



Т. А. Карпинец О. А. Салтымакова

РУССКИЙ ЯЗЫК КАК СРЕДСТВО КОММУНИКАЦИИ

Учебное пособие

Кемерово 2020

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева»

Т. А. Карпинец О. А. Салтымакова

**РУССКИЙ ЯЗЫК
КАК СРЕДСТВО КОММУНИКАЦИИ**

Учебное пособие

Кемерово 2020

УДК 811.161.1(075.8)

Рецензенты:

Л. П. Грунина – кандидат филологических наук, доцент отдела по работе с иностранными студентами ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации

Е. В. Евпак – кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и литературы ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

Карпинец, Т. А. Русский язык как средство коммуникации : учеб. пособие / Т. А. Карпинец, О. А. Салтымакова ; Кузбасский государственный технический университет имени Т. Ф. Горбачева. – Кемерово, 2020. – 123 с. – ISBN 978-5-00137-183-0. – Текст : непосредственный.

Учебное пособие предназначено для студентов всех специальностей и направлений, изучающих дисциплины «Русский язык и культура речи», «Деловое общение на русском языке», «Риторика» и другие. Изложены теоретические положения культуры речи и речевого общения, формирующие целостное представление о русском языке как о средстве межличностной и массовой коммуникации.

Печатается по решению редакционно-издательского совета Кузбасского государственного технического университета имени Т. Ф. Горбачева.

УДК 811.161.1(075.8)

© Кузбасский государственный
технический университет
имени Т. Ф. Горбачева, 2020

© Карпинец Т. А.,
Салтымакова О. А., 2020

ISBN 978-5-00137-183-0

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ КУЛЬТУРЫ РЕЧИ	6
1.1. Современная лингвистическая ситуация	6
1.2. Аспекты культуры речи	10
1.3. Язык как система. Язык и речь. Функции языка.....	14
1.4. Формы существования русского национального языка.....	19
Контрольные вопросы к разделу 1	24
РАЗДЕЛ 2. НОРМЫ РУССКОГО ЛИТЕРАТУРНОГО ЯЗЫКА	25
2.1. Понятие языковой нормы и особенности ее функционирования	25
2.2. Орфографические и орфоэпические нормы	28
2.3. Лексические и фразеологические нормы.....	33
2.4. Грамматические нормы	43
Контрольные вопросы к разделу 2	50
РАЗДЕЛ 3. СТИЛИСТИКА И ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ	51
3.1. Понятие о функциональных стилях. Функции речи.....	51
3.2. Научный стиль речи	55
3.3. Письменное деловое общение.....	60
3.4. Устное деловое общение	68
Контрольные вопросы к разделу 3	76
РАЗДЕЛ 4. ОСНОВЫ ОРАТОРСКОГО ИСКУССТВА	77
4.1. Понятие публичной речи. Роды и виды красноречия	77
4.2. Этапы работы над публичной речью.....	85
4.3. Основы аргументации.....	95
4.4. Оратор и аудитория.....	106
Контрольные вопросы к разделу 4	118
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	120
СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	121

ВВЕДЕНИЕ

Развитие коммуникативной компетенции каждого человека, в том числе будущего специалиста, необходимо для межличностного взаимодействия в социальной, культурной, профессиональной (учебной, научной, производственной и др.) сферах человеческой деятельности. Владение русским языком как средством коммуникации предполагает умение варьировать способ языкового выражения от бытового уровня до официального, умение отбирать языковые средства в соответствии с задачами и условиями общения.

Развитие культуры речи – это развитие, в первую очередь, культуры мышления, т. к. мысль и слово находятся в неразрывном единстве. Облекая свою не всегда четкую мысль в слова, мы подчиняем ее законам языка и таким образом упорядочиваем саму мысль. Знание слов, богатство и мобильность словаря позволяют человеку оперировать понятиями, т. е. мыслить (на уровне внутренней речи) или говорить, писать (на уровне внешней речи). Не вполне четкие, смутные мыслительные связи, оформляясь во внутренней и тем более – во внешней речи, должны быть вложены в языковые структуры, и при этом они либо проясняются и оказываются понятными адресату, либо разрушаются, т. е. самому говорящему становится очевидно, что слушатели его не понимают. Общение – лучший критерий и содержания, и языковой формы речи.

Значимость коммуникативной компетенции в профессиональном, социальном и личностном становлении человека переоценить невозможно, поэтому изучение русского языка и культуры речи является задачей государственной важности. Приведем статьи о русском языке из Конституции РФ и Федерального закона «О государственном языке Российской Федерации».

Статья 68 Конституции Российской Федерации
(принятой всенародным голосованием 12.12.1993
с изменениями, одобренными в ходе
общероссийского голосования 01.07.2020)

«Государственным языком Российской Федерации на всей ее территории является русский язык как язык государствообразующего народа, входящего в многонациональный союз равноправных народов Российской Федерации».

Федеральный закон
«О государственном языке Российской Федерации»
от 01.06.2005 № 53-ФЗ (ред. от 05.05.2014).

Статья 1. Русский язык как государственный язык
Российской Федерации

1. В соответствии с Конституцией Российской Федерации государственным языком Российской Федерации на всей ее территории является русский язык.

2. Статус русского языка как государственного языка Российской Федерации предусматривает обязательность использования русского языка в сферах, определенных настоящим Федеральным законом, другими федеральными законами, Законом Российской Федерации от 25 октября 1991 года № 1807-1 «О языках народов Российской Федерации» и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, его защиту и поддержку, а также обеспечение права граждан Российской Федерации на пользование государственным языком Российской Федерации.

3. Порядок утверждения норм современного русского литературного языка при его использовании в качестве государственного языка Российской Федерации, правил русской орфографии и пунктуации определяется Правительством Российской Федерации.

4. Государственный язык Российской Федерации является языком, способствующим взаимопониманию, укреплению международных связей народов Российской Федерации в едином многонациональном государстве.

5. Защита и поддержка русского языка как государственного языка Российской Федерации способствуют приумножению и взаимообогащению духовной культуры народов Российской Федерации.

6. При использовании русского языка как государственного языка Российской Федерации не допускается использования слов и выражений, не соответствующих нормам современного русского литературного языка (в том числе нецензурной брани), за исключением иностранных слов, не имеющих общеупотребительных аналогов в русском языке.

7. Обязательность использования государственного языка Российской Федерации не должна толковаться как отрицание или умаление права на пользование государственными языками республик, находящихся в составе Российской Федерации, и языками народов Российской Федерации.

РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ КУЛЬТУРЫ РЕЧИ

1.1. Современная лингвистическая ситуация

В языке сосредоточен весь исторический опыт народа, его традиции, духовные ценности, менталитет. Именно поэтому сохранение и развитие русского языка – гарантия сохранения и развития русской национальной культуры, условие формирования позитивного имиджа России в мировом сообществе.

В современном мире функционирование русского языка нельзя назвать благоприятным: после распада СССР уменьшилась доля людей, изучающих русский язык и использующих его в сфере образования, в общественной, экономической, культурной жизни. Тем не менее русский язык выполняет важные *социальные функции*. Он является *национальным* языком русского народа, *государственным* языком Российской Федерации. Русский язык используется как средство *межнационального* общения в самой России и в ближайшем зарубежье. В настоящее время русский язык – один из языков европейского и мирового значения, он входит наряду с английским, арабским, французским, испанским, китайским в число официальных *международных* языков, признан одним из рабочих языков ООН.

Высокий статус русского языка обусловлен следующими *социальными и лингвистическими факторами*.

1. Степень распространения, охват разных стран. По разным оценкам специалистов, сегодня в мире на русском языке говорят от 300 до 500 млн человек, что составляет 4–6 % населения Земли. По числу владеющих им русский язык занимает пятое место в мире (после китайского, хинди и урду, английского, испанского языков).

2. Общечеловеческая значимость для культуры. На русском языке созданы выдающиеся художественные произведения, научная и техническая литература, накоплен большой опыт русской переводческой школой.

3. Информационная ценность и коммуникативное удобство. В русском языке огромный словарный запас (около 130 тыс. слов, по этому показателю он на втором месте в мире, после английского языка), богатая терминология по всем отраслям науки, развитая система функциональных стилей, упорядоченная грамматика.

Между языком и обществом существуют тесные связи. Политические, экономические, идеологические и культурные преобразования, начавшиеся в России в 90-х годах XX в., оказали огромное

воздействие на язык и общество и определили **особенности функционирования** современного русского языка последних десятилетий:

- многочисленный и разнообразный состав участников массовой коммуникации (возможность выступать публично получили люди с разным уровнем речевой культуры);
- ослабление официальной цензуры в СМИ и самоцензуры;
- преобладание спонтанной, заранее не подготовленной речи (выступая публично, люди не зачитывают предварительно написанные речи, меняется представление об эталонных качествах оратора);
- возникновение новых ситуаций и жанров общения (интернет, SMS-сообщения, разнообразные мессенджеры и т. д.).

Социальные изменения оказывают влияние на все уровни языковой системы, но особенно заметны они в лексике. Наиболее активными на протяжении трех последних десятилетий являются два **лексических процесса**: «иностранизация» и демократизация.

«Иностранизация» – проникновение в русский язык большого количества заимствованных слов, особенно английских, что связано с расширением международных контактов, появлением новых информационных технологий, ростом и расширением знаний. Пришедшая в русский язык лексика отражает все сферы жизни общества: политику (*инаугурация, электорат, саммит, спикер, импичмент* и др.); экономику (*консалтинг, конвертация, риелтор, менеджер, холдинг* и др.); медицину (*иммунодефицит, иридология, игло-рефлексотерапия* и др.); науку, технику (*файл, картридж, гаджет, процессор, модем* и др.); быт (*чизбургер, ланч, бутик, паркинг, шопинг, лук* и др.) и другие сферы (*инсайт, фидбэк, бэкграунд, чекпойнт, кейс, фокус-группа, факап, дедлайн, челлендж, кипшай, деманды, вау-эффект, хештег, подкаст* и др.). Особой группой заимствований являются наименования лиц по профессии, образу жизни, принадлежности к культуре: *хейтер, геймдизайнер, блогер, трешер, скейтер, даунишфтер* и др. Большое количество англицизмов проникает и в повседневную речь, становясь яркой чертой молодежного общения (*респект, изи, окей, риал, флексить* и др.).

Сложившаяся ситуация имеет прецеденты. На протяжении своей истории русский язык подвергался влиянию иностранных языков, в какие-то периоды оно было чрезмерным.

Так, в X веке Киевская Русь приняла христианство от греков, а в древнерусский язык вместе с заимствованными религиозными

идеями и предметами церковного культа вошло много греческих слов, например: *алтарь, патриарх, демон, икона, келья, монах, лампада, митрополит* и др. Были заимствованы и научные термины, названия предметов греческой культуры, названия растений, месяцев и т. д., например: *математика, философия, грамматика, синтаксис, идея, театр, сцена, музей, комедия, трагедия, алфавит, планета, климат, кукла, огурец, свекла, январь, февраль, декабрь* и др.

С XIII по XV вв. Древняя Русь находилась под монголо-татарским игом. Тогда появились слова из тюркских языков: *амбар, колчан, аркан, башмак, войлок, кушак, тулуп, каблук, шаровары, лапша, хан, сарафан, карандаш, сарай, сундук, топчан, ярлык* и др.

В XVIII–XIX вв. русский язык и культура обогатились за счет немецкого, голландского, французского влияний. Военная лексика: *вербовать, лагерь, вахта, мундир, ефрейтор, орден, солдат, офицер, рота, штурм, гавань, фарватер, бухта, флаг, каюта, матрос, шлюпка, блиндаж, сапер, десант, эскадра, артиллерия*; термины искусства: *мольберт, ландшафт, штрих, блик, анилаг, лейтмотив, флейта, танец, балетмейстер* (из немецкого языка); *партер, пьеса, актер, суфлер, антракт, сюжет, балет, жанр* (из французского языка); названия новых предметов быта, одежды: *кухня, бутерброд, вафля, фарш, галстук* (из немецкого языка); *кашине, костюм, жилет, пальто, браслет, вуаль, колье, модельер, мебель, комод, буфет, люстра, абажур, крем, мармелад* (из французского языка).

Заимствование иноязычных слов отражает культурные, экономические, политические, научно-технические контакты с другими народами, а также отвечает потребностям в развитии лексической системы языка. В то же время причиной заимствования может быть стремление к использованию иноязычных слов как более «умных», «престижных». Поэтому, с одной стороны, разумное заимствование обогащает речь, придает ей *большую* точность, а с другой – заимствование без меры засоряет речь, делает ее непонятной.

Демократизация русского литературного языка – это изменение языковых норм с целью приблизить литературный язык к общепринятому употреблению языковых единиц (узусу). Возникает данный процесс в результате ориентации на речь широких слоев населения, на массовый характер словоупотребления, в результате превращения литературного языка в доступное для широкого круга людей средство общения.

Демократизация языка наблюдается в нашей стране не впервые. Так, она проявилась в реформе орфографии русского языка 1918 г., одной из составных частей которой была отмена некоторых букв: Ъ «ять», Ү «ижица», Ө «фита», І «и десятеричное», отменено написание Ъ «еръ» в конце слов и частей сложных слов и др.

Активная демократизация как вторжение канцеляризм, казенных сокращений слов и словосочетаний в повседневную речь наблюдалась в 20–30-е годы XX в.: *губком, горком, райком, исполком, Совнарком, партком, домком, колхоз, совхоз, продразверстка, партпрос, агитбригада, агропром, ЦК, ВКП(б), РСДРП, ВЦИК, НКВД, КГБ, ВОХР* (внутренняя охрана), *ГОМЗА* (государственное объединение машиностроительных заводов), *ВРШ* (вечерняя рабочая школа), *ГОРОНО* (городской отдел народного образования), *ОСОАВИАХИМ, ШКРАБ* (школьный работник) и др.

В современном русском языке демократизацию литературного языка можно назвать жаргонизацией, а точнее – вульгаризацией. Потоки сниженной, жаргонной лексики вышли за пределы своей социальной среды и стали встречаться во всех сферах и жанрах, где требуется экспрессия: в художественных произведениях, прессе и на телевидении, в публицистических выступлениях, политических дебатах, т. е. проникают в активный словарный состав носителей русского языка. То, что раньше считалось принадлежностью социально непрестижной среды (преступной, уголовной, просто малокультурной), начинает употребляться наряду с традиционными средствами литературного языка. Носители языка не замечают, как криминал входит в быт, в повседневный лексикон: *кайф, беспредел, наезд, лох, тусовка, разборка, рамс, бухать, отмывать, мочить, кинуть, забить стрелку, навар, до лампочки* и др. В целом расширяется мера допустимости употребления тех или иных слов.

Демократизация современного русского языка, с одной стороны, направлена на экономию речевых усилий, получение дополнительного стилистического эффекта доступности, непосредственности, эмоциональности, а с другой – затрудняет использование высоких слоев языка, приводит к обеднению и опошлению речи среднего носителя языка и к кризису высокой русской литературы.

Рассмотренные лексические процессы далеко не однозначно оцениваются представителями общественности, лингвистами, носителями языка. Одни не видят потерь и оснований для тревоги, дру-

гие говорят об упадке, оскудении, даже вырождении языка, а следовательно, и примитивизации мышления нации в целом.

Движение за чистоту речи, против «иностранизации» и вульгаризации – это в первую очередь стремление сохранить и приумножить культурные ценности, созданные предыдущими поколениями. Оно должно быть многосторонним, включающим науку, образование, СМИ, общество. Свою роль играет и государство: важнейшая задача современной языковой политики Российского государства – формирование в мире уважительного и ответственного отношения к русскому языку, забота о его развитии и обогащении.

1.2. Аспекты культуры речи

Понятие «культура речи»

Термин «культура речи» имеет два основных значения – теоретическое и личностное.

1. Культура речи – отрасль языкознания, научная дисциплина, которая изучает проблемы нормализации с целью совершенствования языка как орудия культуры.

2. Культура речи – совокупность знаний, умений и навыков отдельного человека выражать мысли в устной и письменной форме.

Культура речи важна для всех, кто по роду своей деятельности связан с людьми, организует их работу, ведет деловые переговоры, воспитывает, оказывает различные услуги. Владение культурой речи и коммуникативными навыками – характеристика профессиональной пригодности любого человека.

В России традиционно очень высоко ценились красноречие и остроумие, осуждались сплетни, неправда, клевета. В собрании В. И. Даля «Пословицы русского народа» более 400 пословиц на тему «Язык и речь»: *Красно поле пшеном, а беседа умом; Лучшие ногою запнуться, чем языком; Во многословии не без пустословия; Умей сказать, умей и смолчать; Сказал, что отрубил.* Сегодняшние требования к речевой культуре в основном прагматичны: ценится точность, понятность, быстрота реакции, коммуникабельность, знание иностранных языков. По речи судят о культурном уровне личности и всего общества, поскольку в языковых формах во все века выражались грани культуры человека. В речи формулируется любое знание (научное, бытовое), вся сфера образования тоже вербальна (лат. *verbum* – слово).

Если человеческую культуру разделить на физическую (культуру тела), материальную (культуру производства) и духовную, то последняя почти полностью реализуется в различных формах речи. Составляющие внутреннего мира человека напрямую связаны с культурой его речи: это интеллект как речевое, логическое мышление, мир эмоций, интуиция и воображение, ценностные ориентации, нравственные установки, самоанализ и самооценка.

Аспекты культуры речи

Под **аспектом** (лат. *aspectus* – взгляд, точка зрения) в науке понимается точка зрения, с которой рассматривается явление, предмет, понятие; взгляд на объект исследования. Объектом рассмотрения культуры речи как науки является язык, который исследуется в трех направлениях, или аспектах: нормативном, коммуникативном и этическом.

1. Нормативный аспект исследует правильность речи, т. е. соблюдение норм литературного языка. **Языковая норма** – это центральное понятие для данного аспекта.

В рамках нормативного аспекта выполняются важные задачи:

- 1) изучение возникновения и развития языковой нормы;
- 2) оценка правильности / неправильности языкового варианта и отбор языковых средств, которые предписывается употреблять как правильные;
- 3) закрепление (кодификация) языковой нормы в виде правил и предписаний в учебниках, словарях, справочниках.

Соответствие высказывания требованиям нормативного аспекта культуры речи оценивается с точки зрения **правильности / неправильности** произношения, написания, употребления языковых средств, сочетаемости слов, образования слов и их форм, построения словосочетаний и предложений.

На протяжении всей истории развития учения о культуре речи нормативному аспекту уделяется наибольшее внимание, он важнейший, но не единственный.

2. Существует большое количество текстов, безупречных с точки зрения соблюдения языковых норм, но составленных без учета особенностей адресата или цели общения. Мало добиться нормативности, нужно найти не только точное и правильное средство для выражения мысли, но и наиболее доходчивое, уместное, стилистически оправданное. Именно эти задачи решает **коммуникативный**

аспект, который изучает особенности функционирования языка, варианты выражения конкретного содержания в адекватной языковой форме в зависимости от реальной ситуации общения. Из всех языковых средств для создания определенного текста должны быть выбраны такие, которые с максимальной полнотой и эффективностью выполняют поставленные коммуникативные задачи.

Язык обслуживает разные сферы общения: одно дело – быденная разговорная речь и совсем другое – язык науки или делового общения. Поэтому в соответствии с требованиями коммуникативного аспекта культуры речи носители языка должны владеть **функциональными разновидностями языка**, т. е. функциональными стилями (научным, официально-деловым, публицистическим, разговорным, художественным).

Второе важное понятие коммуникативного аспекта – **коммуникативная целесообразность** – считается одной из главных категорий теории культуры речи, ее достижение обусловлено соблюдением коммуникативных качеств речи (точности, понятности, чистоты, логичности, богатства и разнообразия, выразительности, уместности), которые важно знать и учитывать в процессе речевого взаимодействия. Подходящие для одной функциональной разновидности коммуникативные качества могут оказаться неприемлемыми для другой. Так, богатство и разнообразие, выразительность речи характерны для публицистического стиля, но не подходят для официально-делового; точность необходима для научного стиля, а в разговорной речи допустимы неточные обозначения.

Итак, соответствие высказывания требованиям коммуникативного аспекта оценивается с точки зрения **уместности / неуместности** применения языковых средств в той или иной ситуации с учетом особенностей адресата и цели общения.

3. Этический аспект обосновывает знание и применение норм языкового поведения (речевого этикета) в конкретных ситуациях.

Главное понятие этического аспекта – **речевой этикет** – это система национально-специфических, стереотипных, устойчивых формул общения, принятых обществом для установления контакта собеседников, для его поддержания и прерывания (в избранной тональности); совокупность принятых обществом правил должного речевого поведения, основанных на нормах морали и национально-культурных традициях. Речевой этикет обуславливает моральную и нравственную составляющие звучащего и написанного слова.

Речевой этикет предписывает соблюдение *условий успешного общения*:

- доброжелательного отношения к адресату;
- демонстрации заинтересованности в разговоре;
- стремления к пониманию собеседника;
- искреннего выражения своего мнения;
- сочувственного внимания.

Формирование и использование речевого этикета определяют следующие *факторы*.

1. Учет особенностей партнеров: социального статуса участников общения, их места в служебной иерархии, их профессии, национальности, вероисповедания, возраста, пола, характера.

2. Ситуация общения: презентация, конференция, симпозиум, совещание, прием на работу, консультация, юбилей фирмы и т. д.

3. Национальная специфика. Каждый народ создал свою систему правил речевого поведения. Например, особенностью русского языка является наличие в нем двух местоимений – *ты* и *вы*, каждое из которых может восприниматься как форма 2-го лица, единственного числа. Выбор формы зависит от социального положения собеседников, характера их отношений, от официальной (неофициальной) обстановки. Также специфичен выбор полного или сокращенного имени, выбор способа приветствия и прощания. Кроме того, в настоящее время в русском речевом этикете существует открытая проблема общеупотребительного обращения.

Типичными ситуациями речевого этикета являются: *обращение и привлечение внимания; знакомство, приветствие; прощание; извинение, благодарность; поздравление, пожелание; одобрение, комплимент; сочувствие, соболезнование; приглашение, предложение; совет, просьба; согласие, отказ.*

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

Таким образом, отбор языковых средств в этическом аспекте оценивается с точки зрения *допустимо / не допустимо (принято / не принято)* их использование в данном обществе в конкретное время.

1.3. Язык как система. Язык и речь. Функции языка

Язык как система

Системность является важнейшей характеристикой языка, определяющей его внутреннюю организацию. Так как любая система (греч. *systema* – целое, составленное из частей) – это объединение взаимосвязанных и взаимообусловленных элементов, образующих целостность, следовательно, язык как система предполагает наличие элементов (или единиц) и взаимосвязей между ними.

В большинстве языков мира, в том числе и русском, выделяются такие единицы, как фонема, морфема, слово (лексема), словосочетание, предложение. **Единицы языка** неоднородны по своему строению и различаются по степени сложности.

Самой простой единицей языка является **фонема**. Это неделимая, сама по себе незначимая единица, служащая для различения или отождествления морфем и слов. Например, слова *кот – рот – пот – лот* различаются звуками [к], [р], [п], [л], представляющими собой разные фонемы, а в словах *код – коды – кодирование* звуки [т], [д], [д'] являются разновидностью одной фонемы <д>.

Морфема – минимальная значимая единица языка, необходимая для образования новых слов или форм слов. Наиболее распространенными являются такие морфемы, как корень, приставка (префикс), суффикс, окончание (флексия). Например, в слове *кемеровчанин* корень *кемеров-* указывает на город, суффикс *-чанин-* называет жителя какой-либо местности мужского пола, нулевое окончание указывает, что данное слово является существительным мужского рода единственного числа именительного падежа.

Слово (лексема) – относительно самостоятельная единица языка, служащая для наименования предметов, действий, признаков или указывающая на них. В отличие от морфемы слово не только имеет значение, но уже способно называть что-либо, поэтому выполняет номинативную функцию (лат. *nomina* – имя, название). В структурном плане слово состоит из морфем и служит для построения словосочетаний и предложений.

Словосочетание – соединение двух или более самостоятельных слов, связанных по смыслу и грамматически, служащее для расчлененного, более точного и конкретного, чем слово, обозначения единого понятия (предмета, качества, действия и др.). Оно состоит из главного и зависимого слов: яркое *солнце*, *читать* книгу, быстро *идти* (главные слова выделены курсивом).

Предложение – самостоятельная, наиболее сложная единица языка, которая содержит сообщение о чем-либо, вопрос или побуждение. В отличие от слова предложение может не только называть предмет, но и сообщать о нем, поэтому предложение выполняет коммуникативную функцию.

Все единицы языка взаимосвязаны, однородные единицы образуют языковые уровни. **Уровни языка** – это подсистемы, или ярусы, общей языковой системы, каждая из которых обладает набором особых единиц и правил их функционирования. Фонемы являются единицами фонетического уровня, морфемы – морфемного, лексемы – лексического, словосочетания и предложения – синтаксического. Единицы языка связаны между собой различными **системными отношениями**.

Парадигматическими (греч. *paradigma* – модель, пример, группа), или классификационными, называются отношения между единицами одного уровня, позволяющие классифицировать эти единицы. Находясь в парадигматических отношениях, единицы являются взаимопротивопоставленными, взаимосвязанными и взаимообусловленными. Противопоставленность вызвана их различиями, например, фонемы <г> и <к> различаются по глухости / звонкости, лексемы *горячий* – *холодный* противоположны по значению и т. д. Единицы языка являются взаимосвязанными, т. к. объединяются в группы по сходным признакам. Так, фонемы <г> и <к> – согласные, заднеязычные, взрывные, твердые; лексемы *горячий* – *холодный* имеют общее в значении: обе характеризуют температуру. Единицы являются взаимообусловленными, т. к. одни единицы влияют на другие, и их существование возможно только в единстве.

Синтагматическими (греч. *syntagma* – вместе построенное, соединенное), или сочетаемостными, называются отношения между единицами одного уровня в речевой цепи (в потоке речи), в результате чего эти единицы связываются друг с другом и влияют друг на друга. Например, в слове *сдвиг* согласный [д] влияет на предыдущий согласный, и в речевой цепи вместо [с] произносим [з]; при объединении слов в словосочетания проявляются разные значения, например, *тяжелый мешок* и *тяжелый характер*: в первом словосочетании прилагательное используется в прямом значении «имеющий большой вес», а во втором – в значении «неуживчивый, трудный».

Иерархические (греч. *hieros* – священный и *arche* – власть), или подчинительные, – это отношения между единицами разных

уровней, в результате которых по определенным правилам из простых единиц создаются сложные. Так, фонемы являются «строительным» материалом для морфем, морфемы – для слов, из слов строятся словосочетания и предложения, а из предложений – тексты.

Таким образом, язык является сложной системой единиц, вступающих в различные отношения и образующих целостность.

Язык и речь. Функции языка

Язык неразрывно связан с обществом, его культурой и людьми, которые живут и трудятся в обществе. Принадлежащий обществу язык и его использование каждым отдельным человеком – два разных, хотя и тесно взаимосвязанных явления: с одной стороны, это общественное явление, некая совокупность единиц, правила употребления которых хранятся в коллективном сознании носителей языка; с другой стороны, это индивидуальное использование какой-то части этой совокупности. Сказанное позволяет разграничить два понятия – *язык* и *речь*.

Язык и речь образуют единый феномен человеческого языка. **Язык** – это совокупность средств общения людей посредством обмена мыслями и правил употребления этих средств; язык как сущность находит свое проявление в речи. **Речь** представляет собой использование имеющихся языковых средств и правил в самом языковом общении людей, поэтому речь может быть определена как функционирование языка.

Таким образом, язык и речь тесно взаимосвязаны: если нет речи, то нет и языка. Чтобы в этом убедиться, достаточно представить себе, что существует некий язык, на котором никто не говорит и не пишет, и при этом не сохранилось ничего, что было бы написано на нем раньше. В этом случае разве мы можем знать о существовании этого языка? Но и речь не может существовать без языка, поскольку речь – это его практическое использование. Язык необходим, чтобы речь была понятной. Без языка речь перестает быть собственно речью и превращается в набор бессмысленных звуков.

Несмотря на то, что язык и речь образуют единый феномен человеческого языка, каждый из них имеет свои, противоположные, особенности:

1) язык – это средство общения; речь – это воплощение и реализация языка, который посредством речи выполняет свою коммуникативную функцию;

2) язык абстрактен, формален; речь материальна, в ней корректируется все, что есть в языке, она состоит из артикулируемых звуков, воспринимаемых слухом, или графических символов, воспринимаемых зрением;

3) язык стабилен, статичен; речь активна и динамична, для нее характерна высокая вариативность;

4) язык является достоянием общества, в нем отражается «картина мира», мировоззрение говорящего на нем народа; речь индивидуальна, она отражает лишь опыт отдельного человека;

5) для языка характерна уровневая организация, которая вносит в последовательность слов иерархические отношения; речь имеет линейную организацию, представляя собой последовательность слов, связанных в потоке;

6) язык независим от ситуации и обстановки общения; речь контекстно и ситуативно обусловлена, в речи (особенно поэтической) единицы языка могут приобретать ситуативные значения, которые в языке у них отсутствуют (пример – начало одного из стихотворений С. Есенина: «Отговорила роща золотая березовым веселым языком»).

Понятия язык и речь соотносятся, таким образом, как общее и частное: общее (язык) выражается в частном (речи), частное же (речь) есть форма воплощения и реализации общего (языка).

Будучи важнейшим средством общения, язык объединяет людей, регулирует их межличностное и социальное взаимодействие, координирует их практическую деятельность, обеспечивает накопление и хранение информации, являющейся результатом исторического опыта народа и личного опыта индивида, формирует сознание индивида (индивидуальное сознание) и сознание общества, служит материалом и формой художественного творчества.

Таким образом, язык тесно связан со всей человеческой деятельностью и выполняет разнообразные функции.

