

Билет № 1

1. Язык и его функции. Роль языка в коммуникации. Язык как зеркало культуры носителя языка и общества.

Язык – это совокупность средств общения людей и правил употребления этих средств.

Функции языка – это его характеристики, без которых язык не может существовать.

Главнейшие функции:

- коммуникативная: язык – важнейшее средство человеческого общения (коммуникации)
- когнитивная: язык – важнейшее средство получения новых знаний о действительности.

Иные функции:

- фатическая (контактоустанавливающая) – функция создания и поддержания контакта между собеседниками;
- эмотивная (эмоционально-экспрессивная) – выражение субъективно-психологического отношения
- эстетическая и др.

Язык — зеркало культуры, в нем отражается не только реальный мир, окружающий человека, не только реальные условия его жизни, но и общественное самосознание народа, его менталитет.

Язык — сокровищница культуры. Он хранит культурные ценности — в лексике, в грамматике, в идиоматике, в пословицах, поговорках, в фольклоре, в художественной и научной литературе, в формах письменной и устной речи.

2. Подготовка публичного выступления.

1. Подготовка речи: выбор темы, цель речи

Подготовка к выступлению - очень важное и ответственное дело в деятельности оратора.

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

2. Основные этапы разработки ораторской речи

Подготовка к любому выступлению начинается с определения темы речи. Четкая формулировка целевой установки облегчает восприятие ораторской речи.

3. Варианты произнесения речи

Не пытайтесь сесть и приготовить речь за тридцать минут. Обдумывайте ее в свободное время, вынашивайте ее, не забывайте о ней ни днем, ни ночью.

4. Содержание речи

Старое правило гласит: оратор должен говорить так, чтобы его не только можно было понять, но и невозможно было не понять. Цель оратора - воздействовать на сознание слушателей. Всякое выступление должно иметь стержневую идею, которую необходимо ясно сформулировать перед аудиторией. Когда слушатели знают цели, которые ставит выступающий, это усиливает их внимание.

5. Репетиция публичного выступления

Очень важно увидеть и услышать себя со стороны.

Только в этом случае у него будет хороший контакт с аудиторией, его речь произведет впечатление, запомнится слушателям и заставит принять участие в обсуждаемой проблеме.

Билет № 2

1. Русский язык в современном мире. Формирование русского национального языка.

Во-первых, русский язык – это национальный язык русского народа.

Во-вторых, русский язык – это государственный язык Российской Федерации. Он является языком, обслуживающим не только потребности людей в быту и на работе, но и официальным языком государства, языком науки, производства и, конечно же, культуры.

В-третьих, русский язык – это один из международных языков.

В процессе формирования русского национального языка главную роль сыграли как “историческое развитие языка из готового материала”, причем таким готовым материалом послужил в данном случае древнерусский литературно-письменный язык, так и прежде всего “концентрация диалектов в единый национальный язык”. Переход к национальному периоду развития в общенародном языке ознаменовывается прекращением дальнейшего диалектного членения языка.

2. Спор: тактика и стратегия.

Стратегия спора - это общий план его ведения.

Пропонент - тот, кто выдвигает и отстаивает некоторый тезис - должен позаботиться о том, чтобы обеспечить максимально возможную степень его обоснованности. Для этого необходимо заранее продумать доводы в защиту тезиса, а также последовательность их выдвижения. Разделив аргументы на основные и резервные.

Оппонент - это тот, кто оспаривает тезис. Если оппонент заранее ознакомлен с содержанием тезиса или с темой предстоящего обсуждения, ему можно рекомендовать заранее продумать слабые места тезиса и подобрать опровергающие

Организация процедуры спора (как правило, в виде дискуссии) является необходимым элементом стратегии спора.

Тактика спора - это подбор и использование в споре определенной совокупности логических и психологических приемов

Рассмотрим наиболее важные моменты тактики спора.

- Во-первых, в любом споре тактически верным будет корректное поведение его участников.

- Во-вторых, беспринципным тактическим приемом является внимательное и доброжелательное отношение к высказываниям противной стороны.

- В третьих, инвариант тактики спора составляет открытость (восприимчивость) одной стороны для убедительных доводов другой. Демонстрируя это качество, вы воздействуете на психологический настрой противоположной стороны, заставляя ее быть более "сговорчивой", как бы подготавливая ее к принятию ваших собственных доводов, и, в конечном итоге, вашей точки зрения.

Следовательно, стратегия и тактика спора - две стороны одной медали. Не стоит пренебрегать ни одной из них.

Таким образом, спор является одним из основных видов речевой коммуникации.

1. Формы бытования русского национального языка - литературный язык и нелитературные разновидности: их сферы использования, характерные особенности.

Литературный язык - форма исторического существования национального языка, принимаемая его носителями за образцовую.

Функция литературного языка - обеспечение речевой коммуникации в основных сферах деятельности.

Литературный язык противопоставляется народно-разговорной речи.

Русский национальный язык включает в себя, наряду с литературным языком, народно-разговорную речь: просторечие, местные, или территориальные говоры, жаргоны.

Диалект (от греч *dialektos* - разговор, говор, наречие) - разновидность языка, являющаяся средством общения коллектива, объединенного территориально и социально, в частности, профессионально.

Различают диалекты территориальные и социальные.

Территориальные диалекты наряду с литературным языком являются основной разновидностью языка.

В отличие от литературного языка, диалект ограничен территориально и функционально, существует только в устной форме.

Социальный диалект - средство общения коллектива, объединенного профессионально или социально.

Жаргон (франц. *jargon*) - социальная разновидность речи, характеризующаяся специфической лексикой и фразеологией. Жаргон является принадлежностью относительно открытых социальных и профессиональных групп людей, объединенных общностью интересов, привычек, занятий, социального положения.

Просторечие - это слово свойственно литературной городской разговорной речи, используется в литературном языке как стилистическое средство для придания речи специфического оттенка.

Просторечие обнаруживается на всех языковых уровнях.

2. Средства выразительности в риторике.

Для выразительности в риторике используются тропы.

Тропы-это обороты речи в которых слово употреблено в переносном значении с целью достижения большей речевой выразительности. В основе троп лежит сопоставление двух понятий, которые представляются нашему сознанию в каком-либо отношении.

