

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Санкт – Петербургский государственный университет телекоммуникаций
им. проф. М.А. Бонч-Бруевича»

Отделение: Информационных технологий и управления в телекоммуникациях
Специальность: 09.02.03 «Программирование в компьютерных системах»

МДК.03.03 ДОКУМЕНТИРОВАНИЕ И СЕРТИФИКАЦИЯ
Раздел ПМ 3. Разработка программной документации

Преподаватель

Рожков А.И.

Санкт-Петербург 2020

СПб ГУТ)))

ТЕМА 3.1. Документирование и сертификация

Лекция. Стиль технической документации: шаблонные стили, корпоративный стиль, разработка собственного стиля для компании

План занятия:

1. Понятие стиля технической документации.
2. Корпоративный стиль.
3. Шаблонные стили.
4. Разработка авторского стиля документации для заказчика

1. Понятие стиля технической документации.

Язык профессионального общения требует однозначности толкования основных ключевых понятий, выраженных в терминах. Для документационного обеспечения управления это особенно важно: язык делового общения тесно связан с лексикой законодательных и нормативных актов, опирается на нее, и неточное употребление того или иного термина может иметь юридические последствия.

Понятие — это представление об общем, наиболее существенном, особенном в изучаемых явлениях и предметах. Понятия выражают себя в словах. Именно слова связывают понятие с предметом или явлением. Эта связь осуществляется через значение слова.

Значение показывает, что мы вкладываем в то или иное понятие, какие представления связываем с ним. Научные понятия обозначаются специальными словами — терминами.

Термин — это слово или устойчивое словосочетание, которому предписано определенное научное или специальное понятие.

Содержание понятия, обозначенного термином, может быть понято только через его **дефиницию** — краткое логическое определение, устанавливающее существенные отличительные признаки предмета или значение понятия, т. е. его содержание и границы.

Термины конкретной области знания или деятельности составляют ее **терминологию**.

На язык и стиль официальной документации распространяются законы составления служебных текстовых документов в аспекте так называемого официально-делового стиля речи. Этот стиль имеет свои специфические отличия от разговорной речи и других стилей литературного языка (научного, публицистического, художественного).

Деловой стиль — это функциональная разновидность языка, предназначенная для общения в сфере управления.

В официально-деловом стиле речи выделяются подстили: законодательный, инструктивно-методический, организационно-распорядительный, статистический, технический, дипломатический и т. д.

При подготовке текста документа должны соблюдаться следующие основные принципы: достоверность и объективность содержания, полнота информации, краткость изложения, отсутствие рассуждений и повествования, нейтральность тона изложения, средства логической, а не эмоционально-экспрессивной оценки ситуаций и фактов. **Такой стиль изложения можно назвать формально-логическим.**

Принято считать, что определяющим фактором при объяснении стилевых особенностей текста является статус авторства. Очевидно, что технический составитель и автор официального письма не всегда одно и то же лицо. **Государственный стандарт требует указания на документе его исполнителя.**

Большинство официальных документов визируется и подписывается несколькими лицами.

Автором официальных документов является, как известно, лицо не физическое, а юридическое, коллективное. Поэтому личностный момент в оценке фактов, констатируемых в тексте документа, ослаблен, а тон, в общем, нейтрален.

Официально-деловому стилю присуще использование слов только в тех значениях, которые признаются нормой общелитературного словоупотребления, а также в значениях, традиционных именно для деловых документов, которые не нарушают их стилистического единообразия и соответствуют общей тенденции стандартизации делового языка.

Базовые правила языка управленческих документов

1. Отбор лексики предполагает внимательное отношение к лексическому значению слов. Незнание лексического значения отдельных слов приводит к ошибкам типа: *«удешевить себестоимость»* (удешевить можно товары, продукцию, но не себестоимость).

2. Не допускается использование неологизмов, даже образованных по традиционным моделям, например *«конструкторат»*, *«переорганизация»*, а также слов, относящихся к разговорной лексике, например *«секретарша»*, *«лаборантка»*.

3. Правильный выбор однокоренных слов, различающихся значением. Если неправильно выбрать слово из ряда однокоренных, различающихся значением, можно исказить смысл.

Например, нередко путают слова «представить» и «предоставить». (слово представить – имеет смысл: предъявить; сообщить; познакомить с кем либо; ходатайствовать о чем либо; составить; обнаружить; мысленно вообразить; изобразить, показать. Слово предоставить – имеет смысл: отдать в чье либо распоряжение; дать право, возможность сделать; осуществить что-либо; разрешить действовать самостоятельно или оставить без присмотра).

