

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САМАРСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АКАДЕМИКА С.П. КОРОЛЕВА»
(САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ)

Л. А. КИСЕЛЕВА, Н. Ю. ТЕМНИКОВА

ОСНОВЫ ДЕЛОВОЙ И НАУЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Рекомендовано редакционно-издательским советом федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева» в качестве учебно-методического пособия для обучающихся по основным образовательным программам высшего образования по направлениям подготовки 45.03.01, 45.04.01 Филология

САМАРА
Издательство Самарского университета
2023

УДК 81(075)
ББК Ш1я7
К440

Рецензенты: д-р филол. наук, проф. М. М. Х а л и к о в;
канд. филол. наук, доц. Н. А. З а х а р ч е н к о

Киселева, Лариса Айратовна

К440 **Основы деловой и научной коммуникации:** учебно-методическое пособие / *Л.А. Киселева, Н.Ю. Темникова.* – Самара: Издательство Самарского университета, 2023. – 80 с.

ISBN 978-5-7883-1964-3

В учебно-методическом пособии представлены основные сведения о деловой и научной коммуникации: определяется понятие «коммуникация», выделяются ее функции и виды; описываются особенности речевой коммуникации, специфика устной и письменной, монологической и диалогической речи; рассматриваются жанры устной и письменной деловой и научной коммуникации.

Предназначено для обучающихся по направлениям подготовки 45.03.01, 45.04.01 Филология, и по другим направлениям, а также может быть использовано в процессе преподавания дисциплин, реализуемых в рамках индивидуальной образовательной траектории.

Подготовлено на кафедре русского языка и массовой коммуникации Самарского университета.

УДК 81(075)
ББК Ш1я7

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
1. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ	7
1.1. Определение понятия «коммуникация». Виды коммуникации	7
1.2. Особенности речевой коммуникации	11
1.3. Устная и письменная, монологическая и диалогическая речь.....	13
<i>Задания</i>	15
2. ПИСЬМЕННАЯ ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ.....	16
2.1. Общая характеристика. Требования, предъявляемые к документу.....	16
2.2. Деловая переписка. Структура делового письма.....	18
2.3. Этикет в деловой переписке.....	21
<i>Задания</i>	23
3. УСТНАЯ ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ.....	28
3.1. Монологические жанры устного делового общения....	30
3.2. Диалогические жанры устного делового общения.....	34
<i>Задания</i>	40
4. ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ НАУЧНОГО СТИЛЯ..	43
<i>Задания</i>	47
5. ПИСЬМЕННАЯ НАУЧНАЯ КОММУНИКАЦИЯ.....	50
5.1. Первичные научные жанры: научная статья, монография.....	51
5.2. Вторичные научные жанры.....	55
5.2.1. Аннотация.....	55

5.2.2. Реферат.....	57
5.2.3. Рецензия.....	59
<i>Задания</i>	61
6. УСТНАЯ НАУЧНАЯ КОММУНИКАЦИЯ.....	62
6.1. Общие признаки жанров устной научной коммуникации.....	62
6.2. Монологические жанры устной научной коммуникации.....	63
6.2.1. Лекция.....	63
6.2.2. Научный доклад, научное сообщение.....	66
6.3. Диалогические жанры устной научной коммуникации: дискуссия и диспут	68
6.4. Правила презентации научного доклада (сообщения)...	71
<i>Задания</i>	73
СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	76

ВВЕДЕНИЕ

В предлагаемом учебно-методическом пособии представлены важнейшие сведения, касающиеся деловой и научной коммуникации. Основная цель пособия – способствовать более глубокому осмыслению теоретического материала, связанного с данной проблематикой, его систематизации и закреплению. Кроме того, в соответствии со спецификой жанра авторы пособия ставят перед собой и ряд задач прикладного характера, главная из которых – сформировать навыки составления устных / письменных научных и деловых текстов различных жанров, а также их критического анализа в соответствии с требованиями данных стилей. В качестве речевого материала во многих случаях берутся образцы деловых и научных текстов, работа с которыми призвана содействовать повышению уровня лингвистической и коммуникативной компетенции студентов.

Композиция учебно-методического пособия определяется теми задачами, которые ставят перед собой авторы. Оно состоит из ряда разделов («Основные положения теории коммуникации», «Письменная деловая коммуникация», «Устная деловая коммуникация», «Основные характеристики научного стиля», «Письменная научная коммуникация. Жанры первичной и вторичной научной информации», «Устная научная коммуникация»), каждый из которых строится в соответствии с принципом «от теории – к практике». Так, в начале каждого раздела излагается основной теоретический материал по теме, который подразделяется на пункты, соответствующие главным подтемам. Далее приводится перечень контрольных вопросов, ответы на которые помогут студентам систематизировать и закрепить полученные знания. Наконец, раздел завершается рядом практических заданий творческого характера, поэтапное и последовательное выполнение которых позволит студентам самостоятельно продуцировать устные / письменные деловые

вые и научные тексты различных жанров. Такая структура пособия способствует не только усвоению важнейших теоретических сведений, касающихся деловой и научной коммуникации, но и выработке практических умений и навыков, связанных с данными сферами.

Краткое, конспективное изложение некоторых тем объясняется ограниченным объемом пособия. Поэтому при изучении курса студенты не должны ограничиваться работой с данным пособием, которое носит систематизирующий характер, им необходимо ознакомиться и с основной литературой по дисциплине. В связи с этим в конце пособия приводится список наиболее важной и в то же время доступной для студентов учебной литературы, к которой они могут обращаться при подготовке к практическим и семинарским занятиям.

В ходе подготовки данного пособия авторы опирались на работы таких специалистов в области коммуникативистики, деловой и научной коммуникации, стилистики, культуры речи, речевого этикета, как А. А. Акишина, О. А. Баева, Е. А. Емельянова, М. Н. Кожина, М. П. Котюрова, Ф. А. Кузин, Т. А. Ладыженская, О. А. Михайлова, Н. А. Николина, Л. Г. Павлова, Е. Н. Скаженик, Т. П. Скорикова, М. Ю. Федосюк, Н. И. Формановская, Л. И. Чернышова, И. В. Шалина, Ф. И. Шарков, А. П. Чудинов и др.

При составлении пособия авторы исходили из принципа системности, старались многогранно рассмотреть изучаемые явления.

1. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ

1.1. Определение понятия «коммуникация».

Виды коммуникации

Термин «коммуникация» происходит от латинского слова *communicare*, что значит «связывать, делать общим; общаться». Несмотря на активное употребление данного термина, в науке не существует его общепринятого определения, поскольку в рамках каждой дисциплины, объектом которой является коммуникация, акцентируются те или иные ее характеристики. Во второй половине прошлого столетия проблемы коммуникации рассматривались в рамках не только таких наук, как социология, психология, культурология, философия и т.д., но и прикладных дисциплин (маркетинг, менеджмент, PR и др.). В последние десятилетия сложилась специальная междисциплинарная область исследования, которая первоначально обозначалась термином «теория коммуникации». В настоящее время с ним конкурируют термины «коммуникология» и «коммуникативистика» (англ. «Communication Study», «Communication Science»).

Несмотря на отсутствие единого понимания термина «коммуникация», в учебнике «Основы теории коммуникации» под ред. М. А. Василюка систематизированы основные значения данного термина:

1. Универсальное: коммуникация – это способ связи любых объектов материального и духовного мира.

2. Техническое: коммуникация – путь сообщения, связь одного места с другим, средства передачи информации и других материальных и идеальных объектов из одного места в другое.

3. Биологическое: широко используется в биологии, особенно в разделе этологии, при исследовании сигнальных способов связи у животных, птиц, насекомых и т.д.

4. Социальное: коммуникация – это многообразные связи и отношения, возникающие в человеческом обществе.

Для лингвистики наиболее значимым является последнее определение коммуникации, в соответствии с которым она понимается как особая форма взаимодействия людей в процессе их познавательно-трудовой деятельности. При этом термин «коммуникация» иногда употребляется как синоним к термину «общение». Как отмечает Ю. С. Маслов в учебнике «Введение в языковедение», общение в широком смысле – это передача некоторой информации, преднамеренно или непреднамеренно посылаемой отправителем и воспринимаемой получателем, поэтому общение существует не только в человеческом коллективе, но и в животном мире. Человеческое общение существенно отличается от общения животных, является качественно более сложным. Оно всегда основывается на стихийном или сознательном усвоении языка говорящим и слушающим, не на врожденном, а на приобретенном знании.

Вместе с тем некоторые исследователи разграничивают понятия коммуникации и общения, полагая, что первое предполагает прежде всего передачу информации, тогда как второе является более широким, включает в себя различные формы взаимодействия людей, обмен мыслями и чувствами.

Если иметь в виду классификацию видов коммуникации, то наиболее известной является типология, предложенная Ф. И. Шарковым. В своей книге «Основы теории коммуникации» он выделяет следующие виды коммуникации.

1. По масштабности процесса коммуникации и массовости вовлекаемых в него лиц:

а) массовая коммуникация: представляет собой систему взаимосвязей, позволяющую получить практически одновременный доступ к социально значимым сообщениям большому числу лю-

дей, независимо от места нахождения, положения, социального статуса (например, СМИ, Интернет). Как правило, массовые коммуникации осуществляются специализированными организациями (издательства, агентства, редакции, студии);

б) среднего уровня: ограниченная в масштабах социальных групп и организаций – внутриорганизационные коммуникации, которые представляют собой взаимодействие в пределах организации. К таким коммуникациям можно отнести взаимодействие члена организации с ее структурными подразделениями, а также структурных подразделений организации между собой;

в) локальная: внутрисемейная и др.;

г) внутригрупповая: взаимодействие не выходит за рамки определенной группы;

д) межгрупповая: между различными группами или внутри большой группы с ее достаточно самостоятельными подгруппами;

е) межличностная (диадная): между отдельными людьми. Обе стороны выступают в качестве и передающей, и принимающей стороны. Обратной связью является ответ каждого участника;

ж) внутриличностная: общение с самим собой. Возникает внутри индивидуума в том случае, если человек обсуждает проблемы сам с собой, ищет решения, задает себе вопросы и сам же отвечает на них.

2. По способу установления и поддержания контакта коммуникации подразделяются на следующие виды:

а) непосредственные (прямые);

б) опосредованные (дистанционные).

3. По инициативности коммуникаторов коммуникации делятся на:

а) активные;

б) пассивные.

Если коммуникатор воздействует на реципиента, который не реагирует на послания, то последний играет пассивную роль, а данная коммуникация в целом также является пассивной. Коммуникация становится активной, если все коммуникаторы иницируют послания и сразу же реагируют на полученную информацию своими действиями.

4. **По степени организованности** коммуникации подразделяются на следующие виды:

- а) случайные;
- б) неслучайные (организованные).

Случайные коммуникации возникают стихийно: обмен информацией происходит случайно во время незапланированных заранее встреч, при этом могут обсуждаться и приниматься достаточно важные и ответственные решения.

5. **В зависимости от направления потока информации** коммуникации подразделяются на:

а) горизонтальные. Происходят между членами группы, имеющими равный ранг в системе управления организацией, между друзьями, равнозначными группами в обществе;

б) вертикальные. Вертикальные коммуникации, в свою очередь, подразделяются на нисходящие и восходящие. Коммуникативный поток, который перемещается от одного уровня в группе или организации к другому, более низкому уровню, называется нисходящим (общение начальника со своими подчиненными). Восходящая информация от более низкого к более высокому уровню используется для обратной связи подчиненных с руководителем с целью информирования о результатах работы и текущих проблемах.

6. **В зависимости от используемых знаковых систем** коммуникации подразделяются на:

- а) вербальные;

б) невербальные.

7. *По характеру кодирования с учетом специфики получателя (адресата):*

а) публичные – коммуникации, обладающие экспрессией, рассчитанные на массовые аудитории;

б) личностные (индивидуальные) – рассчитанные на получение сообщения только конкретным индивидом;

в) конфиденциальные – разновидность личностных коммуникаций, не рассчитанных на восприятие третьим индивидом.

8. *По характеру процесса, с учетом его результативности* коммуникации подразделяются на следующие виды:

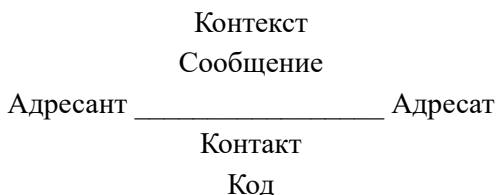
а) эффективные (успешные);

б) неэффективные.

Таким образом, коммуникация выступает как организованный процесс, который проявляет свою специфику на разных уровнях.

1.2. Особенности речевой коммуникации

Речевая коммуникация является самой распространенной и имеет довольно сложное устройство. Структура речевой коммуникации была детально описана Р. О. Якобсоном:



В соответствии с этими факторами Р.О. Якобсон выделил такие функции языка, как:

1) экспрессивная, или эмотивная (выражения);

- 2) конативная (усвоения);
- 3) референтивная (коммуникативная, когнитивная, номина-
тивная, денотативная);
- 4) фатическая (контактоустанавливающая);
- 5) метаязыковая;
- 6) поэтическая (эстетическая).

Экспрессивная (от лат. *expressio* «выразительность»), или эмотивная (от лат. *emovere* «возбуждать, волновать»), функция предполагает выражение эмоционального состояния говорящего, а также его отношения к предмету речи, адресату или к самому себе. Эта функция ориентирована на говорящего, поэтому в таких случаях важно не само сообщение, а отношение к нему. К эмотивному фонду относят междометия (*ай, ох, увы* и т.д.), названия эмоций (*страшно, любить, волнение* и под.), ласкательные и бранные слова (например, слова с суффиксами субъективной оценки: *дружок, солнышко* и др.), интонацию и т.д.