Виды троп:

- сравнение
- эпитеты
- метафоры
- гипербола
- аллегория
- олицетворение
- перифразы
- сinekдохи

Билет № 4

1. Функциональные стили русского литературного языка: функции, черты, языковой состав, сферы использования, образование стилей.

Научный стиль

Научный стиль имеет ряд общих черт, проявляющихся независимо от характера самих наук (естественных, точных, гуманитарных) и жанров высказывания (монография, научная статья, доклад, учебник и т.д.), что позволяет говорить о специфике стиля в целом.

Научный стиль характеризуется логической последовательностью изложения, упорядоченной системой связей между частями высказывания, стремлением авторов к сжатости, точности, однозначности выражения при сохранении насыщенности содержания.

История развития научного стиля

Возникновение и развитие научного стиля связано с развитием разных областей научного знания, разных сфер человеческой деятельности. На первых порах стиль научного изложения был близок к стилю художественного.

Функции научного стиля

Основная функция научного стиля – не только передача логической информации, но и доказательство её истинности, а часто – новизны и ценности.

Вторичная функция научного стиля, связанная с его основной функцией, - активизация логического мышления читателя (слушателя).

Основная функция научного стиля обусловила его основные отличительные признаки. В зависимости от них научный стиль делится на три основные разновидности – три подстиля: собственно-научный, научно-учебный, научно-популярный.

Лексика

Важнейшим компонентом лексики являются термины, т.е. слова или словосочетания, обозначающие логически сформулированные понятия и тем самым несущие логическую информацию большого объёма.

Другим важным компонентом лексики собственно-научного подстиля является общенаучная лексика.

Повторение одних и тех же слов в художественной речи считается дефектом, но в научной речи – это закономерность, стилевая примета.

Публицистический стиль

Функции - апеллятивная, информативная.

Лексика

Живость языка публицистического стиля обусловлена преимущественно использованием разговорных слов и выражений, например: природа возьмёт и закатит один сухой сезон; тишь и гладь и т.п.

Морфология

Среди словообразовательных моделей известной продуктивностью отличаются отдельные типы отвлечённых существительных с суффиксами -ость, -ство, -ние, -ие (личность, сотрудничество, доверие и др.).

Активно используются интернациональные словообразовательные суффиксы (-а, -ция, -ра, -ист, -изм, -ант) и иноязычные приставки (анти-, архи-, гипер-, дез-, контр-, про-, пост-, транс- и др.).

Часто журналисты употребляют сложные слова (взаимовыгодный, повсеместный, добрососедский), также в целях экономии средств применяют аббревиатуры: ЧП, ГКЧП, АО, СНГ, ОМОН и сокращения слов: федерал (федеральный), эксклюзив (эксклюзивный).

Синтаксис

Публицистические произведения отличаются правильностью и чёткостью построения предложений, их простотой и ясностью. Используются монологическая речь, диалог, прямая речь.

Разговорный стиль

Разговорный стиль (разговорная речь) используется в широкой сфере личных, т.е. неофициальных, внеслужебных отношений.

Функции разговорного стиля

В разговорной речи функцию общения может дополнить функция сообщения или функция воздействия. Однако и сообщение, и воздействие проявляются в непосредственном общении, а потому занимают подчинённое положение.

Лексика

В тематическом отношении лексика разговорно-бытового стиля весьма разнообразна, в стилистическом отношении её круг значительно уже. В разговорной речи, как известно, немаловажную роль играет оценочно-эмоциональный момент.

Морфология

Морфология разговорного стиля отличается от морфологии других функциональных стилей. Такие формы глагола, как причастие и деепричастие, в разговорной речи практически не употребляются.

Среди падежных словоформ имени существительного наиболее активной оказывается форма именительного падежа, что объясняется особенностями разговорного синтаксиса.

Активизируется также форма женского рода при обозначении профессии, например: кассирша (вместо официального «кассир»), библиотекарьша (вместо «библиотекарь») и т.д.

Синтаксис

Важную роль играют порядок слов и интонация. В разговорной речи нет строго закреплённого расположения компонентов словосочетания, поэтому главным средством актуального членения является не порядок слов, а интонация и логическое ударение.

Официально-деловой стиль

Основной сферой, в которой функционирует официально-деловой стиль русского литературного языка, является административно-правовая деятельность.

Жанры официально-делового стиля выполняют информационную, предписывающую, констатирующую функции в различных сферах деятельности. Поэтому основной реализацией этого стиля является письменная. Официально-деловая речь имеет общие стилевые черты: точность изложения, не допускающую возможности различий в толковании; детальность изложения; стереотипность, стандартизованность изложения.

Лексический состав текстов этого стиля имеет свои особенности, связанные с указанными чертами. В этих текстах используются слова и словосочетания литературного языка, которые имеют ярко выраженную функционально-стилистическую окраску (истец, ответчик, должностная инструкция, поставка, научный сотрудник и др.), среди них значительное количество профессиональных терминов.

Художественный стиль

Художественный стиль речи как функциональный стиль находит применение в художественной литературе.

Вся окружающая действительность представлена через видение автора. Но в художественном тексте мы видим не только мир писателя, но и писателя в этом мире.

Лексический состав и функционирование слов в художественном стиле речи имеют свои особенности. В число слов, составляющих основу и создающих образность этого стиля, прежде всего, входят образные средства русского литературного языка, а также слова, реализующие в контексте свое значение. Это слова широкой сферы употребления. Для художественной речи, особенно поэтической, характерна инверсия, т.е. изменение обычного порядка слов в предложении с целью усилить смысловую значимость какого-либо слова или придать всей фразе особую стилистическую окраску

2. Документ: его функции, структура, стиль, язык.

Документирование — регламентированный процесс записи информации на бумаге или ином носителе, обеспечивающий ее юридическую силу. Итог документирования — создание документа.

Общие функции документа:

- информационная: любой документ создается для сохранения информации;
- социальная: документ является социально значимым объектом
- коммуникативная: документ выступает в качестве средства связи между отдельными элементами общественной структуры, в частности между учреждениями;
- культурная: документ — средство закрепления и передачи культурных традиций, этапов развития цивилизации.

