

*Международный консорциум «Электронный университет»*

*Московский государственный университет экономики,  
статистики и информатики*

*Евразийский открытый институт*

---

**Е.Н. Зверева**

# **ОСНОВЫ КУЛЬТУРЫ РЕЧИ**

*Теоретический курс*

Москва 2008

ББК 811.161.1  
УДК 81.2 Рус  
3 433

*Зверева Е.Н.* **ОСНОВЫ КУЛЬТУРЫ РЕЧИ:** Теоретический курс. – М.: Изд. Центр ЕАОИ, 2008. – 219 с.

ISBN 5-374-00011-X

© Зверева Е.Н., 2008  
© Евразийский открытый институт, 2008

## Содержание

<b>ТЕМА 1. Культура речи как образовательная дисциплина</b>	<b>5</b>
1.1. Актуальность и предмет курса «Культура речи» .....	5
1.2. Современная теоретическая концепция культуры речи .....	12
<b>ТЕМА 2. Язык и речь. Формы существования языка .....</b>	<b>15</b>
2.1. Язык как универсальная полифункциональная знаковая система .....	15
2.2. Язык и речь .....	16
2.3. Понятие о национальном языке. Этапы становления и развития русского национального языка .....	18
2.4. Формы существования языка .....	19
2.5. Функциональные разновидности литературного языка .....	24
2.6. Взаимодействие стилей .....	39
<b>ТЕМА 3. Нормативный аспект культуры речи .....</b>	<b>33</b>
3.1. Понятие языковой нормы в современном русском языке. Литературная норма как основа, обеспечивающая коммуникацию .....	33
3.2. Типы норм. Варианты норм и их соотношение .....	36
3.3. Ортология современного русского языка .....	37
<b>ТЕМА 4. Коммуникативный аспект культуры речи .....</b>	<b>75</b>
4.1. Социальный характер общения .....	75
4.2. Язык как средство общения .....	77
4.3. Структура речевого общения .....	82
4.4. Условия успешного взаимодействия .....	89
4.5. Причины коммуникативных неудач .....	90
4.6. Невербальные средства общения .....	96
4.7. Зоны и дистанция .....	106
<b>ТЕМА 5. Этический аспект культуры речи .....</b>	<b>111</b>
5.1. Понятие этикета .....	111
5.2. Культура поведения и этические нормы общения .....	114
5.3. Проявление вежливости в невербальных средствах общения .....	115
5.4. Речевой этикет и культура общения .....	117
5.5. Использование формул речевого этикета .....	121
5.6. Этические параметры спора и дискуссии .....	124
5.7. Эвфемизация речи .....	125

<b>ТЕМА 6. Основы ораторского искусства.....</b>	<b>129</b>
6.1. Что такое ораторское искусство .....	129
6.2. Личность оратора.....	130
6.3. Подготовка к выступлению .....	131
6.4. Структура ораторской речи.....	133
6.5. Доказательность и убедительность речи. Основные виды аргументов.....	135
6.6. Запоминание и произнесение речи .....	141
6.7. Контакт с аудиторией. Этика и эстетика ораторского выступления .....	143
6.8. Требования, предъявляемые к речи выступающего .....	153
<b>ТЕМА 7. Официально-деловой стиль .....</b>	<b>155</b>
7.1. Национальный характер и интернациональные свойства русской официально-деловой письменной речи.....	155
7.2. Сфера функционирования официально-делового стиля и его основные черты.....	156
7.3. Документы и их функции. Правила оформления документов .....	158
7.4. Языковые особенности.....	159
7.5. Этика деловых документов.....	163
7.6. Реклама в деловой речи. Особенности языка рекламы .....	165
<b>ТЕМА 8. Научный стиль.....</b>	<b>171</b>
8.1. Функционально-стилевой состав книжной речи.....	171
8.2. Структурно-тематическая организация научного текста .....	176
8.3. Особенности научно-информативных текстов .....	177
Словарь терминов .....	180
Словарь ударений.....	189
Словарь паронимов .....	191
Словарь омонимов .....	200
Словарь иностранных слов.....	213
Список использованной литературы.....	218

## ТЕМА 1.

---

### Культура речи как образовательная дисциплина

#### 1.1. Актуальность и предмет курса «Культура речи»

*Кто не умеет говорить,  
тот карьеры не сделает.*

*Наполеон*

Русский язык является государственным языком Российской Федерации, что закреплено в основном законе нашей страны – в Конституции. На нем говорят около 98% жителей, его изучают как отдельную дисциплину в школах, на нем ведется преподавание в большинстве государственных образовательных учреждений.