Конативная (от лат. *conatus* «попытка»), или апеллятивная (от лат. *apellatio* «обращение, жалоба»), функция связана с воздействием на адресата речи. В наиболее чистом виде эта функция реализуется с помощью использования обращения и императива, что грамматически выражается формой повелительного наклонения глаголов (*Посмотри!*).

Референтивная (от лат. *referens (referentis)* «сообщающий») функция связана с обозначением реалий мира. Она ориентирована на то, о чем идет речь, и в процессе коммуникации является самой важной, поскольку передает информацию о предмете. В тексте (устном или письменном) данная функция реализуется с помощью таких фраз, как: *Внимание, микрофон включен; Как сказано выше* и т.п.

Фатическая (от лат. *fatus sum, fari* «говорить») функция проявляется в речи благодаря использованию высказываний, кото-

рые имеют целью установление, продолжение и прекращение коммуникации (*Послушай! И что дальше? Прекрати!*). К средствам реализации фатической функции относят также высказывания, имеющие целью проверку каналов связи (ср.: *Ты меня слышишь?*).

Все те высказывания, которые направлены на выяснение свойств языка, отвечают *метаязыковой* функции (от греч. *meta* «после, за, между»). Она соответствует коду и широко реализуется в период усвоения ребенком родного языка, в процессе обучения иностранным языкам, в высказываниях о языке, лекциях по языкознанию, в словарях, грамматиках и т.д.

Установка на то, чтобы сообщение своей формой и/или содержанием соответствовало эстетическим запросам адресата, создает *поэтическую* функцию, которая ориентирована на сообщение как таковое. Данная функция реализуется в произведениях художественной литературы, прежде всего в поэзии.

1.3. Устная и письменная, монологическая и диалогическая речь

С точки зрения формы речь может быть устной или письменной. Устная речь – это первичная форма существования любого языка, тогда как письменная речь вторична, она возникла из необходимости передать информацию собеседнику, отдаленному во времени или в пространстве. Различия между устной и письменной речью представлены в табл. 1.

Таблица 1

№	Признаки	Устная речь	Письменная речь
1.	Форма реализации.	Звучащая, произносимая речь, поэтому она необратима во времени.	Графически закреплена, поэтому к ней можно не раз возвращаться, редактировать.

Окончание таблицы 1

№	Признаки	Устная речь	Письменная речь
2.	Порождение формы.	Как правило, спонтанна, не подготовлена, отсюда ее синтаксическая неупорядоченность, упрощенность, относительная бедность в лексическом и грамматическом плане.	Заранее продумывается, обрабатывается, следовательно, она более синтаксически упорядочена, точнее в передаче мыслей, богаче в лексическом и грамматическом отношении.
3.	Отношение к адресату.	В основном диалогична, для нее необходим конкретный собеседник. Поэтому она ориентирована на собеседника, зависит от его реакций.	В основном монологична, не зависит от реакции адресата, да и сам адресат обычно неконкретен, обобщен.

В зависимости от количества участников выделяют два вида устной речи: монолог и диалог. Диалог – это непосредственный обмен высказываниями между двумя или более лицами, монолог – это речь одного человека, не предполагающая обмена репликами с другими лицами. Реплики участников диалога – это не просто формальное соединение высказываний каждого, они тесно связаны друг с другом по смыслу. Монолог же отличается тем, что слушатели или читатели не участвуют непосредственно в создании речи, их ответная реакция только угадывается говорящим. Выделяют следующие черты монолога: 1) непрерывность; 2) последовательность, логичность речи; 3) относительная смысловая законченность; 4) тематичность (развертывание одной темы); 5) усложненность построения и т.д.

Задания

Задание 1. Ознакомьтесь со статьей А. В. Кравченко «Коммуникация и язык: некоторые соображения о предметной области коммуниквистики» (<https://naukaru.ru/ru/nauka/article/88/view>). Ответьте на следующие вопросы:

1. Почему автор критически оценивает традиционное понимание языка и коммуникации?
2. Какой подход к определению предметной области коммуниквистики предлагает исследователь?

Задание 2. Приведите примеры речевых сообщений, иллюстрирующих указанные выше функции коммуникации.

Задание 3. В соответствии с приведенной выше классификацией типов коммуникации охарактеризуйте следующие ситуации общения:

- 1) в семье (родители – ребенок);
- 2) в студенческой группе (студент – студент);
- 3) в коллективе (начальник – подчиненные);
- 4) в телеэфире (журналист-интервьюер – звезда кино).

Задание 4. Прокомментируйте следующую ситуацию: в вагоне метро сидит пассажир с закрытыми глазами. Можно ли рассматривать его поведение как коммуникацию?

Задание 5. Охарактеризуйте свое индивидуальное коммуникативное пространство. Какие типы коммуникации представлены в вашей повседневной жизни?

Задание 6. С опорой на произведения художественной литературы приведите примеры монологической и диалогической речи.

2. ПИСЬМЕННАЯ ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ

2.1. Общая характеристика.

Требования, предъявляемые к документу

Письменное деловое общение – общение посредством документов, фиксирующих социально-правовые отношения: деловых писем, договоров, соглашений, приказов, протоколов и т.п. Поскольку процесс деловой коммуникации всегда регламентирован, подчинен правилам, связанным прежде всего с принципами профессиональной этики, документ должен соответствовать определенным требованиям. К современному документу предъявляются следующие требования: 1) точность; 2) достоверность; 3) аргументированность; 4) полнота информации; 5) стандартизованность; 6) лаконизм (краткость) изложения.

Точность выражается в активном употреблении средств, которые помогают достичь исчерпанности предмета сообщения – специальных терминов: юридических, экономических, канцелярских: *извещение, дубликат, директивный документ, классификационный индекс, лицевой счет*; в ограниченном использовании синонимов и, как следствие, в частотности лексических повторов, а также в употреблении языковых единиц, создающих жесткий текстовый каркас и особую семантическую зависимость одного компонента предложения от другого: *многочленных словосочетаний, состоящих из глагола и развернутой именной части (... соблюдайте установленную инструкцией скорость движения) или из цепочки падежных форм существительных (порядок составления и выполнения плана железнодорожных перевозок; ...в должности помощника оператора информационных систем управления).*

Достоверность. Согласно ГОСТ Р-ИСО 15489-1-2019 «Национальный стандарт Российской Федерации. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Ин-

формация и документация. Управление документами», достоверным является документ, содержание которого можно считать полным и точным представлением подтверждаемых операций, деятельности или фактов; которому можно доверять в последующих операциях или в последующей деятельности. Документы должны быть созданы во время или сразу после события, к которому они относятся, лицами, достоверно знающими факты, или системами, обычно используемыми при проведении данной операции.

Аргументированность. Как пишет Н. В. Михалкин в своем учебном пособии «Логика и аргументация для юристов», аргументация – это целенаправленный логико-психологический процесс утверждения образа (модели) или системы ценностей в сознании субъекта воздействия. Аргумент (от лат. *arguere* «представлять, приводить, доказывать») – суждение, основанное на конкретных фактах, эмпирическом опыте или теоретических положениях и используемое для обоснования тезиса. В теории аргументации под тезисом (греч. *thesis*, от *tithemi* «ставлю») понимают положение, которое доказывающая сторона находит нужным внушить аудитории, сделать составной частью ее убеждений. Обосновать тезис – значит привести такие аргументы, которые были бы достаточными для утверждения его истинности или приемлемости.

Полнота информации. Информация, содержащаяся в документе, не должна быть избыточной: здесь нет места повторам и сведениям, не имеющим прямого отношения к делу. В то же время она должна быть достаточной для решения поставленных деловых задач. Полнота информации – одно из главных условий, обеспечивающих практическую и правовую ценность документа.

Стандартизированность обнаруживает себя в широком использовании языковых формул – стандартных (устойчивых) оборотов (*поставить вопрос, оказать содействие, заключить договор, по истечении срока, в установленном законом порядке*),

клишированных фраз (*Прошу уволить меня по собственному желанию, Довожу до Вашего сведения...*) и т.п. Их наличие в деловой письменной речи объясняется повторяемостью ситуаций и относительной тематической заданностью официально-деловой коммуникации. Такие формулы выступают как юридически значимые компоненты текста или являются элементами, определяющими его видовую принадлежность (например: *Оплату гарантируем. Наш расчетный счет...* (в гарантийном письме); *... в противном случае дело будет передано в арбитражный суд* (в письме-претензии).

Лаконизм (от греч. *lakonismos* «краткость, сжатость») – экономное использование языковых средств, а также вообще чувство меры, сдержанность. Лаконизм проявляется в общем деловом тоне документа, компактности его формы, изложении сведений по существу, точности обозначения предмета речи.

Требованием официально-делового стиля является также запрет на передачу субъективного мнения и, как следствие, на употребление эмоционально окрашенной лексики. В письменных документах не используется лексика, имеющая разговорную стилевую окраску. Неспециальная лексика и фразеология характеризуется здесь однозначностью и отсутствием образности.

2.2. Деловая переписка. Структура делового письма

Основным видом письменных текстов, используемых в официально-деловой коммуникации, являются письма. Под деловым письмом понимают краткий (как правило, не более 1–2 страниц) документ, касающийся одного вопроса (или нескольких тесно взаимосвязанных между собой вопросов) и предназначенный для осуществления оперативного информационного обмена между предприятиями (организациями, учреждениями), их структурными подразделениями или должностными лицами (И. Н. Кузнецов). Письма составляются по самым разным деловым поводам, о чем

свидетельствует многообразию их видов: *приглашение; поздравление; просьба; запрос; требование; согласие; отказ; жалоба; оферта; претензия* и т. д.

По сравнению со многими другими документами (заявлением, служебной запиской, докладной запиской и т.п.), письмо в наибольшей степени требует от составителя коммуникативной компетентности. Структура письма должна быть строго выдержана. Основной текст можно условно разделить на две части – информационную и служебную. Информационная часть – это собственно текст письма, несущий основную смысловую нагрузку и потому представляющий наибольшую ценность для адресата. Служебная часть – это вспомогательные элементы, открывающие и подытоживающие текст. Безусловно, с информационной точки зрения служебная часть делового письма представляется менее значительной, второстепенной. Тем не менее она призвана выполнять ряд исключительно важных функций. Эта часть обычно включает: приветствие; обращение к адресату; лид-абзац; заключительную формулу вежливости; подпись отправителя; постскрипtum.

Остановимся на таком композиционном элементе письма, как лид-абзац. Его цель – упростить процесс ознакомления с текстом, пояснить тему письма, мотивы его написания, обеспечить смысловую подводку к основному содержанию. В этой части документа используются выработанные многолетней практикой дискурсивные маркеры типа: *В связи с отсутствием финансовой помощи...; В связи со сложной экономической ситуацией...; В порядке проведения совместной работы...* и т. д. Формулировка лид-абзаца в значительной степени предопределяется видовой принадлежностью делового письма и призвана эксплицировать соответствующий речевой замысел: сообщить, высказать просьбу или требование, выразить благодарность или предъявить претензию.

Например: *Просим оказать содействие...; Просим выслать в наш адрес...* (в письме-просьбе); *Направляем информацию...; Посылаем справочную литературу...* (в сопроводительном письме); *Сообщаем, что...; Ставим Вас в известность о том, что...* (в письме-извещении). В ряде случаев функцию лид-абзаца отчасти выполняет реквизит «Заголовок к тексту» (например: *Об участии в семинаре; О предоставлении документов; О задержке поставки мебели* и т.п.).

Составляя деловое письмо, нужно строго придерживаться логической схемы его содержания. Так, **письмо-запрос** включает: 1) обоснование актуальности запроса; 2) содержание запроса; 3) ожидаемый результат, если просьба будет выполнена; **сопроводительное письмо** состоит из следующих блоков: 1) сообщение о высылаемом материале; 2) уточняющие сведения; **письмо-просьба** обязательно должно включать: 1) изложение причины, побудившей обратиться с просьбой; 2) изложение просьбы; 3) ожидаемый результат, если просьба будет удовлетворена, выражение готовности к дальнейшему сотрудничеству.

В тексте письма важно обратить внимание на синтаксическое строение фразы. Отсутствие в деловой письменной речи активной, формирующей смысл интонации компенсируется принципом «линейной» подачи информации. Сначала в предложение вводится вспомогательная информация, а затем – основная, причем основная помещается после сказуемого, а вспомогательная – в начале предложения до сказуемого. Например: *В связи со сложной экономической ситуацией в мире мы вынуждены повысить цены на ... с 01.07.20__ года в среднем на ...%; При проведении проверки расчетов по платежам в бюджете с ГНИ № 26 обнаружилось, что по состоянию на 17 июля 20__ года Вами не уплачен налог. Задолженность составляет...*

2.3. Этикет в деловой переписке

Официальность и регламентированность деловых отношений, их подчинение установленным правилам и ограничениям предполагают соблюдение норм делового этикета. В документах регламентированность отношений между адресантом (автором документа) и адресатом (получателем) выражается с помощью речевых этикетных формул обращения и прощания, а также соблюдением общей тональности послания в рамках корректности и учтивости.

Этикетные формулы не только придают письму необходимый тон вежливости и почтительности, но и свидетельствуют о характере взаимоотношений между отправителем и получателем корреспонденции.

Среди этикетных формул особую роль играет приветствие. Оно представляет собой начальную (вводную) формулу вежливости, предназначенную прежде всего для сокращения психологической дистанции между участниками деловой переписки, создания предпосылок для конструктивного диалога. Приветствие предшествует обращению к адресату и тесно связано с ним.