4. Выражать мысль точно и лаконично. Неумение выразить мысль точно и лаконично приводит к следующим ошибкам: *«в апреле месяце»* (апрель – именно месяц, а не что иное), *«информационное сообщение»* (любое сообщение содержит информацию) и т. д. Затрудняют восприятие текста повторы типа: *«польза от использования»*, *«следует учитывать следующие факты»*, *«данное явление полностью проявляется в условиях»* и т. д.).

5. Употребление языковых формул. Одной из особенностей деловой речи является широкое употребление языковых формул — устойчивых (шаблонных, стандартных) языковых оборотов, используемых в неизменном виде.

Наличие их в деловой речи – следствие регламентации служебных отношений, повторяемости управленческих ситуаций и тематической ограниченности деловой речи.

Языковые формулы – это результат унификации языковых средств, используемых в однотипных повторяющихся ситуациях. Кроме выражения типового содержания языковые формулы нередко являются юридически значимыми компонентами текста, без которых документ не обладает достаточной юридической силой, или являются элементами, определяющими его видовую принадлежность. Например:

- *«Оплату гарантируем. Наш расчетный счет.....»;*
- *«Контроль за выполнением..... возлагается на.....».*

Владение деловым стилем – это в значительной степени знание и умение употреблять языковые формулы. Выражая типовое содержание, языковые формулы обеспечивают точность и однозначность понимания текста, сокращают время на подготовку текста и его восприятие.

6. Письменному деловому общению свойствен неличный (безличный) характер изложения текста, т. е. употребление глаголов в форме 1-го и 2-го лица ограничено, а глаголы в форме 3-го лица, как правило употребляются в неопределенно-личном значении. Например:

«Комиссией проведена проверка и установлено.....»;

«Акт подписан членами комиссии и утвержден руководством».

7. Преимущественное употребление простых распространенных предложений. Особенность делового стиля – преимущественное употребление простых распространенных предложений, односоставных или двусоставных, имеющих обособленные обороты. Всегда нужно ставить себя на место получателя, тогда станет понятным – легко ли читается текст. Если в предложении 20-25 слов, его лучше разделить на два и более простых предложения. Стоит избегать сложных формулировок и непонятных аббревиатур. Надо стремиться донести до адресата важную информацию доступным языком.

8. Ограниченность сочетаемости слов в литературной или разговорной речи. Широкими возможностями сочетаемости обладают слова в литературной или разговорной речи, но в деловом стиле они, как правило, ограничены.

Желательно

предоставить в пользование
направить на рассмотрение
передать в управление
оказывать содействие
осуществлять контроль
вносить предложения
предоставить кредит
обладать правом
вступать в силу

Нежелательно

предоставить для использования
выслать на рассмотрение
передать для управления
оказывать помощь
вести контроль
давать предложения
выдавать кредит
владеть правом
входить в силу

9. Конструкции с отглагольным существительным. В деловой речи для выражения действия чрезвычайно активно используются конструкции из отглагольного существительного со значением действия и полусузнаменательного глагола вместо простой глагольной формы. Например:

- «оказать содействие», а не «посодействовать»;
- «оказать помощь», а не «помочь»;
- «произвести уборку», а не «убрать»;
- «произвести ремонт», а не «отремонтировать».

10. Правильное употребление прописных и строчных букв. В названиях органов при Президенте РФ с прописной буквы пишется первое слово и имена собственные.

Все слова с прописной буквы пишутся в названиях органов исполнительной власти: Правительство Российской Федерации; Коллегия Правительства Российской Федерации; Правительство Ленинградской области и т. д.

В названиях министерств, государственных комитетов и других центральных органов управления Российской Федерации и субъектов Федерации в ее составе с прописной буквы пишется первое слово. Если в словосочетание входят имена собственные или названия других учреждений, эти имена собственные и названия пишутся так же, как при самостоятельном употреблении. Во множественном числе или не в качестве имени собственного названия указанного типа пишутся со строчной буквы: *«правительство», «министерство», «государственный комитет»*.

В официальной и деловой корреспонденции рекомендуется употреблять полные и как исключение, сокращенные названия центральных органов исполнительной власти. Выбранный вариант полного или сокращенного написания названия центральных органов федеральной исполнительной власти следует использовать по всему документу.