Функции языка – это проявление его сущности, его назначения и действия в обществе, его природы, т. е. это его характеристики, без которых язык не может существовать. Главнейшие базовые функции языка – коммуникативная и когнитивная, они имеют разновидности, т. е. функции более частного характера.

Коммуникативная (лат. *communico* – делаю общим, связываю, общаюсь) функция означает, что язык является важнейшим средством человеческого общения (коммуникации), т. е. передачи от од-

ного лица другому какого-либо сообщения с той или иной целью. Язык существует именно для того, чтобы обеспечивать общение (коммуникацию). Общаясь друг с другом, люди передают свои мысли, чувства и душевные переживания, воздействуют друг на друга, добиваются общего взаимопонимания. Язык дает им возможность понять друг друга и наладить совместную работу во всех сферах человеческой деятельности, являясь одной из сил, которые обеспечивают существование и развитие человеческого общества.

Коммуникативная функция языка играет ведущую роль. Но язык может выполнить эту функцию только благодаря тому, что он подчинен строю мышления человека; именно поэтому возможен обмен информацией, знаниями, опытом.

Из первой неизбежно следует вторая основная функция языка – **когнитивная** (лат. *cognitio* – знание, познание), т. е. познавательная, гносеологическая (греч. *gnosis* – знание, *logos* – учение), означающая, что язык – важнейшее средство получения новых знаний о действительности. Когнитивная функция связывает язык с мыслительной деятельностью человека.

Помимо перечисленных язык выполняет еще ряд функций.

Фатическая (англ. *phatic*), или контактоустанавливающая, – функция создания и поддержания контакта между собеседниками (формулы приветствия при встрече и прощании, обмен репликами о погоде и т. п.). Общение происходит ради общения и в основном неосознанно (реже – сознательно) направлено на установление или поддержание контакта. Содержание и форма фатического общения зависят от пола, возраста, социального положения, взаимоотношений собеседников, однако в целом такое общение стандартно и минимально информативно. Стандартность, поверхностность фатического общения помогают устанавливать контакты между людьми, преодолевать разобщенность и некоммуникабельность.

Эмотивная (лат. *emotif* – эмоциональный, впечатлительный), или эмоционально-экспрессивная, функция – выражение субъективно-психологического отношения автора речи к ее содержанию. Она реализуется в средствах оценки: оценочных суффиксах, оценочной лексике, интонации, восклицании, междометиях и др.

Апеллятивная (лат. *appellare* – обращаться с речью, провозглашать) – функция призыва, побуждения к тем или иным действиям. Реализуется формами повелительного наклонения, побудительными и вопросительными предложениями и др.

Аккумулятивная (лат. *accumulatio* – накопление) – функция хранения и передачи знаний о действительности, традициях, культуре, истории народа, национальном самосознании. Эта функция связывает язык с действительностью (фрагменты действительности, выделенные и обработанные сознанием человека, закрепляются в единицах языка). Функция проявляется как в закреплении представлений о действительности в самой системе языка (например, в категориях рода, числа, падежа, склонения, времени и т. д.), так и в фиксации накопленных знаний и опыта в устных и письменных текстах.

Метаязыковая (греч. *meta* – после, за, позади) функция, или речевой комментарий, – функция истолкования языковых фактов. Использование языка в метаязыковой функции обычно связано с изучением иностранного языка и трудностями речевого общения, например при разговоре с ребенком, иностранцем или другим человеком, не вполне владеющим данным языком, стилем, профессиональной разновидностью языка. Метаязыковая функция реализуется во всех устных и письменных высказываниях о языке – на уроках и лекциях, в словарях, в учебной и научной литературе о языке.

Эстетическая (греч. *aisthetikos* – способный чувствовать) – функция эстетического воздействия, проявляющаяся в том, что говорящие начинают замечать сам текст, его звуковую и словесную фактуру. Отдельное слово, оборот, фраза начинают нравиться или не нравиться. Эстетическое отношение к языку означает, таким образом, что речь (именно сама речь, а не то, о чем сообщается) может восприниматься как прекрасное или безобразное, т. е. как эстетический объект. Эстетическая функция языка, будучи основной для художественного текста, присутствует и в повседневной речи, проявляясь в ее ритмичности, образности.

Таким образом, язык полифункционален. С помощью языка человек познает мир, вспоминает прошлое и мечтает о будущем, учится и учит, работает, общается с другими людьми.

1.4. Формы существования русского национального языка

Понятие национального языка. Диалекты

Национальный язык, являясь средством общения всей нации, существует в нескольких формах. К ним относятся диалекты, жаргоны, просторечие и литературный язык.

Всякий язык начинает свое развитие с **диалектов**, которые являются наиболее архаичной формой языкового существования.

Диалекты, или территориальные диалекты, русского языка складывались в период феодальной раздробленности. В XX–XXI веках особенности диалектов сглаживаются в связи с повышением уровня образования, развитием средств массовой информации, а также миграцией населения. В настоящее время диалектные черты сохраняются преимущественно в речи жителей сельской местности.

Особенности диалектов.

1. Любой диалект является языковой системой, т. е. имеет особые единицы на каждом языковом уровне. Так, в Сибирских старожильческих говорах, бытующих на территории Кемеровской области, фонетическими особенностями являются аканье, взрывной [г], изменение гласных звуков (И переходит в Е, Е в И, например, в словах *сивер, исть*); на лексическом уровне специфическими являются, например, слова *шаньга* (ватрушка), *стайка* (сарай), *толченка* (картофельное пюре), *пимы* (валенки), *пластаться* (много работать) и др.; на морфологическом уровне наблюдается перераспределение категории рода имен существительных (*полотенец, мышь* – мужского рода) и т. д. Чтобы выявить системные языковые особенности любого диалекта, его необходимо сопоставить с другим диалектом.

2. Диалекты существуют только в устной форме.

3. Обслуживают разговорно-обиходную сферу деятельности.

4. Понятны не для всех носителей русского языка, т. к. используются людьми на определенной территории.

5. Не имеют особой эмоционально окрашенной лексики.

Общепонятный язык. Просторечие и жаргоны

Диалектам как территориальным разновидностям национального языка противостоит **общепонятный язык**, который включает в себя просторечие и жаргоны.

Просторечие (или городское просторечие) – нелитературный вариант языка, используемый в речи малообразованных слоев городского населения. Это наиболее своеобразная форма русского национального языка, не имеющая аналогов в других национальных языках.

Особенности просторечия.

1. Не имеет признаков системной организации, при этом характерно наличие языковых форм, нарушающих нормы литературного языка.

2. Реализуется только в устной форме речи.

3. Обслуживает разговорно-обиходную сферу деятельности.

4. В отличие от диалектов территориально не локализовано и едино для всех носителей языка.

5. Лексика обладает грубоватой, фамильярной эмоционально-экспрессивной окраской.

Носители просторечия не осознают нарушения норм литературного языка и не понимают различия между литературными и нелитературными формами.

Просторечными являются, например:

– в фонетике: *тра[н]вай, почтам[п], ради[ва], жиз[и]нь, соси[с']ки, ко[н']верт, подспе[ч]ник, звонит, ходатайство* и др.;

– в словообразовании: *подскользнуться, полуклиника, заместо, вовнутрь, экскалатор, экспрессо, дермантин* – использование неверных морфем; *документики, номерок, височки* – уменьшительные суффиксы как выражение своеобразно понимаемой вежливости в ситуации официального общения;

– в морфологии: *ляжь, ложи, собиралася, улыбаюся, делов, моя шампунь, инженера, длиньше, ихнего, здесь* и др.;

– в лексике: слова с грубой, сниженной окраской (*деваха, уйма, жрать, придурок, забулдыга*);

– в синтаксисе: *Пол вымытый; Он был выпимший; Гости никто не приехали; Что тебе болит?; Пришел с магазина* и др.

Жаргоны – речь социальных и профессиональных групп людей, объединенных общностью занятий, интересов, социального положения и т. п. Жаргоны делятся на две группы: социальные и профессиональные.

Социальные жаргоны, или арго, – речь низов общества, деклассированных групп населения и уголовного мира. Причиной их образования является необходимость утаивания, сокрытия информации от «непосвященных». Примерами могут быть жаргоны воров, карточных шулеров, наркоманов и т. д.

Профессиональные жаргоны объединяют людей по профессии или интересам, причиной их образования является экономия речевых усилий в условиях профессионального общения.

Способы образования жаргонизмов:

1) усечение основы слова, например, *комп* (компьютер), *клава* (клавиатура), *препод* (преподаватель), *универ* (университет);

2) сворачивание фразы, например, *руль* (рулевое колесо), *зачетка* (зачетная книжка), *пролечить* (провести курс лечения);

3) переосмысление литературных слов, например, *баранка* (рулевое колесо), *брюхо* (низ фюзеляжа самолета), *укол* (инъекция), *отovarить* (избить), *весло* (ложка), *колеса* (таблетки).

Особенности жаргонов.

1. Не имеют специфических фонетических и грамматических признаков, т. е. не являются языковой системой.

2. Реализуются только в устной форме речи.

3. Обслуживают разговорно-обиходную сферу деятельности.

4. Понятны не всем носителям языка, т. к. являются средством общения замкнутой социальной или профессиональной группы.

5. Характерно наличие особой лексики и фразеологии с ярко выраженной эмоционально-экспрессивной окраской.

Во многих языках, в том числе и в русском, существует так называемый **молодежный сленг** – слова, употребляемые преимущественно учащейся молодежью, не апробированные нормами письменной речи, но делающие речь яркой и живой. Сленгизмы – это обычно отдельные слова или словосочетания, заменяющие длинное высказывание, которое молодежи, по всей видимости, проносить лень (например, слово *рофлить*, которое приобрело широкую популярность при общении в интернете, произошло от английской аббревиатуры «*ROFL*» которая, расшифровывается как *rolling on the floor laughing* – катаюсь от смеха по полу). Отличительными особенностями молодежного сленга являются намеренная игра словами с целью создания эмоционально-выразительных средств общения, оригинальность, новизна, краткость, образность и остроумие (*кэк, мем, хипстер, хейтер, пруфы, вписка, триггер, хайп* и многие другие). Сленг для молодежи – один из способов ярко и выразительно противостоять традиционной культуре.

Считается, что все нелитературные варианты языка имеют определенного рода ограничения: просторечие ограничено уровнем образованности говорящего, диалект – территорией распространения, жаргон – социальными и временными рамками (жаргон быстро меняется, у каждого поколения свой набор жаргонных слов). По этим признакам они противопоставляются литературному языку.

Литературный язык

Высшей формой развития национального языка является **литературный язык**. Это язык официальных и деловых документов, законодательства, образования, науки, публицистики, художественной литературы, всех проявлений культуры, выражающихся в

словесной форме (письменной и реже устной), воспринимаемый носителями данного языка как образцовый. В качестве государственного языка РФ используется именно литературный язык. Литературный язык нельзя отождествлять с языком художественной литературы – это разные, хотя и соотносительные понятия.

Таким образом, это образцовый вариант языка, являющийся универсальным средством общения образованной части нации.

Особенности литературного языка.

1. Главная особенность – нормативность, т. е. наличие правил образования, сочетания, употребления языковых единиц. В связи с этим литературный язык представляет собой языковую систему.

2. Нормы литературного языка кодифицированы, т. е. закреплены в словарях и грамматиках.

3. Литературный язык понятен для всего языкового коллектива вне зависимости от территориальной, социальной или профессиональной принадлежности.

4. Является обязательным для изучения и использования всей нацией, поскольку имеет статус государственного языка.

5. Реализуется как в устной, так и в письменной форме речи.

6. Имеет функционально-стилевое расслоение, что делает его универсальным средством общения и позволяет обслуживать все сферы человеческой деятельности: политику, культуру, делопроизводство, законодательство, словесное искусство, науку и образование, бытовое и межнациональное общение.

Сложившись на базе русской народной речи во всем ее многообразии, литературный язык вобрал в себя все лучшее, все наиболее выразительное из тех средств, которые присущи народной речи. И современный русский литературный язык, который представляет собой вполне сформировавшуюся коммуникативную систему, продолжает черпать выразительные средства – слова, обороты, синтаксические конструкции – из диалектов, просторечия, жаргонов. В этом процессе роль фильтра играет норма: она пропускает в литературное употребление все ценное, что есть в живой речи, и задерживает все случайное и временное.

Литературный язык необходим для сохранения культуры народа и его самобытности. Основное назначение литературного языка – сохранять единство нации, объединять ее, тогда как нелитературные формы нацию разделяют.

Контрольные вопросы к разделу 1

1. Назовите социальные функции русского языка.
2. Какие социальные и лингвистические факторы обуславливают высокий статус русского языка в мире?
3. Назовите особенности функционирования современного русского языка.
4. Какие лексические процессы характерны для русского языка конца XX – начала XXI веков? Охарактеризуйте каждый из них.
5. Что такое культура речи?
6. Назовите аспекты культуры речи. Какие понятия являются значимыми для каждого аспекта и почему?
7. Назовите факторы, определяющие формирование речевого этикета и его использование.
8. Докажите, что речевой этикет имеет национальную специфику.
9. Что такое языковая система? Назовите и охарактеризуйте единицы и уровни языковой системы.
10. Раскройте сущность системных отношений между языковыми единицами.
11. Что такое язык и речь? Назовите их особенности.
12. Назовите и охарактеризуйте функции языка.
13. Назовите формы существования русского национального языка.
14. Охарактеризуйте территориальные диалекты.
15. Назовите особенности городского просторечия, приведите примеры просторечных единиц на разных языковых уровнях.
16. Что такое жаргоны? Назовите виды жаргонов, причины их появления и особенности. Приведите примеры жаргонизмов.
17. Охарактеризуйте особенности и назначение литературного языка.

РАЗДЕЛ 2. НОРМЫ РУССКОГО ЛИТЕРАТУРНОГО ЯЗЫКА

2.1. Понятие языковой нормы и особенности ее функционирования

Понятие языковой нормы. Источники формирования нормы. Качества нормы

Становление русского литературного языка происходило в течение многих веков, причем до начала XIX века русский язык представлял собой неоднородное сочетание диалектов, просторечия, жаргонов, собственно русского (разговорного) и заимствованного церковно-славянского (книжного) языка.

В начале XIX века на основе разных проявлений языка создается язык, принятый обществом в качестве литературного. В первую очередь, это заслуга писателей и поэтов XVIII – начала XIX веков, т. к. в период становления образцом, основой для создания литературного языка (ЛЯ) явился язык художественной литературы (ЯХЛ). Сейчас эти понятия не совпадают:

– с точки зрения используемых языковых средств ЛЯ < ЯХЛ (в литературном языке используются только нормированные языковые единицы, тогда как в языке художественной литературы могут употребляться языковые единицы, входящие не только в литературный язык, но и в диалекты, жаргоны, просторечие);

– с точки зрения выполняемых функций и обслуживаемых сфер деятельности ЛЯ > ЯХЛ (литературный язык выполняет коммуникативную, когнитивную, аккумулятивную, эмотивную и другие функции, обслуживает все сферы человеческой деятельности; язык художественной литературы выполняет эстетическую и частично аккумулятивную функции, обслуживает сферу словесного творчества).

В настоящее время основными источниками языковой нормы литературного языка считаются:

- 1) произведения писателей-классиков и современников;
- 2) язык СМИ;
- 3) общепринятое современное употребление;
- 4) данные различных опросов;
- 5) научные исследования ученых-лингвистов.

В культуре речи до сих пор нет единого определения понятия «языковая норма»; приведем два толкования, сформулированных отечественными лингвистами.

Языковая норма – наиболее распространенные из числа сосуществующих, закрепившиеся в практике образцового использования языковые варианты, наилучшим образом выполняющие свою функцию (Д. Э. Розенталь, М. А. Теленкова).

Языковая норма – это совокупность наиболее пригодных («правильных», «предпочитаемых») для обслуживания общества средств языка, складывающаяся как результат отбора языковых элементов (лексических, произносительных, морфологических, синтаксических) из числа сосуществующих, наличествующих, образующих вновь или извлекаемых из пассивного запаса прошлого в процессе социальной, в широком смысле, оценки этих элементов (С. И. Ожегов).

Языковая норма обладает двумя важными *качествами*.

1. Норма характеризуется устойчивостью, стабильностью, консервативностью (наиболее стабильны фонетический и морфологический уровни языка, наименее – лексический).

2. Норма динамична, изменчива, способна развиваться в соответствии с внутренними законами языка и запросами общества.

С одной стороны, стабильность нормы помогает литературному языку сохранять свою целостность и общепонятность, защищает его от потока диалектных, жаргонных, просторечных единиц, что позволяет языку соединять поколения и обеспечивать преемственность национальной культуры. Стабильность нормы обеспечивается процессом *кодификации* – это осознанное закрепление нормы (результата в ее развитии) в сводах правил (словарях, справочниках, учебниках, грамматиках), что делает норму обязательной для всех членов языкового коллектива.

С другой стороны, изменчивость нормы позволяет языку оставаться средством живого разговорного общения всей нации. Динамичность нормы обусловлена постоянным использованием языка в качестве средства общения, функционированием нормы в речевой деятельности, стихийным, массовым и регулярным процессом, который и создает условия для изменения языка.

Академик Игнатий Викентьевич Ягич еще в начале XX века сказал: «Против <...> отклонений от закономерных образований теория может некоторое время обороняться, но в конце концов она обычно уступает, потому что именно употребление – последняя инстанция, которой нельзя не покориться».

Классификации языковой нормы

Рассмотрим две классификации языковых норм.

I. По степени обязательности норма может быть двух видов: императивной и диспозитивной.

Императивная норма (лат. *imperativus* – повелительный) не допускает варианты, регламентируя только один способ выражения языковой единицы. Нарушение этой нормы расценивается как слабое владение языком. В словарях императивная норма либо дается без каких-либо вариантов, либо с вариантами, которые сопровождаются запретительными пометами: *не рек.*, *неправ.*, *грубо неправ.*, *прост.*, *не* (например, *демпинг* [дэ]; *документ*, грубо неправ. *документ*; *весна*, Р. п. *весну*, не *вёсну*).

Диспозитивная норма (англ. *disposition* – склонность, расположение) допускает вариантность, регламентируя несколько способов выражения языковой единицы. Диспозитивная норма может быть нейтральной, в таком случае варианты рассматриваются как равноправные и в словаре пишутся через союз *и* (например, *дерматолог* [дэ] и [де]; *добраться*, прош. *добрались* и *добрались*), а может быть допускающей использование разговорных или устаревших форм (например, *без разбора* и доп. *без разбору*; *декан*, доп. [дэ]; *брелок*, Р. п. *брелока*, разг. *брелка*; *всплеск*, устар. *всплёск*).

Вариантность в употреблении одной и той же языковой единицы часто является отражением переходной ступени от устаревшей нормы к новой. Варианты, видоизменения или разновидности данной языковой единицы могут долгое время сосуществовать с ее основным видом (например, в настоящее время равноправные варианты ударения *творог* и *творог* сосуществуют в русском языке более ста лет).

Будучи достаточно устойчивой и стабильной, норма как категория историческая подвержена изменениям, что обусловлено самой природой языка, находящегося в постоянном развитии. Возникающая в этом случае вариантность не разрушает норму, а делает ее более тонким инструментом отбора языковых средств.

II. По соотношенности с уровнями языка выделяются следующие виды норм:

1) **орфографические** – правила графического отображения звуков речи на письме;

2) **орфоэпические (произносительные)** – нормы, связанные со звуковой стороной литературной речи, ее произношением;

- 3) *словообразовательные* – правила образования новых слов;
- 4) *лексические* – правила словоупотребления, отбора и использования наиболее целесообразных лексических единиц;
- 5) *морфологические* – правила образования грамматических форм слова;
- 6) *синтаксические* – правила построения словосочетаний и синтаксических конструкций.

Далее рассмотрим подробнее вторую классификацию норм.

2.2. Орфографические и орфоэпические нормы

Орфографические нормы

Орфография (греч. *orthos* – правильный, *grapho* – пишу) – исторически сложившаяся система правил написания слов. Она позволяет сохранять единство и целостность языка в письменной форме речи. Соблюдение орфографических норм не менее важно, чем соблюдение произносительных, лексических и грамматических. Малограмотное письмо неудобочитаемо, а это представляет собой прямой социальный вред. Вот почему книги, которые мы читаем, выверены с орфографической точки зрения.

В основе орфографической системы лежат закономерности, называемые *принципами орфографии*. Каждый принцип орфографии объединяет группу правил, являющихся приложением этого принципа к конкретным языковым явлениям.

Морфологический принцип заключается в требовании одинакового написания одних и тех же морфем: приставок, корней, суффиксов и т. д. В соответствии с ним морфема всегда сохраняет единое буквенное написание при наличии вариантов произношения звуков. Например: *стенной – степь, рябиновый – сосновый, подписать – поднести, к ране – к воде*. Этот принцип является ведущим в русской орфографии; ему подчинено написание большей части слов.

Фонетический принцип заключается в том, что написание слова или его части совпадает с произношением. В русском письме представлены единичные орфограммы, следующие фонетическому принципу:

- 1) правописание приставок, оканчивающихся на -з / -с: *разрядить – рассмотреть, беззаконие – бесстрашие*;
- 2) чередование гласных в корнях и приставках: *загар – загореть, выросли – расти; розлив (проф.) – разлив (нейтр.), роспись – расписание*;

3) переход **и** в **ы** после исконно русских приставок, оканчивающихся на твердый согласный: *розыгрыш* – *играть*, *предыстория* – *история*, *розыск* – *искать*, *подытожить* – *итог* и др.

Традиционный принцип заключается в том, что признается правильным написание, закрепленное традицией. Это, например, написание русских и заимствованных слов с непроверяемыми гласными, непроверяемыми, непроизносимыми или удвоенными согласными в корне: *собака*, *стакан*, *калач*, *вокзал*, *аббревиатура*, *барокко*, *нивелирование*, *чувство*, *апелляция* и др. Слова с непроверяемыми гласными и согласными называются словарными словами.

Дифференцирующий принцип написания реализуется в ситуациях, когда средствами орфографии необходимо разграничить одинаково звучащие слова: *балл* (оценка) и *бал* (танцевальный вечер), *ожёг* (глагол) и *ожог* (существительное), *плачь* (глагол) и *плач* (существительное), *туш* (существительное мужского рода) и *тушь* (существительное женского рода), *орёл* (птица) и *Орёл* (город) и др.

Кроме названных, в русской орфографии есть принципы, регулирующие слитное, раздельное и дефисное написание, употребление прописных букв, правила переноса слов и др.

Орфоэпические нормы

Орфоэпические нормы являются частью **произносительных норм**, которые включают три группы: фонетические, орфоэпические и акцентологические нормы. Произносительные нормы современного русского языка сформировались примерно к середине XVII века, и базировались они на нормах московского диалекта, с того времени они не претерпели значительных изменений. Кратко охарактеризуем каждую из названных групп.

1. Фонетические (греч. *phonetikos* – звуковой, голосовой) нормы – это правила, отражающие соотношение устной речи (звуков) и графики (букв). Данные правила регулируют системное произношение звуков, обычно не вызывающее трудностей у исконных носителей языка. Назовем лишь некоторые из них:

1) фонетический закон конца слова: шумный звонкий согласный на конце слова оглушается, т. е. произносится как соответствующий ему парный глухой. Например: *сугроб*, *порог*, *мираж*, *приказ*, *дробь*, *подъезд* – конечные согласные произносятся глухо;

2) ассимиляция (лат. *assimilare* – уподоблять) согласных по звонкости и глухости: если на стыке морфем в слове или на стыке двух слов оказываются рядом два разных по звонкости согласных,

происходит уподобление первого согласного второму, например: *лодка, сборы, побудь-ка, отдохнуть бы, без красителей, с дороги, вперед смотрящий, парк будущего*;

3) упрощение сочетаний согласных: некоторые согласные в сочетаниях из нескольких согласных не произносятся. Такое упрощение групп согласных последовательно наблюдается в сочетаниях -стн-, -здн-, -стл-, -нтск-, -стск-, -вств-, -рдц-, -лнц-: *устный, поздно, счастливый, гигантский, чувство, сердце, солнце*;

4) редукция (лат. *reducire* – сокращать) гласных: изменение (ослабление) артикуляции гласных звуков в безударном положении. Сравните произношение одной и той же фонемы в ударной и безударных позициях в словах *молоко, головной, сарафанный, сбережения, переменный*.

2. Орфоэпические (греч. *orthos* – правильный, *epos* – речь) нормы русского языка – это правила, которые регулируют произношение звуков и звукосочетаний, вызывающее трудности даже у исконных носителей русского языка.

Назовем наиболее распространенные **трудности орфоэпии**.

1. Произношение звуков в русских словах:

1) произношение сочетания -чн-. Это сочетание в старомосковском произношении всегда звучало как [шн]. Сегодня же в результате сближения произношения с написанием в большинстве случаев оно произносится как [чн], но есть исключения:

– в женских отчествах: *Лукини[шн]а, Кузьмини[шн]а, Ильини[шн]а, Фомини[шн]а*;

– в отдельных словах, сохраняющих историческое произношение: *скворе[шн]ик, ску[шн]о, яи[шн]ица, деви[шн]ик, наро[шн]о*;

– в словах с диспозитивной нормой (в них -чн- произносится как [чн] и [шн]): *порядочный, булочная, горчичник, копеечный*;

– в тех словах, в которых от произношения зависит их значение, смысл: *конечно, нарочный, сердечный* (друг или приступ);

2) произношение фонемы <ч> в слове *что* (*что, кое-что, что-то, ничто* и т. д.). Произношение звука [ч] на месте фонемы <ч> в указанных словах обычно считается признаком какого-либо диалекта, потому что в норме <ч> произносится как [ш].

3) произношение фонемы <г> в словах *кого, какого, какого-то* и др. По нормам русского языка на месте фонемы <г> в названных словах произносится звук [в];

4) произношение буквосочетаний -ться и -тся на конце глаголов. В данных буквосочетаниях правильно произносить долгий звук [цц]: возвращае[цца], радуе[цца], смее[цца], смотри[цца];

5) произношение фонемы <г> в слове *Бог* и буквосочетаниях -гк-, -гч-. Фонема <г> должна произноситься как звук [х]: *легче, легко, мягкий, мягче* и др.;

б) переход ударного *е* – [’э] в *ё* – [’о]. Нормализация произносительных вариантов с буквами *е* и *ё* приобрела сейчас особую сложность в связи с взаимодействием двух тенденций развития этого фонетического явления. С одной стороны, в русском языке существует исторически обусловленная тенденция перехода [’э] в [’о] под ударением после мягких согласных (*идет* – *идёт, несет* – *несёт*). С другой стороны, в современном языке действует тенденция к «побуквенному произнесению», обусловленная графическим восприятием напечатанного слова. Ситуация осложняется тем, что буква *ё* обязательно печатается только в случаях, необходимых для различения смысла (ср. *все* и *всё, небо* и *нёбо, надеж* и *надёж*), но не служит для указания на правильное произношение читаемого слова. Поэтому правильное произношение слов с такого рода вариантностью нужно проверять по современным орфоэпическим словарям: *желчь, маневры, головешка, опека, афера* и др.

2. Произношение звуков в заимствованных словах.

Произношение слов, имеющих иностранное происхождение, в большинстве своем подчиняется нормам современного русского литературного языка. Но все же есть некоторые особенности:

1) отсутствие редукции звука [о] в заударных слогах (*ради[о], адажи[о], три[о], кака[о]*) и в предударных слогах (*м[о]дель, с[о]нет, [о]азис, б[о]а, Ш[о]пен, В[о]льтер, Т[о]льятти*);

2) несмотря на смягчение согласных перед гласной *е* в большинстве заимствованных слов (*музей* [з’э], *серия* [с’э], *газета* [з’э], *шинель* [н’э], *кларнет* [н’э], *пакет* [к’э], *ректор* [р’э] и др.), в некоторых словах сохраняется твердость согласного: *ан[тэ]нна, ге[нэ]тика, кок[тэ]йль, орхи[дэ]я, портмо[нэ], бу[тэ]рброд, компью[тэ]р, Ге[тэ], Воль[тэ]р, Мо[нэ], Ро[дэ]н*; в некоторых словах иностранного происхождения допускаются оба варианта – как смягчение согласного, так и отсутствие смягчения: *терапевт* [т’э] и [тэ], *террор* [т’э] и [тэ], *претензия* [т’э] и [тэ], *сессия* [с’э] и [сэ], *бандероль* [д’э] и [дэ] и др.

3. Акцентологические нормы

Акцентология (лат. *accentus* – ударение и др.-греч. *logos* – слово, учение) изучает функционирование ударения (в науке о языке ударение называют «акцентом»). Акцентологические нормы – это правила, определяющие место ударного слога в словах. Ударение в русском языке выполняет несколько важных **функций**:

1) выделяет слово в потоке речи, способствует его узнаванию;

2) играет роль важного смысловозначительного средства для:

а) семантических вариантов, т. е. омографов (греч. *homos* – одинаковый и *grapho* – пишу) – слов, одинаковых по написанию, но различных по значению, например, *ирис* – *ирис*, *пирог* – *пирог*, *атлас* – *атлас*, *хлопок* – *хлопок*, *острота* – *острота* и др.;

б) стилистических вариантов, например, *шёлковый* (нейтр.) – *шелковый* (поэтич.), *молодец*, *девица* (нейтр.) – *молодец*, *девица* (народно-поэтич., преимущественно в устном народном творчестве);

в) грамматических вариантов, т. е. омоформ (греч. *homos* – одинаковый и лат. *forma* – форма) – слов, у которых совпадает написание в одной из грамматических форм, например, *разрезал* (сов. вид) – *разрезал* (несов. вид), *руки*, *ноги* (сущ. мн. числа) – *руки*, *ноги* (сущ. ед. числа, род. падежа), *ходите* (наст. время, 2-е лицо, множ. число) – *ходите* (повелит. накл.) и др.;

3) участвует в ритмической организации не только поэтической, но и прозаической речи.

