить – вот что достойно славы»* – слова Виктора Гюго. Научиться приемам эффективной коммуникации, убеждения на основе законов лингвистики и психологии – вот наша цель.

Еще в середине прошлого века американский исследователь Карл Ховланд экспериментальным путем установил фундаментальные правила эффективного общения. Запомним следующую триаду: *внимание – понимание – принятие*. Чтобы достичь поставленной цели, оратор должен привлечь и удерживать внимание своих слушателей, излагать свои мысли в понятной для них форме, заслужить их доверие и завоевать симпатию – все это в конечном итоге и обеспечит принятие его позиции. Так же следует действовать в рамках других форм делового общения.

Чтобы на практике применять триаду убеждения, необходимо изучить конкретные правила убеждения (эффективного общения), в том или ином виде известные еще с Античности. Они носят универсальный характер и применимы как при подготовке публичного выступления, так и в деловом общении.

## 2. Правила убеждения

Предлагаемая систематизация содержит 13 правил, названия которых в достаточной степени условны: могут отражать предполагаемое авторство - имя исторического деятеля, писателя, ученого прошлых веков (который либо реально ввел данный прием, либо это ему приписывают) или суть самого правила.

### **Первое правило (Правило Гомера<sup>1</sup>)**

Очередность приводимых аргументов влияет на их убедительность. Наиболее убедителен следующий порядок аргументов: сильные – средние – один самый сильный (слабыми аргументами вообще не пользуйтесь, они приносят вред, а не пользу). Возникает естественный вопрос: кому решать, какова сила, значимость аргумента? Разумеется, решать вам самим, и чем более обширны и системны ваши знания о собеседнике, его особенностях, о ситуации в целом, тем правильнее будет ваша итоговая оценка. Кроме того, необходимо помнить, что важную беседу следует начинать именно с *аргумента*, а не с просьбы. Итак:

- ✓ не количество аргументов решает исход, а их надежность;
- ✓ один и тот же аргумент может быть и сильным и слабым: сила аргумента должна определяться с точки зрения лица, принимающего решение.

**Комментарий к понятию «аргумент».** Выдвигая аргумент, мы действуем главным образом через логику, но в определенной степени затрагиваем и эмоциональную сферу. По степени воздействия на ум и чувства людей современная риторика делит аргументы на: 1) сильные, 2) слабые и 3) несостоятельные. Встречные аргументы (контраргументы) имеют ту же градацию.

#### *1). Сильные аргументы*

Они не вызывают критики, их невозможно опровергнуть, разрушить, не принять во внимание. Сюда относятся прежде всего:

- точно установленные и взаимосвязанные факты и суждения, вытекающие из них;
- законы, уставы, руководящие документы;
- экспериментально проверенные выводы;

---

<sup>1</sup> Получило свое название в честь легендарного древнегреческого поэта Гомера, автора эпических произведений («Илиада», «Одиссея» и др.), жившего в 7 – 8 вв. до н.э.

- цитаты из публичных выступлений, книг, признанных в той или иной сфере авторитетов;
- статистическая информация.

## 2). *Слабые аргументы*

Они вызывают сомнения оппонентов. Назовем следующие:

- умозаключения, основанные на двух отдельных фактах, связь между которыми неясна без третьего;
- уловки и суждения, построенные на алогизмах (алогизм – прием для разрушения логики мышления), ссылки на авторитеты, неизвестные или малоизвестные твоим слушателям;
- неуместные аналогии и непоказательные примеры;
- доводы личного характера, вытекающие из обстоятельств или диктуемые побуждением;
- тенденциозно подобранные отступления, афоризмы;
- доводы, версии или обобщения, сделанные на основе догадок, предположений, ощущений;
- выводы из неполных статистических данных.

## 3). *Несостоятельные аргументы.*

Они позволяют разоблачить, дискредитировать оппонента, применившего их. Это, в частности:

- суждения на основе подтасованных фактов;
- ссылки на сомнительные, непроверенные источники;
- домыслы, догадки, предположения, измышления;
- доводы, рассчитанные на предрассудки, невежество;
- выдаваемые авансом посулы и обещания;
- фальсификация того, о чем говорится.

Какие рекомендации по использованию аргументов можно предложить?

1. В ходе аргументации используйте только те доводы, которые вы и оппонент понимаете одинаково.

2. Если довод не принимается, найдите причину этого и далее в разговоре на нем не настаивайте.

3. Не преуменьшайте значимость сильных доводов оппонента, лучше, наоборот, подчеркните их важность и свое правильное понимание.

4. Свои аргументы, не связанные с тем, что говорил оппонент или партнер, приводите после того, как вы ответили на его доводы.

5. Точнее соизмеряйте темп аргументации с особенностями темперамента партнера.

6. Избегайте излишней убедительности, которая всегда вызывает отпор, так как превосходство партнера в споре обижает.

7. Приведите один-два ярких аргумента и, если достигнут желаемый эффект, ограничьтесь этим.

### **Второе правило (Правило Сократа<sup>1</sup>)**

Дает возможность получить положительный ответ на нашу просьбу, добиться решения по очень важному для нас вопросу. Как же этого достичь? Рекомендуется поставить этот вопрос на *третье место*, задав перед ним два коротких, простых для собеседника вопроса, на которые он без затруднения скажет вам: «Да».

Именно на данной особенности восприятия информации и принятии решения основываются авторы рекламы. Вспомним популярную триаду: «Желудок котенка меньше наперстка» - «Ваш питомец нуждается в полноценном корме» - «Ваша киска купила бы Вискас!», дополненную сентиментальным визуальным рядом.

### **Третье правило (Правило Паскаля<sup>2</sup>)**

Данное правило рекомендует не оказывать чрезмерного давления на собеседника, даже если вы на 102% уверены в своей правоте. Будьте дипломатичны и деликатны. Не загоняйте собеседника в угол. Дайте ему возможность «сохранить лицо», сохранить достоинство. Ничто так не разоружает, как условия почетной капитуляции: предложите такое решение, которое даст собеседнику возможность с честью выйти из затруднительного положения.

### **Четвертое правило (Имидж и статус убеждающего)**

Убедительность аргументов в значительной степени зависит от имиджа и статуса убеждающего. Высокое должностное или социальное положение, компетентность, авторитетность, поддержка коллектива повышают статус человека и степень убедительности его аргументов.

Какой можно сделать вывод? Необходимо работать над своим собственным имиджем и статусом, постоянно стремясь повысить их.

---

<sup>1</sup> Носит имя известного древнегреческого философа Сократа (ок.470-399 гг. до н.э.), одного из родоначальников диалектики как метода отыскания истины путем постановки наводящих вопросов (так называемого сократовского метода)

<sup>2</sup> Блез Паскаль (1623 – 1662 гг.) – французский математик, физик, религиозный философ и писатель.



Полезны, кроме того, уместные ссылки на авторитет, мнение уважаемой персоны: именно на этом строится механизм цитирования.

### **Пятое правило («Не загоняйте себя в угол!»)**

Является, так сказать, зеркальным отражением предыдущего правила. Не загоняйте себя в угол, не понижайте свой статус проявлением признаков неуверенности. Действительно, не стоит принижать собственный статус: «Недоверие к себе – причина большинства наших неудач» (К. Боуви).

### **Шестое правило (Имидж и статус собеседника)**

Не принижайте статус собеседника. Правило, которое носит достаточно универсальный характер. В любых речевых культурах проявление неуважения, пренебрежения к собеседнику вызывает негативную реакцию, ведь понижается его статус. Следует быть корректным, держать свои эмоции глубоко спрятанными – их демонстрация явно не на пользу делу, а подчас проявление неуместных амбиций, завышенной самооценки может навсегда закрыть вам двери в бизнес-сообщество.

Как же, не понижая статуса собеседника, указать на его неправоту? Уместны фразы типа

✓ *Досадно, если это так. В противном случае мы получили бы весомые предпочтения. Может, нам стоит перепроверить все факты и вместе найти решение...*

✓ *По-видимому, Вам не известны некоторые обстоятельства...*

✓ *Учитывая Ваши соображения, не кажется ли Вам, что мы приходим к солидарным выводам...*

Помните: приведение любых возражений не должно перерасти в «спор не о деле, а о приоритете своей собственной позиции, безупречности именно вашего мнения».

### **Седьмое правило (Правило приятного собеседника)**

К аргументам приятного нам собеседника мы относимся благосклонно, к аргументам неприятного – с предубеждением. Приятное впечатление создается многими факторами:

- ✓ уважительным отношением;
- ✓ умением выслушать (ср. типичная ошибка менеджера-новичка: стремление слишком много говорить самим, перебивая и горячась, вместо того чтобы слушать других);

✓ грамотной речью (в частности, разнообразным лексиконом, умением ясно и недвусмысленно выразить свою мысль, литературной и лингвистической эрудицией и т.д.)

✓ приятными манерами, внешним видом.

Что ж, наверняка вам есть над чем поработать! Поверьте, цель того стоит!

### **Восьмое правило (Объединяющие аргументы)**

Допустим, вы в совершенстве освоили правила №1-7. Вы харизматичны и обаятельны, умеете выбирать и оценивать аргументы и все же... Противоречий и разногласий слишком много - с чего следует начинать общение, если ваша задача – убедить собеседника в своей правоте?