Но в последнее время специалисты констатируют, что уровень речевой культуры (владения языком) падает практически у всех социальных слоев российского общества. Почему это должно тревожить?

Во-первых, потому, что язык является составной частью культуры народа в целом. Посредством языка усваиваются и передаются последующим поколениям знания о достижениях общества в производственной, общественной и духовной деятельности.

Во-вторых, язык наряду с экономическими, политическими и другими факторами создает единство нации и государства. Французский исследователь Э. Бенвенист отмечал: «Язык – это то, что соединяет людей в единое целое, это основа тех отношений, которые, в свою очередь, лежат в основе общества».

В-третьих, общество состоит из индивидуумов, и, соответственно, культурный уровень общества зависит от уровня культуры его членов. «...Общественный характер культуры обязательно предполагает, что индивидуальная культура возможна только тогда, когда она воспринимается как элемент, часть общей культуры (коллектива и общества в целом), как личный вклад в нее кого-то, но не проявление антагонизма ей, поскольку культуре изначально характерны традиции и преемственность»<sup>1</sup>. Деградация культуры (в том числе и речевой) каждой личности неизбежно влечет за собой деградацию общества в целом.

Существует такое понятие – *базовая культура личности*, основным компонентом которой является комплекс знаний, умений, качеств, привычек, ценностных ориентаций. Но никакое образование не обеспечит знаниями на всю жизнь. Учиться приходится постоянно. Как сказал Плутарх: «Неважно, кто ты, неважно, какими качествами ты обладаешь. Если ты не учишься, ты никто». Поэтому человек культурный – это всегда человек образованный, отличающийся от обученного тем, что не просто получил знания, но еще и научился их самостоятельно добывать, применять и передавать.

Уровень образования – одно из условий социализации личности. Другим ее показателем, неразрывно связанным с уровнем образования, является языковая компетентность, потому что степень владения языком влияет на усвоение знаний, впоследствии – на возможность получить престижную работу и, в конечном счете, определяет самооценку человека.

Таким образом, культура общества и культура личности – понятия не только взаимосвязанные, но взаимодополняющие, взаимообогащающие.

В-четвертых, язык формирует своего носителя, его ментальность (ментальность – модель поведения и стереотипы реакции, присущие эпохе и социальным группам). «Границы моего языка означают границы моего мира», – писал философ Л. Вит-

---

<sup>1</sup> Ишполитова Н.А., Князева О.Ю., Саввова М.Р. Русский язык и культура речи в вопросах и ответах. М., 2006, с. 18.

генштейн. «Какова у людей жизнь, такова и речь», - гласит античная пословица. Чем скуднее жизнь, тем скуднее язык, и наоборот. Другими словами, речевая практика определяет границы мира нашего современника.

Следовательно, мы можем сделать вывод, что падение речевой культуры носителей языка не является сугубо лингвистической проблемой, она более масштабна и серьезна.

Какие же факторы привели к такому положению?

Чтобы разобраться в этом вопросе, необходимо проанализировать жизнь общества в широком смысле этого слова в последние десятилетия.

К концу XX столетия в нашей стране произошли серьезные изменения в социальной, политической и экономической сферах, сменились психологические установки. С одной стороны, это позитивно отразилось на характере общения, которое стало более раскованным, натуральным и живым. С другой стороны, некоторые носители языка демократизацию общения подменили понятием вседозволенности. «Свобода слова, понятая буквально и по отношению к манере выражаться, сломала все социально-этические запреты и каноны»<sup>1</sup>. Стала разрушаться не только **традиционная нормативность**, которая утрачивает прежнюю жесткость и однозначность, но и начинает проявляться явная «*стилевая неразборчивость как протест против патетики и показухи прошлых времен*»<sup>2</sup>. А что хуже всего – изменилась мера допустимости, если не сказать, совсем исчезла. Просторечия, ругательства, «непечатные слова» стали широко использоваться не только в обиходной речи, но и на страницах книг, в средствах массовой информации (СМИ).