Особенности русского ударения.

1. Русское ударение свободное, разноместное, т. е. не закреплено за определенным слогом во всех словах языка. Ударение может падать и на приставку (*вырезать*), и на корень (*подбородок*), и на суффикс (*смеющийся*), и на окончание (*удалой*).

Сравните: в некоторых языках ударение всегда падает на определенный слог (в эстонском, латышском, чешском, финском – на первый слог, в польском грузинском – на предпоследний слог, в армянском, французском – на последний слог), такое ударение называется несвободным, фиксированным.

2. Русское ударение отличается подвижностью / неподвижностью, т. е. в однокоренных словах и формах одного и того же слова оно может падать на один и тот же слог (*звонить* – *звоню* – *звоним* – *звонишь* – *звоните* – *звонит* – *звонят*, *ведомство* – *уведомить* – *осведомить* – *подведомственный*, *упрочить* – *упрочение*, *красивый* – *красивее*, *торт* – *торты* – *о тортах*), а может перемещаться с од-

ного слога на другой и даже выходить за орфографические пределы слова (*опт – оптовый – оптовик, дерево – деревья – деревянный, рука – руку – на руку* (фразеол.); *вода – воды – на воду*). Большая часть слов русского языка имеет неподвижное ударение.

Разноместность и подвижность русского ударения, с одной стороны, не только устраняют монотонность речи, способствуя ее ритмической организованности, но и являются важным различительным (фонологическим) средством, а с другой – создают дополнительные трудности в освоении акцентологических норм носителями языка.

В большинстве случаев, когда возникают сомнения, как произнести звук или куда поставить ударение в слове, необходимо обращаться к орфоэпическим словарям русского языка, в которых отражается современное литературное произношение и ударение.

2.3. Лексические и фразеологические нормы

Понятие лексических норм. Речевые ошибки

Лексические (греч. *lexikos* – относящийся к слову) нормы – это нормы словоупотребления, учитывающие правильность выбора слова, а также уместность применения его в общеизвестном значении и в общепринятых сочетаниях. Особая важность соблюдения лексических норм определяется не только культурно-престижными факторами, но и необходимостью полного взаимопонимания между говорящим (пишущим) и слушающим (читающим).

Нарушение норм словоупотребления порождает речевые ошибки, которые можно условно разделить на несколько основных групп.

I. Неточность употребления слова.

Человек с небогатым словарным запасом зачастую использует слова неправильно, не понимая, что они означают, и придавая не свойственный им смысл. Рассмотрим разновидности данной ошибки.

1. Употребление агнонимов.

Агноним (греч. *a* – не, *gnosis* – знание и *опута* – имя) – лексическая или фразеологическая единица языка, которая неизвестна, непонятна или малопонятна одному или многим его носителям.

Агнонимами могут быть:

- общеупотребительные слова (*канистра, лосьон, казначей*);
- заимствованные слова (*инициация, диссонанс, прерогатива, редукция, вердикт, денонсировать, секвестр, мониторинг*);

- диалектные слова (*обабок* – подберезовик, *шаньга* – ва-
трушка, булочка, *векша* – белка, *шоркать* – тереть),
- специальные термины (*обвалка* – отделение мяса от костей;
крутящий момент (Мкр) – составляющая главного момента внут-
ренних сил, момент, возникающий в плоскости поперечного сече-
ния; *бесперебойник* – источник электропитания);
- устаревшие слова, или архаизмы (*епанча* – женская одежда,
таратайка – повозка, *чепан* – крестьянская одежда).

2. Смешение паронимов.

Паронимы (греч. *para* – рядом, около и *опута* – имя) – слова, схожие по звучанию, близкие по произношению, лексико-грамматической принадлежности и по родству корней, но имеющие разное значение. Паронимы в большинстве случаев относятся к одной части речи. Например: *одеть* – *надеть*, *представить* – *предоставить*, *опасный* – *опасливый*, *выгода* – *выгодность*.

Примеры смешения паронимов: употребление *сытый* (поев-
ший, не голодный) вместо *сытный* (питательный, способный насы-
тить); *генеральский* (принадлежащий генералу) вместо *генеральный*
(главный, основной); *поменять* (обменять что-то на что-то) вместо
изменить (сделать иным) – *Мое отношение к этой проблеме не по-
менялось* (правильно – *не изменилось*); *Ларина сама была придвор-
ных* (правильно – *дворовых*); *Обломов был знаменем своего времени*
(правильно – *знаменем*).

3. Неточное употребление синонимов.

Синонимы (греч. *syn* – вместе, сообща и *опута* – имя) – это слова, принадлежащие к одной и той же части речи, различные по звучанию, но тождественные или близкие по значению, нередко отличающиеся стилистической окраской.

Например: *Мысль развивается на продолжении всего текста*
(правильно – *на протяжении*); *Его натруженные руки утверждают, что он много работал в жизни* (*доказывают*); *милая ухмылка*
(ухмылкой называют улыбку с отрицательным оттенком: злорад-
ную, издевательскую и т. п.); *тесные глаза* (*узкие*); *часы торопятся*
(*спешат*); *черный конь* (*вороной*); *собака задрала ногу* (*лапу*) и др.

Эту ошибку часто допускают люди, для которых русский язык не является родным.

4. Смещение омонимов.

Омонимы (греч. *homos* – одинаковый и *onoma* – имя) – это слова, принадлежащие к одной и той же части речи, одинаковые по звучанию, но различающиеся по значению (важно: значения омонимов не связаны друг с другом).

Примеры омонимов: *долг* – обязанность перед кем-л., чем-л. (*воинский долг*) и *долг* – то, что взято в займы (*взять деньги в долг*); *дисциплина* – подчинение твердо установленным правилам, обязательное для всех членов данного коллектива (*строгая дисциплина*) и *дисциплина* – отрасль научных знаний (*научная дисциплина*); *язык* – подвижный орган в полости рта (*длинный язык*) и *язык* – средство общения (*русский язык*).

Омонимы (и отдельные слова, и словосочетания) могут быть причиной недопонимания или средством языковой игры: *Газеты сообщили об отъезде гостя из Англии*; *Совместный труд, как и отдых, спаивает людей*; *Трамвай представлял собой поле брани*; *Женщины подобны диссертациям: они нуждаются в защите*.

5. Не устраненная контекстом многозначность.

Многозначное слово (**многозначность**, или **полисемия**: греч. *poly* – много и *sema* – знак, значение) – слово, имеющее два и более значения (важно: значения связаны друг с другом).

В языке художественной литературы полисемия – это средство создания многослойного образа (*война и мир*, *отцы и дети*), в разговорной речи – средство языковой игры, создания каламбуров, однако в других стилях речи во избежание недопонимания многозначное слово должно реализовать только одно из своих значений.

Примеры реализации в контексте двух значений многозначного слова: *На костре* – *лучшие люди села*; *Школьники посетили городской музей и вынесли из него все самое ценное, самое интересное*; *Девушка, снимите зуб и приходите на следующей неделе*; *Наш магазин обеспечит вам отличную спортивную форму в любое время года*; *Не идите на сделку с совестью, идите один*.

6. Ошибки при употреблении антонимов.

Антонимы (греч. *anti* – против и *onoma* – имя) – это слова одной части речи, различные по звучанию и написанию, имеющие прямо противоположные лексические значения, например: *правда – ложь*, *добрый – злой*, *говорить – молчать*.

Приведем примеры предложений, в которых неудачно использованы антонимы или антонимичные слова: *В третьей части тек-*

ста не веселый, но и не мажорный мотив заставляет нас задуматься; Дорога шла прямая, хотя и извилистая; Ответ В. Пухова был лучшим из худших; В кабинете отсутствовало наличие стульев; Щель – узкое место, широко встречающееся в строительстве; Лично я в этом ничего плохого, кроме хорошего, не вижу; В силу слабой разработки метода оценка его преждевременна.

II. Несовместимость слов друг с другом.

Ошибка, возникающая в результате использования слова, не сочетающегося с другим словом по правилам русского языка или с точки зрения здравого смысла (традиция употребления).

1. Если слова противоречат друг другу по смыслу, их сочетание не соответствует реальным явлениям (нарушена предметно-логическая связь), возникает ошибка **нарушение лексической сочетаемости**. Например, *Девичья фамилия моего отца Собакин*.

Нельзя сказать *бежала* или *залезла* про змею, поскольку у нее нет ног, она может только *ползти* (*заползти, вползти, приползти*).

Нельзя сказать *большая половина*, т. к. половина не может быть большей и меньшей, половины по определению равны.

Нельзя сказать *сломать хрустальную вазу*, т. к. хрусталь не ломается, а бьется.

Нельзя сказать *примерно следующий текст*, т. к. одно слово предполагает неточность, а другое – абсолютную точность.

Нельзя сказать *облокотиться плечом* – любой частью тела, кроме локтя, можно *прислониться* или *опереться*, но никак не *облокотиться*.

Однако нарушение лексической сочетаемости может быть стилистическим приемом: *Александр Иванович Корейко... был человеком в последнем приступе молодости – ему было тридцать восемь лет* (И. Ильф и Е. Петров «Золотой теленок»).

2. Слова не сочетаются по эмоциональной окрашенности.

Причинять можно *горе, неприятности*, но нельзя сказать *причинять радость, удовольствие*. Нельзя сказать *доблестный шпион* или *отъявленный отличник*, поскольку одно слово в каждой паре несет одобрительный оттенок, а другое – осуждающий.

3. Слова не сочетаются по традиции.

Не может что-либо *играть значение* (норма: *иметь значение, играть роль*). *Карими* могут быть только *глаза, закадычным* – только *друг* или *приятель, торным* – только *путь, двоюродным* – только *брат* или *сестра* и т. д.

4. **Несовместимость по стилю.**

Ошибка возникает в результате употребления слов, не свойственных данному стилю:

- книжных слов в нейтральных и сниженных контекстах (*Первым делом она достает из холодильника все **компоненты** супа*);
- эмоционально окрашенных слов в нейтральном контексте (*Астафьев **то и дело прибегает** к употреблению метафор*);
- разговорно-просторечных слов в нейтральном контексте (*На американское посольство напала **парочка разбойников** и захватила посла*).

Если текст написан в нейтральном стиле, в нем неуместны канцеляризмы наподобие *вынести на рассмотрение* или *донести до общего сведения*, архаизмы (т. е. слова, вышедшие из употребления) – *поспешествовать, болезный, потреба*, слова из высокого стиля – *лучезарный, клич, сокрушительный*, профессионализмы – *ошеек, дозаривать, козлить* и т. п.

А в официально-деловом или научном стиле точно так же будут неуместны слова из разговорной речи – *вразнобой, моторка, жмот*, приблизительные оценки – *на днях, тонн пять, под два метра* или слова с интенсивной эмоциональной окраской – *потрясающий, дешевка, идиотский*.

5. **Несовместимость с эпохой, обстановкой.**

Например, *В Древнем Риме недовольные законами плебеи устраивали митинги* (англ. *meeting* возникло в средние века).

III. **Речевая недостаточность.**

Представляет собой немотивированный пропуск структурно и семантически значимых слов, лаконизм в ущерб содержанию.

Многие слова русского языка не могут быть использованы сами по себе, без дополнительного слова. Нельзя сказать *снилось*, не пояснив, что именно снилось, нельзя сказать *осознать, заглядить, нарушить* или *устранить*, не указав при этом, что именно, *не уделяете* (чего?), *подвергая свою жизнь* (чему?).

Разновидности ошибки:

1. **Немотивированный пропуск слова**, порождающий неясность, искажение смысла высказывания. Например: *В связи с ремонтом делаем только срочные переломы* (рентгенологические снимки переломов); *На стенах кабинета литературы висели русские писатели* (имеются в виду портреты писателей); *Дети до 5 лет*

проходят в цирк на руках (возможно, имелось в виду, что на детей до 5-ти лет можно не приобретать билеты, если дети будут сидеть на руках у родителей); *Татьяна была лучшей среди девушек второго разряда* (среди девушек, имевших второй разряд по данному виду спорта); *На полу лежал труп. Рядом сидели жена трупа и брат трупа* (сидеть рядом могли жена и брат убитого человека, чей труп лежал на полу).

2. **Алогизм** – сопоставление несопоставимых понятий: *Сравните первую таблицу с результатами второй таблицы* (сравнивать нужно таблицу с таблицей, а результаты – с результатами); *Язык Катерины – самый яркий из всех действующих лиц «Грозы»* (язык героини можно сравнить с языком других действующих лиц, а не с самими действующими лицами).

IV. Речевая избыточность (плеонастичность).

1. **Ляпалиссиада** – проявление речевой избыточности, утверждение заведомо очевидных фактов, граничащее с абсурдностью. Например: *Графиня рассматривала меня, глядя обоими своими глазами; Труп был мертв и не скрывал этого; Еще за четверть часа до своей смерти он был жив.*

2. **Многословие**, или **плеоназм**, – ошибка, при которой в предложении используются слова, повторяющие смысл других слов и потому излишние.

Местные работники леса не ограничиваются только охраной тайги, но и не допускают также, чтобы напрасно пропадали богатейшие дары природы. Или, например, если в сводке новостей звучат слова *незаконное бандформирование* – это яркий пример многословия, т. к. нет смысла подчеркивать незаконность бандформирования: оно не может быть законным точно так же, как не может быть законным преступление.

Другие примеры: *подняться вверх* (а куда еще можно подняться?); *ладонь руки* (а у чего еще бывают ладони?); *в своем докладе упомянул* (невозможно упомянуть что-либо в чужом докладе) и т. д.

3. **Чрезмерное усиление слов** за счет добавления к ним лишних характеристик *очень, самый, наиболее, весьма, довольно-таки* и т. п. либо суффиксов *-оват-* (*много – многовато, велик – великоват*) или *-юсеньк-* (*маленький – малюсенький, тонкий – тонюсенький*).

Например, можно сказать *очень большой*, но *очень огромный* – это уже многословие, т. к. слово *огромный* само по себе означает

очень большой. Точно так же нельзя сказать очень крошечный, самый первый и т. п.

Ошибкой будет и употребление нескольких слов-«усилителей» вместе: *весьма самый большой, довольно-таки очень тяжелый, очень позновато, сильно тяжеловато* и т. п.

4. **«Расщепление сказуемого»:** вместо того, чтобы использовать простое глагольное сказуемое, создают конструкцию из глагола и отглагольного существительного.

Например, вместо *помогаем* говорят *оказываем помощь*, вместо *работали* – *провели работу*, вместо *спросить* – *поставить вопрос* и т. п. Или вместо *экономят* пишут *борются за экономию*, затем *участвуют в борьбе за экономию*, затем *принимают участие в борьбе за экономию*, затем *принимают активное участие в борьбе за экономию*...

Такого рода ошибки еще называют «канцеляризмами», поскольку составные сказуемые чаще всего встречаются в официальных бумагах, отчетах, докладах и т. п. Некоторые люди считают, что использование «канцеляризма» в других стилях речи придает тексту солидность, но на самом деле это такая же грубая ошибка, как и употребление буквы *а* в слове *молоко*.

5. **Тавтология** (греч. *tauto* – то же самое и *logos* – слово) – повтор однокоренных слов: *белые белила, масляное масло, ответить в ответ, рассказать рассказ, спросить вопрос, возобновить вновь*.

Правда, тавтологией является не всякий повтор однокоренных слов, а только излишний, ненужный – например, можно сказать *черные чернила*, поскольку чернила бывают и красными, и зелеными и т. д., но нельзя сказать *белые белила*, поскольку белила бывают только белыми.

6. **Скрытая тавтология** – соединение иноязычного и русского слова, дублирующих значение друг друга, чаще всего русское слово выражено прилагательным, а иноязычное – существительным.

Например, *памятные сувениры, необычный феномен, движущий лейтмотив, свободная вакансия, народный фольклор*.

7. **Необоснованный повтор** – повторение одного и того же слова. Ошибка возникает в результате бедного словарного запаса, невладения синонимией, например, неупотребление синонимов к глаголу *сказал* в рассказах, сочинениях. Или: *Всегда **быть** одетой хорошо, и по моде можете **быть** и вы, если вы **будете** шить себе сами*.

V. Искажение устойчивых словосочетаний.

В русском языке существует множество устойчивых словосочетаний (фразеологизмов). К ним относятся:

- пословицы и поговорки (*скупой платит дважды, дорога ложка к обеду, чужими руками жар загребать*);
- крылатые фразы (*видит око, да зуб неймет, Васька слушает, да ест, Нью-Васюки*);
- другие идиомы, т. е. выражения, смысл которых не связан с составляющими их словами (*собаку съел, бить баклуши, притча во языцах, сесть в лужу, красной нитью*);
- профессиональные выражения (*огневая точка, падение редуцированных, железная дорога*);
- просто слова, которые принято употреблять вместе в результате сложившейся традиции (*произвести впечатление, оказать услугу, орать благим матом*).

Такие словосочетания представляют собой единое целое и их нельзя искажать, заменяя, добавляя или убирая слова, т. к. это приводит к ошибкам в употреблении устойчивых словосочетаний.

1. Искажение фразеологического оборота:

- искажение лексического состава: если принято говорить *прокрустово ложе, без царя в голове* или *с бою*, то было бы ошибкой сказать или написать *прокрустова кровать, без короля в голове* или *с боем*, даже если вам кажется, что так будет лучше или правильнее;
- искажение грамматической формы: *Хоть кол на голове чеши* (правильно – *теши* от глагола *тесать*); *Провести* вокруг пальца (правильно – *обвести*); *Дети заморили червячков* и *повеселели* (правильно – *червячка*); *на босую ногу* (правильно – *на босу*).

2. Контаминация (лат. *contaminatio* – смешение) элементов двух сходных устойчивых словосочетаний.

Например, кто-то может сказать *сыграть свое дело*, смешав два близких по смыслу выражения *сделать свое дело* и *сыграть свою роль*. Другие примеры: *предпринять меры* (из *принять меры* и *предпринять шаги*); *выполнение мечты* (из *осуществление мечты* и *выполнение плана*); *прошел с большим интересом* (из *пройти с большим успехом* и *вызвать большой интерес*); *поднять тост* (из *поднять бокал* и *произнести тост*); *превозносить до седьмого неба* (*превозносить до небес* и *чувствовать себя на седьмом небе*) и т. п.

3. **Необоснованное расширение** фразеологического оборота. Ошибка возникает, потому что большинству фразеологизмов свойственна непроницаемость структуры, не допускается включение в них новых слов. Например, *прятаться за чужую широкую спину; со всех своих длинных ног она кинулась бежать; низко потупить голову; случайная шальная пуля; тяжелый сизифов труд.*

4. **Неуместное употребление** фразеологического оборота, в результате которого разрушается его образное значение.

Например: *Сестра приехала ко мне в гости как снег на голову; Анна Каренина бросилась под поезд, и он еще долго влачил ее жалкое существование; Во второй половине дня Печорин любил пить кофе со сливками общества.*

Однако намеренное нарушение в употреблении фразеологических оборотов может быть стилистическим приемом: *Наш герой не растерялся и тут же нанес молниеносный визит послу, чтобы предупредить это скоростижное решение.*

VI. Употребление непонятных адресату слов.

Все слова языка можно разделить на две группы.

1. **Общеупотребительная лексика** понятна всем носителям языка, т. к. ее понимание и употребление не зависит ни от места жительства, ни от профессии, ни от рода занятий носителей языка. Данную группу образуют лексемы, составляющие основу словарного состава языка. Это прежде всего:

- названия важнейших предметов и явлений окружающей действительности (*город, река, лес, гора*);
- названия времен года (*весна, зима, лето, осень*);
- названия наиболее распространенных профессий (*учитель, врач, строитель, инженер*);
- обозначение действий (*работать, говорить, смотреть*);
- название признаков (*высокий, горячий, белый*) и т. д.

2. К **лексике ограниченного употребления** относятся слова, применение которых ограничено какой-то местностью, профессией, родом занятий или интересом. Суть ошибки заключается в том, что в тексте используются слова, ограниченные в употреблении, а потому непонятные или малопонятные читателю / слушателю.

Это могут быть следующие группы слов:

- иностранные слова (*улем, фатва, сегун, бакуфу*);
- специальные термины (*пиксел, сема, гидрофобный*);

– профессионализмы, т. е. слова и выражения, используемые людьми определенных профессий вместо специальных терминов (*мамка* вместо *материнская плата*, *листопадник* вместо *заяц*, *самоварить* вместо *допускать перегрев радиатора*);

– жаргонные слова (*зырить*, *левак*, *стремно*).

Подобная ошибка возникает по одной из двух причин:

– человек привык употреблять это слово в повседневной речи и не осознает, что оно может быть кому-то непонятно;

– человек, подобно известному чеховскому персонажу, «хочет свою образованность показать».

Нормы языка требуют избегать использования слов, которые могут быть непонятны слушателю или читателю.

Разумеется, если речь идет о профессиональном или научном тексте, о разговоре между двумя коллегами, использование специальных терминов, иностранных слов вполне естественно, оправданно, а порой – просто необходимо. Было бы странно, если бы один врач сказал другому *операция по перетяжке кровеносного сосуда* вместо *вазектомия*, программист объяснял бы коллеге, что *в коде программы есть логическая ошибка*, вместо того чтобы сказать *баг*, охотник повел бы речь о *гладкоствольном охотничьем ружье, произведенном на тульском оружейном заводе*, вместо того чтобы сказать *тулка*, или если бы востоковед в выступлении на научной конференции использовал формулировку *почетный титул, который получает мусульманин, совершивший паломничество в Мекку к святыням ислама* вместо короткого слова *ходжа*.

Но вот в тексте, рассчитанном на массового читателя, не стоит использовать слово *гибрид* там, где можно сказать *помесь*, *дефростированный* там, где можно написать *размороженный*, *сублингвально* вместо *под язык*, *анальгетик* вместо *обезболивающее*. Всегда старайтесь вместо малоизвестного слова подобрать одно или несколько общеизвестных слов. Если же по какой-то причине вы непременно хотите использовать малоизвестное слово, нужно тут же пояснить его (например, слова *шуя* и *десница* представляют собой архаизмы, т. е. слова, вышедшие из употребления и замененные современными синонимами – *левая* и *правая рука*; при раскопках был найден *гладиус* – *короткий прямой меч римских пехотинцев*). Можно поступить наоборот, привести объяснение слова, а в скобках указать само это слово: *допускает ошибку многословия (плеоназм)*.

2.4. Грамматические нормы

Грамматические нормы включают в себя морфологические и синтаксические нормы.

Морфологические нормы

Морфологические нормы (греч. *morphe* – форма и *logos* – учение, слово) – это нормы образования форм различных частей речи и их использования.

Существующая в настоящее время вариантность грамматических форм имен существительных, прилагательных, числительных, местоимений и глаголов свидетельствует о перестройке отдельных участков морфологической системы русского языка.

Рассмотрим некоторые случаи колебания морфологических норм, вызывающие наибольшие затруднения.

Трудные случаи употребления имен существительных

У имен существительных в большей степени вариантность наблюдается в категории рода и падежных формах.

1. *Колебания в роде* свойственны прежде всего:

1) существительным, которые употребляются преимущественно во множественном числе (*туфли, пимы, сандалии* и т. д.);

2) существительным 2-го и 3-го склонения, оканчивающимся на -ь или шипящий (*тюль, шампунь, мозоль, пемоксоль, аэрозоль, канифоль, выхухоль, туш, тушь* и др.), т. к. они не имеют ярко выраженных родовых различий в форме именительного падежа единственного числа;

3) существительным общего рода (*размазня, невежа, разиня, сирота* и др.). Род таких существительных определяется в зависимости от контекста (*такая размазня* и *такой размазня*);

4) аббревиатурам. Род аббревиатур определяется по стержневому слову, однако это правило непрерывно расшатывается речевой практикой, что обусловлено двумя причинами: противоречием между содержанием и формой, этимологической (по стержневому слову) и формальной (по конечному звуку основы) мотивированностью рода и сложностью этимологической расшифровки аббревиатуры и установления стержневого слова. Например, к мужскому роду относятся аббревиатуры *МИД* – министерство, *ВАК* – комиссия, *ВТЭК* – комиссия, *вуз* – заведение; к среднему роду *РОНО* – отдел.

Норма для аббревиатур данного типа неустойчива, можно говорить лишь о тенденции ее развития – установлении у аббревиатур грамматического рода по формальному признаку;

5) сложным словам типа *диван-кровать, кафе-столовая, плащ-палатка, гамма-излучение, ампер-секунда, килограмм-сила* и др. При употреблении данных слов возникают две грамматические трудности: а) изменяемость или неизменяемость первой части; б) определение общей родовой характеристики тех сложных слов, компоненты которых принадлежат к разному грамматическому роду. В научной литературе нет твердых грамматических правил употребления таких слов, поэтому следует обращаться к словарям;

б) несклоняемым именам существительным иноязычного происхождения. При определении рода несклоняемых имен существительных следует учитывать общее значение слова. Существительные, обозначающие:

– животных и птиц, обычно принимают форму мужского рода, если в контексте не подчеркивается их пол: *забавный пони, красивый какаду*. Но если они указывают на самку, то в контексте употребляются как существительные женского рода: *Кенгуру прыгала медленно, т. к. в сумке у нее был детеныш*. Исключение составляют слова *иваси, цеце, колибри*, которые употребляются в женском роде под влиянием общеродовых слов *рыба, муха и птица*;

– географические названия, принимают форму рода в соответствии со словами «город», «река», «озеро», «столица», «гора» и т. д.: *полноводное Онтарио* (озеро), *солнечный Сочи* (город);

– лиц, в соответствии с полом относятся к мужскому или женскому роду: *мадам, фрейлейн, фрау, падре, кюре, буржуа* и др. Исключение: *жюри* (среднего рода, т. к. обозначает совокупность лиц). Двуродовые (род определяется в зависимости от контекста): *визави, протезе* и др. Существительные, обозначающие лиц по профессии, должности, званию, традиционно связанных с мужским трудом (типа *атташе, рефери*), относятся к мужскому роду;

– неодушевленные предметы, явления, как правило, относятся к среднему роду: *пальто, манто, кино, интервью* и др. Вариантность, а также исключения из правил объясняются активным влиянием слова с родовым понятием. Слова-исключения женского рода: *кольраби* (капуста), *салями* (колбаса), *авеню* (улица). Слова-исключения мужского рода, обозначающие названия языков (*хинди, суахили, урду, бенгали, пушту*), ветров (*сирокко, торнадо*). Слова с вариантностью в категории рода: *пенальти* (средний и мужской – штрафной удар), *сулугуни* (средний и мужской – сыр) и др.

2. *Вариантность падежных окончаний:*

1) родительный падеж множественного числа. Колебания в образовании данной формы наблюдаются у существительных мужского рода, оканчивающихся на твердый согласный и называющих:

– единицы измерения (*ампер, ватт, вольт, герц, ньютон; гектаров; граммов (грамм), килограммов (килограмм), кулон, эрг*);

– овощи, фрукты, плоды (для таких существительных общелитературным является окончание *-ов*: *апельсинов, баклажанов, бананов, лимонов* и т. д.);

– парные предметы (*погон, эполет, мокасин, сапог, чулок; гольфов, носков, рельсов* и доп. *рельс* и др.);

– лица по национальности (*румын, башкир, болгар, осетин, якутов, хорватов, бурят и бурятов, туркмен и туркменов* и др.);

– прежние рода войск (*гренадер(-ов), гусар(-ов), драгун(-ов), кирасир(-ов), улан(-ов), гардемарин(-ов)*);

2) именительный падеж множественного числа. Классическое, традиционное окончание у существительных мужского рода – окончание *-ы (-и)*. Вместе с тем пришедшее в литературный язык из просторечия окончание *-а (-я)* в последние десятилетия становится все более распространенным и вытесняет окончание *-ы (-и)*.

С точки зрения распространенности окончаний *-ы (-и) / -а (-я)* существительные подразделяются на 3 группы:

– существительные, форма множественного числа которых образуется только с помощью окончания *-ы (-и)*: *гербы, месяцы, лекторы, бухгалтеры, ректоры* и др.;

– существительные, форма множественного числа которых образуется только с помощью окончания *-а (-я)*: *профессора, доктора, директора, паспорта* и др.;

– существительные, форма множественного числа которых образуется вариативно: *слесарь, прожектор, трактор, свитер* и др.

В случае вариантности окончания *-ы (-и)* и *-а (-я)* стилистически противопоставлены: первые закреплены за книжными стилями, последние более свойственны разговорной и профессиональной речи. Помимо стилистически дифференцированных вариантов, существуют смысловые варианты: *образы* (художественные) и *образа* (иконы), *учители* (идейные руководители) и *учителя* (преподаватели), *цветы* (растения) – *цвета* (окраска), *корпусы* (тела) – *корпуса* (здания), *пропуски* (отсутствие) – *пропуска* (документы) и т. п.