Согласно правилу №8, желая переубедить собеседника, **начи-  
тайте не с разделяющих вас моментов, а с того, в чем вы согласны  
с ним.** Если ни с чем не согласны, поблагодарите за то, что собесед-  
ник четко изложил свою позицию и вам интересно было познако-  
миться с его точкой зрения. При желании вам удастся без труда про-  
должить ряд подходящих речевых клише:

✓ *Ваша точка зрения, бесспорно, интересна. Думаю, она будет  
эффективна, если ... А пока, может быть, мы примем компромисс-  
ное решение...*

✓ *Вы имеете право так думать, но в интересах дела...*

✓ *Как хорошо, что давно сотрудничаем и отлично понимаем  
друг друга. Находили решение и в более сложных ситуациях...*

✓ *В вашей позиции я вижу интересные новые перспективы для  
будущего. Но достаточно ли у нас сил и средств, чтобы уже сего-  
дня...*

✓ *Замечательно, что у нас еще есть время, чтобы порабо-  
тать над этой непростой проблемой...*

Однако и здесь не следует забывать о необходимости выстраи-  
вать стратегию и тактику общения исходя из индивидуальных осо-  
бенностей вашего коммуникативного партнера, т.е. пора познако-  
миться с правилом эмпатии (правило №9).

### **Девятое правило (Правило эмпатии)**

По определению психологов, *эмпатия* (ср. слова *симпатия*, *ан-  
типатия*) – это способность к постижению эмоционального состоя-  
ния другого человека в форме сопереживания. Попробуйте понять  
(эмоционально) вашего собеседника, т.е. проявите эмпатию – слу-

шайте и анализируйте не только разумом, но и сердцем. Эмпатия помогает лучше понять собеседника, раскрыть ход его мыслей («влезть в его шкуру»). **Помните!** Не проявив эмпатию, невозможно выполнить правила Гомера, Сократа, Паскаля.

Проявив эмпатию, взглянув на ситуацию глазами другого человека, вы поймете, чем мотивированны его слова и поступки, избежите излишних отрицательных эмоций, сможете спокойно и корректно управлять ситуацией. Конечно, все это требует приложения сил, в серьезных случаях – сбора информации о вашем коммуникативном партнере, а также определенного опыта, который формируется только практикой.

### **Десятое правило (Правило хорошего слушателя)**

Будьте хорошим слушателем, чтобы понять ход мыслей собеседника. Какие бы цели вы в данный момент ни преследовали, вы прежде всего должны *уметь слушать*. На первый взгляд проблемы нет. Но это поверхностное мнение: незнание законов адекватного слушания приводит к искажению воспринимаемой информации, ведь мы ***слышим то, что хотим слышать, а не то, что говорят***.

Что в этой связи рекомендуют специалисты в области убеждающей коммуникации? Вот их советы:

- ✓ станьте внимательным слушателем – имидж внимательного слушателя существенно повышает ваши шансы на успех;
- ✓ смело пользуйтесь приемами «активного слушания»:
  - переспрашивайте, правильно ли вы поняли то, что сказано;
  - при необходимости делайте пометки;
  - следите за вашими реакциями, не допускайте небрежных реплик и невербальных реакций (взглядов, жестов, поз) - иначе говоря, избегайте всего того, что может спровоцировать конфликт.

### **Одиннадцатое правило (Избегайте конфликтогенов!)**

Избегайте слов, действий, приводящих к конфликту. К факторам, порождающим конфликты (конфликтогенным факторам), относят:

- 1) проявление превосходства, агрессии, невоспитанности, грубости, угрозы, насмешки, замечания;
- 2) хвастовство;
- 3) безапелляционность;
- 4) навязывание советов;
- 5) перебивание собеседника;

- 6) обман;
- 7) утаивание информации.

Помните: "При каждом споре, в тот момент, когда мы начинаем сердиться, мы перестаем бороться за истину и вступаем в спор уже за самих себя" (Томас Карлейль, английский публицист и философ XIX в.)

### **Двенадцатое правило (Следите за пантомимикой!)**

Следите за мимикой, жестами, позами (пантомимикой) – своими и собеседника.

Еще Ф.Шиллер писал: *«Из слов человека можно только заключить, каким он намерен казаться, но каков он на самом деле, приходится угадывать по его мимике...»*

Легко заметить, что собеседник не всегда откровенен. Помогает знание системы жестов и поз: зачастую мы не контролируем свою жестикуляцию и позы, язык телодвижений обусловлен импульсами нашего подсознания. Таким образом, с одной стороны, нужно уметь «говорить» на языке телодвижений, а с другой – уметь его правильно интерпретировать.

Вместе с тем не следует идеализировать эти факторы (ср. известный голливудский фильм «Обмани меня»), хотя соответствующие знания, учитывающие кроме всего прочего национально ориентированные компоненты, могут быть полезны. В частности, для «подготовленной» аудитории можно сознательно выстраивать систему жестов и поз в соответствии с их ожиданиями, манипулируя тем самым своими слушателями и формируя желаемое впечатление.

Обучение жестам – кропотливый процесс, которым должен руководить профессионал. Многие политики и бизнесмены говорят и держатся безупречно именно потому, что берут уроки у специалистов, которые учат их ходить, стоять, произносить слова, пожимать руки, соболезнавать, смеяться.

***Возьмите, в частности, себе на заметку*** (с учетом сказанного выше):

✓ Движения не должны быть резкими и быстрыми. Не нужно опускать надолго глаза или сидеть в расслабленной позе.

✓ Скрещивание рук на груди в принципе допустимо, но этот жест воспринимается собеседником как недовольство или желание прекратить разговор.

✓ Пальцы, сжатые в кулак, естественно интерпретировать как жест агрессии.

✓ Если собеседник почесывает и потирает ухо, человек уже вдоволь наслушался и хочет высказаться.

✓ Жест «пощипывание переносицы», «поза мыслителя» (когда подпирают щеку) – жесты размышления, оценки.

✓ Собеседник потирает лоб, виски, подбородок, прикрывает лицо руками. Это свидетельствует о том, что он не настроен разговаривать в данный момент – лучше закончить беседу.

✓ Чтобы достичь желаемой цели в беседе, мало быть внимательным, необходимо самому использовать так называемые жесты открытости, которые располагают к себе собеседника, вызывают его на откровенный разговор, оставляют благоприятное впечатление.

С другой стороны, пантомимика в целом позволяет сделать речь более убедительной, но ей не следует злоупотреблять: неумеренная жестикуляция и постоянное «мелькание» говорящего отвлекает от содержания речи, зачастую раздражает.

**Комментарий.** Особый разговор – национальная обусловленность невербальных компонентов. При общении с представителями иноязычных социумов необходимо изучить своих потенциальных партнеров, чтобы не только строить эффективную коммуникацию, но и просто-напросто не попасть впросак. Вот несколько наглядных примеров межкультурных различий в данной области:

✓ В ближневосточных странах категорически нельзя передавать кому-либо деньги или подарок левой рукой.

✓ Указательный жест японца является жестом попрошайки у американца. По этой причине американцы нередко жалуются на вымогательства портье в японских отелях, хотя японские портье тем и отличаются, что не берут чаевые.

✓ Смотреть собеседнику прямо в глаза для японцев признак невоспитанности, поэтому во время разговора они отводят взгляд в сторону.

✓ В Японии не приняты рукопожатия – правилом хорошего тона считается поклон, особенно их количество. В момент представления визитные карточки следует вручать и получать обеими руками и в знак уважения сразу внимательно из читать.

✓ Когда японцы внимательно слушают, они нередко закрывают глаза и создается впечатление, что они засыпают на встрече.

✓ Для жителей Японии, как и в некоторых странах Африки, смех – это показатель изумления или даже замешательства.

✓ Личное пространство – «культурная дистанция» между собеседниками - у представителей Северной Америки больше, чем у латиноамериканцев.

✓ Итальянцы чрезвычайно эмоциональны, экспансивны, очень коммуникабельны и многословны, любят размахивать руками. Дистанция комфортного общения у них меньше, чем у северных народов. Они хорошо себя чувствуют с собеседником на расстоянии 80 см. Увеличение этого расстояния наводит итальянцев на мысль, что они физически неприятны или их избегают.

✓ На переговорах с представителями Китая допустимо приветствие с помощью рукопожатия (в соответствии с международным этикетом). Однако объятия и поцелуи (как способ приветствия или прощания) так же, как и другие формы телесных контактов, абсолютно неприемлемы.

✓ Китайцы, впервые столкнувшись с американскими туристами, удивлялись, отчего их гости постоянно сердятся. Дело в том, что в Китае поднятые брови – это знак гнева, тогда как американцы нередко поднимали брови от удивления при созерцании местных достопримечательностей.

✓ Западные туристы воспринимали людей Востока как лицемерных и двуличных, поскольку с их лиц почти никогда не сходит улыбка, даже если общение не подразумевает ничего приятного. Не что подобное наблюдается сегодня в американской культуре: отсутствие улыбки у американца означает, что дела совсем плохи.

### Тринадцатое правило

#### (Изучите потребности собеседника!)

Один из самых эффективных приемов убеждения. Покажите, что то, что вы предлагаете *удовлетворяет какую-либо из потребностей собеседника*:

- ✓ потребность в безопасности, уверенность в будущем;
- ✓ потребность в уважении, признании;
- ✓ потребность в самореализации;
- ✓ духовные потребности;
- ✓ потребность принадлежать какой-то общности (семье, коллективу, компании) и т.п.

## Подведение итогов

Надеемся, что нам удалось показать: все, о чем мы сегодня говорили, абсолютно логично и естественно. Обзор изученного материала представлен в данной ниже таблице.