Специальные функции документа:

- управленческая: документ является инструментом управления
- правовая: документ является средством закрепления и изменения правовых норм и правоотношений в обществе. Правовую функцию выполняют законодательные и правовые нормативные акты, а также документы, приобретающие правовую функцию на время.
- функция исторического источника: документ выступает в качестве источника исторических сведений о развитии общества.

Указанные функции имеют интернациональный характер и определяют общие для разных языковых культур требования к документу. Юридическая сила документа обеспечивается комплексом реквизитов — обязательных элементов оформления документа. К ним относятся: наименование автора документа, адресата, подпись, дата, номер документа, гриф утверждения, печать и др.

Итак, говоря об общих, наиболее типичных, свойствах официально-деловой письменной речи, исследователи отмечают:

- функциональность и рациональность языка и стиля делового письма;
- лаконичность и достаточность информативного содержания;
- логичность и структурированность изложения;
- стандартизацию и унификацию языковых и текстовых средств.

Структура текста документа (логическое соединение смысловых аспектов) должна быть «прозрачной», легко воспринимаемой. Наиболее рациональна структура текста документа, состоящая из двух частей. В первой излагаются мотивы, факты и события, послужившие поводам для составления бумаги, во второй — выводы, просьбы, предложения, решения, распоряжения и т.д. Обязательно наличие реквизитов - сведений об адресате и адресанте. В заявлениях от частного лица необходима дата и подпись.

1. Нормы русского литературного языка в устной и письменной речи в различных ситуациях общения.

В литературном языке различают следующие типы норм:

- 1) нормы письменной и устной форм речи;
- 2) нормы письменной речи;
- 3) нормы устной речи.

К нормам, общим для устной и письменной речи, относятся: лексические нормы; грамматические нормы; стилистические нормы.

Специальными нормами письменной речи являются: нормы орфографии; нормы пунктуации.

Только к устной речи применимы: нормы произношения; нормы ударения; интонационные нормы.

Лексические нормы, или нормы словоупотребления, - это нормы, определяющие правильность выбора слова. Лексические нормы отражаются в толковых словарях, словарях иностранных слов, терминологических словарях и справочниках.

Соблюдение лексических норм - важнейшее условие точности речи и ее правильности.

Грамматические нормы делятся на словообразовательные, морфологические и синтаксические.

Словообразовательные нормы определяют порядок соединения частей слова, образования новых слов.

Морфологические нормы требуют правильного образования грамматических форм слов разных частей речи (форм рода, числа, кратких форм и степеней сравнения прилагательных и др.).

Синтаксические нормы предписывают правильное построение основных синтаксических единиц - словосочетаний и предложений.

Нормы пунктуации определяют употребление знаков препинания.

Орфоэпические нормы включают нормы произношения, ударения и интонации. Соблюдение орфоэпических норм является важной частью культуры речи.

2. Речевая культура средств массовой информации.

Язык СМИ играет важную роль как в распространении русского языка, так и в повышении грамотности населения. И хотя имеются некоторые результаты по формированию уважительного отношения к русскому языку в средствах массовой информации, по-прежнему в газетах большое количество ошибок, а с экранов телевизора часто звучит далеко не образцовый русский язык.

В речи электронных СМИ многочисленны отклонения от акцентной схемы русского слова, а также русской литературной интонации. На уровне грамматики проявляются конкретные качества современной публичной речи, речи СМИ, в том числе и электронных. Это, во-первых, тенденция к ослаблению падежных функций, что, с точки зрения культуры речи, нарушение нормы русского литературного языка. Например, случаи неправильного выбора падежа: подтвердил о своем намерении, стратегия об уничтожении.

Ещё одна особенность языка СМИ последнего десятилетия - обилие неоправданных заимствований из иностранных языков, в первую очередь, конечно, из английского, а еще точнее - из американского английского.

Третья особенность языка СМИ в том, что реклама в них часто использует неологизмы и иностранные слова. Появление в языке новых слов, заимствование - это процессы, предшествующие выделению слов, употребляющихся в области рекламной деятельности, как отдельный пласт русской лексики. К сожалению, в сфере рекламы правилами русской орфографии начинают пренебрегать, отдавая предпочтение иноязычной.

Часто реклама использует различные сокращения, переворачивания, коверкания слов, а также двусмысленные фразы, что ухудшает русскую речь.

Билет № 6

1. Лингвистические словари, справочники, печатные и мультимедийные.

Грамматические словари - это словари, которые содержат сведения о морфологических и синтаксических свойствах слова.

* Орфографические словари - словари, содержащие алфавитный перечень слов в их нормативном написании. Орфографические словари делятся на четыре типа в соответствии с их направленностью: общие, отраслевые, словари-справочники для работников печати, школьные.

* Орфоэпические словари - словари, отражающие правила литературного произношения.

* Синонимические словари - описывают слова, разные по звучанию и написанию, но тождественные или близкие по значению.

* Словари омонимов - это тип словарей, описывающий омонимы, такие слова, которые совпадают по своему оформлению (звучанию и/или написанию; в некоторых или во всех формах) и различаются значениями.

* Толковые словари - лингвистические словари, в которых объясняются значения слов и фразеологизмов какого-либо языка средствами самого этого языка. Словари Даля, Ожегова, Ушакова. и другие.

Так же существует множество электронных словарей и справочников. Наиболее популярный - www.gramota.ru

2. Культура речи делового человека.

Деловой разговор — это в первую очередь устная деловая речь, которая имеет существенные различия с ее письменной формой. Прежде всего деловой разговор представляет собой непосредственное общение, которое предполагает конкретного собеседника (или собеседников), что дает возможность непосредственно воздействовать на него (или на них).

Непосредственное общение исключает возможность предварительного обдумывания, а потому деловой разговор полон непринужденных форм общения, а также некоторых грамматических и стилистических особенностей.

Разговорная деловая речь имеет несколько упрощенный характер. Между тем это вовсе не значит, что слова, обозначающие абстрактные понятия, здесь неуместны.