Трудные случаи употребления имен числительных

Усвоение форм числительных представляет собой сложный процесс, поэтому ошибки встречаются часто. Вызывает затруднения использование:

1) **сложных количественных числительных**. Сложные числительные – это слова с несколькими корнями (*пятьдесят, пятьсот, триста, девятьсот*). При образовании падежных форм трудности вызывают числительные, оканчивающиеся на *-десят* и *-сот* (от 50 до 80 и от 200 до 900). Эти числительные в структуре одного слова имеют два окончания: одно – в конце слова, второе – в середине. Приведем образцы их склонения:

Падежи	От 50 до 80	От 500 до 900	200, 300, 400
И.	пятьдесят	пятьсот	двести
Р.	пятидесяти	пятисот	двухсот
Д.	пятидесяти	пятистам	двумстам
В.	пятьдесят	пятьсот	двести
Т.	пятьюдесятью	пятьюстами	двумястами
П.	о пятидесяти	о пятистах	о двухстах

Необходимо обратить внимание на употребление числительного *сто*. В качестве самостоятельного слова оно имеет только две формы: *сто* (в именительном и винительном падежах) – *ста* (в остальных падежах), тогда как в составе сложных числительных *сто* склоняется (*-стам, -стами, -стах*). Также две формы имеют числительные 40 и 90:

И., В. п.	сто	сорок	девяносто
Р., Д., Т., П. п.	ста	сорока	девяноста

«Зонами риска» являются формы творительного падежа (у числительных на *-десят* и *-сот*) и родительного падежа (у числительных на *-сот*). В речевой практике часто встречаются такие просторечные варианты, как *пятидесятью, пятистами, пятиста*;

2) **составных количественных и порядковых числительных**. Составные числительные состоят из нескольких слов, каждое из которых может быть как простым, так и сложным. Существует следующее правило склонения составных числительных: при склонении составных количественных числительных изменяются все входящие в него слова и части сложного слова, при склонении составных порядковых числительных – только последнее слово: *В тысяча девятьсот сорок пятом году. – С пятьюстами семьюдесятью четырьмя бойцами*. Но в просторечии наблюдается тенденция к несклоняемости первых слов в составном количественном числитель-

ном, например: *С пятьсот семьдесят четыремя бойцами*. С другой стороны, под действием закона аналогии в речевой практике некоторые порядковые числительные (с первым словом *тысяча*) начинают склоняться: *к тысяче девятьсот девяносто седьмому году* вместо *к тысяча девятьсот девяносто седьмому году*; *в двух тысяче девятнадцатом году* вместо *в две тысячи девятнадцатом году*.

Трудные случаи употребления глаголов

Наибольшие затруднения в создании глагольных форм возникают в связи с использованием:

1) **изобилующих глаголов** (от слова изобилие). Изобилующие глаголы имеют две формы настоящего времени:

а) традиционные, с историческим чередованием согласных в корне (*полоскать – полощет*);

б) новые, без чередования конечных согласных в корне (*полоскать – полоскает*).

Традиционные и новые формы отличаются стилистически, а иногда несут разное смысловое содержание. Стилистическое различие их состоит в том, что все формы без чередования согласных употребляются преимущественно в разговорной речи и просторечии (*колыхает, махает, мурлыкает, плескает, рыскает, кудахтает*), а формы с чередованием (*б//бл, п//пл, х//ш, ск//щ, к//ч, т//ч, ст//щ*) присущи литературному языку (*колышет, машет, мурлычет, плещет, рыщет, кудахчет*). Исключением является слово *мяукает*: *мяукает*, а не *мяучет* (сравните: *кот мурлычет, но мяукает*). Смысловые варианты образуют, например, глаголы *брызгать, двигать, капать*: *брызгает* – окропляет, sprays (брызгает на цветы), *брызжет* – разлетается каплями, разбрасывает капли, сыплет брызгами (*вода брызжет из шланга*); *двигает* – перемещает, толкая или таща что-либо (*двигает мебель*), *движет* – приводит в движение, в действие (*пружина движет часовой механизм*), побуждает к действию, руководит (*им движет честолюбие*); *капает* – падает каплями (*капает вода из крана*), *каплет* – протекает (*крыша каплет*);

2) **недостаточных** (дефективных) **глаголов**, не имеющих формы 1-го лица единственного числа настоящего или будущего времени. Например: *дерзить, победить, очутиться, дудеть, гудеть, ощутить, ерундить, затмить, убедить, чудить, шкодить, пылесосить* и др. Потребности могут вынудить говорящих к созданию формы, отсутствующей в качестве нормативной (*очутюсь, победю, пылесосу – пылесошу*). При необходимости использовать гла-

голы именно в форме 1-го лица прибегают к описательным конструкциям: *я попытаюсь убедить, я могу победить, я хочу ощутить, я не буду шкодить.*

Синтаксические нормы

Синтаксические нормы (греч. *syntaxis* – построение, порядок) – это правила построения словосочетаний и предложений, а также их употребления.

В области синтаксиса наибольшие трудности вызывает:

1) употребление некоторых предлогов.

Например, предлоги *согласно, вопреки, благодаря* требуют дательного падежа. Кроме того, предлог *благодаря* имеет ярко выраженный положительный оттенок, поэтому его нельзя использовать, если речь идет о явлении негативном – *не пришел на экзамен благодаря болезни* (в этом случае используется предлог *из-за*).

Предлог *по* в конструкции *скучать по, тосковать по* управляет:

а) дательным падежом в сочетаниях с существительными и личными местоимениями 3-го лица (*она, они*): *скучаете по близким, по брату, по ней;*

б) предложным падежом в сочетаниях с личными местоимениями 1-го или 2-го лица: *скучаем по вас, по нас*. Но допускается вариантность в сочетаниях с личным местоимением *он*: *скучаете по нему* или *по нем;*

2) **построение синтаксических конструкций** (деепричастных и причастных оборотов, однородных членов предложения, прямой и косвенной речи и др.). Так, при использовании деепричастного оборота следует руководствоваться следующим правилом: основное действие, выраженное глаголом, и добавочное действие, выраженное деепричастием, совершаются одним лицом (предметом). Неверно: *Подъезжая к городу, начался сильный ветер*. (Два субъекта действия: ветер и автор высказывания). В безличном предложении может быть использован деепричастный оборот, если в сказуемом есть инфинитив: *Сядясь за стол, необходимо вымыть руки*. Неверно: *Открыв окно, запахло соснами;*

3) **вариантность в форме согласования** (координации подлежащего и сказуемого, согласования определения с однородными существительными, существительного с двумя однородными определениями и др.). Из указанных случаев наиболее актуальна вариантность форм числа и рода сказуемого. Как правило, колебания форм числа происходят, если подлежащее выражено сочетанием:

а) собирательное существительное с количественным значением (*большинство, меньшинство, множество, несколько, ряд*) + существительное в родительном падеже множественном числе. Например: *Большинство студентов присутствовало (присутствовали) на лекции;*

б) собирательное или количественное числительное + существительное в родительном падеже множественном числе. Например: *пять спортсменов выступило / выступили на соревновании.*

Колебания рода глагола происходят, когда подлежащее выражено существительным мужского рода, называющим профессию, должность, звание, но обозначающим женщину (*врач, директор, секретарь, кассир, бухгалтер, агроном* и др.). В книжных стилях рекомендуется использовать формальное согласование (по мужскому роду независимо от пола лица: *врач выписал рецепт, секретарь позвонил*); в разговорном – смысловое согласование (по женскому роду, в соответствии с полом лица: *Ректор университета выступала перед сотрудниками*). Следует помнить, что смысловое согласование допускается в качестве варианта нормы только по отношению к сказуемому-глаголу. Согласование с такими существительными определений женского рода считается ненормативным: *директор очень строгая* (правильно – *строгий*), *молодая режиссер* (*молодой*), *у нас хорошая зубной врач* (*хороший*);

4) **вариантность в форме управления.** Наиболее часто проблема нормативного управления возникает в случаях:

а) выбора между предложным и беспредложным управлением: *оплатить что – платить, заплатить, уплатить за что;*

б) выбора предлога (при сохранении формы управляемого слова): *преимущество перед кем – превосходство над кем; облокотиться о что – опереться на что;*

в) выбора падежной формы управляемого слова. Существует множество конструкций со словами, близкими по значению или однокоренными, но требующими разного управления, например: *беспокоиться о чем – тревожиться за что; удивляться чему – удивлен (удивленный) чем; различать что и что – отличать что от чего; отзыв о чем – рецензия на что (реже рецензия о чем); свойственный для кого – характерный кому* и т. д. Смещение (или контаминация) таких конструкций приводит к речевым ошибкам;

г) выбора между конкурирующими формами, например, родительного (традиционный вариант) и винительного (новый вариант)

падежа в конструкциях с винительным прямого объекта: *ждать автобуса* и *автобус*; *просить денег* и *деньги*; *налить супу* и *суп*; *не заказывал лапши* и *лапшу*.

Более подробно грамматические (морфологические и синтаксические) нормы отражены в грамматических справочниках.

Контрольные вопросы к разделу 2

1. Раскройте содержание понятия языковая норма. Что относится к источникам формирования языковой нормы?

2. Назовите и охарактеризуйте качества языковой нормы.

3. Назовите виды языковой нормы по степени обязательности.

4. Назовите виды языковой нормы по соотносительности с уровнями языка.

5. Что такое орфографические нормы? Назовите принципы русской орфографии.

6. Что такое фонетические нормы? Приведите примеры.

7. Что такое орфоэпические нормы? Назовите трудности орфоэпии в русском языке.

8. Что такое акцентологические нормы? Назовите функции и особенности русского ударения.

9. Дайте определение лексическим нормам. Назовите основные речевые ошибки.

10. Дайте определение морфологическим нормам. Назовите морфологические трудности существительного в русском языке.

11. Назовите морфологические трудности числительного в русском языке.

12. Назовите морфологические трудности глагола в русском языке.

13. Дайте определение синтаксическим нормам. Назовите трудности в области синтаксиса русского языка.

РАЗДЕЛ 3. СТИЛИСТИКА И ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ

3.1. Понятие о функциональных стилях. Функции речи

Понятие функционального стиля. Функции речи

В процессе общения мы решаем различные задачи и в зависимости от этого отбираем языковые средства. В результате со временем происходит развитие, дифференциация языка и формирование функциональных стилей.

Функциональный стиль (лат. *function* – исполнение, осуществление, роль) – это исторически сложившаяся в данном коллективе, в данное время разновидность литературного языка, выполняющая определенную функцию в общении, представляющая собой относительно замкнутую систему, функционирующую в различных сферах человеческой деятельности.

Существует две группы факторов, обуславливающих выделение функциональных стилей: экстралингвистические (внеязыковые) и собственно лингвистические (языковые). В соответствии с экстралингвистическими факторами в литературном языке выделяют следующие функциональные стили: научный, официально-деловой, публицистический и разговорно-обиходный, кроме того, выделяют художественный стиль, языковые средства которого распространяются широко за пределы литературного языка. Каждый из этих стилей характеризуется специфическими лингвистическими факторами или признаками.

К **экстралингвистическим** (лат. *extra* – вне, сверх + *lingua* – язык) **факторам** относятся:

1) функция речи, обусловленная целью. Речь выполняет три основные функции: общение, сообщение, воздействие, – которые соотносятся с каждым из функциональных стилей. Так, для разговорного стиля свойственна функция общения, для научного и официально-делового – сообщения, для публицистического и художественного – воздействия. Функции обуславливают цели стилей. Цель научного стиля – сообщение новых знаний о действительности, доказательство их истинности. Цель официально-делового стиля – предписание, указание, сообщение сведений, имеющих практическое значение. Цель публицистического стиля – сообщение социально значимой информации, оказание воздействия на разум и чув-

ства. Цель художественного стиля – эстетическое воздействие, передача эмоций и чувств. Цель разговорно-обиходного стиля – непринужденное общение;

2) сфера общественной деятельности. Научный стиль обслуживает сферы науки и образования, официально-деловой стиль – сферы деловых отношений между государственными и частными лицами в процессе производственной, хозяйственной и юридической деятельности (делопроизводство, законодательство, юриспруденцию). Публицистический стиль используется в сфере общественных отношений (политике, СМИ), разговорно-обиходный стиль обслуживает бытовое, личное общение. Художественный стиль применяется в сфере словесного творчества;

3) ситуация речевого общения – это конкретные обстоятельства, в которых происходит коммуникация (учебная аудитория, кабинет директора, трибуна, магазин, сцена и т. д.).

К **лингвистическим факторам** каждого стиля относятся особые признаки, характерные для фонетического, лексического, морфологического, синтаксического уровней языковой системы.

Например, для разговорного стиля характерно:

– на фонетическом уровне нечеткая артикуляция, неполное произнесение звуков и слогов, редукция. Например, произношение *здрасьте* (*здравствуйте*), *грит* (*говорит*), *щас* (*сейчас*), *Сан Саныч* (*Александр Александрович*), *Марь Сергевна* (*Мария Сергеевна*);

– на лексическом уровне использование стилистически сниженной, просторечной лексики, имеющей нейтральные синонимы в литературном языке (*тащиться*, *плестись* при нейтральном *идти*; *храпеть*, *дряхнуть* – *спать*; *морда*, *физиономия* – *лицо* и др.), данная лексика передает оценочно-эмоциональное отношение говорящего; широкое использование фразеологизмов (*нести ахинею*, *ни бе ни ме*, *бросаться в глаза*, *брать быка за рога*, *валить дурака*, *от горшка два вершка* и др.); употребление размытых по значению слов (*Как мне нравится эта вещь!* – слово *вещь* может обозначать любые предметы, явления, изделия);

– на морфологическом уровне преобладание глаголов над существительными (*Сын служит. Дочь поступила*); частое употребление личных местоимений (*я*, *ты*, *он*, *мы*); частиц (*ну*, *ведь*, *же*, *вот*); наблюдаются особые формы обращения (*Кать*, *мам*); часто применяются усеченные формы служебных слов (*хоть*, *чтоб*,

что ль); в именительном падеже множественного числа существительных преобладает форма на *-а* при нормативной форме на *-ы* (*бункера, прожектора, инструктора, крейсера*); нулевое окончание в родительном падеже множественного числа существительных (*пять гектар, пять килограмм помидор*);

– на синтаксическом уровне предпочтение отдается простым неполным предложениям, смысл которых восполняется речевой ситуацией (*Покажите синие; В куртке за вами?; Сын, ты черный чай?*); часто используются слова-предложения, а также междометия и междометные фразы (*Ясно? Нет? Почему? Можно. Вот ещё! Мамочки! Ой! Эх ты!*).

На уровне лексики различия между стилями проявляются наиболее ярко.

Краткая характеристика лексики функциональных стилей

В научном стиле преобладает абстрактная, терминологическая лексика, ее назначение состоит в том, чтобы дать точное и ясное представление о теоретических понятиях. Слова употребляются в прямом, нормированном значении; образные средства, эмоциональность отсутствуют, частотны отглагольные существительные.

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

В публицистическом стиле используется весьма разнообразная лексика: термины литературы и искусства, общелитературные слова, слова патриотической и газетной тематики, общественно-политическая лексика (*государство, блок, выборы, электорат, конгресс, президент, конституция, гимн, парламент*); газетные штампы, фразеологизмы (*ветер перемен, трудовая династия, эстафета поколений, силовые структуры, ветви власти*); эмоционально-образные средства: многозначная лексика, сравнения, метафоры, пословицы, поговорки, разговорная лексика, юмор, сатира и др.

Слова **разговорного** стиля отличается большой смысловой емкостью и красочностью, придают тексту живость и экспрессивность (*бабуся, дочурка, детишки, егоза, малыш, мальчуган, симпатяга, допотопный, кропать стишки, заумь, зубрежка*).

Художественный стиль использует все богатство лексики национального языка, возможности разных стилей, характеризуется образностью, эмоциональностью речи. В текстах художественной литературы могут присутствовать устаревшие слова (архаизмы, историзмы), а также высокая, торжественная, поэтическая лексика.

Стилистическая окраска слов

По функционально-стилевой принадлежности (стилистической окрашенности) все слова русского языка можно разделить на две большие группы:

1) общеупотребительные, уместные в любом стиле речи (*человек, работать, хороший, много, дом*);

2) закрепленные за определенным стилем и воспринимаемые за его пределами как неуместные (иностилевые), например: *лицо* (в значении «человек»), *жилплощадь, истец, нижеподписавшиеся* – официально-деловые; *амплитуда, гипотеза, диафрагма, импульс* – научные; *беспощадный, беспрдельно, взвешенный* (например, *взвешенное решение*), *миротворец* – публицистические; *предостаточно, плакса, вкрутить, досюда* – разговорные; *чертог, лучезарный, разверзнуться, младость* – поэтические; *вкалывать* (в значении «трудиться»), *навалом, башковитый, белиберда* – просторечные; *слинять, тачка, сачковать, хата* – жаргонные. Особый стилистический интерес представляет именно вторая группа слов.

Научный, официально-деловой и публицистический стили относятся к группе книжных, им противопоставлен разговорный стиль. Нередко слова имеют синонимы во всех группах, например:

Общеупотребительные	Книжные	Разговорные
верх	вершина	макушка
препятствие	преграда	помеха
бояться	опасаться	трусить
прогнать	изгнать	выставить
волноваться	тревожиться	психовать

Общеупотребительная лексика лежит в основе словарного состава русского языка. Именно межстилевые, нейтральные слова являются обычно главными (стержневыми) в синонимических рядах.

Кроме стилистической, слова могут иметь эмоциональную окрашенность. Такая лексика выражает чувства, отношения, оценку. С этой точки зрения выделяют слова: ласкательные (*лапочка, бабуля*), одобрительные (*симпатия, башковитый*), неодобрительные (*гоготать, дылда, разиня*), пренебрежительные (*финтифлюшка,*

крохоборство, малевать), презрительные (*хануга, барахло, хамье*), бранные (*сволочь, балбес, скотина*).

От экстралингвистических и лингвистических факторов зависит специфика каждого стиля, они же обеспечивают наиболее целесообразное использование языка в каждой из сфер человеческой деятельности для осуществления эффективной коммуникации.

Существуют факторы, которые влияют на характер речи внутри функционального стиля, но не являются стилеобразующими, к ним относятся: устная / письменная форма речи; монологический / диалогический характер речи; массовый / немассовый характер коммуникации; жанровая специфика; особенности содержания; способ изложения (повествование, описание, рассуждение, критика); авторская индивидуальность (образование, интересы, возраст).

Функциональные стили – это наиболее общие, основные разновидности речи, однако стилистическое расслоение не сводится только к ним. Стили имеют так называемую *полевую* структуру, т. е. у каждого есть центр и периферия. Это проявляется в том, что стили подразделяются на подстили, а они, в свою очередь, – на еще более частные разновидности (жанры), вплоть до проявления в речи индивидуального своеобразия. В каждом стиле есть так называемые «чистые» жанры, в которых наиболее четко соблюдаются стилевые черты, и есть смешанные тексты, в которых наблюдается наслоение специфических черт различных стилей. Именно в области периферии происходит стилистическое взаимодействие и взаимовлияние.

3.2. Научный стиль речи

Научный стиль: понятие, подстили, признаки

Научный стиль – один из функциональных стилей литературного языка, обслуживающий сферу науки, образования и производства. Язык научного общения появился в России в XVIII в., когда научные знания стали оформляться в законченные системы, когда стала создаваться русская научная терминология, когда стали появляться учебные пособия и справочники.

Научный стиль выполняет две *функции*: во-первых, познавательную функцию, которая заключается в осмыслении закономерностей действительности, изучении взаимосвязей между процессами и явлениями, доказательстве истинности информации, и, во-вторых, информативную, проявляющуюся в передаче субъективно или объективно новой научной информации адресату.

В зависимости от тематики обычно выделяют научно-техническую, научно-естественную, научно-гуманитарную разновидности научной речи. Кроме того, в зависимости от адресата и целей в научном стиле выделяют следующие основные *подстили*:

1) *собственно-научный*, адресатом являются ученые-исследователи, цель – получение и доказательство объективно новых знаний о природе, человеке, обществе;

2) *научно-учебный*, адресат – новые поколения (учащиеся, студенты), цель – усвоение научной картины мира, выработка и освоение субъективно новых научных знаний;

3) *научно-популярный*, адресат – широкие слои населения, цель подстиля – повышение общего культурного уровня населения, популяризация, распространение научной информации, формирование первоначального познавательного интереса к какой-либо области научных знаний.

Несмотря на многообразие подстилей, научный стиль имеет ряд общих *стилевых признаков*:

1) объективность (заключается в изложении разных точек зрения на проблему, безличности языкового выражения, отсутствии субъективизма);

2) логичность (проявляется в последовательности и непротиворечивости изложения, четкой организации материала, строгом композиционном построении текста);

3) доказательность (научные положения и гипотезы требуют обязательной аргументации);

4) понятийная точность (недопущение двоякого толкования терминов, гипотез, выводов);

5) обобщенность (проявляется в абстрагировании от конкретного, единичного и экстраполяции выводов);

6) насыщенность фактической информацией.

Степень проявления признаков колеблется в зависимости от подстиля, жанра, темы, формы, ситуации общения, авторской индивидуальности и т. д. Так, в жанрах собственно-научного подстиля стилиевые признаки реализуются более последовательно и четко; в научно-учебном стиле строгая понятийная речь дополняется примерами, пояснениями, воздействующими на конкретно-образное мышление, тексты имеют пояснительно-дидактический и диалогический характер; для научно-популярного подстиля характерна общедоступность изложения, яркие примеры, использование метода аналогии.

Языковые средства стилеобразования научной речи.

1. Важнейшим компонентом лексики научного стиля являются **термины**, которые несут логическую информацию большого объема. Термины, как правило, не имеют синонимов, выражают понятия точно и однозначно. В состав терминов входят интернационализмы (*конструкция* – англ. *construction*, *система* – греч. *systema*), общенаучные термины (*функция*, *значение*, *элемент*, *процесс*, *величина*, *вещество*), узкоспециальные термины (*морфема*, *полимер*, *гидрат*, *логарифм*, *гипотенуза*, *адсорбент*, *термостат*).

2. Используется нейтральная и книжная (но не поэтическая, высокая или торжественная) лексика.

3. Преобладают существительные с абстрактным значением (*время*, *условие*, *явление*, *отношение*, *состояние*, *влияние*).

4. Существительные преобладают над глаголами, т. к. в научной речи главное – обозначить, описать явление, констатировать факт действительности, а не отразить действие.

5. Глаголы используются преимущественно в форме настоящего времени во вневременном значении. При этом категория времени значительно ослаблена, поскольку возможна замена одного времени глагола другим. Глаголы утрачивают значение действия, главным становится выражение свойства, в результате чего они заменяются отглагольными существительными (*гранение*, *плавление*, *кодирование*, *стыковка*, *подогрев*, *вылет*, *сжим*).

6. Совсем не употребляются глаголы в форме 2-го лица единственного и множественного числа и соответствующие местоимения *ты*, *вы*. Редко используются формы 1-го лица единственного числа, значительно чаще – формы 1-го лица множественного числа и соответствующее местоимение *мы*. Эта форма применяется как «авторское *мы*», равное «*я*», либо в совместном значении «автор + адресат» (например, *мы видим*, *мы получаем*) и используется при доказательствах, выводах. Преобладает употребление глаголов в форме 3-го лица и соответствующих местоимений.

7. Используются вводные слова, конструкции и наречия, выражающие отношения между частями высказывания (*итак*, *следовательно*, *таким образом*, *с одной стороны*, *с другой стороны*, *можно отметить*, *поэтому*, *отсюда*). С точки зрения традиционной стилистики эти средства загромождают речь, однако без них научное изложение становится отрывистым и нелогичным.

8. Характерно использование особых ссылочных оборотов (*по Менделееву, по Павлову*), цитат, сносок.

9. В синтаксисе преобладают сложноподчиненные предложения, используются причастные и деепричастные обороты, страдательные конструкции. Они подчеркивают отношения между частями высказывания, концентрированно выражают развитие мысли, авторскую позицию, являются средством информационной насыщенности. Страдательные конструкции позволяют выдержать обобщенность, отвлеченность научной речи.

10. На текстовом уровне преобладает употребление таких типов речи, как описание и рассуждение, почти не представлено повествование. Основной формой проявления научного стиля является письменная, устная же форма вторична и, как правило, опирается на заранее написанный текст. Интонационный рисунок связан с логической структурой предложения, в результате чего отсутствует особая эмоционально-экспрессивная окраска речи.

Жанры собственно-научного и научно-учебного подстилей

Письменные жанры бывают *первичными*, или оригинальными, и *вторичными*, т. е. созданными в результате переработки первичных жанров. К первичным относятся научная статья, монография, диссертационное исследование, дипломная работа; к вторичным – аннотация, реферат, конспект, тезисы, рецензия, отзыв и др.

Письменные первичные жанры научного стиля создаются специалистами для специалистов, должны строго отвечать требованиям логичности, точности, обобщенности, язык должен быть строго терминологичным, отличаться сложным и ясным синтаксисом. Письменные вторичные жанры создаются на основе уже имеющихся опорных текстов путем сжатия первичной информации разными способами.

Устные жанры: реферативное сообщение, лекция, научный и учебный доклады и другие – отличаются рядом черт:

1) особая коммуникативная задача – передать информацию так, чтобы она была усвоена слушателями;

2) публичный, массовый характер коммуникации, автор высказывания общается с группой людей, имеющих индивидуальный настрой на восприятие говорящего и сообщаемой информации;

3) подача информации в виде фрагментов, которые содержат одну порцию нового;

4) ориентация на фиксирование информации слушателями, что обуславливает способ организации высказывания, отбор точных выражений, четкую артикуляцию, средний темп речи;

5) подготовленный характер высказывания, нередко с опорой на письменный текст;

6) монологический характер речи с элементами диалогизации.

Жанр аннотации

Аннотация (лат. *annotatio* – заметка) – краткая характеристика статьи, книги и т. д. с точки зрения ее назначения, содержания, формы и других особенностей. Цель аннотации – ответить на вопрос, о чем говорится в статье, т. е. дать общее представление о статье.

Структура аннотации

1. Автор, название, выходные данные (библиографическое описание).

2. Тема статьи (книги).

Указывается общая тема источника. Используются следующие выражения: *Статья (книга, монография) посвящена ... (теме, вопросу, проблеме); В статье рассматриваются вопросы...; – « – излагаются задачи...; – « – дается обзор...; – « – даются сведения...*

3. Структура статьи (книги).

Указывается количество и название частей, параграфов, глав. Используются выражения: *Статья состоит из двух частей...; В статье содержатся следующие части...*

4. Проблематика статьи (книги).

Перечисляется круг вопросов или проблем, которые затрагиваются в тексте. Используются выражения: *В статье (книге) анализируются (освещаются, описываются, разбираются, раскрываются, рассматриваются) следующие проблемы; – « – дается анализ (характеристика, описание); – « – приводятся результаты; – « – излагается теория (история, методика, проблема); – « – исследуется вопрос о (проблема, процесс, зависимость, свойства).*

5. Адресат.

Отмечается, для кого предназначен текст. Используются следующие выражения: *Статья предназначена для специалистов в области..., а также...; Статья представляет интерес для... (широкого круга читателей); Для чтения статьи не требуется специальных знаний в области... и т. п.*

Образцы аннотации содержатся практически в любой книге на втором листе. Обычно при знакомстве с книгой или научной статьей в первую очередь читают аннотацию к ней.

Язык аннотации должен быть литературным, лаконичным и ясным. В ней не должно содержаться избыточной информации.

3.3. Письменное деловое общение

Официально-деловой стиль: понятие, подстили, черты

Официально-деловой стиль – один из функциональных стилей литературного языка, который обслуживает сферу деловых отношений между органами государства, между организациями или внутри них, между организациями и частными лицами в процессе их производственной, хозяйственной, юридической деятельности.

Данный стиль выполняет две **функции**:

- 1) информативную функцию, которая проявляется в передаче информации о каких-либо фактах, относящихся к деловой сфере;
- 2) функцию письменного закрепления факта и придания ему юридической значимости (юридической силы).

Широта деловой сферы позволяет выделить три **подстиля**:

- 1) **собственно официально-деловой**, или канцелярский;
- 2) **юридический** (язык законов, указов);
- 3) **дипломатический**.

Основные характеристики подстилей совпадают, хотя разные сферы отношений диктуют отличия в языковом оформлении и жанровом содержании. Черты официально-делового стиля максимально четко и последовательно проявляются в канцелярском подстиле, наиболее специфичным является дипломатический подстиль, обслуживающий сферу международных отношений, для которого характерна возможность читать «между строк».

Стилевые черты официально-делового стиля.

1. Стандартизация, регламентированность. Текст становится документом в том случае, если он составлен и заверен по определенной стандартной форме. Стандартизованность документа затрагивает весь текст в целом: от используемых языковых формул до построения текста. Однотипность и стандартность оформления деловых документов обусловлена повторяемостью деловых ситуаций. Стандартизация деловых бумаг облегчает и ускоряет взаимодействие внутри деловой сферы, предостерегает от возможных ошибок.

2. Точность, четкость, достигаемые использованием особого способа изложения информации – императивного, предписывающе-констатирующего. В официально-деловом стиле абсолютно не используется рассуждение, что резко различает его с научным стилем, хотя по ряду других черт они могут сближаться. Повествование, описание могут использоваться в незначительной мере в договорах, протоколах, отчетах, однако не в чистом виде, а со значением констатации, утверждения.

3. Объективность, обезличенность стиля связаны с правовыми нормами, документ лишен авторства, подпись указывает только на достоверность информации.

4. Предельная информативность, обусловленная назначением документа.

Стилевые черты определяют *характер речи*:

- 1) строгое, сдержанное изложение;
- 2) использование стилистически нейтральных и книжных элементов;
- 3) отсутствие образных, эмоционально окрашенных средств;
- 4) смысловая однозначность, недопустимость двусмысленностей, точность.

Понятие документа

Документ – это зафиксированная на материальном носителе информация с реквизитами, позволяющими ее идентифицировать.

Документ как деловая бумага, подтверждающая какой-либо факт или право на что-либо, имеет юридическую силу только в случае, когда соблюдаются текстовые нормы его создания.

Текстовые нормы – это требования к построению текста, к общей схеме документа, к его постоянным и переменным компонентам, порядку их следования и расположению.

Текстовые нормы определяют **формуляр документа** – сумму реквизитов и содержательно-композиционную схему.

Реквизит документа – обязательный элемент оформления официального документа, установленный законом или распорядительными положениями для отдельных видов документов.