Таблица 1

### Правила убеждения (обобщающая таблица)

<i>Вы должны знать качества приводимых аргументов</i>	<i>Вы должны уметь</i>	<i>Ваши действия с собеседником</i>
Сила	Слушать	Не понижайте статус собеседника
Очередность	Правильно и хорошо говорить	Уважайте собеседника
Убедительность	Услышать 3 раза «Да»	Начинайте с позитива - с чем Вы согласны
	Проявить эмпатию	Проверяйте, верно ли поняли то, что слышите
	Избегать конфликтогенов	Покажите, что предлагаемое вами удовлетворяет потребности собеседника
	Незаметно следить за мимикой и жестами	

### 3. Законы аргументации и убеждения в деловой беседе, споре (дискуссии)

Современная риторика и теория убеждающей коммуникации сформулировали основные законы аргументации и убеждения при проведении деловой беседы, спора, дискуссии. Они корреспондируются с универсальными законами эффективного общения, изложенными выше.

#### 1. Закон встраивания (внедрения)

Аргументы следует встраивать в логику рассуждений партнера, а не вбивать (ломаю ее), не излагать их параллельно.

#### 2. Закон общности языка и мышления

Если хотите, чтобы вас слышали, говорите на языке оппонента.

#### 3. Закон минимализации аргументов

Необходимо учитывать ограниченность человеческого восприятия и ограничивайте число аргументов. Лучше, если их будет не более трех-четырех.

#### *Закон объективности и доказательности*

Используйте в качестве аргументов только те, что принимает ваш оппонент. Не путайте факты и мнения.

#### *3. Закон диалектичности (единства противоположностей)*

Следует говорить не только о плюсах своих доказательств или предположений, но и о минусах. Этим вы придадите своим аргументам больший вес, так как двусторонний обзор (плюсы и минусы) лишает их легковесности и обезоруживает оппонента.

#### *4. Закон демонстрации равенства и уважения*

Подавайте аргументы, демонстрируя уважение к оппоненту и его позиции.

#### *5. Закон авторитета*

Ссылки на авторитет, известный вашему оппоненту и воспринимаемый им тоже как авторитет, усиливают воздействие ваших аргументов. Ищите авторитетное подкрепление своим аргументам.

#### *8. Закон постепенности*

Не стремитесь быстро переубедить оппонента, лучше идти постепенными и последовательными шагами.

#### *9. Закон этичности*

В процессе аргументации не допускайте неэтичное поведение (агрессия, обман, высокомерии, манипуляции и т.д.), не задевайте «больные места» оппонента.

### **4. Рекомендации по ведению спора, дискуссии**

Спор, дискуссия – важные формы делового общения. Всегда ли мы достаточно убедительны и умеем ли управлять нашими эмоциями? В этой сфере также существуют лингвopsихологические закономерности, которые необходимо изучить. Далее раскрываются девять диагнозов поведения оппонента и рекомендации вашего поведения во время спора.

Диагноз 1. Оппонент раздувает проблему, выводит ее за границы дискуссии (разговора, спора).

*Рекомендации.* Напомните о рамках дискуссии, о ее цели. Попросите противника еще раз уточнить антитезис и верните разговор в прежнее русло.



Диагноз 2. Оппонент охватывает мелочи (второстепенные факты), не затрагивая основного тезиса.

*Рекомендации.* Спросите, не забыл ли он цель разговора. Верните его к спорной проблеме.

Диагноз 3. Оппонент пытается перехватить инициативу в выборе темы разговора:

- а) подменяет принципиальные вопросы мелочами;
- б) выдвигает тезисы не по существу проблемы;
- в) предлагает контрпроблему, игнорирует ваши аргументы.

*Рекомендации.* Предусмотрите заранее возражения соперника, изучите их мотивы, позиции для того, чтобы:

- а) указать собеседнику на его уход от спорного вопроса;
- б) спросить его, какую мысль он доказывал;
- в) попросить высказать отношение к вашей аргументации.

Диагноз 4. Противник допускает намеки, компрометирующие вас. Тем самым он ставит под сомнение вашу мысль или предложение. Его цели:

- а) перенести критику на вас, на вашу личность;
- б) приписать вам явно нелепые высказывания.

*Рекомендации.* Не исключайте комплиментов в адрес соперника, выигрывайте доброжелательностью, демонстрируйте свою объективность. Для этого:

- а) скажите, что умная мысль может светиться и в темной комнате;
- б) не пытайтесь оправдаться;
- в) не проявляйте резких эмоций;
- г) не поддавайтесь на провокацию.

Диагноз 5. Собеседник намеренно подводит вас к ложным выводам, подтасовывает факты для того, чтобы уличить вас в безграмотности и дилетантстве.

*Рекомендации.* Прекратите обмен мнениями, похвалите собеседника за глубину анализа и попросите его сделать обобщающий вывод.

Диагноз 6. Оппонент уличает вас в некомпетентности, играет на ваших ошибках и недоработках, игнорирует факты «за» и «против», тенденциозно толкует ваши слова.

*Рекомендации.* Не проявляйте излишней деликатности. Спросите, о чем конкретно идет речь. Попросите высказать его соображения, как выйти из затруднения.

Диагноз 7. Противник постоянно меняет позицию, пытается найти что-то третье.

*Рекомендации.* Не настаивайте на признании, согласии и поддержке вашего предложения. Он чья-то марионетка. Сверните разговор, который все равно ни к чему не приведет.

Диагноз 8. Вас грубо одергивают во время разговора (речи, рассуждений).

*Рекомендации.* Не давайте волю своим чувствам. Это попытка оппонента вывести вас из равновесия. По возможности будьте ироничными по отношению к нему.

Помните, что вступающий в спор преследует следующие цели: доказать свою правоту, победить в споре и тем самым убедить собеседника в своей правоте.

## **5. Язык телодвижений во время деловой беседы**

Для повышения эффективности воздействия на собеседника важно уметь своевременно заметить и учесть сигналы тела оппонента: вовлеченность и интерес, отвлечение, беспокойство и др. Охарактеризуем эти сигналы.

### *1. Вовлеченность, интерес.*

Чем больше тело «раскрывается» и чем больше голова и туловище партнера наклоняются к вам, тем более он увлечен, и наоборот.

Например, наступившая готовность к активным действиям – это резкое вскидывание головы, ранее сравнительно расслабленное тело приобретает отчетливые признаки напряжения, верхняя часть туловища переходит из удобно откинутой на спинку кресла позиции в свободную, прямую посадку.

### *2. Отвлечение, убывающий интерес.*

Чем больше партнер «закрывает» или «скрывает» части своего тела, отклоняется назад или отворачивается, тем сильнее отвлечение и потеря интереса к теме разговора.

### *3. Внутреннее беспокойство, неуверенность, сомнение, недоверие.*

Внутреннее беспокойство, наступившую нервозность, нервное напряжение демонстрируют продолжающиеся ритмические движения ног, пальцев рук, часто с очень малой амплитудой (беспокойство и напряжение негативного рода), ритмически нарушенные движения повторяющегося характера (ерзанье по сиденью взад-вперед, нерав-

номерное постукивание пальцем, вращение сигаретной пачки и т.п., прищуривание).

4. *Задумчивость, раздумья, обстоятельные размышления.*

Задумчивость проявляется в следующих телодвижениях: взгляд вдаль при известной расслабленности; руки, заложенные за спину; медленное потирание лба стирающим движением; приоткрытые пальцы касаются рта, при этом взгляд направлен в неопределенное пространство; закрытые на несколько мгновений глаза; язык проводится вдоль края губ.

5. *Усиливающееся отвлечение, защита.*

Об усиливающемся отвлечении сигнализируют отворачивание лица от партнера, отклонение тела назад, вытягивание рук ладонями вперед; удары ладонью или костяшками пальцев по столу, вертикальные складки на лбу, «grimаса протеста, ошеломления», стискивание челюстей, неуместные сильные и монотонные движения, покраснения, усиление громкости голоса.

Итак, можно сделать вывод: знание языка телодвижений облегчает задачу ратора при выборе правильной линии речевого поведения. Эти знания помогут вам почувствовать себя уверенно и непринужденно в любой обстановке, так как вы всегда будете знать, что на самом деле думают и чувствуют ваши собеседники.

## **Контрольные вопросы и задания к главе 6**

1. Расскажите, что значит «быть убедительным» в коммуникации. Как понимается в современной риторике термин «эффективная коммуникация»?

2. Назовите универсальные правила эффективной коммуникации.

3. Раскройте первый три правила (соответственно - правила Гомера, Сократа и Паскаля). Почему они носят такие названия?

4. Прокомментируйте понятие «аргумент» применительно к деловой коммуникации.

5. Изложите суть правил убеждения №№ 4 – 9.

6. Поясните, как вербально, не понижая статуса собеседника, можно указать на его неправоту (шестое правило)?

7. Почему так важно начинать с объединяющих аргументов? Какие речевые клише здесь уместны (восьмое правило)?

8. В чем состоит «Правило хорошего слушателя» (десятое правило)? Какие приемы активного слушания вам известны?

9. Раскройте специфику правил №№ 11 – 13. Приведите примеры национально обусловленных невербальных компонентов.

10. Какие рекомендации по ведению деловой беседы, спора, дискуссии можно дать начинающему оратору (вербальный и поведенческий аспекты)?

### **Темы для публичных выступлений и презентаций**

1. «Универсальные правила и техники убеждения».

2. «Правила убеждающей коммуникации: современные иллюстрации».