Синтаксис делового разговора всецело отвечает условиям непринужденности и непосредственности речевого общения. Обилие готовых застывших конструкций и прежде всего речевых штампов помогает конкретнее, лаконичнее и понятнее выразить мысль, полностью исключив ее различное толкование.

В деловой речи (как разговорной, так и письменной) используется большое количество выдержек из технической документации, технических условий, стандартов и других документов. Вполне естественно, что такой язык тяготеет к характерным для подобных изданий емким синтаксическим конструкциям (причастные обороты, отглагольные существительные и т. п.). Указанные формы не воспринимаются здесь как стилистический недостаток, поскольку они придают речи необходимую для точной передачи деловой информации строгость.

Деловым людям очень часто приходится сообщать практические сведения по эксплуатации и обслуживанию конкретных приборов, аппаратов и машин. Следствием этого является некоторая инструктивность деловой информации, характеризующаяся с синтаксической точки зрения обилием неопределенно-личных, безличных, инфинитивных и страдательно-возвратных конструкций.

Билет № 7

1. Культура речи – одна из составляющих эффективной коммуникации.

Культура речи человека играет важную роль в процессе речевой коммуникации, одной из задач которой является желание произвести хорошее впечатление на собеседника.

В обиходном значении культуру речи понимают часто как «красивую» речь, содержащую изысканные слова и выражения.

Культура речи - это умение правильно говорить и писать, а также умение употреблять слова и выражения в соответствии с целями и ситуацией общения. Таким образом, выделяется два главных показателя, или критерия, культуры речи - правильность и коммуникативная целесообразность. Но этими критериями культура речи не ограничивается.

Критерии культуры речи:

1. Правильность.
2. Коммуникативная целесообразность.
3. Точность высказывания.
4. Логичность изложения.
5. Ясность и доступность изложения.
6. Чистота речи.
7. Выразительность речи.
8. Разнообразие средств выражения.
9. Эстетичность.
10. Уместность.

2. Цели и задачи языка науки. Язык научных текстов.

Основной функцией научного стиля является передача логической информации, доказательство ее истинности, новизны и научной ценности. Для научной речи характерны такие стилевые черты, как логичность, строгая подчеркнутость изложения, точность, ясность, объективность, абстрактность, «отвлеченно-обобщенность», сжатость изложения, интеллектуальность и ряд других.

Исходная форма существования научной речи — письменная, что объясняется таким ее определяющим признаком, как понятийное отражение действительности, логичность изложения. Научная речь должна быть строго доказательна, аргументирована.

Научные тексты оформляются в виде отдельных законченных произведений, структура которых подчинена законам жанра.

Язык.

В любом научном тексте общеупотребительная лексика составляет основу изложения. В первую очередь отбираются слова с обобщенным и отвлеченным значением (бытие, сознание, фиксирует, температура).

Большую роль в стиле научных работ играет использование в них абстрактной лексики.

Большая часть экспрессивных средств в научной речи относится к области не эмоциональной, а интеллектуальной экспрессии. Своеобразно проявляется категория лица: значение лица обычно является ослабленным, неопределенным, более обобщенным, местоимение 1 лица ед. ч. “Я”. Его заменяют местоимением “МЫ”. В научном стиле господствует логический, книжный синтаксис. Типичны осложненные и сложные конструкции, повествовательные предложения, прямой порядок слов.

Логическая определенность достигается посредством подчинительных союзов (потому что, так как...), вводных слов (во-первых, следовательно).

Имена прилагательные в роли определения широко употребляются в терминологическом значении: гласные и согласные звуки, уголовный кодекс, условные рефлексы и т.п. Таким образом, научный стиль представляет в настоящее время обособленную языковую систему, служащую задачам обмена научной информацией.

Билет № 8

1. Правила эффективной коммуникации.

Правила эффективной коммуникации могут быть кратко описаны следующим образом:

Приготовление: отправитель должен иметь четкое представление о том, что предстоит сообщить, кому и зачем. Если отправляющий сообщение хорошо понимает то, что он собирается сообщить, то получатель данной информации наверняка ее поймет.

Выбор: окружающей обстановки, времени, степени уединения, средств и т.п. Следует принимать в расчет тип сообщения (официальное или неофициальное), необходимо ли ведение протокола, соблюдены ли общепринятые правила и традиции, сложившиеся в данной организации, и т.д.

Методика: нужно следить за интонацией голоса, правильностью произношения, выбора слов и т.д.

Следует предусмотреть и преодолеть все препятствия, возникающие при коммуникации, и указать на потенциальные выгоды для получателя, чтобы заинтересовать его.

Обратная связь: обеспечивается вопросами для проверки понимания. Улавливать (наблюдая за изменениями настроения, речи и т.д.) скрытые сигналы получателя информации (сообщения), которые показывают отсутствие внимания, смущение, скуку и т.д.

Проверка: убедитесь, что ваше сообщение подтверждено действиями.

2. Документы служебного пользования

Официальный документ — документ, созданный юридическим или физическим лицом, оформленный и удостоверенный в установленном порядке.

Среди официальных документов выделяют группу личных — это документы, удостоверяющие личность (паспорт, вид на жительство), специальность, образование (диплом, аттестат), трудовой стаж (трудовая книжка) и др.

Делопроизводственные службы, как правило, работают с официальными документами, подавляющее большинство которых составляют управленческие документы. Управленческие документы создаются для реализации управленческих функций, таких как планирование, прогнозирование, финансирование, учет, контроль, снабжение и др.

Служебный документ — официальный документ, используемый в текущей деятельности организации.

Билет № 9

1. Этика общения. Этикет и его задачи. Этикет в различных ситуациях общения. Особенности русского речевого этикета.

Этика - это совокупность принципов и норм поведения, принятых в данной эпохе и в данной социальной среде. Основным предметом изучения этики является мораль. Мораль - это нормы и правила, предъявляемые человеку, осуществление которых носит добровольный характер.

Речевая этика - это правила должного речевого поведения, основанные на нормах морали, научно-культурных традициях.

Этикет тесно связан с этикой. Этикет основан на нравственной норме, на добрых чувствах, отражении душевного богатства личности. Вежливость в речевой деятельности является одним из основополагающих элементов.