Состав и оформление реквизитов закреплены ГОСТом: с 1 июля 2018 года вступил в силу ГОСТ Р 7.0.97-2016 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Организационно-распорядительная документация. Требования к

оформлению документов», утвержденный приказом Росстандарта от 08.12.2016 № 2004-ст, определяющий порядок создания управленческих документов. Всего выделяется 30 реквизитов, однако ни один документ не оформляется полным набором реквизитов.

К числу юридически наиболее значимых относятся: наименование организации, адресат, адресант, регистрационный номер документа, название документа, дата, текст, подпись, печать, грифы согласования и утверждения.

Для **языковых норм официально-делового стиля** характерно:

1) использование терминов, соответствующих тематике и содержанию документа (*импорт, контракт, предложение*) и слов, близких к терминам (*свидетель, наниматель, истец, ответчик*);

2) употребление слов-канцеляризмов, которые не являются терминами, но употребляются в административно-канцелярской речи (*надлежащий, должный, вышеуказанный, препровождается, нижеподписавшийся*);

3) преобладание существительных над глаголами;

4) употребление отглагольных существительных, особенно оканчивающихся на -ние (*исполнение, нахождение, несоблюдение, наказание, невыполнение*);

5) использование составных именных сказуемых вместо простых глагольных (*оказать помощь* вместо *помочь, произвести реконструкцию – реконструировать, провести расследование – расследовать, произвести осмотр – осмотреть*);

6) выражение стандартных аспектов содержания сложными отыменными предлогами (*в целях, в отношении, в силу, по линии, в части*);

7) нанизывание существительных в родительном падеже (*для применения мер общественного воздействия, в целях широкой гласности работы органов государственного контроля*);

8) использование страдательного залога при необходимости подчеркнуть факт совершения действия (*оплата гарантируется, предложение одобрено, документация возвращена*). Употребление действительного залога, когда необходимо указать конкретное лицо или организацию как субъект юридической ответственности (*руководитель предприятия не обеспечил технику безопасности, завод «***» срывает поставку сырья*).

Документы, зафиксировав (отобразив) информацию, обеспечивают ее сохранение и накопление, возможность передачи друго-

му лицу, многократное использование, повторное и неоднократное возвращение к ней во времени. Они затрагивают различные сферы деятельности человека и разделяются на виды.

Виды документов

I. С точки зрения особенностей обработки документов.

1. По способу фиксации информации (документирования):

- а) письменные (рукописные и печатные);
- б) фоно-, аудио-, акустические документы, содержание которых передается посредством звукозаписи (звуковые файлы);
- в) кинодокументы (изобразительные документы, содержание которых фиксируется с помощью специальной аппаратуры на киноплёнке и отражает предметы и события в движении);
- г) фотодокументы (изобразительные документы, содержание которых передано фотографическим способом);
- д) аудиовизуальные, видеодокументы (содержат изобразительную и звуковую информацию);
- е) электронные документы, в которых информация представлена в электронной форме, с реквизитами, необходимыми для признания их действительности.

2. По юридической силе (значимости):

- а) оригиналы, подлинники (единственный или первый экземпляр документа);
- б) копии (стопроцентно точно повторяющие оригинал, но не имеющие юридической силы);
- в) заверенные копии (формы копий, содержащие ряд реквизитов, придающих им юридическую силу);
- г) выписки (отрывки из документов, содержащие данные о том, откуда они взяты, заверенные визой ответственного лица);
- д) дубликаты (повторенные формы подлинника с равной ему юридической силой, составляют при уничтожении, утере, краже оригинала).

3. По степени доступности информации:

- а) открытые (несекретные документы);
- б) с грифом ограничения доступа. По возрастанию секретности:
 - «для служебного пользования» (информация, предназначенная только для работников данной организации);
 - «коммерческая тайна» (информация, разглашение которой может нанести ущерб ее обладателю);

– «конфиденциально» (информация, доступ к которой ограничен законодательством РФ);

– «секретно», «совершенно секретно», «особой важности» (информация, составляющая государственную тайну).

4. По **срокам хранения**:

а) документы постоянного (бессрочного) хранения, представляющие интерес для науки, истории (планы, отчеты, протоколы, постановления, решения и др.);

б) документы, имеющие длительные сроки хранения – свыше 10 лет (личные дела, истории болезни, техническая документация);

в) документы временного хранения – до 10 лет.

5. По **срокам исполнения**:

а) срочные документы (исполняются в определенный срок);

б) несрочные документы (срок исполнения не установлен).

6. По **фактору адресации** (по месту составления):

а) внутренняя документация (служебная документация);

б) внешняя документация (деловые письма):

– исходящая документация;

– входящая документация.

II. С точки зрения особенностей преподнесения / раскрытия информации.

1. По **количеству рассматриваемых вопросов** (степень сложности):

а) простые (рассматривается один вопрос);

б) сложные (рассматривается два и более вопросов).

2. По **характеру содержания** (оригинальности):

а) первичные (содержащие исходную информацию);

б) вторичные (обобщающие исходную информацию первичных документов).

3. По **происхождению** различают:

– официальные, или служебные (составленные юридическим или физическим лицом и оформленные в установленном порядке документы, отражающие интересы организации);

– личные (затрагивающие интересы определенного лица, письма граждан с изложением жалоб, предложений, просьб).

4. По **обязательности исполнения**:

а) директивные (обязательные для исполнения документы, юридические или технические нормы);

б) информационные (содержащие сведения и факты).

5. По **степени унификации** (лат. *unus* – один, *facio* – делаю) – степени приведения к единообразной форме:

а) индивидуальные (разовый документ, содержание которого излагается в свободной форме);

б) трафаретные (когда структура и часть содержания документа заранее подготовлены, а другая часть заполняется при его составлении);

в) типовые (документы, описывающие стандартные процессы и явления);

г) примерные (используются для составления и оформления документов по аналогии, по образцу);

д) унифицированные (входящие в какую-либо унифицированную систему документации, например банковскую, финансовую).

6. По **видам деятельности** (или назначению): научно-технические, конструкторские, технологические, проектно-сметные, нормативные, организационно-распорядительные, по личному составу, плановые, финансово-расчетные, отчетно-статистические, по бухгалтерскому учету, торговле, ценообразованию, изобретениям и открытиям, социальному обеспечению и т. д.

Деловые письма

Деловые письма оформляются на бланках для писем и содержат следующие реквизиты: адресат, заголовок к тексту, текст, отметку о наличии приложения, подпись, отметку об исполнителе.

Текст письма, как правило, состоит из двух частей.

Сначала указываются причины, послужившие основанием для составления письма (факты, события, ссылки на другие документы), а затем излагаются выводы, предложения, просьбы. В переписке используются следующие формы изложения текста:

- от первого лица единственного числа (*прошу*);
- от первого лица множественного числа (*просим*);
- от третьего лица единственного числа (*предприятие просит*);
- от третьего лица множественного числа (*руководство предприятия и трудовой коллектив просят*).

Исходящие письма (отправляемые) визируются заинтересованными должностными лицами (например, письма по финансовым вопросам – главным бухгалтером). Визы проставляются на лицевой стороне последнего листа копии письма, остающейся на предприятии.

На входящих (получаемых) письмах проставляются отметка о поступлении и резолюции руководящих работников предприятия.

Виды деловых писем

Письмо-просьба. В нем излагается какая-либо просьба, при этом подчеркивается заинтересованность организации в ее исполнении. Просьба может излагаться от первого и третьего лица единственного и множественного числа. Включает изложение причин просьбы, изложение самой просьбы, ожидаемый результат.

Сопроводительное письмо составляется при отправке адресату документов или материальных ценностей. Подобного рода письмо оправдывает себя в тех случаях, когда содержит дополнительные разъяснения к приложенному документу. Включает сообщение о высылаемом материале, уточняющие сведения.

Письмо-сообщение. В данном виде делового письма дается какая-либо информация, не требующая ответа или подтверждения стороны, которой высылается данное письмо.

Письмо-подтверждение содержит сообщение о получении какого-либо отправления или о том, что ранее составленный документ остается в силе. Также можно подтверждать факт либо действие.

Письмо-напоминание направляется в тех случаях, когда не удается получить ответ с помощью телефонных переговоров или личных встреч. Включает в свою структуру напоминание о выполнении действия и меры, которые будут приняты в случае невыполнения ранее заключенного договора или соглашения.

Письмо-приглашение пишется в том случае, когда организация хочет пригласить другую организацию на какое-либо торжество или мероприятие. В данном деловом письме указывается время, место и дата проведения мероприятия.

Письмо-благодарность. В данном виде письма выражается благодарность за выполнение какой-либо деятельности.

Гарантийное письмо. Составляется с целью подтверждения определенных обязательств и адресуется организации либо отдельному лицу.

Письмо-ответ. Составляется при необходимости ответить на полученное письмо. Содержит либо отказ в просьбе, либо ее удовлетворение. При удовлетворении просьбы включает повторение просьбы (из полученного письма) и сообщение о ее удовлетворении. При отказе в удовлетворении просьбы также содержит повторение

просьбы (из полученного письма), кроме того включает причины, по которым просьба не может быть удовлетворена или предложение не принято и констатацию отказа или отклонения предложения.

Письмо-запрос и ответ на него. Данные виды коммерческой корреспонденции являются в письменной речи реализацией двусторонней связи. Запрос представляет собой обращение лица, желающего заключить сделку. В запросе обязательно указывается наименование товара (услуг), условия, на которых желательно получить товар, условия платежа, количество и качество товара. Ответ обязательно содержит ссылку на первичное письмо и его тему.

Письмо-предложение и ответ на него. В письме-предложении обычно указывается, на каких условиях должен произойти обмен товарами (услугами). В ответе выражается согласие либо несогласие с выдвинутыми условиями.

Письмо-претензия (рекламация), ответ на него. Рекламация содержит претензии к стороне, нарушившей принятые на себя по договору обязательства и требования возмещения убытков. Она может быть предъявлена в отношении качества, количества товаров, сроков поставки и т. п. Письмо содержит основания для предъявления претензий, доказательства произошедшего ущерба, конкретные требования стороны, предъявляющей претензию.

Рекламация представляется в письменном виде, с приложением всех необходимых документов. Если она не может быть урегулирована сторонами, то она переносится в арбитраж. В ответе на рекламацию сообщается, что информация принята к рассмотрению; она рассматривается полностью, частично либо отклоняется; денежная оплата произведена.

Требования к тексту деловых писем

Деловая корреспонденция должна обязательно соответствовать следующим требованиям.

1. Точность, однозначность высказывания. Все слова должны употребляться в соответствии с их лексическим значением. Необходимо применять термины, которые имеют только одно толкование.

2. Логичность. Каждое письмо представляет собой:

- изложение сути вопроса;
- речевое действие;
- заключение.

3. Грамотность – необходимая часть любого документа.

4. Корректность. Нельзя навязывать что-либо адресату. Деловая корреспонденция является корректной, если в ней соблюдена этикетная рамка и характерен доброжелательный или нейтральный тон изложения (например, недопустим такой текст *Направляем вам откорректированный вариант нового положения. Просим рассмотреть и утвердить*).

5. Простота и отсутствие громоздкости текста. Нельзя стремиться к усложнению (научнообразию) простых документов.

6. Нельзя допускать в тексте элементы сомнения (даже если таковые и существуют). Например, *Институт просит выслать методические указания, которые, по-видимому, будут полезны в работе*. Неудачное слово *по-видимому* лучше заменить на *безусловно*.

3.4. Устное деловое общение

К устному деловому общению относятся следующие жанры: деловая беседа, переговоры, совещание, телефонный разговор.

Деловая беседа

Деловая беседа – это устный контакт между преимущественно двумя партнерами, имеющими полномочия от своей организации, для установления деловых отношений, обмена информацией, решения той или иной проблемы.

Деловая беседа – один из наиболее востребованных и наименее регламентированных жанров общения в деловой сфере, она может происходить как в официальной, так и в неофициальной обстановке (в столовой, в ресторане, во время прогулки, дружеского застолья и т. д.).

Этапы деловой беседы

1. *Подготовительный этап*, в процессе которого инициатор должен определить целесообразность предстоящей беседы.

2. *Начальный этап*, предполагающий подготовку собеседников к разговору, создание атмосферы заинтересованности и взаимопонимания, установление контакта.

3. *Содержательный этап*, заключающийся в обсуждении интересующей проблемы, предоставлении подготовленной информации, определении позиций собеседников.

4. *Заключительный этап*, подразумевающий закрепление достигнутых результатов. Успешное завершение беседы должно настраивать на дальнейшее плодотворное сотрудничество.

Виды деловых бесед

Кадровая деловая беседа проводится в связи с переменной должностного положения работника: прием на работу (собеседование), увольнение с работы, перемещение по должности «по вертикали» и «по горизонтали». Кадровые беседы позволяют руководителю лучше понять и оценить сотрудника или претендента на должность, помогают составить о нем мнение, выявить его сильные и слабые стороны, сформировать собственную позицию для принятия решения.

Дисциплинарная деловая беседа (замечание, выговор, строгий выговор, предупреждение о неполном служебном соответствии, увольнение) проводится в случае нарушения трудовой дисциплины, несвоевременного или небрежного выполнения задания. Дисциплинарная беседа может предотвратить административные меры наказания. Разновидностью дисциплинарной беседы является **проблемная беседа**, вызванная необходимостью разрешения конфликтных ситуаций в организации.

Организационная деловая беседа проводится для того, чтобы обсудить технологию выполнения того или иного задания, проанализировать полученные результаты, высказать критические соображения по поводу решения поставленных задач.

Творческая беседа проводится для того, чтобы разработать общую концепцию работы организации, обсудить принципы выполнения различных программ, проектов, заданий и т. п. Творческие беседы позволяют определить перспективы развития данной структуры, способствуют повышению качества работы.

Беседа с посетителями проводится в случае обращения к руководителю сотрудников учреждения с их нуждами и проблемами, жалобами и просьбами, новыми идеями и планами.

Переговоры

Переговоры – это коммуникация между сторонами для достижения своих целей, при этом каждая из сторон имеет равные возможности в контроле ситуации и принятии решения, которое закрепляется соглашением (договором).

В зависимости от сферы деятельности, в которой ведутся переговоры, от цели, которую ставят перед собой участники, от характера взаимоотношения сторон выделяются различные виды переговоров и отмечаются их специфические особенности. Однако все переговоры имеют общие закономерности.

Этапы переговоров

1. **Подготовительный этап** включает организационную и содержательную стороны.

К организационной стороне относится ряд моментов: определение участников переговоров и их обязанностей, главы делегации и его функций, места встречи и его оборудования, даты и времени встречи, регламента работы, программы переговоров и т. п.

Содержательная сторона предполагает анализ проблемы, изучение состояния дел, формулировку целей и задач переговоров, выработку общей позиции команды, определение собственного взгляда на предмет обсуждения, подбор аргументов, нахождение возможных вариантов решения, подготовку предложений, составление необходимых документов и т. п. Важным моментом содержательной стороны подготовительного этапа переговоров является определение стратегической установки ведения переговоров.

В наиболее общем виде возможны две стратегические установки ведения переговоров:

1) **конфронтационная установка** предполагает противостояние сторон, подавление противника, принуждение его к выполнению любых условий, одержание победы над ним;

2) **партнерская установка** нацелена на принятие взаимовыгодных решений, т. е. наиболее приемлемых для той и другой стороны в данной ситуации. Такая стратегическая установка, заранее принятая каждой стороной переговоров, будет способствовать более продуктивному общению и нахождению оптимального варианта решения проблемы.

2. **Этап ведения переговоров** имеет следующие структурные элементы:

1) приветствие участников, представление сторон друг другу;

2) изложение проблем и целей переговоров;

3) диалог участников, включающий уточнение, обсуждение и согласование позиций, выяснение взаимных интересов. Взаимный обмен мнениями предполагает, что участники имеют навыки создания монологических, хотя и небольших по объему выступлений. Речь в этом случае также сочетает свойства подготовленности и спонтанности. Важной особенностью спонтанной диалогической речи является то, что никакое детальное планирование не может осуществляться наперед, поскольку каждая новая реплика может

возникнуть лишь после предыдущей. Эта особенность устной деловой диалогической речи требует повышенного внимания к форме речевого выражения;

4) подведение итогов и принятие решений. Решение, которое принимают участники переговоров, может быть трех типов:

а) *компромисс* – это соглашение на основе взаимных уступок, удовлетворение части взаимных интересов. Следует иметь в виду, что требования сторон должны носить законный характер, а уступки должны быть равноценными;

б) *асимметричное решение* – это соглашение, заключающееся в том, что уступки одной стороны значительно превышают уступки другой, но оппонент вынужден принять его, так как в противном случае он потеряет еще больше. Фактически такое решение закрепляет частичное поражение какой-либо стороны;

в) *нахождение принципиально нового решения* – это соглашение, появляющееся в результате нового взгляда на ситуацию, творческого подхода к рассмотрению проблемы.

Решение, принятое сторонами, оформляется в жанрах письменной речи, то есть в документах двух типов:

– *протокол*, отражающий ход переговоров, представляющий собой дословную или краткую запись выступлений участников;

– *соглашение (договор, контракт)*, содержащее программу развития кооперационных связей, оформляющее сделку с юридической точки зрения.

Эти документы подписываются руководителями каждой из сторон и имеют статус правовых источников;

5) завершение переговоров, прощание участников.

3. *Этап анализа переговоров* предполагает рассмотрение, изучение, оценку всех деталей переговорного процесса, подведение итогов. Такой анализ проводится прежде всего для самоотчета и, если необходимо, для отчета перед руководителем.

Совещание

Совещание (заседание, собрание) – это форма организованного, целенаправленного общения руководителя с коллективом посредством обмена мнениями.

Совещание проводится, когда необходимо принять коллективное решение по какому-либо вопросу, разделить ответственность за решение данной проблемы, согласовать интересы всех структурных

подразделений организации, учесть мнение различных групп работников, обсудить разные варианты решения проблемы, дать возможность сотрудникам лучше узнать друг друга и т. д.

Совещание относится к наиболее регламентированным жанрам устного делового общения. Ход его проведения, порядок обсуждения, содержание выступлений, задаваемые вопросы и ответы на них фиксируются в протоколе.

Протокол пишется по форме, в которую входят следующие реквизиты: наименование ведомства, наименование учреждения или предприятия, название вида документа (протокол), дата заседания, индекс (номер), место заседания, гриф утверждения (если протокол подлежит утверждению), заголовок, куда входит наименование коллективного органа или конкретного совещания, указание фамилий председателя и секретаря, состав присутствующих, повестка дня, текст по форме: слушали – решили (постановили), подписи председателя и секретаря.

Основное содержание выступлений передается в сокращенном или резюмированном виде. Принятые решения – в виде формулировок. Выступления участников, как и выступление ведущего обычно состоят из двух частей: в первой дается констатирующая информация (это могут быть итоги проделанной работы, результаты процессов, оценка сложившейся ситуации и т. д.), во второй рисуется перспектива деятельности (планы на будущее, аспекты конкретных действий, призывы и т. д.).

Этапы совещания

1. **Подготовительный этап** предполагает следующие действия: определение темы и цели, формулирование повестки дня, назначение даты и времени, формирование состава участников, назначение основного докладчика, выбор ответственного за протокол, подготовка помещения, организация пространственной среды (планирование рассадки участников), установление временного регламента, разработка необходимых документов и материалов, подготовка проекта решения, проверка технических средств и т. д.

Оповестить сотрудников (повесить объявление, разослать письма или сообщения) следует по крайней мере за неделю до совещания. При этом необходимо проинформировать их как можно конкретнее о повестке дня: теме, цели, времени проведения совещания, перечне намеченных к рассмотрению вопросов и т. д.

2. Основной этап. Начинать совещание следует точно в назначенное время, независимо от того, сколько человек еще не подошло. Руководителю во вступительном слове необходимо сформулировать цель совещания, уточнить повестку дня, кратко обозначить круг проблем, сообщить регламент работы.

Во время совещания следует контролировать, как достигаются поставленные цели, искать пути решения проблем, выдвигать альтернативные варианты, информировать участников и координировать их деятельность, подытоживать прозвучавшие рассуждения.

Руководитель должен прерывать выступления не по существу, требовать корректности высказываний, соблюдения регламента.

Присутствующие на совещании должны принимать участие в дискуссии, уметь переходить от подготовленного выступления к спонтанному обсуждению. Общими требованиями к речи выступающих являются требования точности, обоснованности, краткости и доступности. Языковая компетентность и высокая речевая культура собравшихся – залог успешного обсуждения насущных вопросов.

Совещание должно проходить в атмосфере искренности, взаимного уважения, принципиальности и деловитости. Главное – искать и находить конструктивные решения.

3. Заключительный этап. Завершая совещание, руководитель должен четко сформулировать принятые в ходе коллективного обсуждения решения, назвать ответственных исполнителей и установить сроки исполнения, чтобы удостовериться в достижении всеми участниками общей договоренности, затем подписать к исполнению решение и проконтролировать его выполнение. По возможности, следует предварительно определить повестку дня и сроки последующего совещания.

Виды совещаний

Проблемное совещание проводится для того, чтобы найти оптимальное решение возникших вопросов. На таком совещании, как правило, слушается и затем обсуждается доклад (содоклад), вырабатывается общее решение, которое принимается голосованием. Иногда доклад заранее представляют участникам в письменном виде. Тогда докладчик сразу отвечает на поставленные вопросы. Длительность проблемного совещания с насыщенной повесткой дня – 1,5–2 часа. Время рассмотрения одного достаточно сложного вопроса – около 40–45 минут, после 1 часа работы следует проводить перерыв в течение 10 минут.

Инструктивное совещание созывается с целью доведения до подчиненных распоряжений вышестоящих органов для их исполнения. На таких совещаниях конкретизируются отдельные положения соответствующего документа, составленного начальством, разъясняются возникшие вопросы, назначаются сроки выполнения заданий, обсуждаются пути и средства их реализации, назначаются исполнители. Длительность инструктивного совещания не более 1 часа.

Оперативное (диспетчерское) совещание проводится, чтобы подчиненные доложили руководству, как обстоят дела на местах, какие есть проблемы, что требуется для их решения. Оперативные совещания, или планерки, проводятся регулярно (ежедневно / еженедельно) с целью обмена информацией о текущих делах; такие совещания предоставляют сведения о положении дел в организации «снизу вверх». Длительность оперативного совещания – 20–30 минут.

Телефонный разговор

Телефонный разговор – это контактное по времени, но дистантное в пространстве и опосредованное специальными техническими средствами общение собеседников.

Основное перераспределение информативной нагрузки происходит между вербальным уровнем и интонационным. Если в разговоре возникает расхождение между его содержанием и тоном, слушатели в большей степени склонны доверять тону, поэтому интонации разговора следует уделять не меньше внимания, чем его смыслу.

Опосредованное общение служит причиной для возникновения дополнительных шумов, поэтому особенно важны такие характеристики разговора, как громкость и четкость произношения.

Еще одной специфической особенностью телефонной коммуникации является стоимость общения, поэтому этикет телефонного разговора направлен на экономию как собственных средств, так и средств партнера – отсюда требования по ограничению времени.

Существует понятие «нетелефонный разговор», которое предполагает обсуждение вопроса более 3 минут. Сложные вопросы, требующие размышления и всестороннего обсуждения, выносятся за рамки телефонного общения до личной встречи. Жесткий временной регламент обуславливает довольно высокий темп речи во время делового телефонного общения. При этом произносить нужно только то, что необходимо для понимания вопроса. Сократить время разговора можно путем тщательного предварительного обду-

мывания словесных формулировок, которые в особо ответственных случаях можно записать. В условиях дефицита времени в телефонных разговорах допускается вторжение в чужую речь, но оно обязательно должно сопровождаться соответствующими этикетными фразами (*Извините, я закончу мысль...; Мне хотелось бы уточнить еще несколько деталей...*).

Телефонные разговоры бывают **санкционированными** и **несанкционированными**. К санкционированным относят звонки по контактному телефону (номера, которые специально выделены организацией для решения оперативных вопросов), а также звонки, время которых оговорено заранее. Незапланированные телефонные звонки, особенно на личный мобильный, можно считать несанкционированными. В случае несанкционированного звонка необходимо извиниться и уточнить, есть ли у собеседника время, удобно ли ему разговаривать.

Этапы телефонного разговора

1. ***Взаимные представления*** (20 ± 5 секунд).
2. ***Введение собеседника в курс дела*** (40 ± 5 секунд).
3. ***Обсуждение ситуации*** (100 ± 5 секунд).
4. ***Заключительное слово*** (20 ± 5 секунд).

На первом этапе отвечающий на телефонный звонок должен назвать организацию, затем должность и фамилию: *«Здравствуйте! Фирма «Янтарь», секретарь директора Инна Николаевна Петрова»*; *«Алло! Дирекция строительного института, заместитель директора по работе со студентами *** слушает»*. Единственное исключение из правила – это звонок, принятый на мобильный телефон, потому что владелец номера известен заранее. Инициатор разговора обязательно должен назвать себя: *«Здравствуйте! С вами говорит Агата Леонидовна Коротких с кафедры иностранных языков. Будьте добры, позовите, пожалуйста...»*.

При переходе ко второму, а затем к третьему этапу разговора рекомендуется активно использовать:

- формулы речевого этикета, адекватные ситуации (*Большое спасибо за приглашение; Прошу прощения за беспокойство; Извините, пожалуйста, за... и др.*);
- реплики-реакции (*Хорошо; Понял; Сделаю*);
- реплики корректирующего характера (*Вы меня поняли?; Простите, как вы сказали?*);

- регулирующие реплики (*Позвольте заметить; Следует уточнить; Как нам представляется целесообразнее...*);
- прием перефразирования (*Если я вас правильно понял, речь идет о...; Иначе говоря, вы думаете...*).

На завершающем этапе должны быть произнесены фразы, задающие позитивный настрой для дальнейшего общения.

Разговаривая по телефону в деловой ситуации, необходимо обращаться к собеседнику вежливо, внимательно его слушать, тщательно подбирать слова, не давать волю эмоциям. Недопустимо использовать разговорные слова типа *привет, пока*.

Контрольные вопросы к разделу 3

1. Раскройте содержание понятия функциональный стиль. Перечислите экстралингвистические и лингвистические факторы выделения функциональных стилей.
2. Дайте характеристику лексики функциональных стилей.
3. Охарактеризуйте научный стиль речи: понятие, подстили, признаки.
4. Перечислите и охарактеризуйте жанры собственно-научного и научно-учебного подстилей.
5. Охарактеризуйте официально-деловой стиль речи: понятие, подстили, черты.
6. Раскройте понятие документа и реквизита документа.
7. Какие виды документов существуют?
8. Расскажите о деловых письмах, их видах и требованиях к составлению.
9. Дайте характеристику жанра деловой беседы.
10. Дайте характеристику жанра переговоров.
11. Охарактеризуйте совещание как жанр устного делового общения.
12. Укажите особенности жанра делового телефонного разговора.

РАЗДЕЛ 4. ОСНОВЫ ОРАТОРСКОГО ИСКУССТВА

4.1. Понятие публичной речи. Роды и виды красноречия

Ораторское искусство – навык, необходимый каждому человеку. Люди постоянно пользуются красноречием: участвуют в переговорах, публично выступают перед сотрудниками, ведут прямые трансляции в социальных сетях и т. д. Современное общество построено на основах риторики: дикторы, начальники, журналисты, друзья постоянно пытаются в чем-то убедить, маркетологи убеждают в необходимости приобрести товар или услугу. Для убедительности речи все используют факты, доводы, аргументы и причины.

Публичная речь – это особая форма речевой деятельности в условиях непосредственного общения, речь, адресованная определенной аудитории. Публичная речь произносится с целью изложить свою позицию перед оппонентом, информировать слушателей и оказать на них желаемое воздействие (убеждение, внушение, воодушевление, призыв к действию и т. д.). Ораторское мастерство характеризуется умением оратора публично говорить, грамотно излагать мысль, увлекая слушателя, защищая свою точку зрения.

Ораторское искусство как социальное явление появилось вместе с необходимостью публично обсуждать проблемы и решать общественные вопросы, в процессе его развития сформировалось несколько направлений, которые называются **родами красноречия**:

1) **социально-политическое** красноречие (отличается острой разбираемых проблем, актуальностью, эмоциональностью речи; задачи – формировать гражданскую, нравственную, политическую позицию, информировать о достижениях);

2) **академическое**, или **научное** (отличается логической культурой, научным изложением, а также глубокой аргументированностью; основная задача – формирование научного мировоззрения);

3) **судебное** (характерна психологичность, социальность, полемичность и доказательность; формирует убеждения судей и присутствующих в зале суда, нравственные позиции у суда и присяжных; цель судебного процесса – законный обоснованный приговор);

4) **социально-бытовое** красноречие (посвящено праздничным или печальным событиям; отличается образностью, оценочностью, эмоциональностью, выразительностью и наличием клишированных конструкций; основная задача – отметить положительные качества человека или события, дать развернутый комплимент);

5) *духовное*, или *церковно-богословское* (речи-наставления, для которых характерна морально-этическая назидательность; главная задача – обращение к внутреннему миру человека, воспитание).

Итак, род красноречия – это более или менее установившийся раздел ораторского искусства, который характеризуется общностью предмета, его оценки и особенностью задач и целей.

Вид красноречия, который можно определить и как жанр ораторского искусства, в пределах рода является дальнейшей дифференциацией по еще более конкретным признакам публичной речи. Например, к научной сфере коммуникации можно отнести вузовскую лекцию или научный доклад, к социально-бытовой – юбилейную (похвальную) речь или застольную речь (тост). Конечно, такое деление не имеет абсолютного характера. Например, выступление на социально-экономическую тему может обслуживать научную сферу (научный доклад), деловую сферу (доклад на съезде), информационно-пропагандистскую сферу (выступление пропагандиста в группе слушателей). По форме они также имеют общие черты.