Обращение к адресату – еще один этикетный элемент делового письма. Специфической особенностью обращения является употребление в конце его восклицательного знака, указывающего на особое значение, придаваемое отправителем письма данному речевому жесту. Функциональное назначение обращения – демонстрация уважительного отношения к адресату. Чаще всего в качестве обращения используются либо имена собственные (фамилия, полное имя или имя, отчество адресата), либо социальные маркеры: *колеги, друзья*; наименования должности, титула, специального или почетного звания: *господин директор, господин президент, господин профессор, товарищ генерал*. Обращение в официальном письме может содержать слово *уважаемый*, которое употребляется

как нейтральная формула вежливости, например: *Уважаемый Иван Иванович! Уважаемый господин директор! Уважаемый товарищ генерал! Уважаемые коллеги!*

Заключительная формула вежливости – еще один обязательный элемент делового письма. В качестве такой формулы используются следующие выражения: *С уважением, ... ; С неизменным уважением, ... ; С глубоким уважением,*

Согласно требованиям речевого этикета, составителю делового письма не рекомендуется:

– побуждать адресата к спешке при вынесении решения словами *Срочно, Незамедлительно, В возможно более короткие сроки*. Более приемлемыми являются формулы: *Прошу Вас ответить до такого-то числа, Убедительно прошу Вас сразу же сообщить о своем решении;*

– навязывать адресату ожидаемый исход освещаемого в письме вопроса, например: *Прошу изучить и решить вопрос положительно; Прошу утвердить эту кандидатуру* и т.п.;

– намекать получателю письма на его предполагаемую невнимательность, вводя в заключительный текст письма следующую формулировку: *Предлагаю внимательно изучить...*;

– начинать послание с констатации отказа, в тех случаях, когда выполнение просьбы или поручения не представляется возможным. Вначале следует изложить мотивацию принятого решения и дать понять, что при определенных обстоятельствах к рассмотрению вопроса можно вернуться. Только тогда отказ не произведет резко негативного впечатления.

Для получателя официальной корреспонденции обязательным требованием с точки зрения этических норм является оперативный и четкий ответ организации-отправителю. Задержка или отсутствие ответа может рассматриваться как нежелание сотруд-

ничать и привести к разрыву деловых отношений. Обычно ответ дается в течение недели – десяти дней.

Задания

Задание 1. Прочитайте слова и словосочетания. Выделите те из них, которым свойственна окраска официально-делового стиля.

Акционерное общество, альтернатива, банк данных, бартер, безработица, бумагомаратель, вознаградить за труды, возложить обязанности, горячая линия, догма, донесение, одновременное пособие, жилищный фонд, жилье, залогодатель, информационное пространство, исправленному верить, консенсус, мораторий, надлежащий, несоблюдение, нетрудоспособность, оказать содействие, ответчик, принять к исполнению, подсадная утка, произвол, чудесный случай, ходатайствовать, санкция, спонсор, стагнация, привлечь к ответственности, провести красной нитью, в установленном законом порядке, посоветовать, проводить исследование, прогулка, произвести ремонт, просрочка, учредитель, что и требовалось доказать, электорат.

Задание 2. Восстановите стандартные формулы (клише) официально-делового стиля, подобрав к приведенным существительным а) глаголы; б) согласованные и несогласованные определения. С несколькими из полученных словосочетаний составьте предложения.

Образец выполнения задания:

а) *приказ – издать приказ;*

претензия – предъявить претензию.

Заказчик вправе предъявить претензии фирме производителю.

б) *доводы – веские доводы; доводы оппонента;*

действия – несанкционированные действия, действия руководства.

Несанкционированные действия исполнителей привели к срыву поставок товара.

А) Акт, благодарность, виза, выговор, действия, доводы, договор, договоренность, документ, должностной оклад, задолженность, заявка, иск, контроль, кредит, меры, необходимость, обслуживание, отношения, платеж, порицание, постановление, предложение, предписание, расписка, расчет, резолюция, резюме, рекламация, рентабельность, санкции, скидки, содействие, соглашение, сотрудничество, справка, счет, требование, учет.

Б) Действия, документация, лицо, меры, необходимость, нетрудоспособность, обслуживание, обстоятельства, оплата, ответственность, отношения, период, плата, полномочия, порядок, пособие, рассмотрение, рентабельность, скидки, сотрудничество, срок, счет, удостоверение, учет, ущерб, цена.

Задание 3. Составьте предложения с опорой на следующие пары словосочетаний, используя предлоги *благодаря, из-за, по причине, вследствие, в связи с.*

Срыв поставок – расторжение договора; непредвиденные обстоятельства – задержка отправки товара; эффективная работа отдела рекламы – повышение спроса на выпускаемую продукцию; плохой урожай – повышение цен на зерно; внедрение новой технологии – повышение качества продукции; потеря рабочего времени – низкая производительность труда.

Задание 4. Определите вид приведенных ниже коммерческих писем (запрос / ответ на запрос; предложение (оферта) / ответ на предложение; рекламация / ответ на рекламацию). Напишите ответ на эти письма.

1. Ссылаясь на переговоры с Вашим представителем в апреле этого года, высылаем Вам коммерческое предложение на

оптовые партии чугунных ванн с указанием минимального количества поставки по всем предлагаемым типам.

2. Благодарим за каталог, который Вы прислали, и сообщаем, что мы заинтересованы в импорте термостатов с интегрированным датчиком температуры «Schroff». Просим сделать нам предложение на 100 термостатов с приложением всех необходимых чертежей и указанием рода упаковки. Просим указать в предложении кратчайший срок, в который Вы сможете отгрузить указанное количество товара.

3. Уважаемый _____

Крайние обстоятельства заставляют нас обратиться непосредственно к Вам.

23 сентября 2022 г. мы оплатили два счета завода за 60 пакетов радиаторов на общую сумму 117 748,5 рублей.

Наши предприятия долгие годы связывают партнерские отношения, поэтому мы с пониманием воспринимаем проблемы завода и переносы сроков отгрузки оплаченных нами радиаторов.

Вместе с тем прошло уже почти два месяца с момента предоплаты. У нас возникли серьезные проблемы как в связи с отсутствием радиаторов, так и в связи с отсутствием оборотных средств, находящихся у Вас.

В сложившейся ситуации убедительно просим Вас найти возможность отпустить нашей фирме не менее 80% оплаченных нами радиаторов.

Задание 5. Составьте письма-приглашения с предложениями принять участие в следующих мероприятиях: а) студенческой научной конференции; б) выставке технического оборудования; в) выставке-продаже бытовой техники. Постарайтесь построить письма таким образом, чтобы заинтересовать приглашенных.

Задание 6. Составьте письмо с рекламой семинара «Речевая культура современного руководителя». Постарайтесь убедить потенциального адресата принять участие в семинаре с помощью следующих приемов: а) описания того, какие возможности откроет перед адресатом рекламируемое мероприятие; б) приведения соответствующих фактов и мнений; в) приведения ссылок на многолетний опыт работы и отличные результаты и т.п.

Задание 7. Рассмотрите ситуацию: Вам необходимо написать ответы на электронные письма. Какую формулу персонального обращения к адресату Вы выберете, если в подписи, которой заканчивается письмо, требующее ответа, значится: 1) «Светлана Котова»; 2) «Светлана Васильевна Котова, главный бухгалтер ООО «Трензор»».

Задание 8. Прочитайте формулы обращения, используемые в деловых письмах. Продолжите текст писем одной-двумя фразами. Оформите свои ответы в виде табл. 2.

Таблица 2

Уважаемый господин... (фамилия)! Уважаемая господа... (фамилия)! Уважаемые господа!	Наиболее общая формула обращения.
Уважаемый господин мэр! Уважаемый господин директор!	При обращении к должностным лицам высших и центральных органов государственной власти, президентам (председателям) обществ, компаний, фирм.
Уважаемый доктор! Уважаемый мэр!	В обращении к адресату, имеющему звание.

Уважаемый судья!	
Уважаемый товарищ... (фамилия)!	К члену КППРФ и других партий левого толка.
Уважаемый Иван Иванович!	В письмах-поздравлениях, приглашениях, извещениях.
Уважаемые коллеги!	При обращении к лицам одного профессионального круга.
Уважаемые друзья!	В письмах-поздравлениях, обращенных к коллективу.

Задание 9. Вспомните заключительные формулы вежливости в деловом письме. Как они соотносятся с содержанием письма, а также с формулой обращения?

С уважением

Ваш

Искренне Ваш

Весьма искренне Ваш

Примите мои наилучшие пожелания

С наилучшими пожеланиями

С благодарностью

Преданный Вам

Задание 10. Компания получила письмо от клиентов, и неопытному начальнику отдела сбыта было поручено написать отказ. Прочитайте составленный им документ и исправьте те его элементы, которые не соответствуют требованиям речевого этикета. Отредактируйте документ.

Наша компания получила Ваше письмо с предложением об изменении срока поставки копировального оборудования. Скажем сразу: Вашу просьбу мы выполнить не можем ввиду невозможно-

сти наших деловых партнеров привезти его на склад. Следовательно, оборудование будет поставлено Вам только в срок, указанный ранее в договоре.

Искренне Ваш,
начальник отдела сбыта Пупкин Д. В.

Задание 11. Составьте письмо-отказ, смягчив гнев адресата с помощью использования этикетных речевых средств: показав, что письмо адресата внимательно прочитано, отметив достоинства адресата, сославшись на обстоятельства, побудившие к отказу.

Задание 12. Составьте письмо-просьбу по поводу оказания спонсорской помощи детскому саду с учетом требований речевого этикета. Адресата выберите самостоятельно.

3. УСТНАЯ ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Деловая коммуникация осуществляется не только посредством обмена деловыми документами, но и в устной форме. К традиционным жанрам устной деловой коммуникации относятся деловые беседы, совещания, собрания, переговоры, разнообразные деловые встречи, презентации и т.д. Владение перечисленными жанрами делового общения входит в профессиональную компетенцию не только менеджера или руководителя, но и практически любого современного специалиста.

Устное деловое общение, отвечая в основных чертах требованиям официально-делового стиля, существенно отличается от общения письменного (об отличиях устной и письменной форм речи см. п. 1.3 настоящего пособия). Так, если договор, приказ или любой другой документ требует кропотливой и сложной работы,

пишется сначала вчерне, затем обсуждается, редактируется и утверждается, то в устных жанрах (в особенности диалогических) момент продуцирования речи, как правило, совпадает с моментом обдумывания и с моментом произнесения. Иными словами, говорящий обдумывает «что сказать» и «как сказать» в самом процессе речи, что требует более напряженной работы сознания.

Кроме того, устная речь связана с большими энергозатратами и для адресата (слушателя), максимальной концентрацией внимания: если письменный текст можно перечитать несколько раз, то для устной коммуникации возможность возврата к предшествующему тексту, как правило, исключена или существенно ограничена. В этой связи текст устной речи в структурном отношении должен быть прозрачным, здесь нецелесообразно использовать книжные синтаксические конструкции, отличающиеся большим количеством слов, обилием сложных и осложненных предложений, например: *Стороны освобождаются от ответственности, если сторона, для которой возникли препятствия подобного рода, обязана уведомить другую сторону не позднее, чем за десять дней, о начале и об окончании вышеуказанного препятствия.*

Неуместны в устном деловом общении и свойственные письменной речи канцелярские обороты типа *вышеуказанные препятствия, вышепоименованные лица, ненадлежащее качество* и т. п. Устная речь имеет собственный арсенал лексико-фразеологических средств, которые ассоциируются с непринужденностью, разговорностью общения: вводных слов типа *в общем, скорее всего, короче, короче говоря, в двух словах* и т. п., устойчивых выражений: *остаться при своих интересах, пустить на самотек, завязать отношения*; профессиональных идиом: *расписать сумму, разнести по ведомостям, поднять отчетность, снять с баланса, наработать связи, выйти на потребителя*,

запустить в работу и т. п. Использование подобных выражений создает особое стилистическое своеобразие устной деловой речи.

Еще более заметны отличия деловой письменной речи от речи устной на текстовом уровне. Каждый деловой документ имеет жесткий текстовый каркас – структуру, представляющую собой совокупность элементов оформления содержания, расположенных в строго определенной последовательности. Формы, в которые облекается устное деловое общение, стандартизованы в значительно меньшей степени, претерпевают влияние, с одной стороны, устной спонтанной речи (это касается диалогических жанров), с другой речи – речи публицистической (в сфере жанров монологических).

Таким образом, устная деловая речь должна соответствовать стилистическим требованиям непосредственного общения, быть доступной для восприятия и запоминания, живой и выразительной.

Устное деловое общение осуществляется в двух основных формах – монологической и диалогической (подробнее о различиях диалогической и монологической речи см. выше, в п. 1.3).

3.1. Монологические жанры устного делового общения

Монологическая деловая речь представлена следующими жанрами:

- приветственное слово;
- поздравление;
- торговая (рекламная) речь;
- доклад и отчет.

1. *Приветственное слово.* Этот жанр относится к так называемым протокольным (рамочным) речам, то есть выступлениям, не являющимся центром мероприятия, но обрамляющим событие. Задача такого рода речи состоит в том,

чтобы настроить собрание на соответствующий тон, отвлечь от собственных проблем и объединить в желании сопереживать предстоящему мероприятию. Поэтому основным содержанием вступительного слова обычно бывает описание роли и места мероприятия в жизни аудитории.

Приветственная речь начинается с указания на ситуацию – сообщения повода и характера мероприятия. Далее дается оценка специфики мероприятия и его аспектов.

Основная часть в этом жанре речи не требует строго определенного содержания. Оно в большой степени зависит от личности говорящего и характера мероприятия. Здесь уместно практически любое содержание, которое реализовывало бы задачу речи – настроить слушателей на положительное и заинтересованное восприятие последующих событий.

В приветственной речи обязательно должна быть выражена благодарность соответствующим лицам и организациям. Она может стоять отдельной микротемой, если есть очевидный объект благодарности, или вставляться маленькими кусочками в другие микротемы, если благодарят всех понемногу – гостей, коллектив, организаторов, спонсоров и т. п.