Структура этикета:

1. Этикет повседневного поведения, семейный этикет.
2. Специальный (дипломатический, военный, международный) этикет
3. Праздничный этикет
4. Деловой этикет
5. Общий этикет
6. Речевого этикет

Компоненты этикета:

1. Этикет внешнего вида - принятые в обществе требования к внешнему виду членов общества
 2. Невербальный (несловесный) этикет:
 - движения – голос – мимика – рукопожатия - прощальные жесты - предметы
 3. Вербальный (речевой этикет) - система принятых в обществе языковых формул, которые служат для установления контакта собеседников и поддержания общения в нужной тональности.
- Речевой этикет - это система правил речевого поведения и устойчивых формул вежливого общения. Речевой этикет имеет национальную специфику. Каждый народ создал свою систему правил речевого поведения.

2. Научные тексты: аннотация, тезисы, конспект.

Аннотация - сжатая, краткая характеристика книги (статьи или сборника), ее содержания и назначения. В аннотации перечисляются главные вопросы, проблемы первичного текста, иногда характеризуются его структура, композиция. Как правило, аннотация состоит из простых предложений.

Кто? Что? Для Кого?

Конспектирование - процесс мыслительной переработки и письменной фиксации основных положений читаемого или воспринимаемого на слух текста. Результатом конспектирования является запись в виде конспекта. Конспект - особый вид вторичного текста, в основе которого лежит переработка информации, содержащейся в исходном тексте.

Конспект выявляет, систематизирует и обобщает наиболее ценную информацию, он позволяет восстановить, развернуть исходную информацию. При конспектировании необходимо отбирать новый и важный материал, связывать его со старым, уже известным и выстраивать материал в соответствии с логикой изложения.

Тезирование - один из видов извлечения основной информации текста-источника с ее последующим переводом в определенную языковую форму.

Тезисы - кратко сформулированные основные положения доклада, научной статьи. По представленному в них материалу и по содержанию тезисы могут быть как первичным, оригинальным научным произведением, так и вторичным текстом, подобным аннотации, реферату, конспекту.

1. Язык невербального общения.

Невербальное общение, широко известное как “язык жестов”, включает такие формы самовыражения, которые не опираются на слова и другие речевые символы.

Учиться понимать язык невербального общения важно по нескольким причинам. Во-первых, словами можно передать только фактические знания, но чтобы выразить чувства, одних слов часто бывает недостаточно. Во-вторых, знание этого языка показывает, насколько мы умеем владеть собой. Если говорящему трудно справиться с гневом, он повышает голос, отворачивается, а подчас ведет себя и более вызывающе. Невербальный язык скажет о том, что люди думают о нас в действительности. Наконец, невербальное общение ценно особенно тем, что оно, как правило, спонтанно и проявляется бессознательно. Поэтому, несмотря на то что люди взвешивают свои слова и иногда контролируют мимику, часто возможна “утечка” скрываемых чувств через мимику, жесты, интонацию и окраску голоса.

Примеры:

Мимика

Визуальный контакт

Интонация и тембр голоса

Позы и жесты

Межличностное пространство

2. Сферы использования языка науки и подстили.

Научный стиль можно разделить на четыре подстиля:

- * Собственно-научный. Адресат этого стиля — учёный, специалист. Целью стиля можно назвать выявление и описание новых фактов, закономерностей, открытий. Характерен для диссертаций, монографий, авторефератов, научных статей, научных докладов, тезисов, научных рецензий и т. д.
- * Научно-учебный. Работы в данном стиле адресованы будущим специалистам и учащимся, с целью обучить, описать факты, необходимые для овладения материалом, поэтому факты, изложенные в тексте, и примеры приводятся типовые. Характерен для учебников, учебных пособий, лекций и т. д.
- * Научно-популярный. Аудитория при таком стиле обычно не имеет специальных знаний в данной области. Целью стиля является ознакомление с описываемыми явлениями и фактами. Употребление цифр и специальных терминов минимально (каждый из них подробно поясняется). Особенности стиля являются: относительная лёгкость чтения, использование сравнения с привычными явлениями и предметами, значительные упрощения, рассматривание частных явлений без общего обзора и классификации. Стиль характерен для научно-популярных журналов и книг, детских энциклопедий, сообщений «научного характера» в СМИ. Это наиболее свободный подстиль, и он может варьироваться от газетных рубрик «историческая/техническая справка» или «это интересно» до научно-популярных книг, близких по формату и содержанию к учебникам (научно-учебному стилю).
- * Научно-технический. Адресат — специалисты технико-технического профиля. Цель — применение достижений фундаментальной науки в практике.

1. Правила межкультурной коммуникации.

Межкультурная коммуникация осуществляется, если отправитель и получатель сообщения принадлежат к разным культурам, если участники коммуникации осознают культурные отличия друг друга. Такая коммуникация вызывает множество проблем, связанных с разницей в ожиданиях и предубеждениях, которые свойственны каждому человеку и, естественно, разные в разных культурах.

Без соблюдения правила № 1 любая попытка межкультурного контакта будет обречена на неудачу: вы должны хотеть успешно общаться с иностранцами и ни в коем случае не позволять себе недооценку важности межкультурной коммуникации.

Правило № 2: не давайте оценочных характеристик чужим культурам - плохих культур не бывает, культуры бывают разные.

Правило № 3: не попадайте в плен стереотипному мышлению.

Правило № 4: не переставайте наблюдать за поведением иностранцев.

Правило № 5: будьте гибкими в межкультурном общении.

Межкультурная коммуникация, в особенности коммуникация в международном бизнесе, требует гибкости и избирательности в выборе технологий общения.

Правило № 6: повышайте свою межкультурную компетентность. Отправной точкой повышения межкультурной компетентности является ваш собственный информационный запас знаний, умений, навыков, приемов и правил, так называемый кросс-культурный багаж.

Наконец, последнее правило: не перестарайтесь с адаптацией; делая поправки в своем поведении на особенности чужой культуры, не забывайте о собственной.

2. Терминология – основа языка науки.