3. «Вызов современным ораторам: риторическое искусство Сократа».

### **Выскажите ваше мнение!**

1. Можно ли научиться быть убедительным? Что для этого нужно сделать?

2. После изучения материала данной главы попытайтесь реализовать свои знания на практике (в течение месяца) Всегда ли вам сопутствовали коммуникативные удачи?

3. Владеют ли ведущие современных ток-шоу (политических, социальных) приемами убеждающей коммуникации?

4. Почему молодым людям следует овладевать законами эффективного общения? Что происходит в случае их незнания?

5. Прочитайте афоризмы и цитаты из риторической литературы. Прокомментируйте их, опираясь на современные реалии. С чем можно согласиться, а с чем вы бы поспорили?

*При каждом споре, в тот момент, когда мы начинаем сердиться, мы перестаем бороться за истину и вступаем в спор уже за самих себя" (Томас Карлейль)*

*Не победить, а убедить – вот что достойно славы. (Виктор Гюго)*

*Дело риторики – не убеждать, а в каждом данном случае находить способы убеждения. (Аристотель)*

*Недоверие к себе – причина большинства наших неудач. (Кристиан Боуви).*

*Не допускай, чтобы язык забегал вперед ума. (Хилтон)*

*Нельзя начинать речь словами: «Извините...». Извинения без причин самоубийственны (Руководство по современной риторике. Перевод с английского)*

6. Прочитайте афоризмы, построенные с использованием риторической техники антитезы (контраста). Прокомментируйте их, опираясь на современные реалии. С чем можно согласиться, а с чем вы бы поспорили?

*Можно обманывать каких-то людей все время и всех людей какое-то время, но нельзя обманывать всех людей все время. (Авраам Линкольн)*

*Скромные возможности часто открывают двери великим свершениям (Демосфен)*

*Я считаю более храбрым того, кто одержит верх над своими страстями, чем того, кто победит своих врагов (Аристотель)*

*Мудрый говорит, потому что ему есть что сказать, глупый – потому что нужно сказать что-нибудь. (Уинстон Черчилль)*

*Не спрашивайте о том, что страна может сделать для вас; спрашивайте о том, что вы можете сделать для страны (Джон Кеннеди)*

## ГЛАВА 7

# НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

---

### 1. Деловое общение и универсальные правила международного этикета

Деловое общение – это непростой процесс установления и развития контактов между людьми в сфере бизнеса, государственной службы и т.д. Часто такое общение выходит на международный уровень, и тогда его участникам приходится испытывать трудности, связанные с учётом особенностей национального характера и определённых черт поведения представителей разных народов, стран и культур.

В результате глобализации мировой экономики многие предприятия и организации сегодня имеют непосредственный выход на внешний рынок, что открывает для них новые возможности в сфере развития собственных бизнес-компаний. Таким образом, возникает необходимость в знаниях некоторых национальных и психологических особенностей делового поведения представителей разных стран. Лишь соблюдая определённые правила ведения межнациональных деловых переговоров, можно рассчитывать на успех.

Собираясь в поездку за границу или принимая у себя зарубежного партнёра, участник деловых переговоров должен изучить традиции и этикет данной страны. Следует обратить внимание на то, где родился, учился, а также где живёт и работает иностранный коллега. Особенно это важно в том случае, если приходится вести переговоры с зарубежным партнёром, который живёт не на территории своего государства. Так, китайцы, проживающие на территории Германии и ведущие переговоры от имени немецкой компании, скорее всего будут сохранять стиль делового поведения, присущий их немецким коллегам, так как на формировании их личности отразились традиции той среды, в которой они росли и были воспитаны.

Хотя в традициях и культурах стран много различий, которые определяют национальные особенности делового общения, всё же есть универсальные правила международного этикета, действующие в абсолютно любой стране. Среди них можно выделить следующие.

1. Необходимо с уважением относиться к национальным традициям, религиям, праздникам, руководству страны вашего делового партнёра, а также к еде.

2. Категорически нельзя сравнивать свою страну и культуру со страной и культурой вашего собеседника в его присутствии. Недопустима также критика.

3. Нужно всегда быть пунктуальным (учитывайте особенности движения на дорогах и пробки).

4. Некорректно обсуждать ваше материальное положение, хвастаться чем-либо.

5. Следует ознакомиться с денежной системой страны, в которой вы ведёте переговоры.

6. В любой стране очень важны титулы, поэтому надо постараться заранее узнать как можно больше о вашем партнёре.

7. Корреспонденция должна иметь сугубо официальный характер.

8. Если вы приезжаете в страну не первый раз, позаботьтесь, чтобы на обратной стороне вашей визитки была информация на языке этой страны.

9. Следует обязательно вставать, когда звучит гимн любой страны. Наблюдайте за тем, какие действия совершают ваши коллеги во время звучания гимна: многое вам может пригодиться.

10. Соблюдайте правила традиционного делового дресс-кода: строгий костюм неброского цвета у мужчин, классическое платье с длинным рукавом или юбка средней длины с блузкой у женщин. На деловую встречу не рекомендуется надевать специфическую национальную одежду.

11. Если вас пригласили на деловой обед, неприлично спрашивать, что это за блюдо. Если вы не хотите есть его, обязательно попробуйте. Обслуживание во время еды также может отличаться от привычного вам, поэтому соблюдайте те правила, которые приняты в этой стране.

12. Перед началом переговоров уточните, как в данной стране принято обращаться к человеку. Старайтесь запоминать имена и фамилии. Если имя или фамилия трудны в произношении, потренируйтесь заранее. Нужно помнить, что имена могут указывать на социальный статус и семейное положение, поэтому проговаривать следует все имя целиком, а не придумывать удобный для вас сокращенный вариант

13. В любой стране ценится вежливость, особенно много внимания уделяется ей в странах Востока.

14. Если вы не знаете языка страны, в которой находитесь, нужно прибегнуть к услугам переводчика на переговорах.

15. Если деловые партнеры говорят слишком быстро для Вас, вежливо попросите их говорить медленнее. Объясните, что такой темп речи для вас непривычен, но никого ни в чем не обвиняйте. Если же переговоры проходят на вашем родном языке, говорите спокойно, четко проговаривая все слова; следите за своим произношением. Избегайте сленга, устойчивых выражений, не рассказывайте анекдоты. Помните, что юмор тоже бывает национально специфичен.

16. В буддийских храмах, мусульманских мечетях, японских домах и ресторанах, индийских и индонезийских домах запрещено находиться в обуви. Гость должен разуться у двери, поставив ботинки носками к входу.

17. Приветствия в ряде стран имеют национальную специфику. Основная форма – это рукопожатия. В некоторых странах не принято пожимать руку женщине, поэтому подождите, пока она сама протянет вам руку. Во Франции и странах Средиземноморья распространены поцелуи в щеку, в Латинской Америке – объятия. Две прижатые друг к другу перед грудью ладони – национальное приветствие в Индии.

18. Находясь в любой стране, проявляйте уважение к старшим. Подождите, когда они начнут разговор, протянут вам руку для приветствия. Когда старшие по возрасту люди входят в помещение, необходимо вставать.

19. Во многих странах влияние на бизнес оказывают религиозные традиции. Например, от религиозных праздников может зависеть распорядок дня, а также распределение дней месяца между рабочими и выходными. Готовясь к переговорам, узнайте как можно больше о религиозных обычаях данной страны, но не вступайте с вашими партнёрами в дискуссии на религиозные темы. Помните, что буддийские образы священны: нельзя наступать на порог в Таиланде – под ним обитают добрые духи; нельзя отвлекать человека, обращенного лицом к Мекке; без разрешения не стоит фотографировать или трогать руками религиозные атрибуты. Совершенно недопустимы шутки на религиозные темы.

20. Всегда нужно иметь при себе визитку с указанием названия Вашей организации, должности, титула. Не следует использовать аб-



бrevиатуры, а если они всё же и есть, их необходимо расшифровать. В Юго-Восточной Азии, Африке и на Среднем Востоке визитку всегда протягивают правой рукой. В Японии ее подают двумя руками, нужной стороной к партнеру.

21. Несмотря на развитие электронных технологий, визитная карточка и по сей день остаётся важным инструментом налаживания деловых контактов. В Европе можно оскорбить своего партнера по переговорам, не дав ему своей визитки. Особенно сильны эти традиции в южных странах Европы – во Франции, в Италии, Испании, Португалии. Любое знакомство с бизнесменами в этих странах начинается с обязательного обмена визитными карточками, поэтому при деловом общении всегда необходимо иметь их с собой в достаточном количестве. Если в ответ на протянутую визитку у вас нет возможности предоставить свою, следует извиниться, объяснив причину и пообещав прислать ее при первой же возможности.

22. Старайтесь не использовать привычных для вас жестов (например, «V» как знак победы). Язык жестов не является универсальным, поэтому следите за собой, когда говорите с партнёром из другой страны: вас могут неправильно понять. К примеру, в России и странах Европы утвердительный кивок головой со значением «да» в Индии, Греции, Болгарии обозначает отрицание, и наоборот: повороты головы из стороны в сторону в этих странах являются утверждением. К слову, в Японии «нет» выражается покачиванием ладоней из стороны в сторону, неаполитанцы несогласие выражают вздергиванием головы вверх и неодобрительно оттопыривают губу, а на Мальте это выглядит как касание кончиками пальцев подбородка при повернутой вперед кисти.