Уместно в этом жанре описание того, что ждет гостей на мероприятии: краткое предъявление программы. Здесь же оратор может поприветствовать или представить выступающих следом за ним.

В заключение речи обязательно выражается уверенность в успехе мероприятия.

2. **Поздравительная речь** – один из наиболее распространенных эпидейктических (от др.-греч. *ἐπι* «сверх» и *δείξις* «указание») жанров риторики, цель которого – доставить удовольствие адресату, создать у него приподнятое эмоциональное состояние, вызвать чувства радости, гордости, вдохновения. Эта

цель реализуется в похвале положительным качествам виновника торжества, его делам и поступкам, достижениям. Отыскивая содержание для поздравления, необходимо отказаться от штампов (например, *оставить неизгладимый след в сердцах многочисленных почитателей*) и подумать над тем, какие качества человека действительно являются ценными, лично значимыми для него самого.

Поскольку жанрообразующей чертой поздравительной речи является выдвижение на передний план всего лучшего в предмете, а не создание его объективного портрета, здесь предполагается преувеличенное внимание к хорошим качествам поздравляемого, которые должны укрупниться и положительно оцениваться. Такое преувеличение не может быть расценено как обман, подтасовывание фактов, лесть, а является неотъемлемой чертой речи, призванной доставить удовольствие.

Композиция официальной поздравительной речи в основных чертах такова:

- вступление, содержащее обращение к адресату и присутствующим, указание на повод для произнесения речи, сообщение задачи или тезиса (того, что именно в адресате будет подвергаться положительной оценке);
- основная часть, в которой в положительном ключе говорится о жизни и деятельности поздравляемого, перечисляются значимые для него события;
- заключение, содержащее пожелания адресату.

3. Рекламная речь. Для речи данного типа важно правильно определить характер предполагаемой аудитории. Реклама будет гораздо эффективнее, если ее адресуют не «широким потребительским массам», а определенной категории слушателей. Даже если это очень распространенный товар, его лучше адресовать наиболее перспективной группе покупателей, чтобы

учесть ценностные ориентиры аудитории для построения действенного речевого высказывания.

Рекламная речь должна сочетать в себе как рациональную, так и эмоциональную аргументацию. Примерная структура рекламной речи такова: 1) вступительная часть, в которой формулируется проблема; 2) основная часть, раскрывающая достоинства рекламируемого объекта, содержащая аргументы в его пользу; 3) заключение, которое призвано рассеять сомнения, которые могут возникнуть у потребителя, окончательно убедить его в справедливости всего изложенного.

Для рекламной речи важны риторические доводы, которые строятся на оценочных аргументах. Они составляют основу аргументации, однако обязательно должны подтверждаться логическими доказательствами, не позволяющими рекламе превратиться в чистое внушение.

4. **Доклад и отчёт** – публичное развёрнутое официальное сообщение по определённому вопросу, основанное на привлечении документальных данных. Цель этих жанров – передача информации. Тем не менее доклады могут включать в себя рекомендации, предложения или другие мотивационные элементы. Отчёт часто имеет структуру научного исследования: введение, методы, результаты и обсуждение. Доклад нередко предполагает использование демонстрационного материала — диаграмм, таблиц, рисунков, фотографий и т. п.

3.2. Диалогические жанры устного делового общения

К диалогическим жанрам деловой коммуникации принадлежат: деловая беседа, собеседование, телефонный разговор, переговоры, совещание и др.

1. **Деловая беседа** – это общение в рамках официальных отношений с целью принятия конструктивного решения или

получения деловой информации. Условиями эффективности деловой беседы являются подготовка к ней, которая состоит в постановке цели беседы, причем в основе этой цели должна быть убежденность в том, что беседа соответствует обоюдным интересам; доброжелательное отношение к партнеру; соблюдение правил делового этикета.

Четко обозначить структуру деловой беседы позволяют специальные речевые конструкции:

1) начало беседы: *Давайте начнем наш разговор...; Нам необходимо обсудить следующие вопросы...;*

2) основная часть: реплики одобрения, согласия: *Ваша точка зрения совпадает с моей; Предложенные вами условия нам подходят; ваши условия нас устраивают;* реплики несогласия: *К сожалению, мы не можем принять ваши условия; Не могу с вами согласиться; На мой взгляд, ваше предложение осуществить будет сложно;* реплики благодарности: *Мы благодарны вам; Мы высоко ценим ваши усилия;*

3) завершение беседы: *В заключение беседы хотелось бы...; Подведем итоги...; Позвольте поблагодарить вас и выразить надежду на дальнейшее сотрудничество.*

Успешность деловой беседы определяется ее соответствием таким критериям, как компетентность участников в обсуждаемых вопросах, владение ситуацией; ясность изложения информации; конкретность, которая проявляется, в частности, в использовании иллюстративных материалов (документов, таблиц, схем и пр.), наглядных ассоциаций и параллелей; направленность – постоянная ориентация на основные задачи беседы; ритм – повышение интенсивности беседы по мере приближения ее к концу; повторение основных положений и мыслей, помогающее собеседнику воспринять информацию; дозированность информации (вспомним афоризм Вольтера: «Секрет быть скучным состоит в том, чтобы рас-

сказывать все»; использование юмора, который может поднять дух собеседников, способствовать сглаживанию неприятных моментов.

2. Собеседование при приеме на работу. Собеседование – это встреча с потенциальным работодателем или его представителем при приеме на работу. Цель собеседования – понять, насколько работодатель и соискатель подходят друг другу, а также обсудить детали сотрудничества.

Собеседование обычно состоит из нескольких этапов: подготовки, «создания атмосферы доверия», обмена информацией (основная часть), заключения, оценки. Предварительная подготовка имеет исключительно важное значение для успешного собеседования. На этом этапе сотрудник организации, собирающийся проводить интервью, должен детально изучить сведения о кандидате. В начале собеседования крайне важно снять естественную для данного момента напряженность. Для этого интервьюер может начать собеседование с вопросов на нейтральную тему, например: «Легко ли вы добрались до нашего офиса?». После того как контакт между участниками собеседования установлен, можно переходить к основной части интервью, помня о необходимости сохранять атмосферу доверия и доброжелательности в течение всей беседы. Достигается это за счет поощрительных реплик интервьюера, одобрительных кивков, улыбки.

Основная часть собеседования представляет собой обмен информацией между его участниками. Интервьюера интересует та информация, которая дает возможность оценить способность и желание кандидата успешно работать в организации, а не просто факты из его жизни. Поэтому проводящий собеседование должен сохранять контроль над его ходом и выступать в роли ведущего. В то же время не следует подавлять инициативу кандидата и полностью лишать его возможности задавать вопросы. Если

интервьюер хочет предоставить кандидату возможность «выговориться», ему следует использовать открытые вопросы: «*Что вы думаете по поводу...? Расскажите, пожалуйста, о ...*» и т.п. Если же его интересует только мнение кандидата, а не рассуждения, следует задавать закрытые вопросы: «*Согласны ли вы с данным утверждением?*», «*Сколько часов в день нужно уделять общению с подчиненными?*».

В завершение собеседования необходимо поблагодарить кандидата и объяснить ему дальнейший порядок рассмотрения его кандидатуры и поддержания связи с ним.

Соискателю для достижения поставленной коммуникативной цели – произвести как можно более благоприятное впечатление на работодателя – важно максимально соответствовать имиджу делового человека; проявить осведомленность о компании, в которой он хочет работать; подготовить нужные документы (диплом об образовании, сертификаты о повышении квалификации и т.п.); составить список вопросов; продумать аргументы для обоснования цели получения работы.

3. Телефонный разговор как форма делового общения имеет целью получение, передачу и уточнение информации, обзор состояния дел, установление деловых контактов, предварительную договоренность о встрече и др. Деловое общение по телефону не преследует цели обстоятельного обсуждения проблем и их решения. Оптимальная длительность его – от 2 до 10 минут. К телефонному разговору надо готовиться: определить круг обсуждаемых вопросов, узнать имена предполагаемых собеседников.

Деловой телефонный разговор должен иметь четкую структуру:

1) установление контакта, проверка связи, приветствие («*Слушаю*»; «*Расчетный отдел, здравствуйте!*»);

2) установление личности («*Это магазин «Читай-город?»*»; «*Простите, с кем я говорю?*»; «*Это Ваш студент из 933 группы Свиридов Владимир?*»);

3) обсуждение возможности разговора («*Простите, я вас не отвлекаю?*»; «*Мы можем с вами поговорить?*»);

4) сообщение цели звонка («*Я хотел бы...*»; «*Мне нужно узнать...*»; «*Я узнал, что...*»; «*Скажите, когда (как)...*»);

5) передача информации;

6) завершение разговора («*Хорошо, договорились*»; «*Спасибо за информацию*»; «*Спасибо, что откликнулись на наше предложение*»; «*Извините за беспокойство*»);

7) прощание («*До свидания!*»; «*Всего доброго!*»; «*До встречи!*»).

Деловой телефонный разговор должен быть кратким, последовательным, информативным. Необходимо помнить о правилах делового этикета: не звонить по деловым вопросам в нерабочее время; разговаривать вежливо, дружелюбным тоном; выслушивать собеседника до конца, не перебивая и не отвлекаясь. Недопустимы, с точки зрения речевого этикета, вопросы типа: «*Кто это?*»; «*Куда я попал?*»; «*Это куда я звоню?*». Если собеседник сообщает большое количество информации, следует сигнализировать, что она воспринимается в полном объеме с помощью специальных фраз: «*Так*»; «*Хорошо*»; «*Дальше*»; «*Подождите, записываю*» и т.п. При обрыве связи, плохой слышимости перезванивает инициатор разговора, он же заканчивает разговор.

4. **Переговоры** – это форма деловой коммуникации, предназначенная для того, чтобы с помощью взаимного обмена мнениями «выторговать» отвечающее интересам обеих сторон

соглашение и достичь результатов, которые бы устроили всех участников переговоров.

Выделяют два подхода к переговорам: конфронтационный и партнерский. В основе конфронтационного подхода лежит уверенность в том, что целью переговоров является победа, а отказ от полной победы означает поражение. Партнерский подход реализуется путем совместного анализа проблем и поиска решения, при котором в выигрыше оказываются оба участника.

Стимулом для эффективного ведения переговоров может послужить представление об общей цели. Представление это достигается через выявление потребностей каждой из сторон коммуникативного процесса. Прежде чем начинать подготовку к переговорам, следует определиться, в чем состоят собственные интересы и интересы партнера, каков может быть результат, чем можно или необходимо поступиться для его достижения.

Практикой выработаны конструктивные приемы ведения переговоров:

- поиск общей зоны решения: выслушав мнения других участников и сопоставив их со своим, нужно найти точки пересечения, общие интересы;
- прием компромисса: участники, не сумев устранить разногласия, идут на взаимные уступки друг другу;
- разделение проблемы на составляющие: если не удастся решить проблему целиком, следует выделить в ней отдельные части и попытаться достичь соглашения по ним; вопросы, по которым не удастся достичь соглашения, снимаются.

Завершение переговоров предполагает принятие решения и подписание соответствующего документа (контракта, соглашения и т.п.).

5. *Деловое совещание* и *собрание* имеют своей целью коллективное обсуждение служебных вопросов и поиск объективного решения.

Совещания должны быть вызваны необходимостью обсуждения служебных вопросов, заранее тщательно подготовлены. При этом условии они становятся действенным средством активизации коллективной мысли, важной формой делового сотрудничества.

Результативность совещания во многом предопределяется составом его участников. Приглашать на совещание необходимо только тех, без кого оно окажется неэффективным. Не следует приглашать людей только для повышения их информированности, для представительства, солидности и т.п. Это понапрасну отрывает их от дела.

Совещание должно иметь ясную цель и четко определенный круг вопросов, выносимых на обсуждение. Исключительно важной формой служебного этикета является регламент. Без строгого соблюдения регламента, обязательного для всех участников совещания, оно может продолжаться до бесконечности.

Совещание утрачивает смысл, если нет совместного обсуждения. Необходим свободный обмен мнениями, высказывание оригинальных идей, пусть даже таких, которые противоположны точке зрения руководителя. При этом самому руководителю, как и всем участникам коммуникации важно сохранять уважительный, доброжелательный тон. Недопустимы фамильярность, ирония, сарказм, поскольку это проявление бестактности, которая не может не отразиться на каждом из присутствующих, а в конечном итоге – на результатах совещания.

Особая корректность требуется от руководителя по отношению к критическим выступлениям. Неэтично оставлять без внимания такие выступления, еще большей бестактностью является вежливое показное внимание и даже благодарность за критику, но полнейшее игнорирование высказанных предложений в последующем, при принятии решения.

Подобно тому как выступление каждого участника совещания должно заканчиваться конкретным предложением, итогом совещания должно стать определенное решение. По качеству принимаемых решений, по степени их конкретности можно судить об эффективности совещаний.

Задания

Задание 1. Подготовьте по следующему плану приветственную речь на 2-3 минуты к участникам студенческой научной конференции; к зрителям благотворительного концерта, организованного при вашем участии. В качестве опоры используйте структуру приветственной речи:

1. Обращение. Слова приветствия.
2. Краткая характеристика события.
3. Успехи и достижения, перспективы.
4. Пожелания.

Задание 2. Составьте текст рекламной речи, посвященной открытию новой IT-компании.

Задание 3. Составьте рабочий план доклада на тему, интересующую Вас. Выбранная тема должна быть актуальной и интересной для ваших слушателей. Подберите материал, напишите свое выступление (регламент 2-3 минуты), запомните его и произнесите.

Задание 4. Какие речевые формулы деловой беседы можно использовать, чтобы решить следующие коммуникативные задачи?

- а) выразить неодобрение, несогласие с позицией партнера;
- б) выразить извинения;
- в) выразить просьбу;
- г) уйти от ответа;

- д) выразить желание отстаивать свою точку зрения;
- е) выразить одобрение и согласие;
- ж) выразить сомнение и неопределенность;
- з) завершить деловую беседу.