Термины являются смысловым ядром специального языка и передают основную содержательную информацию. В современном мире в результате роста научно-технических знаний свыше 90% новых слов, появляющихся в языках, составляют специальные слова. Потребность в терминах гораздо выше, чем в общеупотребительных словах. Рост числа терминов некоторых наук обгоняет рост числа общеупотребительных слов языка, и в некоторых науках число терминов превышает число неспециальных слов. Бурное образование новых дисциплин (в среднем каждые 25 лет число их удваивается) влечет за собой их потребность в собственной терминологии, что приводит к стихийному возникновению терминологий. В условиях "терминологического потопа" перед специалистами встает серьезная проблема упорядочения всего массива терминологии. И в этом случае на первый план выдвигается такой важный аспект, как нормативность. Терминология, занимая в специальных языках центральное место, обладает определенной самостоятельностью формирования и развития. Отсюда неизбежно вытекает и некоторая самостоятельность лингвистического критерия оценки термина, и в частности, нормативной его оценки.

Лингвистическая нормативность в общем виде - это правильность образования и употребления термина. Процессы терминообразования и терминопотребления - не стихийные, а сознательные процессы, подконтрольные лингвистам и терминологам. Норма в терминологии должна не противоречить, а соответствовать нормам общелитературного языка, в то же время существуют и особые требования, которые предъявляются к термину. Вопрос этот имеет давнюю традицию. Нормативные требования к термину впервые были сформулированы основоположником русской терминологической школы Д.С.Лотте. Это - системность терминологии, независимость термина от контекста, краткость термина, его абсолютная и относительная однозначность, простота и понятность, степень внедрения термина. научный стиль лексический

1. Конфликты и способы их разрешения.

Конфликт — это всегда сложный и многоплановый социальный феномен. В нем участвуют самые различные стороны: индивиды, социальные группы, национально-этнические общности, государства и группы стран, объединенные теми или иными целями и интересами. Конфликты возникают по самым различным причинам и мотивам: психологическим, экономическим, политическим, ценностным, религиозным и т.д. Но каждый из нас также знает, что сама личность внутренне противоречива и подвержена постоянным противоречиям и стрессам.

Выделяют определенные типы конфликтов:

Внутриличностный конфликт

Межличностный конфликт

Межгрупповой конфликт происходит вследствие столкновений интересов различных групп.

Конфликт между группой и личностью проявляется как противоречие между ожиданиями отдельной личности и сложившимися в группе нормами поведения и общения.

Стратегия и правила поведения в конфликтах

По способу разрешения конфликты подразделяются на продуктивные (конструктивные) и непродуктивные (деструктивные).

Непродуктивные конфликты – это конфликты, при которых разрушаются межличностные связи, резко снижается эффективность работы, а решение проблемы становится невозможным.

Конструктивные конфликты не выходят за рамки деловых отношений и предполагают пять стратегий поведения: соперничество, сотрудничество, компромисс, приспособление, избегание.

2. Деловое письмо: виды, структура, язык, оформление.

Деловое письмо - одно из важнейших средств общения в деловом мире.

Виды деловых писем

1. Коммерческие – используются при подготовке к заключению коммерческой сделки, а также при выполнении условий договоров. К ним относятся следующие деловые письма:

- оферта (письмо-предложение)
- письмо-запрос
- рекламация (письмо-претензия)

2. Некоммерческие – используются при решении различных организационных, правовых вопросов, экономических взаимоотношений. (•благодарственное письмо • гарантийное письмо• информационное письмо и т.д.)

По признаку получателя деловые письма делят на:

1. Циркулярные письма – письма, адресованные нескольким получателям одновременно.
2. Обычные письма - адресованные одному конкретному получателю.

По композиционному признаку деловые письма бывают:

1. Одноаспектные – рассматривают один вопрос.
2. Многоаспектные – затрагивают несколько вопросов одновременно.

По структуре выделяют следующие деловые письма:

1. Регламентированные – составляются по определенному установленному образцу.
2. Нерегламентированные – содержат авторский текст и составляются в свободной форме, не имеют установленного образца.

По форме отправления деловые письма могут быть:

1. Конвертные – отправленные с помощью почты в конверте.
2. Электронные – отправленные в электронном виде на e-mail.
3. Факсовые – отправленные по факсу.

Структура

Любое деловое письмо начинается с обращения к человеку, кому адресовано письмо. В зависимости от ситуации можно использовать следующие примеры обращений: «Уважаемая госпожа Иванова!», «Уважаемый Михаил Петрович!», «Уважаемый господин директор!», «Уважаемые господа!». Обращение размещается посередине страницы. При этом следует учесть, что в деловом письме в обращении неприемлемы сокращения типа «г-н», «г-жа» либо употребление инициалов человека.

Далее следует вступление, где необходимо кратко и четко сформулировать основную цель делового письма, причину, по которой отправляется данное письмо. Можете использовать следующие шаблоны: «Сообщаем/сообщаю, что...», «Доводим/довожу до Вашего сведения, что...», «Ставим/ставлю Вас в известность, что...»...

Следующий раздел – основная часть, где излагается основная идея и суть делового письма.

Далее следует краткое резюме, подведение итогов. Здесь чаще всего употребляются следующие фразы: «Надеемся/надеюсь...», «Уверен/уверены...», «Просим извинить за задержку с ответом» и т.п.

Заканчивается деловое письмо вежливой подписью: «С уважением,... (должность адресанта), ... (ФИО адресанта)». По мере необходимости можно указать контактный номер телефона, название и физический адрес компании, адрес сайта компании.

Язык делового письма

Официально деловой стиль является одним из функциональных стилей современного русского литературного языка. Он представляет собой набор языковых средств, которые используются исключительно в сфере официально-деловых отношений.

Итак, можно выделить следующие стандартные требования или основные черты делового стиля общения:

- точность изложения информации;
- стандартизация и унификация языковых и текстовых средств;
- официальность и строгость языка и стиля делового письма;
- лаконичность и достаточность информативного содержания;
- логичность, объективность и структурированность изложения.

1. Документы личного пользования.

Виды документов по происхождению:

- личного происхождения;
- официальные.

Документ личного происхождения — документ, созданный лицом вне сферы его служебной деятельности или выполнения общественных обязанностей.