2. Корпоративный стиль.

В европейской практике маркетинга и брендинга применяется понятие «corporate identity advertising». Это англоязычное сочетание буквально переводится на русский язык как "реклама корпоративной идентичности". В России понятию «corporate identity advertising» соответствует термин фирменный стиль.

Фирменный (корпоративный) стиль — это совокупность неизменных стилевых инструментов и приёмов, который формирует единый образ бренда и указывает на принадлежность всего, что оформлено с их помощью, этому бренду.

Благодаря фирменному стилю происходит идентификация бренда (повышается узнаваемость и запоминаемость организации, ей становится проще выделиться на фоне конкурентной массы), возрастает доверие потребителя, повышается рекламная конверсия и укрепляются позиции компании на рынке. Спектр инструментов фирменного стиля достаточно широк, но при этом ограничен и включает в себя название (имя бренда, а не юридического лица), логотип, фирменный знак, фирменный блок, слоган, фирменный цвет, фирменный комплект шрифтов, корпоративного героя, постоянного коммуниканта (лицо фирмы).

В качестве стандартных носителей фирменного стиля выступают упаковка продукции, интерьерное и экстерьерное оформление магазинов и точек обслуживания, полиграфические материалы, специализированная одежда сотрудников или её отдельные элементы, любые рекламные материалы. Особенным носителем фирменного стиля являются бланки деловой документации.

Деловая документация — это один из носителей фирменного стиля компании, который представляет собой непостоянный набор бланков деловых бумаг с корпоративной символикой.

Деловая документация в фирменном стиле разрабатывается согласно брендбуку компании.

Брендбук — официальный документ, в котором закрепляется концепция бренда, его атрибуты и полное руководство по фирменному стилю, которое включает в себя подробное описание использования каждого фирменного элемента на различных носителях, как рекламных, так и корпоративных.

Функции деловой документации в фирменном стиле:

- Способствовать идентификации компании,
- Привлекать внимание к бренду,
- Повышать запоминаемость бренда,
- Выделять бренд из конкурентной массы,
- Способствовать созданию положительного образа бренда,
- Символизировать деловую репутацию компании,
- Демонстрировать статус бренда.

Любой бланк деловой документации в фирменном стиле должен органично сочетать в себе функциональность и эстетичность, соответствуя при этом общей визуальной стилистике компании. Если визуальный компонент дизайнеры, как правило, учитывают при разработке деловой документации, то о непосредственном назначении бланка зачастую забывают.

Помимо маркетинговых функций, главной задачей деловой документации всё-таки остаётся её изначальная функциональная нагрузка, поэтому главным критерием при разработке документации в фирменном стиле является функциональность.

Функциональность диктует такие параметры как формат бланков документов, размеры печатного поля, тип бумаги, размеры полей и отступов, цвет фона и т.д.

Некогда существовала идея унифицировать требования к фирменной документации на государственном уровне, поэтому был принят ГОСТ Р 6.30–2003, который в 2017г. Заменен на ГОСТ Р 7.0.97-2016 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Организационно-распорядительная документация. Требования к оформлению документов».



3. Шаблонные стили.

Для облегчения работы при создании и оформлении документов следует использовать шаблоны документов и стили.

Шаблон - заготовка документа, включающая в себя повторяющиеся в разных документах параметры страницы, текст, элементы оформления, стили и т. п.

Стиль - совокупность элементов оформления текста, включающая в себя параметры шрифта, абзаца, заливки и другие элементы.

Шаблон создают, как правило, на основе существующего документа. В документе оставляют заполненными и оформленными только те реквизиты, которые будут повторяться в других документах данной группы.

Типовой набор стилей для технического документа имеется в функциональности текстовых процессоров Microsoft Word, OpenOffice Writer или Adobe FrameMaker.

Встроенные стили в основном предназначены для оформления элементов информационно-поискового аппарата документа: оглавлений, колонтитулов, номеров страниц и т. п.

У них есть важная особенность: когда вы вставляете в документ тот или иной элемент, текстовый процессор автоматически применяет к ним соответствующие стили. Например, номера страниц автоматически оформляются стилем «Номер страницы», а сноски — стилем «Текст сноски». Поэтому создавать для тех же целей другие стили в большинстве случаев нецелесообразно.

В Microsoft Word встроенный стиль «Обычный» предназначен для оформления основного текста документа. Если вы создаете новый документ и начинаете набирать в нем текст, программа автоматически применяет к нему этот стиль.