Задание 5. Обсудите в группе, какие комплименты могут помочь установить деловой контакт с потенциальным партнером или клиентом. Попробуйте сформулировать корректную похвалу в адрес компании, деловых качеств собеседника, его деловой репутации, офиса, дорогих хозяину кабинета предметов. Порассуждайте, в каких частях деловой беседы уместны комплименты. Какой должна быть реакция на деловой комплимент?

Задание 6. Предложите варианты окончания деловой беседы для следующих ситуаций:

- 1) вы полностью удовлетворены результатом беседы;
- 2) вы в целом удовлетворены ходом беседы, однако некоторые вопросы вызывают у вас сомнения;
- 3) вы не удовлетворены результатом беседы, но заинтересованы в дальнейшем развитии деловых отношений.

Задание 7. Прочитайте телефонные диалоги. Какие этапы телефонного разговора проигнорированы собеседниками? К чему это привело? Исправьте допущенные ошибки.

- Танечка, это я. Немного задержусь.
- Извините, но Вы не туда попали, Танечки у нас нет.

- Алло! Нина Петровна! Это Саша. Я завтра к Вам не приеду!
- Алло! Кто это говорит? Вас совсем не слышно!

– Позовите Валю!

– Але! Привет! Это кто?

Задание 8. Предложите несколько вариантов вежливого прерывания телефонного разговора. На что можно сослаться?

Задание 9. Замените недопустимые в деловом общении по телефону выражения на другие, выражающие ту же мысль, но в более мягкой форме.

Образец: *Я не знаю → я сейчас узнаю; я постараюсь узнать; к сожалению, в данный момент я не могу Вам точно сказать, но...*

– Мы этого не можем сделать.

– У нас этой модели нет.

– Позвоните завтра.

– Подождите.

– Мы такую работу не выполняем.

– Понятия не имею.

– Это не моя обязанность.

– Николая Петровича нет, и я не знаю, когда он будет.

Задание 10. Предложите новую услугу своего рекламного агентства по телефону различным типам клиентов. Разыграйте ситуацию.

Задание 11. Вам необходимо напомнить о себе после продолжительного перерыва. Как Вы построите беседу по телефону? Как беседа по телефону будет зависеть от типа партнера? Приведите две-три различные ситуации. Разыграйте их в парах.

Задание 12. Подготовьтесь к выступлению на семинаре. Оформите свое выступление по приведенной ниже схеме. Произнесите готовый текст, соблюдая требования к технике речи.

Уважаемая аудитория! Прежде всего разрешите мне поблагодарить... Тема моего сообщения... Эту тему плодотворно разрабатывали... В своем выступлении я остановлюсь на следующих основных моментах... Прежде всего уточним понимание термина... Необходимо сказать, что... Следует отметить, что... Хотелось бы привести мнение выдающегося ученого... О том, что эта точка зрения не бесспорна, говорит... Обратимся к конкретным примерам... Таким образом мы видим, что... Позвольте мне не согласиться с... Хочется ещё раз подчеркнуть... Итак, можно сделать заключение... Благодарю за внимание!

4. ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ НАУЧНОГО СТИЛЯ

Как отмечают авторы учебника «Стилистика русского языка» М. Н. Кожина, Л. Р. Дускаева, В. А. Салимовский, сфера научного общения отличается тем, что в ней преследуется цель наиболее точного, логичного, однозначного выражения мысли. Главной формой мысли в области науки оказывается понятие, а динамика мышления выражается в суждениях и умозаклучениях, которые следуют одно за другим в строгой логической последовательности. Самыми общими чертами научного стиля являются отвлеченность, обобщенность и подчеркнутая логичность изложения. Они определяют более частные (вторичные) стилевые черты, к числу которых относится смысловая точность (однозначность), объективность изложения, его некатегоричность, а также строгость, насыщенность фактической информацией и терминологией. Термин – это слово или словосочетание научного языка, точно и однозначно

называющее какое-либо специальное понятие и раскрывающее его содержание. Эти признаки, однако, не исключают определенной экспрессивности, оценочности, даже известной эмоциональности. Основные языковые особенности научного стиля представлены в табл. 3.

Таблица 3

Языковые особенности	Характеристика	Примеры
Лексические	1. Насыщенность терминами, в частности интернациональными (~15–20% от общего числа слов).	<i>продуцировать, реципиент, валидный и др.</i>
	2. Использование абстрактной лексики: почти каждое слово выступает как обозначение общего понятия или абстрактного предмета.	<i>Возможность количественного определения основывается на следующем положении; Химические формулы служат для выражения замещения....</i>
	3. Использование составных терминов, клише.	<i>точка замерзания, наклонная плоскость и т.д.; представляет собой..., выступает как...</i>
	4. Употребление слов в прямом значении, отсутствие эмоциональности.	
Морфологические	1. Наличие глагольных форм с ослабленными лексико-грамматическими значениями времени, лица, числа (об этом свидетельствует синонимия структур предложения).	<i>Ср., например, такие параллели: перегонку производят – перегонка производится; мы можем вывести заключение – можно вывести заключение – выводят заключение.</i>

Морфологические	2. Широкое использование глаголов в значении настоящего вневременного (с качественным, признаковым значением).	<i>Углерод составляет... самую важную часть растения</i> (Тимиразев).
	3. Использование прошедшего и будущего времени глагола.	<i>Число выстрелов будет случайной величиной</i> (является случайной величиной).
	4. Широко употребительны формы несовершенного вида глагола как сравнительно более отвлеченно-обобщенные по значению.	<i>Хлорид медленно разлагается</i> (Зелинский).
	5. Преобладание наиболее обобщенных по своему значению форм 3-го лица и местоимений <i>он, она, оно</i> .	<i>Оно не перегонялось даже в вакууме...</i> (Зелинский).
	6. Использование авторского «мы», а также «мы совокупности» (я и аудитория; мы с вами).	<i>Если мы исключим..., то получим...; Мы приходим к результату...</i> и т.п.
	7. Глаголы используются в неопределенно-личном значении, близком к обобщенно-личному.	<i>За такие активные центры принимаются атомы; Бром получают подобно хлору и т. п.</i>
	8. Единственное число существительных обычно служит для выражения обобщенного понятия либо неделимой совокупности и целостности.	<i>Береза относится к породам светлюбивым</i> (Морозов); <i>Далее в глубь материка... преобладают дуб и граб</i> (Берг).
	9. Использование форм множественного числа от абстрактных и вещественных существительных.	<i>теплоты, длины, частоты, минимумы, глины, нефти, стали, табаки, поляны</i> и т.д.

Морфологические	10. Повышенная употребительность слов среднего рода, прежде всего с абстрактным значением.	<i>явление, отношение, действие, изменение, влияние, значение, определение</i> и т.д.
Синтаксические	1. Тенденция к сложным построениям (предложения научного текста содержит в 1,5 раза больше слов, чем предложение художественного текста).	
	2. Связь предложений при помощи повторяющихся существительных, часто в сочетании с указательным местоимением.	<i>В каждом ощущении мы различаем силу, высоту, тембр... Мерой силы является... квадрат амплитуды... Эта амплитуда может быть крайне мала... (Столетов).</i>
	3. Использование предложений с однородными членами, обобщающими словами, с составными подчинительными союзами.	<i>благодаря тому что, тогда как и др.</i>
Синтаксические	4. Использование вводных слов, а также слов и оборотов, подчеркивающих последовательность изложения (обычно в рассуждении, при доказательствах).	<i>Мы, следовательно, ставим вопрос: будет ли... Итак, при уменьшении объема... Таким образом, увеличение давления... (Хомяков).</i>
	5. Использование конструкций и оборотов связи.	<i>Теперь перейдем к вопросу о...; Остановимся на... и т.д.</i>

В рамках научного стиля выделяют три разновидности (подстиля): собственно научный (академический), научно-учебный, научно-популярный. Тексты первого подстиля создаются специалистами для специалистов; к нему относятся такие жанры, как диссер-

тация, монография, научная статья, научный доклад и т.д. Второй подстиль предполагает тематическое изложение основ науки в процессе обучения будущих специалистов и реализуется в жанрах учебника, учебного пособия, практикума, хрестоматии и т.д. Цель текстов научно-популярного подстиля – в доступной, понятной форме познакомить неспециалистов с научными знаниями; в его рамках создаются научно-популярные статьи, очерки, эссе и т.д.

Задания

Задание 1. Отметьте слова и словосочетания, которые могут употребляться в текстах научного стиля.

Анализировать, вывести заключение, демонстрировать, деятельность, иметь в виду, иметь место, инвентаризация, ископывать, исходящий, кавардак, катаклизм, констатировать, контекст, контрагент, координировать, ликвидировать, лицо (в значении «человек»), медленно, местожительство, метод, молодой человек, нижеподписавшиеся, обоюдоострый, обусловить, оголтелый, озеро, орфоэпия, параллель, подлежит изъятию, поставить на вид, формулировать.

Задание 2. Ознакомьтесь со статьей О. Г. Ревзиной «Лингвистика XXI века: на путях к целостности теории языка» (<http://www.philology.ru/linguistics1/revzina-04.htm>). Определите, какие типичные черты научного стиля в ней отражены. Выделите лексические, морфологические и синтаксические особенности, присущие текстам научного стиля.

Задание 3. Измените текст, объединив несколько предложений в одно.

Образец:

Исходный текст: Для проведения на бумаге прямых линий служат обыкновенные линейки. Они изготавливаются из дерева, достаточно твердого и мало подверженного деформации от изменения влажности воздуха. Линейки изготавливаются также из металлов и пластмасс.

Трансформированный текст: Для проведения на бумаге прямых линий служат обыкновенные линейки, изготавливаемые из дерева, достаточно твердого и мало подверженного деформации от изменения влажности воздуха, а также из металлов и из пластмасс.

1. Биология есть наука. Наука должна опираться на диалектический метод. Опираясь на диалектический метод – значит рассматривать организмы в их всеобщей связи и развитии, в борьбе противоположных сил и тенденций.

2. В устной научной речи действует правило регламента. Это не чисто временная единица. Она определяется объемом заявленного (в заглавии или тезисах) содержания, общими временными ресурсами аудитории и принципами распределения общего регламента между выступающими.

3. Научная речь не просто логична. Научной речи свойственна именно подчеркнутая логичность. Весь строй речи направлен на то, чтобы выразить логику изложения. Этому служат специальные языковые и речевые средства и в лексике, и в синтаксисе предложения, и в структуре текста.

4. Отличие научных текстов от других текстов. Адресат не указывается, но автор постоянно имеет в виду своего адресата. Адресат не просто воспринимает излагаемую информацию. Адресат одновременно производит определенные интеллектуальные операции, как, например, усвоение, сопоставление, критический анализ и т.п.

Задание 4. Подберите к данным словам и словосочетаниям иноязычные термины-синонимы. Приведите собственные примеры.

Должник, законный, нововведение, оздоровление, подрыв авторитета, правоведение, правовое положение, предельное количество, приспособление, происхождение.

Задание 5. Подберите к данным заимствованным терминам русскоязычные синонимы. Приведите собственные примеры.

Верификация, дивиденд, дилемма, инжиниринг, конфронтация, мониторинг, стагнация, экспансия, экстраполяция, юрисдикция.

Задание 6. Сравните два отрывка. Сделайте вывод о принадлежности текстов к разным подстилям научного стиля.

МАЛАХИТ $\text{Cu}_2(\text{OH})_2[\text{CO}_3]$

Название произошло от греч. «мальва», так как его цвет напоминает окраску листьев этого растения, или «малакос», что означает «мягкий».

В химический состав малахита входят: CuO 71,9% (Cu 57,4%), CO_2 19,9 %, H_2O 8,2 %. В очень небольших количествах устанавливаются также CaO , Fe_2O_3 , SiO и др. Они, очевидно, обусловлены адсорбированными или механическими примесями посторонних веществ.

Физические свойства малахита: цвет зеленый, черта бледно-зеленая, блеск стеклянный до алмазного, у волокнистых разновидностей шелковистый, твердость 3,5-4, хрупок, спайность средняя, удельный вес 3,9-4,1.

Диагностическими признаками малахита является характерный зеленый цвет, а также часто наблюдаемые формы и радиальноволокнутое строение.

МАЛАХИТ

Этот камень должен считаться поистине русским, так как ни одно месторождение малахита (Австралия, Северная Америка) не может сравниться с богатством этого поделочного материала на Урале.

Очень значительная мягкость камня, казалось бы, не должна была давать ему распространения, однако густота и красота его зеленого тона, своеобразность и разнообразие оттенков и рисунков придают ему ту красоту, которая производит сильное впечатление как в Эрмитаже (вазы, столы), так и в Исаакиевском соборе (колонны) – в этих двух единственных в мире сокровищницах русского цветного камня.

5. ПИСЬМЕННАЯ НАУЧНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Письменная научная речь реализуется в жанрах монографии, диссертации, научной статьи, учебника, справочника, выпускной квалификационной работы, аннотации, реферата, рецензии и т.д. По степени аналитико-синтетической переработки выделяют следующие виды научной информации:

- первичная, представляющая собой непосредственные результаты научно-исследовательской работы (статья, монография);
- вторичная, которая является результатом аналитико-синтетической переработки первичной информации, содержащейся в одной научном документе (реферат, аннотация и т.п.);
- третичная, т.е. обобщение существенной первичной информации, содержащейся в нескольких научных документах, для выделения главных моментов проблемы, например, в виде аналитического обзора.

Этим видам информации соответствуют определенные типы текстов (документов), среди которых интерес представляют не только первичные, но и вторичные научные тексты. Вторичный текст создается на базе первичного текста со сменой авторства, при этом под сменой авторства понимается не замена одной личности другой, а замещение одного речевого намерения (замысла) другим. К вторичным научным жанрам относят конспект, аннотацию, реферат, рецензию, отзыв и т.д.