Документы личного происхождения включают личную переписку, воспоминания личного характера, дневники. Они создаются в частной жизни человека, вне сферы служебной деятельности или выполнения общественных обязанностей.

Официальный документ — документ, созданный юридическим или физическим лицом, оформленный и удостоверяемый в установленном порядке.

Среди официальных документов выделяют группу личных — это документы, удостоверяющие личность (паспорт, вид на жительство), специальность, образование (диплом, аттестат), трудовой стаж (трудовая книжка) и др.

Делопроизводственные службы, как правило, работают с официальными документами, подавляющее большинство которых составляют управленческие документы. Управленческие документы создаются для реализации управленческих функций, таких как планирование, прогнозирование, финансирование, учет, контроль, снабжение и др.

Служебный документ — официальный документ, используемый в текущей деятельности организации.

2. Нормы языка и поведения учащегося вуза и специалиста.

Билет № 14

1. Слушание и чтение как виды речевой деятельности в учебной и профессиональной деятельности.

Вербальное общение состоит из двух процессов – слушания и говорения.

Причем есть огромная разница между тем, слышим мы нашего собеседника или его слушаем. Путать эти понятия нельзя: если мы слышим голос собеседника, но не вникаем в содержание его речи, то это будет означать, что мы слышим, а не слушаем собеседника. Слушать же – значит не только вникать в содержание речи собеседника, но и воспринимать истинное сообщение.

Условия эффективного слушания:

- при беседе с другим человеком нужно убрать посторонние мысли;
- в процессе слушания необходимо производить анализ скрытой в речи собеседника информации, причин, толкнувших его на разговор;
- пока говорит собеседник, нельзя обдумывать контраргументы, это вполне можно сделать в паузах, поскольку скорость мышления примерно в 4 раза больше скорости речи;
- нужно стараться преодолевать желание сменить тему, особенно, если разговор не из приятных;
- ни в коем случае не перебивать собеседника;
- сконцентрировать свое внимание на сущности разговора.

Чтение также является одним из основных видов речевой деятельности. Эта форма реализации речевой деятельности играет огромную роль в сохранении и передаче социального опыта человечества. Чтение как речевая деятельность стимулирует общую интеллектуальную деятельность человека, оказывает благотворное влияние на формирование его мировоззрения, на его социальное поведение и общественную деятельность.

Как и процесс письма, чтение является аналитико-синтетическим интеллектуальным процессом, включающим звуковой анализ и синтез элементов языка.

Нормативно протекающий процесс чтения включает по крайней мере четыре взаимодействующих компонента: звуко-буквенный анализ и синтез, удержание информации, смысловые догадки и процесс сличения возникающих при чтении «гипотез» с написанными словами. Все эти процессы, однако, могут быть осуществлены лишь при наличии сложного движения глаз и при сохранности мотивов данного вида речевой деятельности.

2. Риторика классическая и современная. Роды и виды риторической деятельности.

Риторика - теория и искусство речи, фундаментальная наука, изучающая объективные законы и правила речи. Классическая античная традиция рассматривала Р. как "искусство находить способы убеждения относительно каждого данного предмета" (Аристотель), "искусство хорошо (достойно) говорить. В русской традиции Р. определяется как "учение о красноречии" (М.В. Ломоносов), "наука изобретать, располагать и выражать мысли" (Н.Ф. Кошанский), предметом которой является "речь" (К.П. Зеленецкий). Современная Р. - учение об эффективном речевом построении развитого информационного общества, предполагающее исследование и овладение всеми видами общественно-речевого взаимодействия. Р. как наука изучает законы и правила ведения речи в разных видах и жанрах современной словесности, Р. как искусство предполагает умение эффективно говорить и писать, развитие речевых способностей.

Общая риторика в традиции, восходящей к Цицерону и Квинтилиану, включает пять разделов (так называемый риторический канон), каждый из которых показывает отдельные моменты в подготовке и реализации речи:

- 1) изобретение (лат. *inventio* - что сказать?),
- 2) расположение (лат. *dispositio* - где сказать?),
- 3) выражение (лат. *elocutio* - как сказать?),
- 4) память (лат. *memoria*),
- 5) произношение и телодвижение (лат. *pronuntiatio*).

Современная частная риторика включает в сферу своего изучения максимальный состав форм и видов словесности:

- 1) устная речь: а) дописанная речь, не имеющая письменной основы (разг.-бытовая речь, молва, фольклор); б) риторическая речь, т.е. устная речь, могущая иметь письменный прототип (политическая, судебная, эпидейктическая, учебная, пропагандистская, проповедническая); в) репродуцирующая, т.е. устно копирующая письменную речь (дикторская, театральная);
- 2) письменная речь (письма, документы, сочинения);
- 3) печатная словесность, литература (худож., науч., журнальная);
- 4) массовая коммуникация, подразделяемая на массовую информацию (радио, телевидение, газета, кино, реклама) и информатику.

Сегодня приходится говорить о разных видах профессиональной риторики как разделах частной Р. Базисными родами речей (ораторского красноречия) продолжают оставаться политическая, судебная, педагогическая, проповедническая, военная, дипломатическая, публицистическая риторики. Каждый вид профессионального искусства требует своей "риторики" (ср. медицинская или торговая речь, деловая Р. в разных проявлениях), а подготовка специалиста невозможна без речевой выучки, которая является средством выражения профессиональных знаний и умений.

Билет № 15

2. Принципы и правила деловой коммуникации.

Деловое общение – это общение, при котором происходящий обмен информацией направлен на достижение определенного результата. Деловое общение играет большую роль в управленческой деятельности.

1. Говорите четко, разборчиво, чтобы слушатель понимал, о чем вы говорите.
2. Избегайте такого явления как монотонность.
3. Следите за тем, чтобы ваша речь была среднего темпа.
4. Правильно задавайте вопросы. В диалоге одинаково важную роль играют и открытые вопросы и закрытые.
5. Умейте слышать. Перебивать собеседника считается неприличным, избегайте этого. Вникайте в то, что он говорит. Показывайте свою заинтересованность жестами, взглядом.
6. Продумайте свою речь.
7. Не задавайте прямых вопросов.
8. Поощряйте самостоятельное размышление собеседника над проблемой.
9. Не обрушивайте на собеседника поток предложений, если вы уже находитесь на стадии обсуждения конкретной услуги, бизнеса или товара. Подходите к этому мягко и плавно, по восходящей.