Кроме того, специалисты с тревогой отмечают **засоренность языка** словами-паразитами, «какбизмами», элементами тюремной субкультуры, жаргонизмами.

И не менее важной чертой нашего сегодняшнего языкового развития считается **чрезмерное количество в языке за-**

---

<sup>1</sup> Валгина Н.С. Активные процессы в современном русском языке. – М., 2001. С. 9.

<sup>2</sup> Там же. – С. 9.

**имствованных слов**, особенно англицизмов. Да, заимствование обогащает язык, но не безмерное. Кроме того, нет единого орфографического и, следовательно, орфоэпического облика заимствованных слов, что размывает норму как основу речевого поведения для носителей языка.

И еще один не менее тревожный фактор: словарный запас литературных слов носителей языка резко сокращается, особенно у представителей молодого поколения, которые не имеют мотивации к получению знаний, не связанных непосредственно с будущим карьерным ростом. В результате, молодые люди не могут выразить свои мысли и, более того, не способны воспринять и осознать более или менее сложную информацию. Или другая сторона этой проблемы – вербализм, когда словом пользуются автоматически, не задумываясь о его значении. В результате, порождается неосмысленный текст, этакий «поток сознания». Тревожит то, что эта проблема не воспринимается именно как проблема, а если и осознается, то человек не знает способов ее преодоления.

Да, безусловно, жизнь со временем изменяет систему ценностей, и язык, чтобы быть понятным, доступным, тоже изменяется. Конечно, трудно требовать, да и незачем, чтобы в повседневном общении все говорили на «чистом» академическом языке. По мнению специалистов, достаточно того, чтобы люди имели представление о русском с большой буквы, чтобы наш язык стал средством контакта, общения, расширения связей между людьми, а не сужения. Чего греха таить, многие носители (особенно этим грешит молодежь) намеренно отступают от общелитературных норм, подстраиваются под речь «крутых», но по сути своей безграмотных людей, бравлируя такой манерой поведения. И не задумываются о том, что это, в конечном счете, приводит к деградации их личности, т.к. знания, которыми они обладают, оказываются невостребованными и, следовательно, утрачиваются. Как итог, они рискуют опуститься до уровня некомпетентного человека.

Негативные процессы, которые мы сегодня наблюдаем, нисколько не свидетельствует о деградации языка как системы, наоборот, язык как живой организм функционирует активнее и изыскивает ресурсы в себе самом, чтобы отобразить новые



реалии, предоставляет пользователю «возможность выбора, что, в свою очередь, свидетельствует о расширении возможностей языка в плане удовлетворения конкретных коммуникативных задач. Значит, язык становится более мобильным, тонко реагирующим на ситуацию общения, т.е. обогащается стилистика языка»<sup>1</sup>.

Сам язык не может быть хорошим или плохим. Он таков, каковы мы есть. Значит, по мнению профессора В.Г. Костомарова, «спасать надо не язык, а нас самих». Поэтому, важным является факт установления социальной основы нормы, которая зависит от того, какие социальные слои общества оказываются наиболее активными в исторический период формирования литературной нормы. Если носители языка стремятся сохранить и преумножить культурное наследие нации, придают огромное значение самообразованию и моральному совершенствованию, то и развитие языка достигнет высокого уровня. В противном же случае культура и язык как ее составляющая придут в упадок. Поэтому **одной из основных задач культуры речи является охрана литературного языка.**

И еще. В течение многих десятилетий проблеме культуры речи в школе **не уделялось достойного внимания**. Программы сводились лишь к формированию навыков и умений в орфографии и пунктуации. Выводы специалистов, проводивших ЕГЭ в российских школах, сводятся к следующим удручающим результатам: **45% выпускников** (только вдумайтесь в этот процент!)

- не могут ясно и убедительно доказать свою позицию в случае, если она не совпадает с позицией автора текста, или найти контраргументы;
- не умеют вежливо оформить свое несогласие с доводами автора, защитить свое понимание проблемы; сочинения этих учащихся характеризуются бедностью словаря и грамматического строя речи<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Валгина Н.С. Активные процессы в современном русском языке. – М., 2001. С. 11.