## **2. Национальный стиль делового общения.**

### **Основные типы деловых культур**

Под национальным стилем делового общения, как правило, понимают наиболее типичные, наиболее вероятные особенности восприятия, поведения и мышления человека. Это не значит, что эти особенности будут обязательными для всех представителей данной страны или культуры. Так, можно встретить эмоциональных эстонцев или финнов и, наоборот, неторопливых испанцев или итальянцев. Подчеркнем, что универсального описания стиля делового общения какой-либо национальности не существует, ведь каждый человек ин-

дивидуален. Однако стереотипы национальных черт тех или иных народов, которые уже описаны, достаточно хорошо «работают» и помогают лучше представить, как действовать в определённой ситуации. Например, готовясь к деловой встрече с представителем Финляндии, мы должны понимать, что скорее всего он будет медлителен и молчалив. Если же нам предстоит встреча с итальянцем, то мы должны быть готовы к тому, что это будет человек эмоциональный, харизматичный и разговорчивый. Словоохотливый финн и «закрытый» итальянец в данном случае будут восприниматься скорее как исключение, если, конечно, мы имеем в виду специфические национальные черты.

Известный во всем мире специалист в области межкультурного общения Ричард Д. Льюис выделяет три типа деловых культур в соответствии со способом восприятия человеком и организации им реальности: *моноактивные*, *полиактивные* и *реактивные*.

Представители *моноактивных* культур планируют свои действия. Они всегда следуют составленному расписанию, решают поставленные задачи только в определённой последовательности. Им привычно в данный момент заниматься одним делом, по завершении которого они приступают к другому. Типичными представителями таких культур являются англосаксы: американцы, англичане, немцы, датчане, шведы, швейцарцы и др.

Представители *полиактивных* культур, подвижны, словоохотливы, эмоциональны. Они способны одновременно делать несколько дел, причем первыми будут решаться те задачи, которые наиболее привлекательны или значимы для них. Однако таким образом не всегда все дела доводятся до конца. К типичным представителям полиактивных народов можно отнести арабов, латиноамериканцев, испанцев, итальянцев и других представителей южной Европы.

Китайцы, японцы, финны – классические представители *реактивных* культур. Им свойственны молчаливость, спокойствие, осторожность и закрытость. В реактивных культурах особое место отводится вежливости и уважению к собеседнику и партнёру.

При столкновении различных культур, как правило, возникает конфликт, так как традиции и обычаи представителей разных культур порой прямо противоположны. Результатом этого становится взаимное раздражение. Ричард Д. Льюис в своей книге «Деловые культуры в международном бизнесе от столкновения к взаимопониманию» приводит такой пример: «Моему другу, продюсеру Би-би-си, прихо-

дилось часто бывать в Европе, чтобы увидаться с представителями корпорации в других странах. В Дании и Германии такие встречи никогда не вызывали осложнений, но в Греции он всегда испытывал затруднения. Греческий агент был популярным в Афинах человеком и каждый день встречался с таким количеством людей, что постоянно сдвигал свой график. Мой друг обычно пропускал назначенную встречу или по три-четыре часа ждал, пока тот не появится. В конце концов после нескольких поездок продюсер адаптировался к полиактивной культуре. Он просто приходил поздним утром к секретарю агента и узнавал его план на этот день. Если грек проводил большинство встреч в номерах отелей и барах, то продюсер Би-би-си поджидал его в холле гостиницы или перехватывал его, мчащегося с одной встречи на другую. Полиактивный грек был счастлив видеть его и без всяких колебаний уделял ему полчаса, опаздывая из-за этого на свою следующую встречу».

Задача любого участника межнационального делового общения – добиваться результативной коммуникации, обходить конфликты и учитывать особенности разных культур.

Обратимся к описанию национальных особенностей переговорных стилей. Однако следует помнить, что наличие национальных особенностей не означает, что именно соответственным образом будут вести себя на переговорах представители той или иной стороны. Это лишь наиболее вероятные особенности ведения переговоров, характерные для представителей той или иной стороны, и не следует считать их обязательными.

### **3. Национальные особенности переговорных стилей**

#### *Англоязычные стили делового общения*

##### *США*

Американцы, как правило, стараются заранее овладеть максимальным объемом информации о партнере по бизнесу. В процессе самих переговоров они задают много вопросов, чтобы выяснить все подробности. Американцев отличает самостоятельность в принятии решений. Им свойственны такие качества, как открытость, энергичность, дружелюбие, поэтому им нравится, если переговоры проходят в не слишком официальной обстановке. В то же время они нередко эгоцентричны: искренне считают, что при ведении переговоров их партнер должен соблюдать те же правила, что и они.

Начиная переговоры с американской стороной, нужно прежде всего представиться, сказать, кто вы, чем занимается ваша компания и почему вашему партнеру выгодно иметь дело именно с вами, а не с другими фирмами. В противном случае американцы не будут зря терять своё время, а займутся поиском новых партнёров.

Привлечь внимание американских коллег в процессе переговоров вам поможет также следующая тактика: акцентируйте внимание на целях американского партнера, заверьте его в том, что вы готовы помочь ему в достижении его целей. Если ваши предложения окажутся реальными и конкретными, то американские партнёры обязательно заинтересуются вами.

Представители американского бизнеса при заключении коммерческих сделок нередко проявляют чрезмерную настойчивость, а иногда даже агрессивность. Это объясняется тем, что они сосредоточены на достижении своих целей и защите своих интересов.

### *Великобритания*

Представители Англии очень мало времени уделяют подготовке к переговорам. Английский стиль ведения переговоров характеризуется прагматизмом: англичане рассчитывают на то, что с решением по тому или иному вопросу они определятся прямо по ходу переговоров, и это решение во многом будет зависеть от позиции их оппонента. Представителей Великобритании отличает гибкость и лояльность в стиле ведения переговоров. Они стараются избегать острых вопросов, а также максимально откликнуться на инициативу противоположной стороны.

Англичане традиционно считаются одними из самых квалифицированных специалистов в области бизнеса в странах Запада. Они достаточно консервативны, стараются соблюдать определенный ритуал делового общения и приветствуют его соблюдение со стороны партнёра. Поэтому, прежде чем приступить к переговорам с английскими коллегами, необходимо хотя бы в общих чертах выяснить фирменную структуру рынка того или иного товара, примерный уровень цен и тенденцию их движения, получить сведения об особенностях нужной вам фирмы; а также о людях, которые на ней работают. И только после этого можно договариваться о встрече.

Переговоры с английскими партнерами рекомендуется начинать не с предмета обсуждения, а с разговора о бытовых проблемах — о погоде, спорте и о детях. Это покажет им, что общечеловеческие ценно-

сти для вас если и не важнее коммерческих, то хотя бы равны им, и будет способствовать расположению английских партнёров к вам. Британцы доброжелательно относятся также к тем, кто выражает своё доброе расположение к их народу.

Во время беседы с англичанами нужно помнить о том, что все вопросы должны быть корректными. В течение общения постарайтесь распознать наклонности и привычки вашего партнера. Это поможет вам развивать деловые контакты в дальнейшем.

Английские бизнесмены особое внимание обращают на продолжительность контактов. Чем дольше по времени взаимоотношения с деловыми партнёрами, тем вероятнее заключить сделку. Если же деловые отношения подкреплены ещё и дружескими, то вероятность заключения выгодного для вас контракта возрастает в разы.

Во время перерыва в деловых переговорах партнерам часто предлагают стандартный английский завтрак или обед. При этом тосты и чоканье бокалами не приняты. Общаясь с англичанами, не следует задавать личных вопросов и тем более устраивать дискуссии на подобные темы. Следует также избегать разговоров о жизни королевской семьи и обстановке в Северной Ирландии.

По окончании рабочего дня для англичан не принято говорить о делах. Все разговоры о работе должны заканчиваться с концом рабочего дня, даже если деловые партнёры ужинают вместе. И тем более как проявление невоспитанности будет расценена попытка заговорить о делах, пока не заказаны блюда.

Если Вы приглашены на обед, то, не колеблясь, надевайте смокинг, а на официальный вечер – фрак.

В английских деловых кругах очень строго относятся к подаркам. Только очень немногие вещи модно считать подарками, а не взяткой. Это календари, записные книжки, зажигалки, фирменные авторучки, а на Рождество – алкогольные напитки. Все остальное рассматривается как средство давления на делового партнера. Если в знак особого расположения вас пригласили в дом, то в день визита следует послать с посыльным цветы, шоколад и вино хозяевам дома.

### ***Особенности ведения переговоров в континентальной Европе***

#### ***Франция***

В сравнении с американским французский стиль ведения переговоров более вдумчивый и менее самостоятельным. Французы не так

смело, как американцы принимают решения. Французские партнеры не так смело, как американские, принимают решения. Большое внимание они уделяют предварительным договоренностям и предпочитают по возможности заранее обсудить те или иные вопросы.

При ведении переговоров французы будут традиционно ориентироваться на логические доказательства и исходить из «общих принципов». Их поведение достаточно «жестко», и нередко они не имеют «запасной» позиции. Чаще всего для них характерен конфронтационный тип взаимодействия, хотя в то же время они стремятся сохранить традиционные для французской нации черты поведения: учтивость, вежливость, любезность, склонность к шутке и непринужденность в общении.