Принципы делового общения

Любезность, доброжелательность и приветливость.

Внимание к окружающим должно распространяться на сослуживцев, начальников и подчиненных.

Уважайте мнение других, старайтесь понять, почему у них сложилась та или иная точка зрения.

Внешний облик.

Грамотность. Внутренние документы или письма, направляемые за пределы учреждения, должны быть изложены хорошим языком, а все имена собственные переданы без ошибок.

Убеждение-воздействие посредством доказательств, логического упорядочения фактов и выводов.

Принуждение - наиболее насильственный метод воздействия на людей. Предполагает стремление заставить человека вести себя вопреки его желанию и убеждениям, используя угрозу наказания или иного воздействия, способного привести к нежелательным для индивида последствиям. Этически оправданным принуждение может быть лишь в исключительных случаях.

Билет № 16

1. Аргументация как вид убеждения в коммуникации, в учебной и профессиональной деятельности.

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

Исследователи выделяют в аргументации два аспекта – логический и коммуникативный.

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

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

Аргументация трактуется ими как сложный речевой акт. При этом разграничивается два возможных эффекта речевого акта. Это может быть понимание речевого акта, что приводит к коммуникативному эффекту. И это может быть принятие его, что приводит к интеракциональному эффекту.

2. Устное деловое общение: собеседование, совещание, презентация, переговоры.

Деловое общение - это сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми в служебной сфере. Его участники выступают в официальных статусах и ориентированы на достижение цели, конкретных задач.

Специфической особенностью названного процесса является регламентированность.

Устные виды делового общения разделяются на монологические и диалогические.

К монологическим видам относятся:

- Приветственная речь;
- Торговая речь (реклама);
- Информационная речь;
- Доклад (на заседании, собрании).
- Диалогические виды:
- Деловой разговор - кратковременный контакт, преимущественно на одну тему.
- Деловая беседа
- Переговоры - обсуждение с целью заключения соглашения по какому – либо вопросу.
- Интервью - разговор с журналистом, предназначенный для печати, радио, телевидения.
- Дискуссия;
- Совещание (собрание);
- Пресс-конференция.
- Контактный деловой разговор - непосредственный, "живой" диалог.
- Телефонный разговор (дистантный), исключаящий невербальную коммуникацию.

Любые деловые переговоры включают:

- подготовку к переговорам;
- непосредственное ведение переговоров;
- анализ результатов;
- выполнение договоренностей.

Стратегия переговоров – это наиболее общее перспективное планирование хода переговоров, ориентированное на достижение цели переговоров. Тактика – это совокупность приемов и методов, определяющих способ осуществления задуманной стратегии. Тактика определяется избранной стратегией и конкретными на момент переговоров условиями.

Билет № 17

1. Требования к реферату и курсовой работе, проектной деятельности студента. Особенности их защиты.

Требования к реферату

Автор реферата должен продемонстрировать достижение им уровня мировоззренческой, общекультурной компетенции, т.е. продемонстрировать знания о реальном мире, о существующих в нем связях и зависимостях, проблемах, о ведущих мировоззренческих теориях, умении проявлять оценочные знания, изучать теоретические работы, использовать различные методы исследования, применять различные приемы творческой деятельности.

1. Необходимо правильно сформулировать тему, отобрать по ней необходимый материал.
2. Использовать только тот материал, который отражает сущность темы.
3. Во введении к реферату необходимо обосновать выбор темы.
4. После цитаты необходимо делать ссылку на автора, например [№ произведения по списку, стр.].
5. Изложение должно быть последовательным. Недопустимы нечеткие формулировки, речевые и орфографические ошибки.
6. В подготовке реферата необходимо использовать материалы современных изданий не старше 5 лет.
7. Оформление реферата (в том числе титульный лист, литература) должно быть грамотным.
8. Список литературы оформляется с указанием автора, названия источника, места издания, года издания, названия издательства, использованных страниц.

Курсовая работа – это творческое и самостоятельное исследование актуальных проблем определенной отрасли науки.

Курсовая работа должна соответствовать следующим требованиям:

- I. 1) быть выполненной на достаточном теоретическом уровне;
- I. 2) включать анализ не только теоретического, но и эмпирического материала;
- I. 3) основываться на результатах самостоятельного исследования, если этого требует тема;
- I. 4) иметь обязательные самостоятельные выводы после каждой главы и в заключении работы;
- I. 5) иметь необходимый объем;
- I. 6) быть оформленной по стандарту и выполненной в указанные сроки.

2. Деловой телефонный разговор, мультимедийные средства делового общения.

Телефонные переговоры можно рассматривать как специфический случай проведения деловой беседы. Исходя из этого, следует сделать два вывода. Во-первых, правила подготовки и проведения деловой беседы во многом сохраняют свою значимость при ведении телефонных переговоров. Во-вторых, телефонный разговор обладает целым рядом отличительных особенностей по сравнению с очной беседой.

Учитывая тот факт, что собеседники не видят друг друга, обязательным следует считать правило, по которому вам необходимо представиться — лаконично, но емко.

Если связь неожиданного прервалась, перезванивает тот, кто начинал беседу; он же обладает правом первым заканчивать ее. Считается неэтичным, если вы нарочито указываете собеседнику на необходимость завершения беседы, начатой не вами. Если же вы чувствуете, что телефонные переговоры выходят за приемлемые временные рамки, воспользуйтесь подходящими в данной ситуации приемами корректного завершения беседы, например, сослаться на необходимость закончить разговор в связи с ожиданием срочного междугороднего звонка.

Культура телефонного разговора, связанная в том числе и с эффективностью подачи той или иной информации, включает также некоторые правила общения со сторонними абонентами. Подробную информацию следует давать лишь тому собеседнику, который сможет помочь вам в решении вопроса. Безадресная передача излишней информации является достаточно распространенной ошибкой в телефонных переговорах.