Особенность стиля Обычный в том, что на нем основаны некоторые другие встроенные стили, в том числе, стили для заголовков, колонтитулов, номеров страниц. Если вы внесете в него изменения, необходимые для оформления основного текста, то эти изменения будут унаследованы его дочерними стилями, что может оказаться совсем не кстати. Поэтому рекомендуется отказаться от использования стиля Обычный и создать собственный стиль для оформления основного текста документа.

Принципы построения набора стилей для технического документа

1. Технический документ делится на структурные элементы, каждый из которых несет четко выраженную содержательную нагрузку: объяснение, шаг процедуры, заголовок таблицы, термин и т. п.
2. В текстовом процессоре структурные элементы представлены абзацами и линейными («inline») фрагментами. Каждый стиль должен соответствовать некоторому типу содержания, а не способу его оформления.
3. Разным типам содержания должны соответствовать разные стили. Вредно использовать один и тот же стиль для разных типов содержания на том основании, что эти типы предполагают схожее оформление текста.
4. Общие признаки визуально схожих стилей следует выносить в родительские стили, от которых эти признаки будут наследоваться. В результате образуется дерево наследования с одним корнем.
5. Для заголовков глав, разделов и т. д., а также для колонтитулов, номеров страниц и других элементов оформления желательно использовать стили, предусмотренные в текстовом процессоре.

4. Разработка авторского стиля документации для заказчика.

Стили должны соответствовать типам содержания абзацев и линейных фрагментов, а не способам их оформления - этот принцип обеспечивает управляемость оформления документа. Например:

Предположим, мы решили выделять термины и цитаты курсивом, а названия кнопок и названия клавиш — жирным шрифтом. Для этого мы создали два стиля: «Курсив» и «Жирный». Набрали текст. Отдаем документ заказчику. Заказчик смотрит на него и говорит: «Сделайте цитаты не курсивом, а жирным». Какую работу нам придется провести, чтобы выполнить это требование? Мы будем вынуждены просмотреть весь документ, чтобы найти в нем цитаты и заменить на них стиль Курсив стилем Жирный. Если бы мы для каждого из четырех типов выделенного текста использовали отдельный стиль, нам достаточно было бы изменить его параметры.

Во избежание путаницы рекомендуется в каждой организации присваивать стилям имена, начинающиеся каким-нибудь характерным префиксом. Например, для компании ABCD стили будут называться `abcd_base`, `abcd_flow` и т. д.

Привязка документа к шаблону

Насколько необходимо подготовить шаблон и привязать к нему документ или достаточно создать набор стилей непосредственно в документе?

Если документ, который вы разрабатываете, единственный в своем роде, и вы планируете заниматься им самостоятельно, можно обойтись без шаблона. Если вы собираетесь разрабатывать похожие документы в дальнейшем, в том числе, силами коллектива авторов, на шаблоне лучше не экономить.

Шаблон обеспечивает следующие возможности:

- создание документа с заданным в шаблоне набором стилей;
- придание большей устойчивости списочным стилям;
- автоматическое обновление стилей в документе из шаблона.

Если вы создаете документ на основе шаблона, этот документ не только перенимает стили, предусмотренные в шаблоне, но и сохраняет привязку к нему. Иначе говоря, документ «помнит», по какому шаблону он был создан. Вы можете присвоить документу признак «Автоматически обновлять стили». Тогда при открытии документа текстовый процессор будет автоматически приводить стили, заданные в документе, в соответствие одноименным стилям, заданным в шаблоне.

Это весьма полезная форма поведения текстового процессора, которая может сильно ускорить и упростить работу в следующих ситуациях:

- Вы отправили документ своему соавтору или рецензенту. Тот отредактировал документ, но внес изменения не только в текст, но и в свойства стилей. Вы уверены, что менять стили не было необходимости, и намерены вернуть их в исходное состояние. Для «ремонта» достаточно будет его один раз открыть на компьютере, где установлен шаблон.

- Вы разработали комплект, который состоит, предположим, из 25 документов. Все они сделаны по одному и тому же шаблону. Заказчик потребовал внести изменения в оформление документов, например, выделить заголовки не только шрифтом без засечек и жирным начертанием, но и цветом. Для этого достаточно сначала внести соответствующие изменения в шаблон, а затем однократно открыть и сохранить каждый документ из комплекта.