Во время переговоров французы придерживаются следующих правил:

1) стараются выяснить цели и требования другой стороны до начала переговоров, чтобы заранее выстроить линию ведения переговоров;

2) не высказывают своих требований в начале встречи, но, используя логические умозаключения, подводят вас к соглашению со своими;

3) иногда могут специально затягивать обсуждение, чтобы лучше узнать своих партнёров;

4) не идут на уступки. Это часто делает французов упрямыми в глазах американцев («нужно идти на взаимные уступки») и британцев («нужно хоть как-то довести дело до конца»);

5) сохраняют непреклонность, если возникнет сложная ситуация; твёрдо заявляют о своей позиции, стараясь, однако, никого не обидеть;

6) редко на самих переговорах принимают важные решения. Как правило, присутствующие на встрече французские партнёры должны только собрать информацию, после чего передают её вышестоящему представителю их стороны;

7) французы строго соблюдают деловой стиль в одежде, так как для них переговоры – важное официальное событие;

8) официально представляясь, используют обращение по фамилии;

9) не любят обсуждения личных или семейных дел;

10) рассаживаются, строго соблюдая статус;

11) нелегко идут на установление дружеского контакта: их это настораживает.

### *Германия*

Немецкий стиль ведения коммерческих переговоров сух и педантичен. Кроме того, немецкие партнеры всегда очень расчетливы. Они начинают переговоры только в том случае, если уверены в их результативности и возможности нахождения решения.

Немцы обычно прорабатывают свою позицию заранее, на самих же переговорах тщательно обсуждают все вопросы, последовательно выясняя все детали, которые могут повлиять на исход встречи.

Работая с немецкими бизнесменами, необходимо учитывать их пристрастие к точности, пунктуальности и строгой регламентации поведения. Помните, что немцы особое внимание уделяют титулам и официальным статусам.

В течение всех переговоров стремитесь к четкости в объяснении вашей позиции и ясности в понимании принципов немецких партнёров, говорите кратко, конкретно, избегайте пустых разговоров, ненужных слов, лишних историй и замечаний. Все ваши предложения должны носить строго деловой характер.

Немцы как деловые партнеры всегда очень аккуратны и щепетильны. Если вы не сможете выполнить вовремя всех достигнутых договоренностей, предупредите их об этом заблаговременно, в противном случае в дальнейшем они могут вообще отказаться от сотрудничества с вами.

В Германии не принято приглашать к себе домой деловых партнеров. Если же всё-таки вас пригласили, непременно следует подарить хозяйке дома цветы. Если вы приглашены в ресторан, помните, что счета в ресторане часто оплачиваются приглашающими и гостями раздельно; бокалы поднимают после того, как хозяева произнесут приветствия.

Дополнительные рекомендации при деловом общении с немецкими партнёрами:

1) если на совещании вы хотите что-то записать, попросите разрешения;

2) верхом неуважения считается держать руки в кармане во время беседы, а также во время рукопожатия другую руку держать в кармане;

3) во время ведения деловых переговоров не следует чересчур отвлекаться на светские темы;

4) не стоит спрашивать у немцев, как они относятся ко второй мировой войне, есть ли у них семья и дети.

### ***Специфика восточного менталитета при организации делового общения***

На Востоке существуют своя культура и свои обычаи. Восточный этикет значительно более традиционен и церемонен, чем европейский, и глубже уходит своими корнями в прошлое, в свою историю. Восточный этикет не допускает никаких отклонений от нормы. Все ваши действия и поступки будут оцениваться именно относительно этой нормы. От того, насколько вы знакомы с условностями, которые приняты в этих странах с древних времён, будет зависеть ваш успех в общении и бизнесе.

#### ***Япония***

Начиная вести переговоры с японцами, будьте готовы к тому, что они пойдут на большие уступки, лишь в том случае, если такая же лояльность будет проявлена и к ним. Японские бизнесмены не приемлют угроз в свой адрес, однако сами порой могут проявлять достаточную жёсткость, но это может произойти только, если они поймут, что их коммерческий партнёр занимает более слабую позицию.

Во время встречи японская сторона будет стараться всячески избегать конфликта и столкновения позиций. Японцы ценят доброжелательность и искренность в партнёре, но это отнюдь не означает, что они будут стремиться к дружбе с вами. Несмотря на это, развитие личных отношений с партнёрами – важная составляющая японского стиля организации деловых отношений.

Японцы предельно скрупулезны в изучении ситуации, а потому стремятся ввести в курс дела как можно больше сотрудников соответствующих подразделений. По этой же причине большое раздражение вызывает у них длительное отсутствие хотя бы промежуточного ответа на письменные запросы (чем особенно грешат многие иностранные организации). Это связано с традиционной системой принятия решений, которая не так проста, как в Европе. Ее особенность заключается в том, что та или иная проблема рассматривается широким кругом заинтересованных лиц и решение согласовывается



не только с руководством фирмы, но и с её рядовыми сотрудниками, от которых можно получить полезную информацию или помощь.

Особенности национальной японской культуры и системы воспитания оказывают влияние и на процесс ведения японцами переговоров. Так, они более чем пунктуальны. Если японец сказал вам, что будет в назначенном месте в определенный час, то можете быть уверены, что он появится там за две минуты до назначенного времени. Именно на такой предельной точности и обязательности строятся и деловые взаимоотношения японцев. Точность во всем – одна из важнейших черт японского стиля переговоров.

Представители Японии стараются всячески проявлять внимание к собеседнику. Но это вовсе не означает, что они согласны излагаемой вами позицией. На самом же деле японский бизнесмен таким образом лишь побуждает собеседника к продолжению разговора.

На переговорах с японцами случаются недоразумения вследствие того, что в японском языке употребление слов «да» и «нет» несколько отличаются от их употребления в других языках. Японское «хай» («да») означает не столько согласие со словами собеседника, сколько то, что переданная информация воспринята адекватно, и свидетельствует о готовности слушать партнера далее. То же относится и к выражению отрицания. Японцы стараются избежать прямых отказов на просьбы или предложения и предпочитают иносказательные фразы типа «это очень трудно» или «это необходимо тщательно изучить».

С японскими фирмами очень сложно наладить контакты путем переписки и телефонного общения. Причины этого заключены в следующем:

- 1) большинство работающих на национальном рынке мелких и средних фирм ведут свои дела на японском языке и для контакта с ними нужен переводчик;
- 2) не зная партнера, японские бизнесмены не любят вступать с ним в деловые отношения;
- 3) в японских фирмах существует довольно сложная процедура принятия решений;
- 4) японцы предпочитают личные беседы и не обсуждают важные вопросы с помощью переписки или телефона.

В Японии в практике общения огромное значение имеет использование визитных карточек. Они воспринимаются как своеобразные удостоверения личности, в которых помимо имени, фамилии и занимаемой должности указывается самое главное для японца – принад-

лежность к какой-либо фирме или организации, что в итоге определяет его положение в обществе.

Не в обычаях японцев принимать деловых партнёров дома или ходить в гости. Скорее всего, делового партнера пригласят в традиционный ресторан японской кухни, где принято разуваться. Если Вы не хотите предложенное вам блюдо, следует попробовать хотя бы маленький кусочек. Если Вас все же пригласили в дом, необходимо знать некоторые правила поведения в жилище. Главное – ни на что не наступать, ни через что не перешагивать и садиться на место, на которое укажут. Причем садиться следует так: вначале надо встать на колени, а затем опуститься на пятки. Сидеть каким-либо другим образом (тем более вытягивать ноги) считается верхом неприличия.

### *Китай*

Китайский стиль делового общения характеризуется четким разграничением отдельных этапов переговоров:

- 1) первоначальное уточнение позиций сторон,
- 2) их обсуждение,
- 3) принятие решения.

На первом этапе большое внимание уделяется внешнему виду партнеров, манере их общения и поведения. На основе этого представители Китая пытаются определить статус каждого участника. На следующих этапах в значительной мере идет ориентация на людей с более высоким статусом. В делегации партнера китайцы выделяют тех, кто выражает симпатии их стороне. Именно через таких людей они впоследствии стараются оказать влияние на позицию противоположной стороны. Отметим, что для китайцев «дух дружбы» на переговорах имеет очень большое значение.

При деловом знакомстве следует представить свою визитную карточку. Желательно, чтобы ваши реквизиты были напечатаны и на китайском языке. Во время приветствия принято обмениваться рукопожатиями. Сначала жмут руку наиболее высокопоставленному партнеру.

Как правило, китайский партнер первым на переговорах «открывает карты», т.е. первым высказывает свою точку зрения, первым вносит предложения. Уступки партнёр из Китая делает обычно в конце переговоров, после того как оценит возможности противоположной стороны. При этом он умело использует допущенные ею в ходе

переговоров ошибки. На этой стадии китайская сторона может применять различные формы оказания давления.

Окончательные решения принимаются китайским партнером, как правило, не за столом переговоров, а дома. Одобрение со стороны руководства достигнутых договоренностей практически обязательно. Большое значение китайская сторона придает и выполнению достигнутых договоренностей.

### *Южная Корея*

Традиционная мораль корейского народа высоко ценит личное общение, без которого в этой стране невозможно решить ни одной проблемы. Для установления деловых отношений необходима личная встреча, о которой принято договариваться через посредника. Последний хорошо знаком с обеими стремящимися к контакту сторонами, поэтому он в состоянии правильно информировать корейскую сторону о вашей фирме и ваших предложениях.

Даже в тех случаях, когда для решения какого-либо вопроса, казалось бы, достаточно телефонного разговора, корейцы стремятся к личной встрече. Неопределенный ответ на предложение о такой встрече они могут принять за согласие.

При встрече мужчины обычно обмениваются рукопожатиями. Женщины рук нежимают. Во время переговоров не следует пристально смотреть в глаза партнёру.