5.1. Первичные научные жанры: научная статья, монография

Важнейшими первичными жанрами в рамках собственно научного стиля являются диссертация, монография, научная статья, научный доклад, научное сообщение, научно-технический отчет, тезисы, выпускная квалификационная работа, курсовая работа. В этих текстах находит наиболее яркое выражение стандарт стиля и композиционный стандарт жанра. ГОСТ определяет несколько вариантов текстового представления научных результатов, среди которых особо выделяются следующие:

1. **Монография** – научное или научно-популярное издание, содержащее полное и всестороннее исследование одной проблемы или темы и принадлежащее одному или нескольким авторам.

2. **Статья** – произведение, обстоятельно освещающее какую-либо тему, идею, вопрос, содержащее элементы их анализа и предназначенное для периодического, продолжающегося издания или неперiodического сборника как составная часть его основного текста.

В своей книге «Культура научной речи: текст и его редактирование» М. П. Котюрова и Е. А. Баженова ведут речь о следующих стандартных блоках научного текста:

– формулировка проблемы и/или постановка задачи;

- определение и дифференциация понятий с установлением между ними логико-семантических отношений;
- представление идеи, гипотезы или основного тезиса научной концепции;
- доказательство гипотезы с использованием разнообразных средств аргументации;
- характеристика изучаемого объекта;
- демонстрация эмпирического материала, подтверждающего достоверность нового знания;
- выводы.

Если иметь в виду научную статью и монографию, то это оригинальные сочинения исследовательского характера. Тексты этих жанров должны соответствовать указанным выше требованиям научного стиля, таким как логичность, обобщенность, отвлеченность, точность и т.д. В языковом отношении статья и монография отличаются высокой степенью терминологичности. Кроме того, можно отметить и строгость композиции, которая проявляется в том, что тексты данных жанров должны включать обязательные компоненты: заголовок, введение, основную часть, заключение. Аналогичные требования предъявляются и к композиции выпускных квалификационных и курсовых работ. Авторы учебного пособия «Русский язык для нефилологов» М. Ю. Федосюк, Т. А. Ладыженская, О. А. Михайлова, Н. А. Николина выделяют следующие структурные компоненты указанных научных текстов.

Заголовок (название) научного текста – это информативная единица, которая отражает его тему и содержание. Название должно быть четким, ясным, по возможности кратким, адекватно отражать содержание работы и привлекать внимание читателя. Выделяют несколько типов заголовков:

1) названия общего характера, например: *Введение в молекулярную биологию*; *Язык и картина мира* и т.д.;

2) названия, которые конкретизируют вопросы теории, разрабатываемой непосредственно автором: *Образный потенциал зомби в русском языке; Основные подходы к пониманию цифровизации и цифровых ценностей* и т.д.;

3) названия, отображающие специфику авторской постановки вопроса: *Лингводидактический потенциал настольных игр в преподавании русского языка как иностранного; Интеллектуальный анализ данных микроволновой радиотермометрии в медицинской диагностике* и т.д.

Введение (вводная часть) должно быть кратким и точным. В нем обосновывается выбор темы работы, указывается актуальность и научная новизна работы, определяются ее цели и задачи, объект и предмет, описываются методы исследования, его теоретическая база и фактический материал.

При формулировании цели работы можно использовать следующие шаблонные фразы:

*раскрыть специфику (раскрытие специфики);
выявить закономерности (выявление закономерностей);
описать функции (описание функций);
разработать модель (разработка модели);
определить особенности (определение особенностей);
систематизировать элементы (систематизация элементов);
создать типологию (создание типологии);
охарактеризовать систему; и т.д.*

Основная часть первичного научного текста делится на главы в соответствии с задачами работы. В небольшой по объему статье главы не выделяются, но каждая новая мысль оформляется в виде нового абзаца. К основной части научного текста предъявляются следующие требования (см. «Методические материалы для написания научной статьи», сост. Л. В. Рожкова, О. В. Сальникова):

- следует избегать стиля научного отчета или научно-популярной статьи;
- нецелесообразно ставить риторические вопросы;
- должны преобладать повествовательные предложения;
- не следует перегружать текст цифрами 1, 2 и т.д. при перечислении тех или других положений;
- является приемлемым использование разных видов перечисления: *сначала, в начале, потом, далее, наконец; во-первых, во-вторых, в-третьих; на первом этапе, на втором этапе;*
- бóльшую часть научного текста должно составлять изложение собственных наблюдений, мнений.

Заключение имеет форму выводов, которые соответствуют этапам исследования. В заключении, как правило, автор исследования суммирует результаты осмысления темы, выводы, обобщения и рекомендации, которые вытекают из его работы, подчеркивает их практическую значимость, а также определяет основные направления для дальнейшего исследования в этой области знаний.

М. Ю. Федосюк, Т. А. Ладыженская, О. А. Михайлова, Н. А. Николина выделяют логическую схему первичного научного текста, которая включает в себя следующие компоненты:

- 1) основной тезис – утверждение, которое требует обоснования; он предполагает предмет речи (то, о чем говорится в тексте) и главный анализируемый признак (то, что говорится об этом предмете);
- 2) аргументы – основания тезиса, доказательства;
- 3) иллюстрации – примеры, подтверждающие теоретические положения;
- 4) вывод содержит аналитическую оценку ситуации, а также определение перспектив исследования.

Автор научного текста осуществляет аналитический обзор литературы и включает в текст чужую речь в виде точной цитаты

или косвенной передачи мысли. В обоих случаях необходима точная ссылка на соответствующий труд.

5.2. Вторичные научные жанры

5.2.1. Аннотация

Аннотация представляет собой один из основных жанров учебно-научного стиля, для которого характерны определенные черты: четкое построение рассуждений, отсутствие образных, эмоционально-экспрессивных средств и т.д. Аннотация – краткое, сжатое сообщение о теме и основной мысли первичного текста, дающее лишь общее представление о его содержании. Аннотация должна включать характеристику содержания в виде перечня (перечисления) основных положений текста.

Основные принципы работы над аннотацией:

1. Перед текстом аннотации приводятся выходные данные (автор, название, место и год издания) в назывной форме.

2. Аннотация обычно состоит из двух частей: в первой части формулируется тема книги, статьи и т.п.; во второй – перечисляются основные ее положения.

3. В процессе работы над аннотацией осуществляется смысловая компрессия (сжатие) первичного текста. Элементарная операция обобщения – это замена по принципу «вид – род», например: *биология – наука, экспорт Швейцарии – экономика Швейцарии, американские нефтяные магнаты – монополии*. Еще один важный прием – это так называемое дескрипторное обобщение (конденсация), т.е. обобщение содержания, выраженного в пространственных языковых формах, с помощью более компактных форм: *чем выше организация животного, тем сложнее поведение его клеток – поведение клеток зависит от уровня организации животного*.

4. В аннотации не используются ключевые фрагменты текста-оригинала: автор аннотации создает новые формулировки, которые не содержатся в исходном тексте, то есть передает содержание «своими словами».

5. В аннотации отсутствуют эмоционально-экспрессивные, образные средства и т.п., но могут и должны содержаться оценочные элементы, в которых отражаются критический личностный подход автора к первичному тексту. Чаще всего это языковые единицы с рационально-оценочной семантикой: *рассматривается важная (актуальная, интересная) проблема* и т.п.

6. В аннотации широко представлены клише, специализированные штампы, которые помогают автору в оформлении обобщаемого содержания. Например, с помощью таких клише дается перечень (перечисление) основных положений первичного текста, причем передача содержания часто сопровождается анализом структуры текста-оригинала.

В справочнике «Культура устной и письменной речи делового человека» даны следующие образцы клишированных аннотаций:

В книге исследуется (что?)...

Большое место в работе занимает рассмотрение (чего?)...

В монографии дается характеристика (чего?)...

Исследование ведется через рассмотрение таких проблем, как...

В книге анализируется (что?)

Главное внимание обращается (на что?)...

Отмечается, что...

Подчеркивается, что...

В книге дается (что?)...

Раскрываются (что?)...

Описываются (что?)...

Особое внимание уделяется вопросам (чего?)...
В работе найдено отражение разработок проблем (чего?)...
Устанавливаются критерии (чего?)...
В книге подробно освещается (что?)...
Характеризуется (что?)...
Рассматривается (что?)...
В статье на основе анализа (чего?) показано (что?)...
В заключение кратко разбирается (что?)... и т.д.

5.2.2. Реферат

Реферат – это композиционно организованное, обобщенное изложение содержания источника информации: статьи, ряда статей, монографии и др. Реферат обычно состоит из трех частей: 1) общая характеристика текста (выходные данные, формулировка темы); 2) описание основного содержания; 3) выводы референта. Основное назначение реферата – быстрая систематическая подача актуальной научной, технической информации в свернутом виде на основе ее смысловой переработки. В реферате, как правило, нет обсуждения выдвигаемых положений, примеров, сносок, ссылок на первоисточники. Вместо точных дат часто указываются периоды, конкретные имена обобщаются в наименование научных школ, направлений и т.д. Информативность такого текста выше, чем в первичном тексте. Уплотнение информации достигается выбором наиболее емких в смысловом отношении слов и исключением избыточных элементов.

Требования к написанию реферата:

1. Реферат должен раскрывать основные концепции исходного текста.

2. Реферативное изложение должно быть сжатым, поэтому следует избегать связок типа: *в 1 абзаце, во 2 абзаце* и т.д.

3. Необходимо соблюдать чувство меры при цитировании, поскольку обилие цитат превращает реферат в конспект.

4. Реферат может содержать оценочные элементы (*нельзя не согласиться, автор приводит удачный пример и др.*).

Методика написания текста реферата:

1. Чтение текста и знакомство с общим содержанием, при этом абзацы нумеруются по порядку.

2. Повторное внимательное чтение текста, которое сопровождается выделением ключевых фрагментов. Нахождение ключевых фрагментов позволяет проследить развитие главных тем текста в составе абзаца и групп абзацев. Рекомендуется ключевые фрагменты подчеркнуть прямо в тексте; если же текст должен остаться чистым, ключевые фрагменты выписываются. При выписывании ключевых фрагментов нужно учитывать следующие моменты:

– выписываются или подчеркиваются, как правило, не целые высказывания, а их части, отдельные высказывания;

– формы, в которых выписываются фрагменты, могут не совпадать с вариантами в оригинале: именное словосочетание может быть записано в другом падеже; причастный оборот заменяется инфинитивом; фразеологическое сочетание заменяется одним словом;

– порядок следования фрагментов произволен и может не совпадать с изначальным текстом.

Основные операции, связанные с составлением реферата:

1) простейшая операция – использование готового ключевого фрагмента;

2) два ключевых фрагмента сводятся воедино в рамках одного высказывания;

3) иногда предложение реферата монтируется из лексических единиц, взятых из самых разных частей оригинала.

5.2.3. Рецензия

Слово *рецензия* – латинского происхождения, в переводе оно означает «пересмотр, сообщение, оценка, отзыв о чем-то». Таким образом, рецензия – это жанр, основу которого составляет критический отзыв о научном или литературном тексте, произведении искусства и т.д. Рецензия – это письменный разбор, предполагающий, во-первых, комментирование основных положений (толкование авторской мысли; собственное дополнение к мысли, высказанной автором; выражение своего отношения к постановке проблемы и т.п.); во-вторых, обобщенную аргументированную оценку и, в-третьих, выводы о значимости работы. В отличие от рецензии отзыв дает самую общую характеристику работы без подробного анализа, но содержит практические рекомендации, например: *Анализируемый текст может быть принят к работе в издательстве.*

Требования к рецензии:

1. Рецензия должна строиться на достоверном фактическом материале, который необходимо объективно оценивать.

2. Основу рецензии составляет анализ первичного текста. При этом возможны два варианта: либо целостный, всесторонний анализ исходного текста, либо обстоятельное, подробное рассмотрение одного вопроса.

3. Когда речь идет о произведениях науки, широко известных читателю, пересказ содержания должен быть сведен до минимума и обязательно должен быть взаимосвязан с рассмотрением главного вопроса.

4. Очень важно с самого начала определить свою позицию по отношению к рецензируемому произведению и его автору. Если автор указывает на недостатки рецензируемого произведения, то необходимо четко аргументировать свои замечания.

5. Большую роль в рецензии играет литературное оформление, которое способствует эмоциональному воздействию на чита-

теля: удачно использованный образ, интересные сравнения, точная деталь и другие выразительные средства.

В справочнике «Культура устной и письменной речи делового человека» дается следующий типовой план рецензии и отзыва:

1. Предмет анализа. (*В работе автора...; В рецензируемой работе...; В предмете анализа...*)

2. Актуальность темы. (*Работа посвящена актуальной теме...; Актуальность темы обусловлена...; Актуальность темы не требует дополнительных доказательств (не вызывает сомнений, вполне очевидна...)*)

3. Формулировка основного тезиса. (*Центральным вопросом работы, где автор добился наиболее существенных (заметных, осязаемых...) результатов, является...; В книге обоснованно на первый план выдвигается вопрос о...*)

4. Краткое содержание работы.