Это деление носит ситуативно-тематический характер, т. к., во-первых, учитывается ситуация выступления, во-вторых, тема и цель выступления. Иначе говоря, те формы и средства освещения темы, которые уместны при изложении, например, доклада на профсоюзном собрании, неприемлемы для вузовской лекции; или же стиль чисто агитационной речи был бы вовсе неуместен на научной конференции, посвященной проблемам в строительстве или энергетике. Отсюда следует, что ораторское искусство – это овладение спецификой каждого рода и вида красноречия.

В русском красноречии много *ярких представителей*, которые выступали в том или ином роде красноречия:

Роды красноречия	Яркие представители русского красноречия
Социально-политическое красноречие	Суворов А. В. (1729–1800); Столыпин П. А. (1862–1911); Витте С. Ю. (1849–1915); Бакунин М. А. (1814–1876); Кропоткин П. А. (1842–1921); Киров С. М. (1886–1934); Ленин В. И. (1870–1924); Луначарский А. В. (1875–1933)
Академическое красноречие	Грановский Т. Н. (1813–1855); Вернадский В. И. (1863–1945); Ключевский В. О. (1844–1911); Менделеев Д. И. (1834–1907); Тимирязев К. А. (1843–1920); Лесгафт П. Ф. (1837–1909)
Судебное красноречие	Кони А. Ф. (1844–1927); Плевако Ф. Н. (1842–1909); Андреевский С. А. (1847–1918); Александров П. А. (1838–1893)
Церковно-богословское красноречие	Кирилл Туровский (XII в.); Симеон Полоцкий (XVII в.); Тихон Задонский (XVIII в.); Филарет, митрополит Московский (XIX в.); Пимен, патриарх Московский и всея Руси (XX в.)

Рассмотрим роды и виды красноречия более подробно.

Социально-политическое красноречие

Отличительная черта социально-политического красноречия – общественно значимые темы, обращение к аудитории в целом.

Доклад – публичное выступление на экономические, социально-политические, культурно-просветительские, этические, нравственные темы. В докладе ставятся и решаются назревшие задачи в той или иной области жизни (и нередко преследуются практические цели и задачи). Поэтому доклад содержит рекомендации, подсказывает решение задач, а иногда становится и руководством к действию. Особенность доклада еще и в том, что он сам может стать предметом обсуждения, подвергаться критике, дополняться новыми положениями, соображениями и предположениями.

Отчетный доклад – речь, в которой официальное лицо отчитывается о проделанной работе, анализирует и оценивает результаты этой работы. Отчетный доклад – не индивидуальное, а коллективное творчество, представляемое в виде читаемого текста. Особенность этого вида красноречия – информационная насыщенность, официальный характер. В отчетном докладе, как правило, не бывает экспромтов или импровизаций, он отличается продуманностью и строгой аргументацией всех его разделов и положений, предельной деловитостью, ясностью выводов и обоснованностью рекомендаций.

Политическая речь произносится на конференции, совещании, съезде. Такая речь, как правило, произносится руководящим деятелем, поэтому является программной. Такие речи всегда посвящены актуальным вопросам времени и намечают перспективы развития; они насыщены богатым фактическим материалом, убедительны по своей аргументации.

Парламентское выступление – один из сложных жанров ораторского искусства. Оно обычно непродолжительно и требует от оратора умения четко и ясно выразить и обосновать свое мнение по конкретному вопросу.

Слово по текущим, нередко повседневным, вопросам. Оно произносится при обсуждении какого-либо вопроса в прениях. Ограниченная, как правило, 5–10 минутами, такая речь предельно сжата по объему изложения, но конкретна и деловита. Описания в таком выступлении, как правило, исключены. Полемичность или критическая направленность – характерные ее особенности. Она не имеет самостоятельного значения, понятна лишь в связи с обсужда-

емым вопросом. Но и в таком кратком слове опытный оратор блеснет и глубиной мысли, и остроумием, и выразительностью речи.

Дипломатическая речь – сугубо официальное выступление лица, представляющего то или иное государство. Слово дипломата всегда было орудием политики. Выдающимся советским дипломатом был Георгий Васильевич Чичерин. Его речь на Генуэзской конференции в 1922 году поразила всех (хорошо аргументирована, прочитана на иностранном языке). Дипломатическая речь звучит в ООН и на различных официальных конференциях и совещаниях.

Политическое обозрение – публичное выступление, в котором освещаются и кратко оцениваются главным образом текущие социально-политические события. Такое выступление носит информационно-комментаторский характер.

Военно-патриотическая речь обычно произносится командиром перед решающим сражением. Предельно краткая, речь носит призывный патриотический характер, сурова по сути и всегда одухотворена идеей героизма. Она требует от адресата совершения личного подвига, проявления массового мужества. Одна из особенностей такой речи – она не подлежит обсуждению и тем более критике. Пафосная по характеру, мужественная по призывному интонационному строю, лаконичная по форме, четкая и ясная в установках. Военно-патриотическая речь – это не только призыв к подвигу или героизму, но и приказ. Такая речь особенно впечатляет и воодушевляет слушателей, если произносится человеком, известным своей смелостью, отвагой и пользующимся популярностью.

Митинговая речь носит остро политический характер, посвящена злободневной и общественно-значимой теме, выдающемуся текущему событию внутреннего, внешнеполитического или международного характера или же какому-либо особому случаю, требующему быстрой мобилизации людей на конкретное свершение. Митинговая речь может продолжаться и более часа, и 10–12 минут. Но во всех случаях она отличается яркой эмоциональностью, предельной четкостью интонаций и высоким пафосом. Такая речь призывна и всегда предназначена для коллективного выражения общих, единых по характеру чувств и стремлений.

Агитационная речь носит разъяснительный характер. Опытный агитатор всегда помнит о необходимости психологического воздействия на своих слушателей, поэтому он прибегает к ярким сравнениям, запоминающимся образам или метафорам, к ассоциа-

циям. Предельно сжатая во времени и часто ограниченная каким-либо одним вопросом, агитаторская речь нередко носит мобилизационный характер. Она нацелена на нечто предельно конкретное, важное и предваряет значительное свершение.

Академическое красноречие

Вузовская лекция – это аргументированное выступление, отличающееся высокой логической культурой, строгим стилем речи, имеющее специфическую терминологию. По жанрам лекции бывают разные: строго-образовательные и просветительские, теоретические, установочные, пропагандистские или популяризаторские, обзорные и др. Но любая лекция, отвечающая требованиям строгой научности, не должна быть «сухой», рассчитанной лишь на разум и игнорирующей чувственную сторону процесса познания.

Научный доклад, или доклад, читаемый на научной конференции (на симпозиуме, семинаре, международном конгрессе и др.). В отличие от лекции, доклад, особенно в области естественных наук, бывает обобщением проведенных экспериментов по конкретным исследованиям, поискам. Он обычно посвящен отдельному вопросу и, за редким исключением, должен являться научным открытием или отражать принципиально новый подход к известным явлениям. Такая речь, как и лекция, отличается строгой аргументированностью и доказательностью. В отличие от лекций, научный доклад становится предметом обсуждения и даже острых дискуссий.

Научное сообщение отличается от научного доклада предварительной или итоговой информационностью. Оно ограничено во времени изложения. Однако научное сообщение всегда предметно и предельно конкретно по своей сути.

Некоторые виды академического красноречия, например, **выступления при защите дипломной или диссертационной работы**, предполагают использование опорного текста, требуют тщательной аргументации, владения искусством полемики.

Судебное красноречие

Судебное красноречие – один из древнейших видов ораторского искусства. Особенность судебного красноречия – строгая логическая аргументация, апелляция к законам.

Как **прокурорская**, так и **адвокатская** речи носят оценочный характер и отличаются нравственно-правовой направленностью. Предельная объективность, аргументация и доказательность в деталях – необходимые условия успеха таких публичных выступлений.

Вместе с тем в них существен психологический момент, обязательно максимально полная и верная характеристика личности подсудимого, а тем более – мотивов преступления. В суде речи прокурора и адвоката противостоят друг другу, носят состязательный характер: для вынесения приговора важно, чье слово сильнее, кто более убедителен.

Однако прокурорская (обвинительная) и адвокатская (защитительная) речи отличаются друг от друга. Как писал А. Ф. Кони, прокурору всегда легче: он выступает от имени государства. Структура прокурорской речи чаще всего состоит из характеристики рассматриваемого дела, из оценки установленных фактов, характеристики подсудимого, его деяний, в том числе и заслуг перед обществом, если они есть. Такая речь завершается предложением о мере наказания или об оправдании, если для этого имеются основания.

Адвокату выступать всегда труднее. Речь адвоката учитывает психологию восприятия слушателей, в ней обычно говорится о мотивах совершения преступления. Для смягчения вины подзащитного используются психологические способы воздействия на слушателей. Адвокат акцентирует внимание на былых заслугах подсудимого, смягчающих его вину перед обществом. Адвокатская речь в суде наполнена чувством гуманности и снисхождения. Защитник обязан искать и находить в биографии и деле обвиняемого факты, дающие ему основание просить о снисхождении при вынесении приговора, но такая просьба должна быть серьезно аргументирована.

Яркий пример – речь русского адвоката Ф. Н. Плевако, защищавшего священника: «Господа присяжные заседатели, дело ясное. Прокурор во всем совершенно прав. Все эти преступления подсудимый совершил и в них сознался. О чем тут спорить? Но я обращаю ваше внимание вот на что. Перед вами сидит человек, который 30 лет отпуская на исповеди все ваши грехи. Теперь он ждет от вас: отпустите ли вы ему его грех?». Священник был оправдан.

Общественно-обвинительная и общественно-защитительная речи принципиально не отличаются от прокурорской обвинительной и адвокатской защитительной речей. Как общественный обвинитель, так и защитник не только оперируют параграфами кодексов, но и обращаются к морально-нравственным принципам и нормам общества, добиваясь справедливого приговора суда.

Самозащитительная речь, или речь подсудимого. Она по своей сути примыкает к речи адвокатской, хотя и ведется в иной

форме и в более трудных условиях. Этот вид речи часто используется на политических процессах, когда судьи и обвиняемый представляют враждебные друг другу классовые лагеря, например, речь Г. Димитрова на Лейпцигском процессе 16 октября 1933 г. Подобные речи подсудимых всегда воспринимались как пламенные выступления в защиту правды, социальной справедливости, исторического прогресса, отсюда их пафос и эмоциональный накал.

Церковно-богословское красноречие

Это один из самых древних видов красноречия, имеющий немалый опыт воздействия на массы. Речь идет и о христианской религии (православии и католицизме), и об исламе.

Основным видом богословско-церковного красноречия является *проповедь*. Она исполнена веры в то, что воплощает «абсолютную истину», хотя и не исключает раздумий слушателей над смыслом жизни. Наиболее характерная ее черта – морально-этическая назидательность. Всякая церковная проповедь построена прежде всего на вере в то, что все в мире «в руке божьей». Заранее продуманная, рассчитанная на эмоциональное возбуждение прихожан, церковная проповедь читается по ходу богослужения. Проповеднику свойственно обращение по преимуществу к обыденному сознанию людей, точнее, массы верующих, паствы. Не отрицая земных радостей и ратуя за мир на земле, богословская риторика одновременно напоминает о «небесах», обращая к ним взоры верующих.

В таких видах богословского красноречия, как *речь на соборах*, посвященных различным теологическим проблемам, толкованию тех или иных канонов, апостольских посланий и т. д., и *преподавание в духовных семинариях и академиях* можно усмотреть и правила формальной логики, и чувство звучащего слова, и элементы ораторского искусства в духе современности.

В настоящее время жанры духовного красноречия не замкнуты в церковной системе и фактически доступны широким слоям общества.

Социально-бытовое красноречие

Оно отражает бытовые явления и давно сложившиеся обычаи, народные традиции. Социально-бытовое красноречие – явление наидревнейшее, возникло у большинства народов мира вместе с формированием у них определенного уклада жизни, поэтому является составной частью духовной культуры общества в не меньшей мере, чем другие роды ораторского искусства.

Юбилейная, или **похвальная, речь** бывает двух подвидов:

а) посвящается какой-либо знаменательной дате, юбилею предприятия или организации;

б) произносится в честь отдельной, заслуженной перед обществом личности.

Первая речь всегда торжественна, нередко имеет подытоживающий характер, а иногда бывает строго деловой и тогда мало чем отличается от политической речи. Вторая речь – выступление, посвященное отдельной личности (например, в связи с ее 70-летием со дня рождения или 50-летием научной, художественной или иной деятельности). Такие речи как правило коротки, произносятся в торжественной и дружеской атмосфере, выражают уважение и почет юбиляру, наполнены добрыми чувствами и пожеланиями. Главным достоинством таких речей становится юмор, меткая характеристика юбиляра, воспоминания о важных фактах его жизни. Они нередко сочетаются с чтением дружеских коллективных писем и даже специально написанных стихов. Хорошо воспринимаются речи экспромтные, импровизированные. И, наоборот, вызывают чувство досады юбилейные речи, заранее написанные или выученные.

Застольная речь, или **тост**, также делится на два подвида:

а) это слово, произносимое на официальных, в особенности на дипломатических приемах. Это речь приподнятая, а нередко и дружеская, она близка к социально-политическому красноречию;

б) тост как часть фольклора. В нем допустимы похвальные преувеличения в оценках, противопоказана какая бы то ни было критическая нотка. Сердечные чувства, пожелания здоровья, добра и успехов определяют интонацию такой застольной речи.

Надгробная, или **поминальная, речь** посвящена ушедшему из жизни, всегда носит оценочный характер, исполнена печали, а порою трагедийной интонации. В старину у многих народов существовал обычай нанимать плакальщиц, чтобы как можно ярче выразить скорбь. Этот обычай затем уступил место речи об усопшем. Всякое надгробное слово не только выражает печаль, но и содержит краткую характеристику скончавшегося человека, его свершений, а нередко – и призыв к здравствующим продолжить дело умершего. Такие речи, как правило, произносятся в тех случаях, когда скончавшийся оставил заметный след в общественной жизни, науке, технике, искусстве своим трудолюбием, талантом, честностью.

4.2. Этапы работы над публичной речью

Риторический канон

Создание речи – процесс творческий. В по-настоящему интересной речи отражается индивидуальность автора, его мысли, чувства, его стиль. Подготовка и написание такой речи вызывает трудности у каждого человека, каким бы опытным оратором он ни был. С этими трудностями ораторы столкнулись еще в далекой древности, и в результате попытки разрешить их привели к возникновению в классической риторике учения о риторическом каноне речи.

Риторический канон – это образец, согласно которому речь на своем пути от мысли к слову проходит пять этапов.

1. Инвенция (лат. *inventio* – нахождение, изобретение; *invenire quid dicere* – изобрести, что сказать). На первом этапе оратор отбирает материал для будущего сообщения. Инвенция предлагала говорящему систематизировать собственные знания по поводу отобранных им предметов, сопоставить их с наличными на данный момент времени знаниями других и определить, какие из них и в каком количестве должны быть представлены в будущем сообщении.

2. Диспозиция (лат. *dispositio* – расположение; *inventa disponere* – расположить изобретенное). На втором этапе создания речи оратор превращал предмет речи в понятие и помещал его в систему других понятий. Понятия определялись, делились, сочетались между собой, сопоставлялись и противопоставлялись. Этот процесс регулировался правилами, предупреждающими возникновение логических ошибок.

3. Элокуция (лат. *elocutio* – словесное оформление мысли; *ornare vebris* – украсить словами). На третьем этапе оратор уточняет формулировки, устраняет ошибки, включает в речь фигуры и тропы, позволяющие создать смысловые эффекты необыкновенной силы.

4. Мемория (лат. *memoria* – память, запоминание). На этом этапе работы над речью оратор решает, насколько свободно ему нужно владеть содержанием речи: произнести ее наизусть или выступить с опорой на письменный текст. Для запоминания материала используются специальные приемы и техники.

5. Акция (лат. *actio hipocrisis* – актерское исполнение речи, ее произнесение). Внешнему виду оратора всегда придавалось большое значение, он должен производить благоприятное впечатление на публику. Поэтому речь его должна быть продумана с точки зрения техники речи, длительности пауз, сопровождения жестами.

Инвенция

Любая речь начинается с изобретения содержания, иначе с инвенции. На начальной стадии подготовки речи, в фазе *ориентации*, очень важным звеном является постановка цели и формулирование темы с учетом предполагаемой аудитории. Работая над содержанием речи, оратор должен ответить для себя на три вопроса:

- о чем делается сообщение (какая тема?);
- зачем делается сообщение (какая цель?);
- кому предназначено сообщение (какая аудитория?).

Тема. Необходимо определить и четко сформулировать тему выступления. Она может быть заданной, когда оратору предлагают выступить на определенную тему, или может предлагаться самим выступающим исходя из личного опыта и знаний.

Выбрав тему, следует подумать о ее формулировке. Любая тема является частью большой проблемы и представляет собой одну из ее сторон. Важно осознать это и не стремиться в одном выступлении объять необъятное. Формулировка темы должна отражать содержание выступления и привлекать внимание слушателей, т. е. в лаконичной форме выражать основную идею выступления и носить рекламный характер: быть занимательной, затрагивать интересы тех, для кого она предназначена, будить воображение. Название темы должно быть конкретным, четким, кратким.

Цель. Осознание оратором цели своего выступления и точное оформление ее в слове – важное условие успеха. Цель речи – это представление о том общем результате, который должен быть достигнут в процессе выступления.

Психологи считают, что четко сформулированная цель «запускает» возможности человека для выполнения любого дела. Для создания хорошей речи нужно научиться определять общую и конкретную цель. Чтобы найти *общую цель*, нужно ответить на вопрос: каково в этой речи главное намерение говорящего? Что хотел сделать автор: информировать адресата, убедить его, сагитировать, заставить задуматься о нравственных проблемах, развлечь? При этом надо учитывать, что в одной речи могут совмещаться несколько задач, но все же нужно определить ведущую, определяющую цель.

Чтобы определить *конкретную цель*, следует выделить:

а) основной тезис речи (что утверждается, если речь убеждающая; к чему призывает говорящий, если речь агитирующая);

б) тему речи, если речь информирующая (о чем сообщается);
в) предмет речи, если речь эпидейктическая (хвала или хула, торжественная речь, любовь, дружба, зависть и т. д.).

По общей цели выделяют четыре основные, наиболее распространенные в ораторской практике вида публичных выступлений:

- 1) информационное;
- 2) протокольно-этикетное (эпидейктическое);
- 3) развлекательное;
- 4) убеждающее.

Аудитория. Современная риторика вслед за риторикой классической считает, что успех речи зависит от того, имеются ли между собеседниками общие интересы. Принцип близости, в частности, рекомендует следующее: представив аудиторию, постарайтесь выбрать для вашей речи и использовать в ней именно те факты, те примеры, те образы, которые взяты из области, жизненно важной или хорошо знакомой, интересной, доступной вашему слушателю.

Где же взять идеи для своей речи? Риторика предлагает обратиться к собственной памяти, из которой с помощью смысловых моделей (топов) можно извлечь весьма ценные мысли. **Топ** – это механизм, который помогает поиску идей, логическая схема рассуждения о предмете речи.

Одним из первых описал топы Аристотель. Причем их описание приводится для обучения искусству аргументации. Это значит, что каждая смысловая модель может использоваться не только для изобретения содержания речи, но и для доказательства как довод, аргумент. В «Риторике» Аристотель дает около сорока моделей, Ломоносов – шестнадцать, Кошанский – двадцать четыре.

Начинающему оратору важно знать и уметь использовать хотя бы **десять основных топов**: род – вид; определение; целое – части; свойства; сопоставление; причина – следствие; обстоятельства; пример; свидетельство; имя.

Перебирая в уме топы и зная механизм их действия, можно «поймать», «схватить» идеи для своей будущей речи. Этот процесс называется *ориентацией* в содержании будущей речи. В этом процессе рождается предварительный план речи, который может выглядеть как перечень вопросов, подлежащих обсуждению. Этот план будет уточняться и в ходе инвенции, и в ходе диспозиции.

Итак, в фазе ориентации происходит поиск идей будущей речи (с помощью смысловых моделей или без них), определение темы и

постановка цели. Пойманные идеи, подобранные факты нужно соотнести с целью и темой.

В фазе **выбора** начинается этап самоограничений, на котором нужно определить главное и второстепенное, существенное и несущественное; старое и новое; известное и неизвестное, общепринятое и оригинальное; понятное и непонятное.

Далее можно приступить к работе с энциклопедическим материалом, словарями, справочниками, монографиями, научными и деловыми документами, которые дают устоявшиеся представления о действительности. Таким образом, уже отобранный и упорядоченный корпус фактов получает перспективу – историческую, культурную, научную. Далее нужно проверить достаточность фоновых сведений и самостоятельных наблюдений, наличие противоречий.

Таким образом, на этапе инвенции происходит определение того, материал какого рода и в каких пропорциях составит сообщение; тема предстает как единство определенного количества аспектов, которые могут быть изложены на разном уровне глубины; позиция автора получает завершенное выражение.

Диспозиция

Основные задачи диспозиции – установить четкое *членение* сообщения; определить *соотношение частей* речи; обеспечить внутреннюю *связность* между частями.

За многовековую историю риторика разработала множество образцов, которые помогают структурно организовать речь, но в основе любого из них лежит простейшая композиционная схема: вступление – основная часть – заключение.

Задачи оратора во **вступлении**:

- привлечь внимание слушателей («реклама»);
- настроить аудиторию на позитивное восприятие речи («вербовка союзников»);
- подготовить почву для раскрытия темы («презентация темы»).

Основные приемы, используемые здесь: обращение, апелляция к интересам аудитории, к известным событиям, к речи предыдущего оратора, к известным источникам информации или авторитетам, а также вопросы к аудитории, юмористические замечания и др.

Если ваша речь носит аргументирующий или агитирующий характер, особенно важно показать, что вы не намерены «давить» на аудиторию, принуждать ее к чему-либо. Больше того, в интересах

оратора продемонстрировать свою честность, объективность, заинтересованность в общем согласии. Поэтому лучше избегать таких слов, как *вы должны, вам придется, я заставлю вас*. Во введении к убеждающей речи можно сформулировать ее главный тезис или (в зависимости от особенностей аудитории) сказать о том, какой вопрос будет рассматриваться в речи и на каких проблемах, относящихся к этому вопросу, вы остановитесь.

Чтобы заинтересовать слушателей информирующей речью, во вступлении можно объяснить, зачем слушателям понадобится та информация, которую вы хотите сообщить.

Главные требования к работе над вступлением:

1) вступление должно быть предметом особого внимания оратора, потому что «привести предмет в движение значительно труднее, чем поддерживать само движение»;

2) необходимо стремиться к максимальной лаконичности вводной части (по правилу Леонардо да Винчи вступление и заключение не должны превышать одной трети всего выступления);

3) лучше писать вступление в последнюю очередь, когда вся речь уже подготовлена;

4) начиная произносить речь, не извиняйтесь, что вы плохой оратор, неопытны или не представляете себе тему. Вообще не извиняйтесь!

В *основной части* излагается существенный материал и решаются общая и конкретная цели всего выступления: сообщается определенная информация, обогащающая знания слушателей, оказывается воздействие на их сознание и волю путем убеждения, переубеждения и побуждения к действию и т. д. В зависимости от цели избирается *метод изложения материала* (индуктивный, дедуктивный, по аналогии, концентрический, ступенчатый, исторический). Использование различных методов изложения материала в одном и том же выступлении позволяет сделать структуру главной части более оригинальной, нестандартной.

В основной части выступления важно соблюдать логическую последовательность и стройность изложения материала. Оратор должен четко и непротиворечиво раскрывать основной вопрос, чтобы слушатели постоянно наблюдали причинно-следственные связи рассматриваемых явлений. Поэтому особенно важны непрерывность и ясность мысли при переходе от одной смысловой части к другой, четкое оформление начала и концовки каждого смыслового

куска. Эта органическая последовательность в развитии главной мысли и создает основные предпосылки для понятности и убедительности речи.

Для подготовки главной части выступления необходимо знать **теорию аргументации**: требования к тезису (положению, которое следует доказать) и аргументам (доводам, обосновывающим тезис), виды аргументов и правила доказательства.

Восприятие выступления аудиторией зависит и от соблюдения правил композиции: усиления воздействия и экономии средств.

Правило **усиления воздействия** заключается в таком расположении материала, при котором интерес слушателей постоянно нарастает. Самые сильные доводы используются в конце главной части.

Правило **экономии** состоит в достижении цели выступления наиболее рациональным способом – с минимальной затратой времени и речевых средств. Количественное ограничение материала связано не только с регламентом выступления, но и с возможностями человеческой памяти, поэтому основная часть выступления должна включать в себя не более семи крупных смысловых частей.

Цель оратора в **заключении речи** – закрепить впечатление от сказанного, способствовать лучшему усвоению главной мысли выступления. Для этого необходимо иметь в виду следующее:

1) заключение важнее начала; оно должно подытоживать аргументацию и одновременно нести сильный эмоциональный заряд, склоняя слушателей к определенному убеждению или конкретному действию;

2) оно требует точности изложения и разнообразия в стиле;

3) итог речи должен вытекать из всего сказанного, но при этом быть неожиданным, ярким, энергичным. Заканчивать речь на отрицательных эмоциях не следует;

4) концовка выступления должна создать настроение, соответствующее цели речи.

Структура речи и ее цель должны быть ясны не только оратору, но и слушателям; очевиден должен быть порядок частей, их отдельность и их взаимосвязанность. Оратору важно постоянно держать слушателей «в курсе» своих «планов».

Элокуция

Третьим этапом создания речи по классической традиции является этап превращения замысла речи, ее содержания, изобретенного и расположенного в определенном порядке, в реальный текст.

В риторике он называется элокуцией. На этом этапе задача оратора состоит, во-первых, в том, чтобы правильно выбрать *тактику речевого поведения*, которая соответствовала бы речевой ситуации, т. е. подать материал определенным образом. Выделяют:

1) прямые тактики речевого воздействия (ПТРВ). Высказывание, в котором отсутствует подтекст, а смысл складывается из значений употребленных слов, называется прямым сообщением. Прямые тактики речевого воздействия дают слушателю определенное и точное представление о цели говорящего: не нужно гадать, что он имеет в виду и «правильно ли я его понимаю»;

2) косвенные тактики речевого воздействия (КТРВ). Не всегда выбор прямой тактики оправдан. Есть ситуации, когда лучше не говорить прямо, а воспользоваться метасообщением, т. е. непрямым, косвенным сообщением.

В публичном выступлении нужно уметь пользоваться КТРВ. Основными риторическими формами метасообщений являются комплимент, намек, шутка, ирония, притча, анекдот. Эти приемы позволяют увлечь слушателя игрой, дают возможность не слишком «давить» на слушателя, самостоятельно сделать выводы.

Во-вторых, на этапе элокуции оратор решает, как украсить речь. Для решения данной задачи в риторике разработана система *риторических тропов*, в основе которых лежит переносное значение. Кроме того, разработаны особые формы *синтаксических конструкций* (фигур). При сознательном использовании тех и других можно добиться выразительности и эффективности речи, т. к. риторические тропы и фигуры являются важным средством выражения мысли автора, тем рычагом, с помощью которого можно овладеть вниманием аудитории и установить с нею контакт.

В-третьих, на данном этапе оратор должен проверить речь на *грамотность*, исключить орфографические, речевые и грамматические ошибки, максимально точно подобрать слова и построить конструкции, а при произнесении речи быть уверенным в правильном произношении всех слов (см. раздел II настоящего пособия).

Мемория

При подготовке к выступлению нужно не только продумать его содержание, но и тщательно подготовиться к проговариванию. В античности речь заучивали наизусть. Многочасовые речи Цицерон запоминал с помощью разработанного им метода. Как же поступать сегодня? Ведь современная речь должна быть естественной,

вызывать ощущение импровизации. Конечно, метод запоминания и подготовки к выступлению у каждого индивидуален. И все же существуют общие *рекомендации ораторам* (по А. К. Михальской).

1. Начинать готовиться к выступлению, особенно если оно важное, лучше не накануне, а за несколько дней. Это позволит «вжиться» в тему, и не придется специально запоминать, что сказать по поводу данного предмета.

2. Речь нужно репетировать. Даже лучшие лекторы (например, И. П. Павлов, К. А. Тимирязев и многие другие) репетировали лекции по несколько раз. И чем важнее выступление, тем тщательнее должна быть репетиция.

3. Репетировать речь нельзя «по кускам». Если запутались, надо не начинать сначала, а искать выход по ходу речи. Хорошее впечатление от речи не пропадет, если что-то забудется. Упустив нечто важное, всегда можно ввести пропущенное в удобное место или оставить для рассмотрения во время вопросов от слушателей.

4. Готовясь к речи, можно составить шпаргалку – несколько небольших листов бумаги (не более формата А-5), которые удобно держать в руке. Они должны содержать необходимый фактический материал: цифры, цитаты, примеры, доказательства.

5. Перед репетицией речи нужно составить план. Для короткого выступления это может быть просто перечень основных мыслей в нужном порядке, для более обстоятельного – развернутый общий план, отражающий завершенную форму будущей речи.

6. Во время репетиции надо представлять себе, если возможно, ситуацию будущей речи – аудиторию, помещение.

7. Репетируя, не нужно запоминать фразы, отдельные обороты. Цель репетиции – запомнить идеи речи, а не форму, в которой они выражаются. Оратор должен беседовать со слушателями, а не читать наизусть. Естественно, что при каждой репетиции речь будет получаться разной. И это хорошо.

8. На листке плана важно оставлять широкие поля – на них можно записывать опорные (ключевые) слова: по опорному слову легко восстановить в памяти весь соответствующий раздел. На основной части листка должна быть написана основная часть («шпаргалка») к данному разделу. Правилom должна быть свободная речь по ключевым словам. Можно произносить речь во время прогулки, на ходу, используя подготовленные карточки.