Корейцы – общительный и хорошо воспитанный народ, они необычайно гостеприимны и всегда устраивают необыкновенно теплый прием (что тем не менее является проявлением простой вежливости). У вас будет больше шансов на успех, если вы проявите уважение к ним и такт (например, грубостью считается открытый рот, поэтому, смеясь, следует прикрывать рот платком). Нужно проявлять скромность, терпение и уважение к старшим.

На переговорах важное значение имеет статус партнеров и их служебное положение. Принимая визитные карточки, стоит помнить, что в корейских именах первый слог – это фамилия, а два последующих – личное имя.

Протокольная часть переговоров, особенно на первом их этапе, достаточно длинная, хотя корейцы и не любят долго обсуждать второстепенные детали. Корейские предприниматели ясно и четко формулируют вопросы и предлагают пути их решения. Переговоры ведут напористо, а иногда даже агрессивно. При этом несогласие с партне-

ром они открыто не выражают, не стремятся доказать ошибочность его точки зрения; точно так же нужно вести себя и по отношению к ним. Дальние перспективы китайских партнёров не очень волнуют, им более интересен непосредственный результат прилагаемых усилий. Неконкретные ответы будут ими интерпретированы как невозможность реализации идеи или соглашения, обсуждаемых на данных переговорах.

Большую роль в деловом этикете играет одежда. Корейцы весьма щепетильны в вопросах стиля. Мужчина должен носить всегда строгий деловой костюм, обычно с белой рубашкой и неярким галстуком; женщина в деловой жизни не должна носить брюк. В присутствии старших по возрасту и «званию» не принято курить.

На первой встрече следует обмениваться сувенирами, назначение которых – реклама и оказание внимания потенциальным клиентам.

### *Индия*

Находясь на переговорах в Индии, помните, что практически все индийцы говорят по-английски. При приветствии мужчины обмениваются традиционно рукопожатиями. Можно использовать и местное приветствие, особенно по отношению к женщине (сложите вместе ладони перед грудью и слегка поклонитесь).

Вопреки стереотипам женщины, занятые в деловой сфере жизни страны, не обязаны носить сари. Если сари и надевают, то лишь на официальные приемы. Вместо сари женщины носят костюм с прямой юбкой до колен или брючный костюм.

Следует всегда иметь в виду, что в Индии существует строгая система каст. Обязательно нужно знать, к какой касте принадлежат люди, с которыми вы устанавливаете деловой контакт, а также учитывать соответствующие ограничения, характерные для этой касты (например, запрет на контакт с представителями низших каст), с тем, чтобы не вынуждать индийских партнеров делать то, что противоречит их принципам.

Организуя встречу с представителями Индии, следует учитывать также следующее:

- 1) к старшим в этой стране принято относиться с большим уважением;
- 2) индийцы ценят время – будьте пунктуальны;
- 3) как во многих азиатских и восточных странах, передавать или принимать все съестное следует только правой рукой;

4) в разговоре избегайте личных тем, а также проблем бедности, военных расходов и крупных объемов зарубежной помощи, которая оказывается Индии;

5) мужчины не должны заговаривать в общественных местах с женщиной, если она одна, а также прикасаться к ней каким-либо образом.

### *Арабские страны*

Арабский стиль ведения деловых переговоров предполагает установление доверия между партнерами. Для бизнесменов арабских стран Персидского залива характерны чувство собственного достоинства, уважение и корректное отношение к своим коллегам. Прежде чем высказать своё мнение по тому или иному вопросу, они предпочитают посоветоваться и сформировать коллективную точку зрения, а не акцентировать внимание на своей роли в принятии решений.

Одно из условий достижения успеха в переговорах с арабами – соблюдение и уважение местных традиций. При решении любой проблемы они не столько предугадывают развитие событий, сколько ориентируются на прошлое, постоянно обращаясь к своим историческим корням. Основная черта их поведения – опора на исторические традиции своей страны. Из всех типов взаимодействия с партнерами они отдают предпочтение торгу.

Арабский деловой этикет запрещает давать прямолинейные ответы и быть категоричным; нельзя также проявлять суетливость и поспешность. Важным во время переговоров считается стремление сохранить своё достоинство и не поставить собеседника в неловкое положение. Даже свой отказ арабы-бизнесмены облачают в очень мягкую, завуалированную форму.

Во всех переговорах участвуют только мужчины и ведутся они тоже только с мужчинами. Арабское приветствие в отличие от формального и короткого европейского представляет собой ритуал, во время которого задаются вопросы о здоровье и личных делах. Такие вопросы могут повторяться в ходе беседы. Всегда надо терпеливо выслушать араба-собеседника и его длинные пожелания благополучия. Часто в речи арабы обращаются к Аллаху, уповая на его милость и помощь в предстоящих делах.

Как правило, при встрече в арабских странах мужчины слегка обнимаются, похлопывая друг друга по плечам. Однако такая тради-

ция приемлема только между очень близкими партнёрами, что не распространяется на чужестранцев.

Большинство арабов – сторонники сильного правления и административных правил поведения. В их поведении очень сильны исламские традиции, которые оказывают существенное влияние на ход и характер переговорного процесса.

В арабских странах, как и в других мусульманских государствах, существует ряд общих принципов, которыми следует руководствоваться при деловом общении.

1. Распорядок дня строится в зависимости от времени молитвы. Пять раз в день работа прерывается для совершения намаза (молитвы). Необходимо уважать право делового партнера преклонить колени и обратить лицо к Мекке.

2. При встрече на улице или на работе приняты приветствия в форме рукопожатия. В частном доме хозяин может приветствовать вас поцелуем в щеки. Гость по традиции должен ответить тем же.

3. Визитные карточки печатаются на двух языках – местном (как правило, арабский) и английском.

4. На деловую встречу следует надевать легкий темный костюм, рубашку и галстук. Ноги и руки женщины должны быть закрыты; брюки недопустимы.

5. Во время разговора арабы стоят очень близко друг к другу. Не следует отступать назад.

6. У арабских народов не принято обсуждать личную жизнь.

7. Не стоит подшучивать над собеседником или спорить с ним.

В Саудовской Аравии не принято курить, пока не закурит хозяин; женщины не присутствуют на трапезах (даже деловых).

Перед деловыми переговорами в арабских странах часто подают напитки и еду. Отказываться нельзя, даже если вы не голодны. Во время еды следует пользоваться только правой рукой. Левая служит для гигиенических целей. Если вы левша, скажите об этом.

### ***Тенденции развития российского стиля делового общения***

Российский стиль делового общения представляет большой интерес для зарубежных партнёров, поскольку за последние годы их контакты с Россией стали стремительно расширяться во всех областях.

Основная отличительная черта российского стиля ведения переговоров состоит в том, что россияне сосредоточены в основном на

целях и относительно мало внимания уделяют тактике и стратегии в их достижении.

При решении проблем на переговорах российские партнёры предпочитают действовать осторожно, не рисковать. Если есть выбор между более и менее рискованными вариантами решения, наверняка будет выбран второй. Российские участники переговоров сначала слушают то, что им предлагает партнёр, а потом выдвигают собственные варианты решения.

В разговоре с партнёрами русские легко переходят на «ты». Пожатие руки при встрече и расставании – один из главных ритуалов в общении с коллегами. Русские без особого смущения говорят о личной жизни. Поблагодарить письменно они считают проявлением хорошего тона, но можно и позвонить, это во многом лучше, чем не поблагодарить вообще. Русские – мастера произносить благодарственные речи.

Важным для россиян является укрепление культурных отношений со странами Центральной Азии, а более глубокое понимание менталитета Балтийских государств могло бы привести к совместному восстановлению оживленных и выгодных торговых путей, что принесло бы большую пользу экономике России и ее стратегическим партнерам по бизнесу. Для установления в будущем гармоничных отношений между Россией и другими странами существенное значение имеет распространение кросс-культурной грамотности. Это позволит России выполнить свою уникальную историческую роль географического, культурного, а также интеллектуального моста между Востоком и Западом.

\* \* \*

Рассмотрев национальные особенности делового общения, можно сделать следующий вывод: в разных странах до сегодняшнего дня сохраняются различия в нормах и правилах делового поведения и общения. Национальные особенности, история, исторически сложившиеся моральные нормы, климат оказывают влияние на деловое общение. Однако, несмотря на различия, существующие в традициях и правилах разных стран, основные принципы официального общения остаются постоянными: уважение к культуре и истории данной страны, к деловому партнеру, уважение его права на личную жизнь и соблюдение определенной дистанции при деловом общении.

В первой половине XXI в. кросс-культурные проблемы стали жизненно значимыми. Политикам и бизнесменам, представителям самых разных профессий приходится все чаще взаимодействовать со своими коллегами в других странах. Все государства стремятся к установлению связей с международными институтами и организациями, а компании – к сотрудничеству с зарубежными партнёрами, объединению с ними, организации совместных предприятий по всему миру. Все это актуально и для России, которая является одной из самых поликультурных стран мира.

Перспектива развития международного делового взаимодействия лежит на пути от столкновения культур к объединению и становлению на их общечеловеческой нравственной основе фундамента единой международной деловой культуры.