5. Общая оценка. (*Оценивая работу в целом...; Суммируя результаты отдельных глав...; Таким образом, рассматриваемая работа...; Безусловной заслугой автора является новый методический подход (предложенная классификация, некоторые уточнения существующих понятий...); Работа, бесспорно, открывает...*)

6. Недостатки, недочеты. (*Вместе с тем, вызывает сомнение тезис о том, что...; Существенным недостатком работы является...; Отмеченные недочеты работы не снижают ее высокого уровня, их скорее можно считать пожеланиями к дальнейшей работе автора...*)

7. Выводы. (*Работа заслуживает высокой (положительной, позитивной, отличной) оценки, а ее автор, несомненно, достоин искомой степени...; Работа удовлетворяет всем требованиям..., а ее автор имеет (определенное, законное, заслуженное, безусловное, абсолютное) право...*)

Задания

Задание 1. Ознакомьтесь с научной статьей Л. Н. Даниловой, Т. В. Ледовской, Н. Э. Сольниина, А. М. Ходырева «Основные подходы к пониманию цифровизации и цифровых ценностей» (<https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-podhody-k-ponimaniyu-tsifrovizatsii-i-tsifrovyyh-tsennostey?ysclid=ljcwqwp6r1949712996>). Выделите структурно-смысловые компоненты данного текста: введение, основную часть, заключение. Составьте план основной части текста.

Задание 2. Ознакомьтесь с научной статьей Р. И. Розиной «Вильям Шекспир, русский поэт: трансформации текста сонетов Шекспира в переводах С. Я. Маршака» (https://trudy.ruslang.ru/ru/archive/2023-2/109-120?ysclid=ljcwzpfqrg_459378503). Составьте логическую схему научного текста.

Задание 3. Составьте аннотацию к статье, указанной в задании 1.

Задание 4. Напишите реферат статьи, указанной в задании 1. Сравните его с написанной ранее аннотацией. Какую информацию, не зафиксированную в аннотации, вы включили в реферат?

Задание 5. Составьте рецензию на статью, указанную в задании 2.

6. УСТНАЯ НАУЧНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

6.1. Общие признаки жанров устной научной коммуникации

Устная научная (научно-профессиональная) коммуникация определяется Т. П. Скориковой как особая функциональная разновидность русского литературного языка – доклад, лекция, сообщение, дискуссия, диалог, спор, беседа – на темы науки и специальности, осуществляемая в ситуациях публичного и непубличного (неформального) общения профессионалов.

В рамках устной научной коммуникации выделяют монологические и диалогические жанры. К первым относят лекцию, доклад, реферативное сообщение, выступление на семинарском занятии, устную рецензию или устный отзыв, защиту (курсовой, выпускной квалификационной, диссертационной) работы; ко вторым – дискуссию, диспут. Наиболее частотными ситуациями устного научного общения являются следующие: лекция, конференция, семинар, симпозиум, совещание, заседание. Для таких ситуаций, обладающих высокой степенью публичности, типичны жанры монологического характера, хотя возможны и «потенциально диалогические» жанры (полемическое выступление, сообщение дискуссионного плана и т.д.), которые могут повлечь за собой собственно диалогическую речь (полилог) – обсуждение, дискуссию.

Жанры устной научной коммуникации объединяют следующие черты (подробнее об этом пишут М. Ю. Федосюк, Т. А. Ладыженская, О. А. Михайлова, Н. А. Николина в своем учебном пособии «Русский язык для филологов»):

1) коммуникативная задача – передать в устной форме некую информацию так, чтобы она в большей или меньшей мере была усвоена слушателями;

2) публичный характер высказываний, когда лектор или докладчик настроены на общение с группой людей, у которой есть свой, во многом индивидуальный настрой на восприятие и говорящего, и того, что он сообщает.

3) дробная, порционная подача информации, ее членение на сегменты, которые содержат одну порцию нового;

4) учет того, что слушатели будут фиксировать значимую для них информацию в форме записи отдельных положений, составления более или менее развернутого плана или в форме конспекта – подробного или краткого;

5) подготовленный характер высказывания: при подготовке сообщения, доклада, лекции составляется план, тезисы, иногда пишется весь текст. Однако устные тексты информативных жанров чаще всего произносятся на уровне словесной импровизации, хотя научные доклады нередко читаются;

6) монологический характер всех рассматриваемых жанров с элементами диалогизации. Следует различать устное сообщение, доклад, лекцию, тексты которых подготовлены в форме диалога (вопрос автора – ответ на него автора), и диалогизированный монолог, т.е. взаимодействие автора с аудиторией во время словесной импровизации, предполагающее включение слушателей в монолог.

6.2. Монологические жанры устной научной коммуникации

6.2.1. Лекция

К монологическим жанрам устной научной речи относят лекцию, научный доклад, рефертивное сообщение. По мнению современных исследователей, лекция представляет собой синкретичный жанр, совмещающий в себе черты устной и письменной, монологической и диалогической речи. Как отмечает А. А. Таланина в своем диссертационном исследовании «Жанр лекции в учебно-

научном дискурсе», несмотря на высокую информативную плотность и относительно стандартизованную композицию, лекция читается в непосредственном диалогическом контакте. От информации, представленной в письменном виде (плана лекции), лектор должен перейти к устной форме, в которой более актуальными становятся контактоустанавливающие и связующие средства. Главная задача лектора при этом – сделать устный текст более простым для понимания, доступным, избежать существующих трудностей, используя те элементы, которые служат для организации текста.

Различают учебные лекции (для будущих специалистов) и популярные лекции (для лиц, которые хотят получить какую-либо информацию по интересующему их вопросу или узнать нечто новое о предмете речи). Популярные лекции, как правило, носят эпизодический характер, при этом слушатели заранее готовы к диалогу по поводу предмета речи.

Авторы книги «Лекция о лекции» Н. М. Колычев, В. В. Семченко, Г. Г. Левкин, Е. В. Сосновская в качестве основных требований к современной лекции выделяют научность, доступность, единство формы и содержания, эмоциональность изложения, органическую связь с другими видами учебных занятий и практикой повседневной жизни. С учетом этих требований каждая лекция в вузе должна:

- иметь четкую структуру и логику раскрытия последовательно излагаемых вопросов;
- иметь законченный характер освещения определенной темы (проблемы), тесную связь с предыдущим материалом;
- быть доказательной и аргументированной, содержать достаточное количество ярких и убедительных примеров, фактов, обоснований, иметь четко выраженную связь с практикой;

– быть проблемной, раскрывать противоречия и указывать пути их решения, ставить перед обучающимися вопросы для размышления;

– обладать силой логической аргументации и вызывать у студентов необходимый интерес, давать направление для самостоятельной работы;

– находиться на современном уровне развития науки и техники, содержать прогноз их развития на ближайшие годы;

– отражать методическую обработку материала (выделение главных мыслей и положений, подчеркивание выводов, повторение их в различных формулировках);

– быть наглядной, сочетаться по возможности с демонстрацией аудиовизуальных материалов, макетов, моделей и образцов;

– излагаться четким и ясным языком, содержать разъяснение всех вновь вводимых терминов и понятий;

– быть доступной для восприятия данной аудиторией.

Лекция, как правило, состоит из трех частей: вступление (введение), изложение и заключение.

Вступление (введение) определяет тему, план и цель лекции. Оно призвано заинтересовать и настроить аудиторию, сообщить, в чем заключаются предмет лекции и ее актуальность, основная идея (проблема, центральный вопрос), связь с предыдущими и последующими занятиями, поставить ее основные вопросы. Введение должно быть кратким и целенаправленным.

Изложение – основная часть лекции, в которой реализуется научное содержание темы, ставятся все узловые вопросы, приводится система доказательств с использованием наиболее целесообразных методических приемов. В ходе изложения применяются все формы и способы суждений, аргументации и доказательства. Каждое теоретическое положение должно быть обоснованно и доказано, приводимые формулировки и определения должны быть чет-

кими, насыщенными глубоким содержанием. Все доказательства и разъяснения направлены на достижение поставленной цели, раскрытие основной цели, содержания и научных выводов. Каждый учебный вопрос заканчивается краткими выводами, логически проводящими обучающихся к следующему вопросу лекции. Количество вопросов в лекции – как правило, от двух до четырех. Иногда отдельные вопросы делятся на подвопросы, облегчающие изложение и усвоение материала. Слишком дробное разделение двухчасовой лекции или, наоборот, чрезмерно большие компоненты нежелательны в логическом и психолого-дидактическом отношении. Длительность ее частей должна быть соразмерна научному значению излагаемых проблем.

Заключение обобщает в кратких формулировках основные идеи лекции, логически завершая ее. В нем могут даваться рекомендации о порядке дальнейшего изучения основных вопросов лекции самостоятельно по указанной литературе.

Важным средством словесной наглядности лектора является выразительная, образная речь с использованием таких методических приемов, как сравнение, риторические вопросы, персонификации, метафоры, аллегории, ирония, гиперболы, а также афоризмы, пословицы, поговорки. В создании словесно-образной наглядности большая роль принадлежит интонации, мимике и жестам: одно движение или выражение лица иногда могут полностью изменить смысл произнесенных слов.

6.2.2. Научный доклад, научное сообщение

Научный доклад – это сообщение о постановке научной проблемы, об этапах ее исследования и результатах. Это научное сообщение содержит объективно новые сведения: в докладе вниманию слушателя предлагается новая информация, результаты науч-

ного исследования, выдвигаются новые научные проблемы, гипотезы, делаются обобщения научных фактов, достижений.

Среди научных докладов выделяют следующие виды:

– обзорный доклад – в нем проводится критический обзор литературы, выявляются неразработанные проблемы в этой теме;

– научное сообщение, посвященное описанию результатов исследования;

– проблемный доклад, в ходе которого автор анализирует проблему и подходы к её решению.

Доклады произносятся на конференциях, симпозиумах, семинарах, совещаниях, заседаниях, т.е. в ситуациях публичного, официального общения. Аудитория – это специалисты, знакомые с проблематикой данной научной области. Временная продолжительность доклада колеблется от 10 до 40 минут и определяется конкретной ситуацией и регламентом (ср.: секционный доклад и доклад на пленарном заседании).

Доклад содержательно подготовлен и обычно написан (даже в тех случаях, когда докладчик совсем не обращается к тексту при выступлении). Содержательная сложность, предварительная подготовленность, строго официальный характер ситуации, жесткие жанровые характеристики делают доклад более всех других жанров устной научной речи ориентированным на письменную научную речь. По линии «устность – письменность» доклад в большей степени, чем другие жанры устной научной речи, соотносится со статьей. Для доклада характерно довольно четкое композиционное оформление. В его структуре выделяются следующие компоненты: манифестация темы, формулировка гипотезы или тезиса, доказательство, иллюстрация, выводы (подробнее см. материал «Публичное выступление как форма коммуникативного взаимодействия в исследовательских коллективах»).

Наряду с научным докладом выделяют также научное сообщение, которое представляет собой монологический жанр малой формы (обычно не более 10 минут). По характеру содержания сообщение отличается от доклада более узкой проблематикой, меньшей масштабностью и значимостью заключенной в нем научной информации. По другим признакам сообщение приближается к жанру доклада, обнаруживая композиционную завершенность, содержательную подготовленность, тематическое единство, наличие определенной структуры. Кроме того, сообщение отличается от доклада по соотношению средств письменной научной речи и устно-разговорных средств: научное сообщение допускает некоторую свободу автора в композиционной организации текста, в использовании устно-разговорных средств оживления речи.

Кроме собственно научного, выделяют также реферативное сообщение, в котором вне оценки кратко или подробно излагается содержание одного или нескольких научных источников. В этом случае изложение приобретает обзорный характер и опирается на правила реферирования (см. раздел 5.2.2 настоящего учебно-методического пособия).

6.3. Диалогические жанры устной научной коммуникации: дискуссия и диспут

В числе диалогических жанров устной научной речи можно выделить различные виды публичных споров: дискуссию, диспут, полемику. Как отмечают М. Ю. Федосюк, Т. А. Ладыженская, О. А. Михайлова, Н. А. Николина в своем учебном пособии «Русский язык для нефилологов», дискуссия, диспут, полемика объединены общими признаками, такими как публицистичность; своеобразное сочетание монологических высказываний и коротких диалогических реплик; публичный характер спора (спор на публику, при публике); наличие ведущего, который организует речевое вза-

имодействие участников спора; наличие действительного предмета спора и поиск истины – при том, что на предмет спора могут быть не только разные, но и противоположные точки зрения.

Различия между дискуссией и диспутом заключаются в следующем: дискуссия – такой публичный диалог, в процессе которого сталкиваются различные, как правило, противоположные точки зрения. Дискуссия чаще всего готовится, но может возникнуть и спонтанно. Диспут – это тоже публичный диалог, как правило, подготовленный. В рамках диспута сталкиваются разные (не только противоположные) точки зрения. Дискуссию и диспут можно рассматривать как процесс и как результат речевого взаимодействия ведущего, партнеров между собой, с ведущим и т.д. В ходе дискуссии (диспута) преследуются две основные цели: 1) информационная – выявить суть спорного вопроса, четко обозначить все точки зрения; 2) воздействующая – привести собеседников к согласию, убедить.

Е. Н. Скаженик в своей книге «Деловое общение» выделяет следующие правила ведения спора:

1. Обсуждать можно только тот вопрос, в котором хорошо разбираются обе стороны. Не спорить о слишком близком (затрагивает интересы сторон) и слишком далеком (об этом трудно судить).

2. Необходимо согласовать с оппонентом предмет спора.

3. Точно придерживаться обсуждаемого вопроса, не уходить от предмета обсуждения. Вести спор вокруг главного, не размениваться на частности.

4. Нельзя допускать приемы психологического давления: переход на «личности» и т.д.

5. Занимать определенную позицию. Проявлять принципиальность, но не упрямство.

6. Соблюдать этику ведения полемики: спокойствие, выдержку, доброжелательность.

Указанный автор описывает следующую тактику ведения спора:

1. Расположить аргументы в следующем порядке: сильные – в начале аргументации, а самый сильный – в конце ее. В споре для убеждения сильным аргументом является тот, который кажется наиболее убедительным партнеру, так как затрагивает его чувства и интересы.

2. Разоблачить возможные доводы оппонента, предвосхитить аргументы. Это позволяет разоружить противника еще до нападения.