Техника речевой импровизации представляет собой тонкую и сложную систему. Познакомьтесь с одним из возможных вариантов:

1) формулируйте четко тему и главную, центральную мысль, которую вы хотите передать;

2) сформулируйте позиции основной части (по крайней мере, важнейшие; их должно быть немного – 2–3);

3) сформулируйте несколько вводных и заключительных замечаний;

4) подумайте, если осталось еще время, о доказательствах, фактах, примерах, вернувшись к основной части. Может быть, вам придет в голову цитата, афоризм, пословица, анекдот, случай из жизни, пример из истории или литературы;

5) подумайте о переходах; если есть время, сформулируйте их.

Акция

Произнесение речи – не менее ответственный момент, чем подготовка к ней. «Трибуна является жестоким делом – там человек стоит голым, как во время приема солнечной ванны», – пишет Курт Тухольский. Конечно, не всякий раз оратор оказывается на трибуне, произнося речь. Но при любом выступлении слушатели рассматривают внешность оратора критически. Лучшая манера держаться – подтянутая и в то же время свободная.

Установив *зрительный контакт* с аудиторией, необходимо *обратиться* к слушателям («друзья», «уважаемые слушатели», «коллеги» и т. д. – в зависимости от ситуации).

Темп речи трудно поддается регулированию, т. к. связан со свойствами личности. Многие ораторы, особенно начинающие, говорят слишком быстро. Поэтому на первых порах нужно произносить более медленно хотя бы самые важные мысли, затем научиться менять темп речи. Основной темп речи выбирается в зависимости от содержания речи и повода, по которому она произносится. Так, речи торжественные произносятся в более медленном темпе, чем все остальные. Оратору нужно учитывать также размеры помещения и количество слушателей: чем больше зал и больше слушателей, тем медленнее нужно говорить.

Говоря о темпе и о способности непрерывного мышления во время выступления, нельзя не сказать о роли *паузы*. Интонационная пауза часто совпадает с пунктуацией, а психологическая – позволяет «вылить накопившиеся мысли и чувства». Через психологическую паузу слушатели в большей степени понимают говорящего.

Как научиться регулировать *громкость голоса* во время выступления? Всегда ли мы можем сказать «Говорить громко во время публичного выступления – значит говорить хорошо»? Плохо, когда громкостью голоса стараются восполнить отсутствие доказательств, неубедительность аргументации. Такая речь не вызовет восторга у слушателей, а их внимание быстро рассеется. «Речь не должна быть шумовой атакой на барабанные перепонки, – пишет Хайнц Леммерман. – Но, произнося речь, мы должны все же говорить так громко, чтобы нас понимали даже слушатели, сидящие в задних рядах». Далее знаменитый ритор дает такой совет:

«Большой громкости можно достичь не напряжением голосовых связок, а следующими средствами:

- 1) усилением потока воздуха при дыхании;
- 2) усилением резонанса («несущей способности»);
- 3) повышением четкости артикуляции;
- 4) замедлением темпа».

Овладеть «*языком движений*» – это во многом овладеть вниманием слушателей: движение – один из главных факторов внимания. Психологи утверждают, что человек способен ощущать те эмоции, которые испытывают окружающие. У слушателей (или зрителей) напрягаются те же мышцы, что и у человека, на которого они смотрят. Нужно владеть движениями своего лица и тела, чтобы использовать их в качестве эффективных средств воздействия. Существует несколько правил, с которыми должно соизмеряться движение оратора:

- 1) чем живее чувство, тем сильнее движение;
- 2) движение должно быть естественным и разнообразным;
- 3) поза, жесты, выражения лица должны иметь собственный смысл, значение, помогать восприятию речи, а значит – меняться.

Говорящий стоит свободно, прямо; одна нога немного впереди, центр тяжести перевести на другую ногу. Руки свободно опущены. В процессе речи можно сделать шаг – другой в сторону, подойти ближе к аудитории. Но не нужно метаться из стороны в сторону, как зверь в клетке, или ходить, заложив руки за спину, как преступник на ежедневной прогулке по тюремному двору.

Если вы говорите сидя, сядьте прямо, не опираясь на спинку стула и не нависая над столом. Руки свободно лежат на столе или на коленях – они готовы к жестам. Одна нога немного впереди, другая отодвинута несколько назад – это позволяет легко и красиво встать,

если понадобится, не нужно вцепляться в кафедру, стол или спинку стула, это нарушит всю область пантомимического общения.

Жесты должны быть собственные, а не заученные. Надо избегать произвольных, механических движений, которые мешают слушать (когда человек трогает себя за нос, поправляет волосы, вертит ручку, нервно смеется, хмурится и т. д.).

Современная риторика выделяет **рефлексию** – еще один этап риторического канона, на котором осуществляется самооценка удачных и неудачных моментов выступления, оценивается весь процесс общения, намерения оратора, реакция слушателей и результат самого общения. Рефлексия – это критический взгляд внутрь себя, анализ собственных речевых действий с последующим выводом о том, что можно улучшить в своей речи.

4.3. Основы аргументации

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

Аргументация включает три взаимосвязанных элемента: тезис, аргументы, демонстрацию.

Тезис

Тезисом (греч. *thesis* – положение, утверждение) называется мысль или положение, истинность которого требуется доказать.

Тезис является главным структурным элементом аргументации и отвечает на вопрос «Что доказываем?».

В качестве тезиса могут выступать теоретические положения науки, доказываемая в математике теорема, результаты обобщения конкретных фактических данных, суждение о свойствах или причинах возникновения предмета или события и т. д. Так, в медицинском исследовании обосновывают суждение, в котором определяют диагноз конкретного больного; историк выдвигает и обосновывает версию о существовании конкретного исторического факта и т. п.

Требования логики к тезису:

1) тезис должен **нуждаться в обосновании**, быть положением, по поводу которого имеются разные мнения: бессмысленно доказывать очевидные факты. Если бы тезис был очевидным и явно необходимым, то и смысла в его доказательстве просто не было бы;

2) требование **определенности, ясности**: формулировка тезиса должна исключать возможность понимания утверждения в другом смысле.

Нарушение данного требования приводит к ошибкам:

«сужение тезиса» / «расширение тезиса» (*А. разбирается в электричестве* – исходный тезис; *Вы хотите сказать, что А. специалист в электричестве?* – расширение тезиса; *Нет, я хотел сказать, что А. может починить розетку* – сужение тезиса);

«усиление тезиса» / «смягчение тезиса» (*Наши сотрудники бездарны...* – исходный тезис; *Вы утверждаете, что наши сотрудники идиоты?* – усиление тезиса; *Нет, я говорю, что они не очень усердны* – смягчение тезиса).

В процессе спора тезис оппонента часто стремятся максимально расширить, причем делают это незаметно, как бы просто повторяя его. Например, вы говорите: «Как жаль, что *многим* молодым людям сегодня трудно найти работу!» Оппонент «повторяет» этот тезис: «Вы утверждаете, что *всем* молодым людям сегодня трудно найти работу? Неправда!» И с успехом громит ваше утверждение, создавая при этом впечатление, что разбит именно первоначальный тезис. Следите, чтобы ваши слова «некоторые», «часть», «большинство» противник не подменил словами «все», «всякий», «каждый».

Свой же тезис в процессе доказательства стараются незаметно сузить. Например, вы высказали положение: «Советские писатели не создали в литературе ничего замечательного». Если противник укажет вам на А. Ахматову или М. Булгакова, создавших замечательные художественные произведения, вы можете парировать это возражение, сузив свой тезис: «А я не считаю этих писателей советскими», т. е. уменьшить объем понятия «советский писатель».

Конечно, тезис можно изменять. Это часто случается в конструктивной дискуссии, когда оппоненты постепенно уточняют и проясняют свои первоначальные позиции. Но важно фиксировать такие изменения и не выдавать более позднее утверждение за первоначальный тезис;

3) тезис должен быть предельно **конкретным**. Сформулированный «вообще», он может быть неверным, например: *Ученые оторваны от жизни* или *Все предприниматели – жулики*;

4) тезис должен **оставаться одним и тем же** на протяжении всего обоснования, иначе возникают ошибки «*подмена тезиса*», «*потеря тезиса*». Иногда подмена тезиса становится намеренным

приемом. Так, просматривая новости в интернете, вы замечаете броский и необычный заголовок (например: «Полеты на Марс уже начались» или «Путешествия в прошлое стали реальностью»). Заинтригованные, вы читаете якобы сенсационный материал и к своему разочарованию (зря потратили время) видите, что содержание статьи совсем не соответствует (не тождественно) заголовку (оказывается, что школьников водили на экскурсию в планетарий, где им показали видеофильм о планете Марс; что создана новая компьютерная игра, в которой можно перемещаться на машине времени в прошлые столетия).

Аргументы

Тезис подкрепляют аргументами, или доводами, которые называют также основанием доказательства. Аргументы отвечают на вопрос «Чем доказываем?».

Требования логики к аргументам:

1) аргументы должны ***иметь непосредственное отношение к тезису***, иначе можно доказать нечто весьма далекое от первоначального замысла.

Пример того, как для обоснования утверждения используются доводы, не имеющие к нему отношения (поэтому нужный вывод из них не следует), – письмо Ивана Ивановича с жалобой на соседа Ивана Никифоровича судье из повести Н. В. Гоголя: «...Вышеизображенный дворянин... питает в душе злостное намерение поджечь меня в собственном доме. Несомненные чему признаки из нижеследующего явствуют: во-первых, оный злокачественный дворянин начал выходить часто из своих покоев, чего прежде никогда, по причине своей лени и гнусной тучности тела, не предпринимал; во-вторых, в людской его, примыкающей о самый забор, ограждающий мою... землю, ежедневно и в необычайной продолжительности горит свет, что же явное есть к тому доказательство, ибо до сего... всегда не только сальная свеча, но и даже каганец был потушаем»;

2) аргументы должны быть ***истинными суждениями***, т. е. доказанными ранее. При нарушении этого требования возникает логическая ошибка «*ложного основания*» (если аргумент заведомо ложен) или ошибка «*предвосхищения основания*» (если аргумент никем еще не был доказан).

Вывод, сделанный на ложном основании, заведомо неверен, на недоказанном – не исключает ложности;

3) **обоснованность** аргументов *независимо от тезиса*. Если это не так, возникает ошибка «*круг в доказательстве*». Например, в фильме «Михаил Ломоносов» есть эпизод: на заседании ученого совета Российской академии наук Ломоносов задал вопрос Шумахеру о том, почему в академии мало русских студентов. Шумахер ответил, что это объясняется малым количеством профессоров, говорящих по-русски. Когда же Ломоносов возмутился тем, что в академии мало русских профессоров, Шумахер сослался на малое количество русских студентов. Ломоносов ударил по столу рукой: «Да это чертов круг какой-то!» и удалился с заседания;

4) **совокупность** аргументов должна быть **достаточной** для получения вывода, т. е. такой, чтобы вывод нельзя было не сделать, иначе возникнет ошибка «*вывод не следует*». Например, из того, что некоторые бывшие двоечники стали бизнесменами, еще не следует, что для успеха в бизнесе не нужны знания.

Демонстрация

Третий элемент аргументации – демонстрация – показывает, как из данных аргументов следует тезис, и отвечает на вопрос «Как доказываем?». Она демонстрирует ход наших рассуждений, а тезис должен логически следовать из аргументов.

Доказать можно *непосредственно* (путем наблюдения, опыта) и *посредством рассуждений* (т. е. логических умозаключений).

Виды аргументов

I. **По силе** аргументы бывают:

1) **сильные** – они не вызывают критику, их невозможно опровергнуть, разрушить, не принять во внимание;

2) **слабые** – такие аргументы вызывают сомнения;

3) **несостоятельные** – они позволяют разоблачить, дискредитировать человека, применившего их. Ими бывают:

– суждения на основе подтасованных фактов;

– ссылки на сомнительные, непроверенные источники;

– потерявшие силу решения;

– домыслы, догадки, предположения, измышления;

– доводы, рассчитанные на предрассудки, невежество;

– выводы, сделанные из фиктивных документов;

– выдаваемые авансом посулы и обещания;

– ложные заявления и показания;

– подлог и фальсификация того, о чем говорится, и др.

II. По отношению говорящего к сообщаемому:

1) логические – аргументы к логосу, т. е. утверждения, касающиеся предмета речи и воздействующие на разум. Как правило, логические аргументы – это сильные аргументы;

2) психологические – аргументы к этосу и аргументы к пафосу, т. е. утверждения, воздействующие на чувства и эмоции аудитории.

Аргументы к логосу (греч. *logos* – слово, мысль) включают в себя следующие разновидности:

- теоретические выводы;
- эмпирические выводы;
- законы науки;
- юридические акты и законы;
- аксиомы и постулаты;
- определения научных понятий;
- заключения экспертов;
- утверждения о фактах (не путать факты с мнениями);
- статистические данные.

Аргументы к этосу (греч. *ethos* – нрав, характер) бывают двух видов.

1. **Аргумент к авторитету** (обращение к авторитету) – предложение считать некоторое утверждение корректным только потому, что такое утверждение сделано неким источником, считающимся авторитетным. В некоторых случаях оратор может на самом деле и не разделять мнений авторитетных источников, однако он рассчитывает на то, что слушатели не осмелятся спорить с такими положениями. Аргумент к авторитету имеет много разнообразных форм: авторитет конкретного человека (например, цитаты), авторитет общественного мнения, авторитет учреждения, авторитет должности, авторитет возраста и др.

Следует подчеркнуть, что возможности отдельного человека ограничены. Далеко не все в жизни можно самостоятельно проанализировать и проверить. Так или иначе человек полагается на мнения других, на знание, добытое человечеством на протяжении исторического развития.

Известный немецкий философ Г. Лейбниц по этому поводу писал: «Сколько на свете людей, у которых нет других оснований для их убеждения, чем мысли, которые разделяют их друзья, люди их профессий, их единомышленники или их соотечественники!»

По сути, в такой аргументации нет ничего плохого. Мы все постоянно вынуждены верить во что-то, полагаясь на авторитет специалистов; иначе и быть не может. Многие вопросы требуют специальных знаний, неспециалист просто не может дать адекватную оценку. В повседневном общении аргументам к авторитету бывает трудно противостоять. В подобных случаях нужно обращать внимание не на то, что мнение высказано выдающимся человеком, а на то, является ли оно приемлемым.

2. Аргумент к личности – это утверждение, подчеркивающее личностные качества другого человека, аргумент, основанный на личности оппонента, а не на сути дискуссии, объективных фактах и логических рассуждениях. Подразделяется на виды:

– «переход на личности» – прямая критика личности или оскорбление оппонента;

– объяснение точки зрения оппонента его личными обстоятельствами;

– «и ты тоже» – указание на то, что оппонент сам действует вопреки аргументу.

Если оратор апеллирует к положительным чертам, тогда этот аргумент выступает как разновидность аргумента к авторитету. Общую схему его применения можно представить следующим образом: *X является хорошим человеком. Значит, его аргумент следует принять.*

Собственно аргументом к личности считаются ссылки на реальные или мнимые недостатки других людей. С помощью такого аргумента оппонент предстает в смешном виде или как ненадежный человек, которому нельзя доверять. Общую схему применения аргумента к личности можно представить, как *X является плохим человеком. Значит, его аргумент не следует принимать.*

Аргумент к личности имеет много разных форм: *X лживый человек; X безрассудный человек; X не может реально оценить ситуацию; X имеет низкие моральные стандарты; X – некомпетентный человек; X относится к группе людей, которые занимают предвзятую позицию, не придерживаются моральных принципов* и т. д. Кроме того, аргументом к личности может выступать утверждение о непоследовательности собеседника, когда человек говорит одно, а делает другое. В таких случаях оратор осуществляет «атаку на личность» другого человека с целью дискредитации его положения.

Аргумент к личности в основном используют при критике утверждений других людей. Оратор в своей речи пытается продемонстрировать, что определенные мысли не являются убедительными, поскольку людям, которые их приводили, нельзя доверять.

Достаточно ярко о том, как противостоять аргументам к этосу, высказался Г. Лейбниц: «На самом деле, если из уважения я не осмелюсь возразить, или если я не имею ничего лучшего сказать, или если я себе противоречу, то отсюда вовсе не следует, что Вы правы. Я могу быть скромным, необразованным, могу ошибаться, но и Вы также можете ошибаться».

Аргументы к пафосу (греч. *pathos* – страсть, возбуждение) направлены на то, чтобы вызвать у аудитории такие чувства, которые способствовали бы принятию слушателями тезисов оратора. Ставка исключительно на логос не всегда приносит желаемый эффект. Большинство аргументов к пафосу также относятся к группе аргументов к человеку. Распространенными среди них являются:

- аргумент к выгоде;
- аргумент к гордости;
- аргумент к сожалению;
- аргумент к силе;
- аргумент к публике.

Аргумент к выгоде – это утверждение, стимулирующее осознание аудиторией своих личных интересов в той проблеме, которая обсуждается. А. Шопенгауэр оценивает этот аргумент как такую хитрость, которая делает излишними все другие аргументы: «Ведь все, не соединенное с выгодой, в большинстве случаев кажется интеллекту бессмысленным».

В современной практике общения аргумент к выгоде часто применяется в рекламе.

Сила воздействия подобных аргументов обуславливается тем, что осознание личной заинтересованности в определенной проблеме повышает интерес слушателей к ораторской речи. Для большинства людей главный человек в жизни – они сами. Поэтому оратору нужно позаботиться о том, чтобы слушатели могли в его речи найти ответ на вопрос «Зачем это мне?».

Аргумент к гордости – это утверждение, подчеркивающее определенные качества собеседников, расхваливающее их. Оратор рассчитывает на то, что под влиянием комплиментов другой чело-

век станет более податливым, поэтому ему проще будет навязать свое мнение. Для того чтобы похвала действовала, ей даже не обязательно быть точной: человек может осознавать, что с помощью комплиментов льстец пытается добиться определенной выгоды для себя, однако противостоять похвале все равно очень трудно.

В процессе общения собеседники весьма чувствительны к комплиментам, обеспечивающим положительные эмоции. Комплимент следует отличать от лести. Во многих случаях неприкрытая лесть воспринимается отрицательно. Комплимент – это небольшое преувеличение какой-то добродетели, которую сам человек желает видеть в себе. Цель комплимента – доставить удовольствие аудитории и запрограммировать ее на благосклонное восприятие речи. Слушатели благосклонно реагируют на положительные замечания о них самих, об их достижениях, об их организации и т. д. Комплименты следует применять во вступлении и в завершении речи.

Аргумент к сожалению – это утверждение, вызывающие сочувствие к тому, что произносит оратор. Оратор ссылается на тяжелые обстоятельства, трудное положение, чтобы разжалобить аудиторию и добиться от нее принятия своих положений. Часто подобным аргументом пользуются студенты на экзамене или зачете.

Аргумент к силе – это утверждение, указывающее на неприятные для аудитории последствия в случае отказа от положений оратора. При применении этого аргумента вряд ли можно говорить об убеждении, речь идет уже о принуждении.

В современных коммуникативных ситуациях подобные аргументы становятся все более изощренными. Поскольку угрозы, как правило, явно не формулируются (используется КТРВ), довольно трудно бывает установить применение этого аргумента. Так, часто воздействуют на чувства оппонента, совершая нравственный шантаж: если оппонент откажется принять определенную точку зрения, он причинит боль тому, кто ее выдвинул, или разочарует его.

Аргумент к публике – это обращение к чувствам слушателей с целью отвлечения их от объективного рассмотрения проблемы и склонения к нужному оратору решению. При этом оратор пытается продемонстрировать аудитории, что он «свой» человек, который очень хорошо понимает потребности слушателей. Подобный аргумент широко применяется в социально-политическом красноречии, когда оратор апеллирует не к разуму собравшихся, а к их чувствам. Этот прием часто называют еще демагогией.

Аргумент к публике в основном выполняет роль так называемого «отвлекающего маневра», ведь он мешает аудитории понять, насколько слабы аргументы к логосу в речи оратора.

Продумывая аргументацию, важно учитывать весомость аргументов, а не их количество. Недаром латинская пословица гласит: «Доказательства нужно не считать, а взвешивать». Оптимальное число аргументов – три: один аргумент – просто факт; два – можно возразить; на три возразить труднее; четыре – пять аргументов аудитория начинает воспринимать не как систему доказательств: кто много доказывает, тот ничего не доказывает, – а как пустословие.

Стратегии аргументации. Классификации

1. По расположению аргументов в зависимости от их силы:

1) *нисходящая*. Вначале оратор приводит наиболее сильные аргументы, затем менее сильные, завершает выступление эмоциональной просьбой, побуждением или выводом. Эффективна в слабо подготовленной, мало заинтересованной аудитории.

Достоинства такой аргументации: легче привлечь и поддержать внимание аудитории; заставляет активно работать мысль в начале и чувства в конце; первые аргументы лучше запоминаются;

2) *восходящая*. Аргументация и накал чувств усиливаются к концу выступления. Эффективна в подготовленной, заинтересованной аудитории, если атмосфера в аудитории спокойная и оратора готовы выслушать; мысль, которую нужно обосновать, сложна; аудитория может сделать самостоятельный анализ.

Достоинство такой аргументации – доведение мыслительной деятельности и эмоционального накала аудитории до предела.

2. По использованию противоположных аргументов:

1) *односторонняя*. Излагаются только аргументы «за» (позитив) или только аргументы «против» (негатив).

Эффективна, если люди имеют свои взгляды на материал; в малообразованной аудитории. Недостатки: позволяет выработать менее стойкие убеждения, учит воспринимать готовые мысли;

2) *двусторонняя*. Слушателю дается возможность сопоставить противоположные точки зрения, выбрать. Разновидность ее – контраргументация: оратор приводит свои доводы как опровержение доводов оппонента, реального или вымышленного («чучело оппонента»). Спор с фиктивным оппонентом: оратор возражает сам себе по ходу выступления (*Могут сказать, что...; Можно предвидеть возражение, что...; Здесь нередко возражают, что...*).

Эффективна, если аудитория негативно относится к сообщаемому; в подготовленной аудитории.

Достоинства: позволяет выработать иммунитет к манипулированию сознанием; позволяет выработать более стойкие убеждения; учит анализировать, делать самостоятельные выводы.

3. По способу выведения главной мысли:

1) **индуктивная**. Изложение построено от фактов к выводу. Разновидность его – выступление по аналогии (*Не только там, но и у нас*). Повышается доступность идеи, но не убедительность (*У нас так никогда не будет*).

Эффективна в женской, молодежной аудитории (возраст от 18 до 23 лет), в гуманитарной аудитории;

2) **дедуктивная**. Изложение построено от общей посылки, предположения, вывода к фактам и примерам.

Эффективна в мужской, естественнонаучной аудитории, в более взрослой (больше 23 лет), критически настроенной аудитории (оратор сразу должен заявить о своих убеждениях).

Требования логики к публичной речи

Аргументация должна быть логически правильной и отличаться такими чертами, как определенность, последовательность, непротиворечивость и доказательность. Рассмотрим эти черты.

Определенность, ясность – это свойство правильного мышления воспроизводить в своей структуре качественную определенность самих предметов и явлений, их относительную устойчивость. Она находит свое выражение в точности мысли, ее однозначности, отсутствии путаницы в понятиях.

В соответствии с этим требованием оратору необходимо помнить, что аудитория должна ясно понимать все слова и выражения, употребленные оратором:

- термины, незнакомые аудитории, требуют пояснения;
- общеизвестные слова, которые на первый взгляд кажутся понятными, могут пониматься слушателями не одинаково (например, честность, взаимовыручка, любовь, умение жить и т. д.);
- избегать двусмысленные фразы, в которых действуют процессы омонимии и полисемии, например, *Все члены правления были переизбраны* – избраны вновь или не избраны вовсе? *Студенты часто задерживаются после занятий* – сами или их задерживают?

Декарт говорил: «Определяйте значение слов и выражений, и вы избавите мир от половины заблуждений».

Последовательность – это свойство мышления воспроизводить структурой мысли те структурные связи и отношения, которые присущи самой действительности. Она обнаруживается в непротиворечивости мысли самой себе, выведении всех необходимых следствий из принятого положения.

Последовательность – это логическая связь мыслей, при которой одна мысль подготавливает другую. В соответствии с требованием последовательности изложение должно вестись от известного к неизвестному, от простого к сложному, от знакомого и близкого к далекому и чужому и т. д.

Вопросы, рассматриваемые в выступлении, должны вытекать один из другого, а оратор должен пояснять последовательность словами-связками: *во-первых, во-вторых, переходя к следующему вопросу, с одной стороны, с другой стороны, заканчивая рассмотрение этого вопроса* и др. Важно помнить, что последовательность изложения дисциплинирует мышление оратора и вносит ясность в самый трудный вопрос.

Требование **непротиворечивости** тесно связано с последовательностью изложения и формулируется следующим образом: утверждая что-либо о каком-то предмете или явлении для какого-то момента времени в каком-то отношении, нельзя это же и отрицать.

Доказательность, обоснованность – это свойство правильного мышления отражать объективные основания явлений окружающего мира. Она проявляется в обоснованности мысли, установлении ее ложности или истинности на основе других уже обоснованных мыслей, неприятия голословности, декларативности. Иначе говоря, любое высказывание должно быть подкреплено вескими доводами. Это особенно важно в убеждающих и призывающих к действию речах.

Названные черты являются необходимыми требованиями логики к ораторской речи. И если логика оратора соответствует этим требованиям, соответствует логическим моделям слушателей, то аудитория соглашается с оратором, признает истинность и обоснованность его суждений. Более того, стройная логика сама по себе может вызвать положительную эмоцию, удовлетворение, восхищение аудитории.

4.4. Оратор и аудитория

Проблема первого впечатления

Для оратора проблема первого впечатления чрезвычайно важна. Встреча оратора со слушателями, как правило, непродолжительна, и он не имеет достаточно возможностей для того, чтобы изменить впечатление о себе в свою пользу, если сразу не смог завоевать симпатии аудитории. **Особенности** первого впечатления:

1) первое впечатление – очень сильное, яркое, оно хорошо запоминается. В дальнейшем его приходится опровергать, менять, корректировать, а это всегда предполагает большие усилия;

2) первое впечатление преимущественно ошибочно. Экспериментально установлено, что большинство черт, которые приписываются человеку при первом впечатлении, не может быть выведено из его внешности или наблюдаемого поведения. Так, 58 % приписываемых при первом впечатлении черт нельзя вывести визуальным путем (таких, как целеустремленность, умственные способности, моральные ценности, привычки), а еще 27 % выделяемых черт представляют чисто оценочные суждения (хороший, плохой, приятный, неприятный). Таким образом, 85 % качеств, приписываемых человеку при первом впечатлении, внешне никак не могут быть обнаружены.

В Ленинградском университете проводился эксперимент: один и тот же преподаватель по-разному входил в разные аудитории и его, соответственно, по-разному оценивали. При определении его отношения к людям ошиблись 75 % опрошенных, волевых качеств – 42 %, эмоциональных качеств – 28 %. Таким образом, наиболее точно определяются эмоциональные качества человека.

Первое впечатление зависит от возраста, жизненного опыта слушателей, их настроения, т. е. оно очень субъективно;

3) первое впечатление очень устойчиво, оно долго и надежно хранится. Установлено, что на протяжении лекции изменения в оценке лектора составляют 4–6 %, не более, причем по факторам «доверие» и «привлекательность» такие изменения составляют не более одного процента;

4) оратор оценивается аудиторией как со стороны его объективных ролевых характеристик (ученый, депутат, мужчина, женщина, писатель, журналист и др.), так и со стороны его индивидуальных личностных характеристик (внутренние качества, внешность, коммуникативное поведение). Так вот, для аудитории, восприни-

мающей оратора, его индивидуальные характеристики в три раза более важны и «заметны», чем его ролевые характеристики;

5) основой первого впечатления является зрительный образ.

Личность оратора

Слушатели не отделяют в процессе выступления сведения, сообщаемые оратором, от личности самого оратора. Все, что он говорит, напрямую связывается с его личностью. Так, если школьника спрашивают, какой его любимый предмет, он отвечает: «*Физика! У нас такой учитель!*» «*А что тебе не нравится?*» – «*Английский. У нас такая учительница...*». Ученик связывает предмет с его интерпретатором. То же самое делает любая аудитория: запоминает оратора и только потом – то, что он сказал: «*Вот у нас выступал Н., так он сказал, что...*». Сведения крепко привязаны к личности оратора.

В ораторе аудитория хочет прежде всего видеть личность, индивидуальность, непохожесть на других; для аудитории важно, в чем отличительные черты очередного оратора, какую позицию он занимает, можно ли ему доверять. Индивидуальность, непохожесть оратора на других должна быть очевидна для слушателей, ее нужно культивировать, демонстрировать. Не надо стараться «работать под кого-либо», необходимо создавать собственную индивидуальность. Индивидуальность оратора повышает внушаемость аудитории.

В. Гримм критиковал В. Гете за то, что тот употребляет диалектные слова, показывающие, откуда он родом. На это В. Гете говорил: «От своего отказываться нельзя. По реву медведя должно быть слышно, из какой он берлоги».

Д. Карнеги подчеркивал: «Самое драгоценное для оратора – его индивидуальность, лелейте ее и берегите». Оратор должен заботиться о своем имидже, как это делают политики, журналисты, актеры. Все выдающиеся ораторы были индивидуальностями.

Прекрасным оратором в XVI в. был Иван Грозный. Он был очень возбудим, эмоционален и в таком состоянии необычайно красноречив, остроумен, сыпал колкостями.

Д. И. Менделеев, выступая, показывал путь, которым были получены те или иные истины. Он был в равной мере логичен и эмоционален, приводил лишь тщательно отобранные факты. Слушатели очень любили его метод «словесных экскурсий» – отступления в другие науки, в практическую жизнь. Он мастерски менял высоту голоса во время выступления.

К. А. Тимирязев поражал слушателей высокой научностью в сочетании с образностью, художественностью изложения, а также тем, что очень часто сопровождал свои выступления опытами.