### **Контрольные вопросы и задания к главе 7**

1. Объясните, почему так важно учитывать специфику национального делового общения при ведении переговоров.
2. Перечислите основные правила международного этикета, которые являются универсальными для всех участников делового общения. Какие из них, на ваш взгляд, самые важные?
3. Дайте определение национальному стилю делового общения.
4. Назовите три типа деловых культур по Ричарду Д. Льюису. Кратко охарактеризуйте каждый из них.
5. Опишите основные принципы делового общения американцев.
6. Дайте характеристику деловому этикету англичан.
7. Перечислите основные особенности делового этикета французов.
8. Назовите основные черты немецкого национального характера, которые отражаются на стиле ведения переговоров. Объясните, каким образом раскрываются эти черты характера во время переговоров.
9. Расскажите об особенностях восточного стиля ведения переговоров на примере Китая, Индии, Японии, Южной Кореи и арабских стран.
10. Каковы особенности российского стиля ведения переговоров?



## Темы для публичных выступлений и презентаций

1. Этикет делового общения с европейскими партнёрами (Болгария, Румыния, Греция, Нидерланды и др.).
2. Язык жестов и мимики в деловом общении с иностранными партнёрами.
3. Этикет делового общения испанцев и итальянцев.
4. Этикет делового общения латиноамериканцев.
5. Деловой этикет в скандинавских странах (шведы).
6. Основные особенности делового поведения в странах Юго-Восточной Азии (Гонконг, Индонезия, Сингапур, Филиппины): общее и различия.
7. Особенности делового поведения в Австралии.
8. Особенности делового поведения в странах Африки.
9. Деловое общение в Канаде.

## Выскажите ваше мнение!

1. Вспомните устойчивые выражения типа *французская галантность, американская улыбка, южный темперамент*. Составьте список подобных выражений. Какие черты национального делового поведения отражены в этих высказываниях? Можно ли считать, что подобные качества присущи всем представителям этих народов? Будут ли эти характеристики объективными или это представления только русского народа об этих национальностях?
2. Как может повлиять незнание национальных особенностей делового общения на ход переговоров? Приведите примеры успешного делового общения, а также случаи совершения ошибок, которые привели к нежелательным результатам.
3. Как применима в практике ведения деловых переговоров поговорка «Со своим уставом в чужой монастырь не ходят»?
4. Какой стиль ведения деловых переговоров, на ваш взгляд, ближе к российскому? Объясните почему.
5. Можно ли русский стиль делового общения однозначно отнести к одному из трех типов деловых культур по Льюису? Почему?
6. Можно ли выделить особенности делового поведения какого-либо народа, не сравнивая его при этом с другими?

7. Почему нельзя оценивать деловую коммуникацию другого народа как положительную или отрицательную? К чему это может привести?

## Литература

1. *Баландина Л.А., Давидян Г.Р., Кураченкова Г.Ф., Симонова Е.П.* Русский язык и культура речи: Учеб. пособие для аудиторной и самостоятельной работы студентов-нефилологов высших учебных заведений. – М., 2012.
2. *Балашова Л.В.* Русский язык и культура общения: Практикум: В 2 ч. / Под ред. О.Б. Сиротиной. Саратов, 2001.
3. *Васильева А.Н.* Основы культуры речи. М., 1990.
4. *Введенская Л.А.* Словарь ударений для дикторов радио и телевидения. М., Ростов н/Д, 2004.
5. *Введенская Л.А., Павлова Л.Г.* Деловая риторика: Учеб. пособие для вузов. Ростов н/Д, 2002.
6. *Введенская Л.А., Павлова Л.Г., Кашаева Е.Ю.* Русский язык и культура речи: Учеб. пособие для вузов. Ростов н/Д, 2001.
7. *Введенская, Л.А.* Русский язык. Культура речи. Деловое общение: Учебник / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова, Е.Ю. Кашаева. М., 2012.
8. *Введенская, Л.А.* Риторика и культура речи / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова. Рн/Д, 2012.
9. *Введенская, Л.А.* Русский язык и культура речи: Учебное пособие для вузов для бакалавров и магистрантов / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова, Е.Ю. Кашаева. Рн/Д, 2013.
10. *Воителева, Т.М.* Русский язык и культура речи: Учебник для студентов учреждений высшего профессионального образования / Т.М. Воителева, Е.С. Антонова. М., 2013.
11. *Гойхман О.Я., Наедина Т.М.* Речевая коммуникация: Учебник. М., 2001.
12. *Говорим по-русски с Мариной Королевой.* М., 2003.
13. *Голуб И.Б.* Русский язык и культура речи: Учеб. пособие. М., 2001.
14. *Голуб И.Б., Розенталь Д.Э.* Книга о хорошей речи. М., 1997.
15. *Деркаченко В.Г.* Деловое общение руководителя: (Пособие для менеджеров, бизнесменов и политиков). СПб., 2004.

16. *Дроняева Т.С., Клунина Н.И., Бирюкова И.В.* Стилистика современного русского языка: Практикум. М., 2002.
17. *Ефремова Т.Ф., Костомарова В.Г.* Словарь грамматических трудностей русского языка. М., 1999.
18. Зернистые мысли наших политиков / Сост. К. Душенко. М., 2000.
19. *Иванова Т.Ф.* Новый орфоэпический словарь русского языка. Произношение. Ударение. Грамматические формы. М., 2004.
20. *Иванова Т.Ф., Черкасова Т.А.* Русская речь в эфире: Комплексный справочник. М., 2004.
21. *Казарцева О.М.* Культура речевого общения: теория и практика обучения. М., 2001.
22. *Колесникова Н.И.* От конспекта к диссертации: Учеб. пособие по развитию навыков письменной речи. М., 2002.
23. *Костомаров В.Г.* Языковой вкус эпохи. М., 1994.
24. *Крылов Г.А.* Словарь ошибок русского языка. СПб., 2004.
25. *Крысин А.П.* Толковый словарь иноязычных слов. М., 1998.
26. *Кузин Ф.А.* Культура делового общения: Практическое пособие. М., 2003.
27. *Кукушкин В.С.* Деловой этикет: Учеб. пособие. Ростов н/Д, 2003.
28. Культура речи: Практикум / А.А. Мурашов, В.Ф. Русецкий. М.: Воронеж, 2004.
29. Культура русской речи: Учебник для вузов / Отв. ред. Л.К. Граудина, Е.Н. Ширяев. М., 2001.
30. Культура устной и письменной речи делового человека: Справочник. Практикум. М., 2001.
31. *Купина Н.А.* Риторика в играх и упражнениях: Учеб. пособие. М., 2002.
32. *Матвеева Т.В.* Учебный словарь: русский язык, культура речи, стилистика, риторика. М., 2003.
33. *Московцев Н., Шевченко С.* Бизнес по-русски, бизнес по-американски. СПб., 2003.

34. *Моченов А.В. и др.* Словарь современного жаргона российских политиков и журналистов. М., 2003.
35. *Никитина Т.Г.* Молодежный сленг: Толковый словарь. М., 2003.
36. *Пиз А.* Язык телодвижений / Пер. с англ. М., 2000.
37. *Почикаева Н.М.* Основы ораторского искусства и культуры речи. Ростов н/Д, 2003.
38. *Ричард Л.* Деловая культура в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию / Пер. с англ. М., 1999.
39. *Розенталь Д.Э.* Говорите и пишите по-русски правильно: (Популярный самоучитель.) М., 2003.
40. Русский язык и культура речи: Учебник / Под ред. В.И. Максимова. М., 2000.
41. Русский язык и культура речи: Учеб. пособие / Под ред. О.Я. Гойхмана. М., 2004.
42. *Сабат Э. М.* Бизнес-этикет / Пер. с англ. М., 2001.
43. *Сидорова М.Ю., Савельев В.С.* Русский язык и культура речи: Курс лекций. М., 2002.
44. Словарь иностранных слов и выражений / Авт.-сост. Зенович Е.С. М., 2000.
45. Словарь-справочник по культуре речи для школьников и студентов / Авт.-сост.: Евтюгина А.А., Родионова И.В., Миронова Н.К. Екатеринбург, 2004.
46. *Спенс Дж.* Как побеждать в споре: Самоучитель / Пер. с англ. М., 2000.
47. *Таранов П.С.* Искусство риторики: Универсальное пособие для умения говорить красиво и убедительно. М., 2002.
48. Толковый словарь русского языка конца Х века. Языковые изменения. СПб., 1998.
49. *Хазачеров Г.Г., Корнилова Е.Е.* Риторика для делового человека: Учеб. пособие. М., 2001.
50. *Ханин М.И.* Практикум по культуре речи, или Как научиться красиво и убедительно говорить. СПб., 2002.

51. *Честара Дж.* Деловой этикет. Паблик рилейжнз для всех и для каждого. М., 2000.
52. *Шейнов В.П.* Искусство убеждать: Учебно-практическое пособие. М., 2000.
53. *Шкапенко Т.М., Хюбнер Ф.* Русский "тусовочный" как иностранный: Учеб. пособие. Калининград, 2003.

*Учебное издание*

*Лолита Аркадьевна Баландина, Елена Викторовна Ганина,  
Ирина Александровна Зайцева, Елена Валентиновна Комарова,  
Надежда Михайловна Малюгина, Рауза Ильдаровна Полякова,  
Елена Алексеевна Федорова*

## **ОСНОВЫ ДЕЛОВОЙ И ПУБЛИЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

*Учебное пособие  
для студентов I-II курсов  
всех направлений подготовки бакалавров*

Техническое редактирование  
и компьютерная верстка  
Ирина Александровна Зайцева

Формат 60×90/16.  
Гарнитура Times New Roman.  
Усл.п.л. 9,4. Уч.-изд.л. .

**Финансовый университет**  
*Ленинградский просп., 49, Москва, 125993 (ГСП-3)*