3. Отсрочка ответа на каверзный вопрос, ответ в подходящий момент.

4. Эффективно опровергать второстепенные аргументы.

В ходе спора могут применяться некорректные приемы, или уловки:

- софизм;
- умолчание (выступающий не касается главных проблем, зато заостряет внимание на мелких, малозначащих вопросах);
- использование ложных, недоказанных аргументов;
- приклеивание ярлыков;
- ссылка на авторитеты;
- абсурдная гиперболизация;
- отвлечение оппонента от предмета спора;
- довод + комплимент в адрес противника;
- аргумент к физической силе;
- аргумент к невежеству;
- аргумент к выгоде; и т.д.

6.4. Правила презентации научного доклада (сообщения)

Презентация (от лат. *presentatio* «предъявление») – официальное представление общественности чего-либо нового. Презентация должна дополнять, иллюстрировать то, о чем идет речь в научном докладе (сообщении). С одной стороны, она не должна становиться главной частью выступления, а с другой – не должна полностью дублировать материал. Г. В. Токарева в своем учебном пособии «Научный текст в сфере профессиональной коммуникации» перечисляет следующие общие требования к подготовке презентации научной работы.

1. Общие требования к слайдам. На слайдах должны быть только тезисы, ключевые фразы и графическая информация (рисунки, графики и т.п.). Они сопровождают подробное изложение мыслей докладчика, но не наоборот. Количество слайдов примерно соответствует длине доклада в минутах, но в любом случае их должно быть не более 20. Не должно быть «лишних» слайдов, которые не сопровождаются пояснением. Необходимо исключать дублирующие, похожие слайды.

2. Последовательность слайдов:

1) титульный слайд. Указывается автор, название работы, организация (студенты указывают вуз, факультет, курс, группу), руководитель, контактная информация автора.

2) вводная часть (постановка проблемы, актуальность и новизна, на каких материалах базируется работа);

3) цели и задачи работы;

4) методы, применяемые в работе;

5) основная часть;

6) заключение (выводы должны быть представлены ясно и лаконично на отдельном слайде);

7) список основных использованных источников;

8) слайд «Спасибо за внимание!», на котором еще раз указывается контактная информация автора.

3. Правила шрифтового оформления. Не рекомендуется применять более двух шрифтов (один для заголовков, один для текста), а также похожие шрифты для заголовков и текста. Следует использовать:

1) шрифты без засечек (рубленные шрифты) типа Arial,Tahoma, Verdana и т.п. для основного текста, так как их легче читать с большого расстояния, чем шрифты с засечками типа Times New Roman, Courier New, Century, Cairo, Old Style;

2) размер шрифта (кегель шрифта) 24-54 пункта (для заголовка), 18-36 пунктов (для обычного текста); размер шрифта выбирается так, чтобы на слайде умещалось около 10-15 строк, не более. Тип шрифта в схемах и диаграммах должен совпадать с типом основного шрифта текста.

4. Правила выбора цветовой гаммы. Оформление презентации не должно отвлекать внимания от её содержания, поэтому желательно соблюдать одинаковую цветовую гамму на всех слайдах. В любом случае цветовая гамма должна состоять не более чем из двух цветов и должна быть выдержана во всей презентации. Желателен одноцветный фон неярких пастельных тонов (например, светло-зеленый, светло-синий, бежевый, светло-оранжевый и светло-желтый). Цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать (текст должен хорошо читаться).

5. Правила оформления графической информации. Рисунки, фотографии, диаграммы должны быть наглядными и нести смысловую нагрузку, сопровождаться названиями. Размер одного графического объекта должен быть не более 1/2 размера слайда. Желательно придерживаться соотношения «текст – картинка» – 2/3 (текста меньше, чем картинок). Иллюстрации рекомендуется сопровождать пояснительным текстом, который преимущественно

располагается под рисунком. Изображения лучше помещать левее текста: мы читаем слева направо, поэтому взгляд зрителя вначале обращается на левую сторону слайда.

6. Общие требования к тексту слайдов. При подготовке текста следует учитывать, что на один слайд должно уходить в среднем 1,5 минуты. Вот почему слайды не должны быть перегружены подробной текстовой информацией (не более трех мелких фактов на слайде и не более одного важного). На слайде должно быть не более тридцати слов и пяти пунктов списка. Следует придерживаться следующих требований:

1) сжатость и краткость изложения, максимальная информативность текста: короткие тезисы, даты, имена, термины – главные моменты опорного конспекта;

2) использование коротких слов и предложений, минимум предлогов, наречий, прилагательных;

3) использование нумерованных и маркированных списков вместо сплошного текста. Заголовки должны содержать менее 6 слов, тогда они хорошо запоминаются.

Основной текст должен быть отформатирован по ширине, на схемах – по центру. Вся вербальная информация должна тщательно проверяться на отсутствие орфографических, грамматических, пунктуационных и стилистических ошибок.

Задания

Задание 1. Подготовьте реферативное сообщение по одной из приведённых ниже тем.

1. Основные характеристики понятия «коммуникация».
2. Структура коммуникации.
3. Виды и формы деловой/научной коммуникации.
4. Законы эффективной коммуникации.
5. Коммуникативные барьеры.

6. Вербальный аспект деловой/научной коммуникации: умение говорить и умение слушать.

7. Навыки публичной речи в деловой/научной коммуникации.

8. Невербальный аспект деловой/научной коммуникации.

9. Деловой телефонный этикет.

10. Искусство критики в деловой/научной коммуникации.

Задание 2. Оцените выступления своих одноклассников по следующим критериям:

– была ли раскрыта тема, не было ли лишнего;

– что вы записали для себя из услышанного;

– легко ли было уяснить главное; что помогало и что мешало;

– как бы вы оценили вербальный и визуальный контакт докладчика с аудиторией.

Задание 3. Совместно с преподавателем организуйте дискуссию на тему «В нашей стране должно быть платное здравоохранение» («бесплатное высшее образование», «правительственная цензура средств массовой информации» и т.д.). Данная тема представляет собой тезис, а обратное утверждение – антитезис. Сторонники каждого утверждения объединяются в команды и готовятся к проведению полемики. Необходимо уточнить все термины, собрать все аргументы и подготовить убеждающую речь. Следует продумать способ опровержения оппонентов и критику их доводов. На занятие приглашается «жюри». В выступлении команд оцениваются следующие моменты:

1) логичность и убедительность доводов;

2) качество опровержения;

3) вопросы обеих команд;

- 4) сплоченность каждой команды;
- 5) тон ведения полемики;
- 6) использование тактики и приемов ведения полемики;
- 7) использование уловок и их нейтрализация.

После завершения полемики и вердикта «жюри» участники обсуждают, чему научило их это занятие.

Задание 4. Поддержите или опровергните тезис автора, используя формулу: *Я (не) согласен / согласна с тем, что ..., поскольку...*

1. Запреты в политике и искусстве – это тупик, потому что останавливается движение мысли (Е. Яковлев).

2. «Религиозный человек», «глупец», «гений», «преступник» – всё это суть дурные названия и частности, замещающие кого-то неназываемого (Ф. Ницше).

3. Самая дешёвая мысль, выраженная устно, производит неизмеримо большее воздействие, нежели гениальнейшее изречение, изображённое на бумаге (С. Андреевский).

4. История не роман, и мир не сад, где всё должно быть приятным; она изображает действительный мир (Н. Карамзин).

Задание 5. Выберите одну из предложенных тем: «Восток и Запад», «Столица и провинция», «Книга и кино», «Бедность и богатство» – или предложите свою. Составьте схему речи по контрасту. Для этого выделите противоположности в теме, найдите главные характеризующие черты первого явления, а затем – второго явления. Выстраивайте антиномии.

Задание 6. Подготовьте презентацию составленного вами реферативного сообщения (см. задание 3).

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Акишина, А. А. Этикет русского письма : учебное пособие / А. А. Акишина, Н. И. Формановская. – Москва: ЛЕНАНД, 2008. – 203 с.

Баева, О. А. Ораторское искусство и деловое общение : учебное пособие / О. А. Баева. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва: Новое знание, 2002. – 368 с.

Баландина, Л. А. Русский язык и культура речи / Л. А. Баландина. – Москва: Издательство МГУ, 2008. – 303 с.

ГОСТ 7.5-98 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Журналы, сборники, информационные издания, издательское оформление публикуемых материалов». URL: https://www.zavodsz.ru/files/gost/0_GOST-7-5-98.pdf?ysclid=ljoek37pel567202675.

ГОСТ Р 7.60 – 2020. Издания. Основные виды. Термины и определения. URL: <https://lib.nspu.ru/info/prof-info/docs/ГОСТ%207.0.60-2020%20Издания.%20Основные%20виды.%20Термины%20и%20определения.pdf?ysclid=ljoeltjit354095529>.

Деловое письмо : учебно-справочное пособие / авт.-сост. И. Н. Кузнецов. – 4 е изд. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. – 196 с.

Деловые коммуникации : практикум / сост.: А. Б. Иванова, Е. Ю. Логинова, Н. Ю. Темникова. – Самара : СамГУПС, 2018. – 79 с.

Зарецкая, Е. Н. Деловое общение : учебник : в 2 т. / Е. Н. Зарецкая. – Москва : Проспект, 2018.

Кожина, М. Н. Стилистика русского языка : учебник для студентов высших учебных заведений / М. Н. Кожина, Л. Р. Дускаева, В. А. Салимовский. – Москва : Флинта : Наука, 2008. – 462 с.

Комарова, Л. В. Технологии делового общения в управленческой деятельности : учебное пособие для вузов. – Москва : Изд-во РАГС, 2008. – 148 с.

Котюрова, М. П. Культура научной речи: текст и его редактирование : учебное пособие для студентов вузов / М. П. Котюрова, Е. А. Баженова. – 6-е изд., стер. – Москва : Флинта : Наука, 2018. – 279 с.

Кузин, Ф.А. Культура делового общения : практическое пособие для бизнесменов. – Москва : Ось-89, 2000. – 240 с.

Кузнецов, И. Н. Научные работы: Методика подготовки и оформления / И. Н. Кузнецов. – Изд. 3-е, перераб. и доп. – Москва : Изд.-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2007. – 457 с.

Культура устной и письменной речи делового человека: Справочник. Практикум / Н. С. Водина и др. – 7-е изд., испр. – Москва : Флинта : Наука, 2001. – 315 с.

Маслов, Ю. С. Введение в языкознание : учебник для вузов / Ю. С. Маслов. – Москва : Высш. шк., 1987. – 272 с.

Методические материалы для написания научной статьи : методические указания / сост.: Л. В. Рожкова, О. В. Сальникова. – Пенза : Изд-во ПГУ, 2016. – 56 с.

Михалкин, Н. В. Логика и аргументация для юристов : учебное пособие / Н. В. Михалкин. – 2-е изд., доп. и перераб. – Москва : Юрайт, 2011. – 363 с.

Обучение устной научной речи : теория и практика / О. А. Лаптева, Т. П. Скорикова, Н. М. Краевская, Т. Е. Акишина, Е. И. Гейченко и др. – Москва : Билингва, 2000. – 77 с.

Основы теории коммуникации : учебник для студентов вузов / М. А. Василик и др.; под ред. проф. М. А. Василика. – Москва : Гардарики, 2006. – 615 с.

Павлова, Л. Г. Деловые коммуникации : учебник для вузов / Л. Г. Павлова, Е. Ю. Кашаева. – Москва : КноРус, 2019. – 300 с.

Публичное выступление как форма коммуникативного взаимодействия в исследовательских коллективах. URL: <https://sdo.mgpu.ru/pluginfile.php?file.pdf&ysclid=ljo5bs6les420816773>.

Речевой имидж делового человека : учебно-методический комплекс. – Самара : Самарский государственный университет путей сообщения, 2014. – 98 с.

Самыгин, С. И. Деловое общение : учебное пособие / С. И. Самыгин, А. М. Руденко. – Москва : КноРус, 2012. – 436 с.

Скаженик, Е. Н. Деловое общение / Е. Н. Скаженик. – Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2006. – 180 с.

Скорикова, Т. П. Жанрово-функциональная типология и конструктивно-языковые особенности устной научно-профессиональной коммуникации // Гуманитарный вестник : электронный журнал. 2013. №3. URL: <http://hmbul.bmstu.ru/cat...og/lang/ling/53.html>

Таланина, А. А. Жанр лекции в учебно-научном дискурсе : дис. ... канд. филол. наук. – Санкт-Петербург, 2020. – 166 с.

Токарева, Г. В. Научный текст в сфере профессиональной коммуникации : учебное пособие / Г. В. Токарева. – Иваново, 2017. – 124 с.

Федосюк, М. Ю., Ладыженская, Т. А., Михайлова, О. А., Николина, Н. А. Русский язык для студентов-нефилологов : учебное пособие / М. Ю. Федосюк, Т. А. Ладыженская, О. А. Михайлова, Н. А. Николина. – Москва : Флинта : Наука, 2001. – 256 с.

Шарков, Ф. И. Основы теории коммуникации : учебник для студентов вузов / Ф. И. Шарков. – Москва : Соц. отношения, 002. – 245 с.

Учебное издание

*Киселева Лариса Айратовна,
Темникова Наталья Юрьевна*

ОСНОВЫ ДЕЛОВОЙ И НАУЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Учебно-методическое пособие

Редакционно-издательская обработка А.В. Ярославцевой

Подписано в печать 31.10.2023. Формат 60×84 1/16.

Бумага офсетная. Печ. л. 5,0.

Тираж 27 экз. Заказ № . Арт. – 3(Р2УМП)/2023.

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САМАРСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АКАДЕМИКА С.П. КОРОЛЕВА»

(САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ)

443086, САМАРА, МОСКОВСКОЕ ШОССЕ, 34.

Издательство Самарского университета.

443086, Самара, Московское шоссе, 34.