Вместе с тем, любая аудитория видит и запоминает личность оратора упрощенно, подводя ее под некоторые стереотипные схемы: безнадежный теоретик, чистый практик, молокосос, старичок, моралист, бюрократ, чиновник, умница, весельчак и балагур и т. д. Необходимо заботиться, чтобы имидж был благоприятным, чтобы вы были восприняты именно так, как вы хотите себя подать.

Взгляд оратора

Взгляд оратора имеет для аудитории очень большое значение. Слушатели полагают, что если оратор на них смотрит, то их мнение и оценка для него важны. А это заставляет их слушать более активно и внимательно. Можно дать следующие рекомендации:

1) оратор должен смотреть на всех слушателей попеременно, не выделяя никого из них персонально;

2) отводить взгляд от аудитории можно ненадолго – при формулировании некой мысли, затем необходимо вновь устанавливать зрительный контакт со слушателями;

3) не выступать, глядя в «пространство», это вызывает недоверие и раздражение слушателей;

4) не смотреть в процессе выступления на пол, на ноги, в окно, в потолок, не рассматривать посторонние предметы. Это ведет к утрате контакта с аудиторией;

5) переводя взгляд по аудитории, делать это медленно;

6) осуществлять зрительный контакт с аудиторией на протяжении всей речи;

7) смотреть на слушателей дружелюбно, взглядом, которым вы встречаете друзей: вы рады взглянуть на каждого, это вам приятно;

8) глядя на слушателя, смотреть ему в глаза. Взгляд в глаза всегда рассматривается как выражение интереса, симпатии, но при одном условии: он должен быть кратковременным, непродолжительным. Длительный, интенсивный взгляд, направленный в глаза слушателя, вызовет у него чувство беспокойства, ощущение оказываемого давления;

9) в большой аудитории следует разделить всех слушателей на сектора и переводить взгляд в процессе выступления с одного сектора на другой, не оставляя без внимания ни один из секторов.

Работа оратора с помехами в поведении слушателей

В поведении слушателей можно выделить *типовые помехи*, которые нередко затрудняют работу оратора.

1. Активная реакция на отвлекающие внешние факторы.

Аудитория, какой бы интересной ни была лекция или выступление, не может не обратить внимания на чей-то интенсивный кашель, посторонние движения, хлопок двери, шелест бумаг и т. д.

Во-первых, не замечать столько, сколько это можно.

Во-вторых, переждать «активные действия», сделать паузу – аудитория не будет отвлекаться долго и, вероятно, сама примет меры.

В-третьих, использовать метод «подключения» – обратить внимание самому, прокомментировать, кратко обсудить со слушателями, а затем сказать *«Ну, достаточно, вернемся к нашей работе»*. Слушатели обычно воспринимают данный прием хорошо.

В-четвертых, можно подойти поближе к слушателям – это будет мешать им отвлекаться.

2. Слушатели переговариваются между собой.

Не принимайте это сразу на свой счет, их разговоры, скорее всего, никак не связаны с речью и тем более с вами лично. Лучше не замечать помеху как можно дольше. Можно также подойти ближе (это весьма эффективно), посмотреть подольше, некоторое время говорить, обращаясь к ним, сделать паузу (можно неожиданную), задать им вопрос *«Вы согласны? / Вы не согласны?»*.

3. Некоторые слушатели зевают.

Не стоит сразу относить это к себе – может быть, слушатель просто устал. Реагировать не стоит, пока вы не поняли, что это уже заметили другие. В таком случае лучше сказать *«Да, здесь стало душно, воздуха не хватает. Вижу, некоторым трудно дышать – может быть, сделаем небольшой перерыв, проветрим комнату?»*.

4. Слушатели встают и уходят.

Не относите это к себе – у них могут быть самые разные причины. Никак не реагируйте, не делайте им замечания, не показывайте, что это вас задевает.

5. С места раздаются реплики несогласия.

Если эти реплики тривиальные – сделайте вид, что не слышали или не поняли. Если же слушатель станет настаивать на своей точке зрения, тогда нужно вступить в дискуссию, но достаточно формально: *«Я понял вашу точку зрения. Но у меня другая, я сейчас (или несколько позже) приведу еще дополнительные аргументы»*.

Если возражение связано не с личными амбициями, а действительно важное, то лучше сказать *«Я вернусь к вашему замечанию немного позже»*, и обязательно сдержите обещание.

Если несогласие высказано в резкой, категоричной форме, то лучше в дискуссию не вступать, сказав *«Я понял вашу точку зрения. Ну что ж, будущее покажет, кто из нас прав»*.

6. С места раздаются грубые, провокационные выкрики.

В аудитории могут оказаться люди с невысокой культурой, которые хотят показать, что оратор не так уж хорош и умен, не так уж и компетентен. Своими репликами они хотят показать себя, выделиться, обратить на себя внимание («комплекс Моськи»).

Если такая реплика являлась разовой, то ее лучше не заметить.

Если это невозможно, не показывайте, что она вас задела или обидела, контролируйте ситуацию. Скажите *«Да...! Ну, тут уж ничего не добавит! (пауза). Ну, а мы все-таки пойдём дальше...»*. Можно сказать и иронически: *«Да, я понимаю ваши проблемы... Но, простите, нам нужно двигаться дальше...»*. Третий прием: *«Я понял ваш вопрос... (хотя это был и не вопрос вообще; это сразу ставит нарушителя в тупик), но мы сейчас, к сожалению, не можем подробно остановиться на этой проблеме...»*.

Не надо ставить провокатора на место – это уже перебранка, а ему только этого и надо. Подчеркнуто вежливо и корректно отвечайте на любые реплики – этим вы покажете свое осуждение.

Если вы уверены в своих силах – наступайте, используя иронию, шутку, сарказм. Для этого надо иметь наготове острые изречения, басни, анекдоты, поговорки, истории (*«Вы знаете, эта реплика напомнила мне случай...»* – общий хохот надолго посадит хама на место, даже если случай имеет косвенное отношение к его реплике).

Еще один путь – попробуйте его похвалить, найти какое-то рациональное зерно в его реплике и используйте ее, чтобы рассказать дополнительно что-либо интересное.

Эффективен также «отложенный ответ». Скажите *«Я понял вашу мысль (вопрос, идею) и отвечу вам в конце, а то сейчас это уведет нас в сторону»*. А в конце, когда время вашего выступления иссякло, обратитесь к аудитории: *«Вот тут был еще вопрос, надо отвечать на него?»*. Обязательно несколько человек крикнут: *«Не надо, все ясно!»* – *«Ну не надо, так не надо. Благодарю за внимание»*.

И еще один путь – если реплика очень грубая, следует сказать *«Простите, я не понял, что вы сказали. Будьте добры, повторите еще раз громче и медленнее!»*. Как правило, второй раз грубость он сказать не сможет. *«Ну, тогда идем дальше»*.

Портрет аудитории

Составление характеристики предполагаемой аудитории – непереносимый этап разработки речи. Умение точно определить особенности аудитории позволяет говорящему выбрать нужный жанр в схожих ситуациях. Например, 200-летняя годовщина предполагает произнесение похвального или торжественного слова, первое рассчитано на единомышленников, положительно относящихся к герою праздника, второе возможно и в критически настроенной аудитории. Особенности аудитории продиктуют оратору и направление в раскрытии содержания, и композицию, и языковые средства выражения.

Важен точный и полный анализ будущей аудитории, помогающий выработать правильную стратегию речи. Вопрос *«Кому?»* – один из важнейших для риторики. Все **параметры аудитории** можно разделить на объективные и субъективные.

Объективные параметры не зависят от оратора и его речи, являются неотъемлемым признаком аудитории. К ним относятся:

1) **демографическая характеристика**, которая, в свою очередь, включает:

а) естественные черты (пол, возраст, национальность, общий уровень образования и культуры);

б) социальное положение (безработные, рабочие, крестьяне, интеллигенция, бизнесмены и т. п.);

в) должность (чиновники, учителя, руководящие работники), т. к. социальная и экономическая характеристики всегда оказывают существенное влияние на взгляды, вкусы и убеждения людей;

г) выявление ситуативных групп, связанных с состоянием общества, государства (например, беженцы, инвалиды).

В отдельных случаях по желанию оратора могут выделяться и другие характеристики, важные для правильного понимания речи, например, родители, соседи по дому, шефы и т. п.

Не все эти характеристики всегда одинаково важны. Если на совете обсуждается новый устав института, то пол и национальность собравшихся не очень повлияют на речь оратора, но важно будет учесть социальный статус слушателей (преподаватели – студенты – технические работники). Однако если в студенческой груп-

пе оратор захочет разъяснить социальную политику правительства, то пол и возраст собравшихся окажутся для него наиболее важными параметрами. Об уровне образования и культуры необходимо подумать в речи на любую тему;

2) **интеллектуальная характеристика**. К ней относятся параметры, описывающие знания и убеждения аудитории. В зависимости от темы речи и ситуации могут быть актуальны три аспекта:

а) уровень профессиональной подготовки слушателей, вообще уровень знаний по предмету речи (специалисты – неспециалисты);

б) политическая ориентация слушателей (демократы, коммунисты) или особенности их мировоззрения (атеисты, верующие);

в) увлечения аудитории (футбольные болельщики, филателисты, спортсмены, владельцы собак или кошек и т. п.).

3) **количественная характеристика** – одна из самых важных характеристик: какое количество слушателей предполагается и в какой мере они знакомы выступающему. По количеству участников различают общение:

а) **межличностное** – имеет место в тех случаях, когда индивидуальные черты слушателя могут быть так или иначе просчитаны и учтены в речи. Здесь возможны две ситуации:

– говорящему известны не только общие демографические, культурные и прочие характеристики слушателя, но и его вкусы, привычки, настроения, и эти сведения можно использовать в речи (оратор знает, что слушатель любит попугаев, поэтому предлагает ему покупать корм «***»); оратор знает о скупости слушателя и поэтому употребляет в речи аргумент к бережливости и т. п.);

– говорящий обращается к носителю определенной роли и лично с ним не знаком (типичный случай – беседы с чиновниками разных уровней): в этом случае индивидуальные черты заранее не известны, однако кое-что о личности собеседника можно вывести из его роли и внешнего вида, а остальное – скорректировать, ориентируясь на его реакцию. На этот вид общения в основном рассчитаны такие жанры, как письмо, просьба, поручение и т. д.;

б) **групповое** – выделяется в тех случаях, когда оратор ориентируется не на индивидуальные, личностные, а на социальные черты слушателей (студенты, коллеги, члены определенной партии), объединенных работой, увлечениями, ситуацией. Число слушателей может колебаться в очень широких пределах, но все-таки это должна быть ограниченная количественно и однородная аудитория. На

этот вид общения обычно ориентированы вузовская лекция, напутственное слово, приказ и т. п.

Как при межличностном, так и при групповом общении говорящий может тут же получить обратную связь. Если непосредственная реакция аудитории недостаточно понятна оратору, он легко может вступить в диалог со слушателями и получить необходимую информацию о степени эффективности общения;

в) *публичное* – рассчитано на многочисленную и неоднородную аудиторию, но все же объединенную чем-либо (местом собрания, социальной принадлежностью). Этот вид общения предполагает точного (хотя и обобщенного) адресата, большие социальные группы: обращение – к учителям города, воззвание – к солдатским матерям, юбилейная речь – к участникам юбилейных торжеств.

Социологи разделяют такую аудиторию на два вида:

– стихийно возникшая, случайная, например, участники юбилейного собрания, участники митинга;

– занимающая определенное место в системе общественных отношений, долговременная (профессиональные, возрастные, этнические группы, например – учителя, студенты).

В первом случае интересы слушателей совпадают временно, случайно; во втором – общность взглядов и интересов устойчива, поэтому проще определить, что объединяет людей;

г) *массовое* – обращение к аудитории через средства массовой информации, интернет. Сложность этого вида общения состоит в том, что, кроме прогнозируемого типа слушателей, выступление слышат и другие, и, следовательно, необходимо подумать о том, какое впечатление выступление произведет и на них. Например, молодежные передачи ориентированы на подростковую аудиторию, но вместе с тем и на родителей; выступление в думе – для депутатов, но и для телезрителей; лекция о культуре – для интересующихся вопросами культуры, для остальных задача – заинтересовать и т. д.

Вторая сложность состоит в том, что при массовом общении отсутствует эффект заражения (!), присущий публичной аудитории, когда настроение активной части слушателей передается остальным, и они дружно смеются, плачут или негодуют от того, что оставило бы их равнодушными в другой ситуации.

Третья сложность состоит в том, что массовое общение является дистрибутивным (лат. *distributus* – разделенный). Для оратора аудитория представляется как массовая, но каждый слушатель си-

дит у себя дома или в кафе и, следовательно, воспринимает общение почти как межличностное. Поэтому массовое общение самое трудное для выступающего.

Как при публичном, так и при массовом общении ограничена возможность обратной связи, что не позволяет оратору быстро оценить эффективность общения и при необходимости скорректировать речь. При публичном общении возможна упрощенная форма обратной связи (оценка поведения, настроения аудитории). При массовом общении обратная связь может быть в виде звонков, анкет, комментариев, дискуссий на форумах.

Субъективные параметры аудитории зависят от того, кто выступает перед ними, и может меняться, если меняется оратор:

1) **социальный портрет** аудитории определяется следующим:

а) степенью известности аудитории оратору. Например, учебная лекция для знакомых лектору студентов может содержать элементы, учитывающие именно их психологические особенности, в то время как лекция для незнакомой аудитории окажется стандартной, усредненной. Чем меньше знакома оратору аудитория, тем большее значение приобретают статусные роли участников общения;

б) равенством – неравенством участников общения. Возможны такие варианты:

– отношения равенства (слушатели являются коллегами, одноклассниками, соседями и т. п. оратора);

– отношения неравенства: в этом случае либо оратор обладает более высоким статусом (начальник по отношению к подчиненным, учитель по отношению к ученикам), либо аудитория состоит из людей с более высоким по сравнению с оратором статусом (например, студент защищает дипломную работу);

2) **отношение к мыслям оратора:**

– **конструктивная аудитория.** У таких слушателей ценностные ориентиры совпадают с теми, что предлагает оратор. Этим людям не надо агитировать, заинтересовывать. Если таких слушателей большинство, выступать нужно коротко и по существу, раскрывать только суть предлагаемого, не повторять общеизвестного;

– **конфликтная аудитория.** Это люди, не разделяющие взглядов оратора, его противники. В данной аудитории выступающему необходимо выяснить причину такой конфликтности: люди ориентируются на другие ценности, отстаивают другую точку зре-

ния или не принимают выступающего как личность и будут возражать независимо от того, что он говорит (сравните: «*Я уважаю вас, Иван Сергеевич, но я категорически не согласен с вашей оценкой революции*» – «*Я терпеть не могу Ивана Сергеевича и буду не согласен с ним, какую бы оценку революции он ни предложил*»). В первом случае с помощью ораторских предосторожностей и весомой аргументации можно попытаться воздействовать на аудиторию и склонить ее к пониманию своей идеи. Во втором же случае лучше отказаться от речи или попытаться сначала изменить отношение аудитории к выступающему. Для этого необходимо задуматься над причиной негативного отношения: если причина в личном отношении (не люблю, потому что он злой, жестокий, брюзга и т. п.), то изменить отношение вряд ли удастся, однако если причина формальная (он коммунист, а я плохо отношусь к коммунистическим идеям; он богат, а я презираю нуворишей; он представитель власти, которая ограбила народ, и т. д.), то можно попытаться показать, что и среди не одобряемой аудиторией социальной, политической и т. п. среды есть приличные люди, которых стоит слушать;

– **соглашатели.** Это люди, у которых пока нет своего мнения по обсуждаемой проблеме. Если аудитория соглашательская, то сначала также нужно оценить причины такого состояния слушателей. Возможно, это люди без определенных убеждений, которые с интересом выслушают и примут любое аргументированное мнение. Но чаще всего это слушатели, которые не имеют по данному вопросу своего мнения только потому, что у них нет достаточных знаний в этой области. Не нужно относиться к ним с пренебрежением. Все люди бывают соглашателями в тех случаях, когда не могут в силу слабой компетентности выработать собственного мнения: например, когда слушают экономистов, спорящих об особенностях той или иной программы выхода из кризиса, или юристов, обсуждающих преимущества или недостатки очередного закона. Ни один человек не может быть одинаково компетентен во всех вопросах, обсуждаемых в обществе, но, если общий культурный уровень у него достаточно высок, он не последует за первым попавшимся красноречивым оратором, а определит, позиция какого специалиста в наибольшей степени отвечает его ценностям и ориентирам;

– **инфантильная аудитория.** Это слушатели, равнодушные к теме выступления, не желающие вникать в суть проблемы. Если аудитория большей частью инфантильна, то, возможно, есть смысл

подумать, в какой сфере лежат ее интересы и потребности, и попытаться связать их с темой своего выступления. В любом случае эта аудитория потребует наибольших усилий от оратора.

Степень конфликтности и заинтересованности аудитории должна быть определена в речи на любую тему и в любой ситуации, но особенно это важно в речах убеждающих, ведь от этой характеристики зависит степень интенсивности воздействия на аудиторию. Грубую ошибку допускает оратор, стремящийся в любой аудитории независимо от ее настроений применить самые сильные средства воздействия: это может привести к отторжению со стороны слушателей. Нельзя для гарантии палить из пушки по воробьям, калибр оружия должен быть соразмерен поставленной задаче. Идеал ораторской деятельности – применить минимальные, но точно ориентированные на конкретных слушателей средства воздействия.

Стратегии борьбы слушателей с оратором

Часто взаимодействие между оратором и аудиторией «тормозится» из-за того, что происходит *«борьба» слушателей с оратором*. Ораторы знают, что внимание и доверие аудитории необходимо завоевать. Почему аудитория не ждет любого оратора с распростертыми объятиями? Почему аудиторию, как правило, необходимо «расшевелить», «достучаться» до нее?

Во-первых, *аудитория инертна*. Будучи собрана вместе, аудитория обычно уже имеет определенное мнение, чем и объясняется часто ее некоторый изначальный скептицизм по отношению к оратору: *«Ну что он может нам рассказать?»*. Конечно, часть аудитории может быть заинтересована в получении информации, однако исследования показывают, что таких людей в среднестатистической аудитории обычно около 30 %; примерно 60 % не имеют мотивации, и их надо заинтересовать, а 10 % обычно вообще «пробить» не удастся, это негативная аудитория, которой ничего не будет интересно или полезно из услышанного (в силу разных причин). Таким образом, основная часть аудитории инертна, что создает эффект пассивного сопротивления аудитории оратору.

Во-вторых, *аудитория склонна сопротивляться* тому воздействию, которое пытается оказать на нее оратор, в силу стремления каждой личности противостоять внушению. Тенденцию к такому противостоянию раскрыл Б. Ф. Поршнев в книге «Социальная психология и история». По его мнению, «всякий говорящий внушает», слушающий же как личность борется против внушения, т. к. не

хочет подчиняться чужому влиянию, не хочет «подпадать под обаяние» оратора, хочет сохранить свою независимость в суждениях, мнениях, эмоциональной сфере. Внушение психологи называют суггестией; борьба же с внушением оратора со стороны его слушателей, по Б. Ф. Поршневу, – «контрсуггестия».

Выделяются три самых распространенных *стратегии* такой «борьбы» слушателей с речевым воздействием оратора:

1) *стратегия избегания* характеризуется следующими признаками: аудитория проявляет невнимание, пропускает мимо ушей важную информацию, ищет и находит повод отвлечься от восприятия выступления оратора, не смотрит на него, стремится сесть подалеже от оратора или просто не является на его выступление. Избеганием является и такой «детский» прием, как закрывание глаз. Избегание проявляется также в уклонении от восприятия той или иной информации. Например, статьи или лекции о вреде курения читают и слушают 60 % некурящих и только 30 % курящих, остальные 70 % курящих просто избегают их;

2) *стратегия подрыва авторитета* основана на том, что источник информации квалифицируется как неавторитетный, не специалист в данной области, и поэтому все то, что он говорит, можно всерьез не воспринимать. Повод для подрыва авторитета оратора всегда может быть найден: или он молодой (яйца курицу не учат), или рядовой человек (она не психолог, а простая мать, какие она может дать полезные советы), или слишком модно одет (он думает только о своей внешности), или одет и выглядит старомодно (он отстал от жизни), или он не специалист в данном вопросе (он терапевт, а не фтизиатр, как он может судить о вреде курения) и т. д.

Подорвать авторитет оратора у слушателей может слишком высокий авторитет у них другого лица. Очень высокий авторитет одного лица может привести к отказу в авторитете всем другим, кроме него (Бога, царя, Сталина, учителя, тренера и т. д.);

3) *стратегия непонимания* заключается в том, что аудитория, слушая оратора, идея которого ей не нравится, интерпретирует такую идею или его аргументы как непонятные, на этом основании отвергая и саму идею, отказываясь вникать в ее смысл. В таком случае аудитория говорит: «Мы не поняли его, мы не поняли, что он хотел нам доказать». Непонимание здесь фиктивное, имеет место просто отказ от восприятия идеи или доводов на основании квалификации их как непонятных.

Оратор должен знать и учитывать способы противостояния ему со стороны аудитории.

Периоды внимания

Для успешного выступления необходимо также иметь в виду, что существуют своеобразные периоды внимания у любого человека: они равны приблизительно 10–15 мин. По истечении такого периода внимание людей падает, затем оно восстанавливается еще на такой же промежуток времени, потом снова падает, а после третьего пятнадцатиминутного периода внимание падает уже существенно.

Таким образом, внимание слушателей падает к 15, 30, 45-й минуте. В эти моменты следует дать им возможность расслабиться и немного отдохнуть. Можно сделать паузу, закончить рассмотрение вопроса, перейти к новой теме, пошутить – словом, дать слушателям возможность осознать, что они отдыхают. Через 45 мин нужно дать большую паузу или сделать перерыв. Кстати, учитывая периоды внимания, мы приходим к выводу, что лучшее выступление – это такое, которое укладывается в минимальный период внимания, т. е. в 10–15 мин. Десятиминутное выступление будет наиболее предпочтительным, т. к. оно целиком обеспечено вниманием аудитории и даже останется некоторый избыток внимания.

Если мы обратим внимание на длительность современных оперативных радио- и теленовостей, информационных передач ведущих информационных агентств мира, то заметим, что они укладываются, как правило, в 10 мин. Таким образом, краткость выступления – гарантия внимания аудитории. Сообщение, закончившееся чуть раньше намеченного срока, хорошо запоминается, положительно оценивается, а оратор получает высокий рейтинг у слушателей. Лучше заканчивать на 2–3 мин до срока, не больше.

«Прекращайте говорить тогда, когда слушатели еще хотят вас слушать» (Д. Карнеги).

Контрольные вопросы к разделу 4

1. Раскройте понятие публичной речи.
2. Назовите и охарактеризуйте роды красноречия.
3. Какие виды красноречия и требования к ним вы знаете?
4. Раскройте понятие риторического канона. Назовите этапы риторического канона.
5. Какие задачи решаются оратором на этапе инвенции?

6. Какие виды речей по цели выделяются в риторике?
7. Раскройте понятие топа. Назовите основные топы.
8. Какие задачи решаются оратором на этапе диспозиции?
9. Назовите задачи вступления, требования к вступлению
10. Какие требования предъявляются к основной части выступления?
11. Какие требования предъявляются к заключению?
12. Какие задачи решаются оратором на этапе элокуции?
13. Какие задачи решаются оратором на этапе мемории?
14. Какие задачи решаются оратором на этапе акции?
15. Что такое рефлексия?
16. Раскройте понятие аргументации и назовите ее компоненты.
17. Каковы требования логики к тезису?
18. Каковы требования логики к аргументам?
19. Виды аргументов по силе.
20. Виды аргументов по отношению говорящего к сообщаемому.
21. Охарактеризуйте стратегии аргументации.
22. Каковы требования логики к публичной речи?
23. Раскройте проблему первого впечатления.
24. Каковы требования к личности оратора?
25. Назовите рекомендации оратору к управлению взглядом.
26. Назовите рекомендации, как работать оратору с помехами в поведении слушателей.
27. Охарактеризуйте объективные параметры аудитории.
28. Охарактеризуйте субъективные параметры аудитории.
29. Охарактеризуйте стратегии борьбы аудитории с оратором.
30. В чем особенность периодов внимания аудитории?

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Настоящее учебное пособие представляет в кратком, доступном для понимания виде необходимый объем теоретического материала по лингвистическим дисциплинам, изучаемым в техническом вузе. Изложенные сведения помогают не только сформировать целостное представление о современном русском языке, но и развить умения и навыки использования языковых единиц в устной и письменной формах общения. Материал учебного пособия направлен на развитие гуманитарной составляющей мышления и интереса к особенностям функционирования современного русского языка – государственного языка Российской Федерации.

В основе учебного пособия лежит современная концепция культуры речи как науки, предполагающая органичную взаимосвязь нормативного, коммуникативного и этического аспектов, изучающих язык во всем его многообразии.

Главная цель пособия заключается в совершенствовании у студентов коммуникативной компетенции, выработке умений вести гармоничный диалог в деловой и повседневной сферах жизни, выступать публично, добиваться успеха в общении.

Учебное пособие предназначено для студентов всех специальностей и направлений подготовки, изучающих курсы «Русский язык и культура речи», «Русский язык как средство делового общения», «Русский деловой язык», «Русский язык», «Грамматика русского языка», «Культура речи», «Культура русской речи», «Риторика», «Ораторское искусство».

Пособие может быть полезно всем, кто стремится расширить знания о русском языке и развить практические навыки эффективного общения в разных сферах деятельности в устной и письменной формах речи.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Боженкова, Р. К. Русский язык и культура речи / Р. К. Боженкова, Н. А. Боженкова, В. М. Шаклеин. – Москва : Флинта, 2016. – 607 с. – ISBN 9785976510043. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=83539 (дата обращения: 20.08.2020). – Текст : электронный.
2. Букина, Е. Я. Деловое общение : учебно-методическое пособие / Е. Я. Букина, Е. В. Климакова ; [авт.-сост.: Е. Я. Букина, Е. В. Климакова] ; Новосиб. гос. техн. ун-т. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2011. – 133, [1] с. ил., фот. – ISBN 9785778216990. – URL: <http://library.kuzstu.ru/meto.php?n=157205&type=nstu:common> (дата обращения: 20.08.2020). – Текст : электронный.
3. Голуб, И. Б. Русская риторика и культура речи / И. Б. Голуб, В. Д. Неклюдов. – Москва : Логос, 2011. – 328 с. – ISBN 9785987046036. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=84998 (дата обращения: 20.08.2020). – Текст : электронный.
4. Ипполитова, Н. А. Русский язык и культура речи / Н. А. Ипполитова, О. Ю. Князева, М. Р. Савова ; под ред.: Ипполитова Н. А. – Москва : Проспект, 2016. – 327 с. – ISBN 9785392193103. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=443580 (дата обращения: 20.08.2020). – Текст : электронный.
5. Леонова, А. В. Русский язык и культура речи / А. В. Леонова. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2012. – 108 с. – ISBN 9785778219939. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=228851 (дата обращения: 20.08.2020). – Текст : электронный.
6. Маслов, В. Г. Культура русской речи / В. Г. Маслов. – Москва : Флинта, 2016. – 161 с. – ISBN 9785976509191. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=58009 (дата обращения: 20.08.2020). – Текст : электронный.
7. Минеева, С. А. Риторика диалога / С. А. Минеева. – Москва : Флинта, 2019. – 223 с. – ISBN 9785976507463. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=482232 (дата обращения: 20.08.2020). – Текст : электронный.
8. Мистюк, Т. Л. Русский язык и культура речи. Стилистика. Теория / Т. Л. Мистюк ; Новосибирский государственный техниче-

ский университет. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2018. – 36 с. – ISBN 9785778237889. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=576422 (дата обращения: 20.08.2020). – Текст : электронный.

9. Русский язык и культура речи : учебник для техн. вузов / под ред. В. И. Максимова, А. В. Голубевой. – Москва : Юрайт, 2009. – 356 с. – (Основы наук). – ISBN 9785978800586. – Текст : непосредственный.

10. Русский язык и культура речи : учебник для студентов вузов / А. И. Дунев [и др.]; под ред. В. Д. Черняк. – Москва : Высшая школа, 2005. – 509 с. – ISBN 5060042057. – Текст : непосредственный.

11. Товт, А. М. Изучаем русский язык и культуру речи / А. М. Товт ; Министерство образования и науки Российской Федерации; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». – Тамбов : Тамбовский государственный технический университет (ТГТУ), 2014. – 128 с. – ISBN 9785826512845. – URL:

http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=277968 (дата обращения: 20.08.2020). – Текст : электронный.

12. Трофимова, Г. К. Русский язык и культура речи / Г. К. Трофимова. – Москва : Флинта, 2017. – 161 с. – ISBN 9785893496031. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=56264 (дата обращения: 20.08.2020). – Текст : электронный.

13. Русская речь : научно-популярный журнал (печатный / электронный). – URL: <https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=8204>.

14. ГРАМОТА.РУ – справочно-информационный интернет-портал «Русский язык». – URL: <http://gramota.ru/>.

**Татьяна Анатольевна Карпинец
Ольга Анатольевна Салтымакова**

**РУССКИЙ ЯЗЫК
КАК СРЕДСТВО КОММУНИКАЦИИ**

Учебное пособие

Печатается в авторской редакции

Подписано в печать 05.10.2020. Формат 60×84/16

Бумага офсетная. Гарнитура «Times New Roman». Уч.-изд. л. 7,5

Тираж 100 экз. Заказ.....

КузГТУ, 650000, Кемерово, ул. Весенняя, 28

Издательский центр УИП КузГТУ, 650000, Кемерово, ул. Д. Бедного, 4а