<sup>2</sup> Методическое письмо о преподавании русского языка в средней школе с учетом результатов единого государственного экзамена 2005 года. – С. 10-12.

Таким образом, причиной введения курса «Русский язык и культура речи» в образовательные стандарты высшей школы стала общественная потребность в повышении речевой культуры.

Эту задачу нужно незамедлительно решать еще и потому, что государство нуждается в высокообразованных квалифицированных кадрах, т.е. хорошее владение языком сегодня имеет и чисто прагматическое значение. В наши дни **востребованность специалиста на рынке труда, его конкурентоспособность** во многом зависят от уровня его речевой культуры.

По данным социологов, 85% респондентов отметили, что качество речи собеседника – грамотность, доступность изложения, яркость и убедительность – для них является основным критерием формирования отношения к говорящему.

Кроме того, в современном мире человек сталкиваемся с огромным количеством информации. *«Кто владеет информацией, тот владеет миром»*. Но эту информацию нужно не только получить, но и оперативно обработать, быстро принять решение в соответствии с ситуацией общения. Поэтому вторым после мыслительных способностей критерием отбора кандидатов – молодых специалистов – становятся коммуникативные качества человека. Например, в журнале «Гид молодого специалиста» N2 2002 г. находим следующие требования к соискателям:

- «хорошее владение устной и письменной речью, т.е. умение ясно и точно, логично излагать собеседнику свои мысли, отсутствие слов-паразитов, владение несколькими стилями речи, а также умение писать отчеты, письма, доклады;
- навыки презентации, т.е. умение преподать себя, уверенность в публичных выступлениях, навыки взаимодействия, умение достигать результата в процессе общения, умение слушать собеседника, неконфликтность в общении»<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Цитируется по: Трофимова Г.К. Русский язык и культура речи. Курс лекций. – М., 2005. С. 4.

Требования строгие, но вполне достижимые. Только эти навыки необходимо формировать и совершенствовать еще задолго до начала трудовой деятельности.

Принятая Правительством РФ в декабре 2005 года Федеральная целевая программа «Русский язык» на период с 2006 до 2010 года, где определен ряд безотлагательных мер, надемся, будет способствовать преодолению кризиса в этой области. Но будет ли этого достаточно? Очевидно, что путем государственного регулирования можно исправить ситуацию только в очень ограниченных масштабах. Более того, разного рода штрафы и запреты, как предлагали депутаты, малоэффективны, обязать людей пользоваться словарями нельзя.

Язык развивается по объективным законам, и успешно воздействовать на его развитие могут только **сами носители**. Мы уже отмечали, что культура речи является неотъемлемой частью культуры личности. А.П. Чехов в своей заметке о красноречии «Хорошая новость» писал: *«В сущности, ведь для интеллигентного (выделение наше – Е.З.) человека дурно говорить должно бы считать таким же неприличием, как не уметь читать и писать... Все лучшие государственные люди в эпоху процветания государств, лучшие философы, поэты, реформаторы были в то же время и лучшими ораторами. «Цветами красноречия» был усыпан путь ко всякой карьере».*

Поэтому, как нам кажется, можно сказать, что сегодня интерес к родному языку становится **осознанной необходимостью** для миллионов людей, стремящихся достичь успеха в жизни. Необходимо овладеть русским языком во всем его многообразии, «объявить войну» косноязычию, и только тогда мы обретем былую гордость за наш родной язык и процветающее государство!

Чем же отличается вузовский курс от школьного?

Акцент в нашем курсе будет поставлен на *использование* языка в различных сферах общения. **Предметом** изучения будут являться устные и письменные нормы литературного языка и правила речевого общения в различных сферах общественной деятельности.

## 1.2. Современная теоретическая концепция культуры речи

Учение о культуре речи зародилось в Древней Греции в рамках риторики как учение о достоинствах речи.

В последующие столетия понимание сути культуры речи было односторонним: она понималась либо как учение об изящной словесности – использовании разнообразных художественных средств (середина XIX века), либо как умение грамотно читать, писать и говорить (конец 20-х годов XX века, т.к. большая часть населения в то время была неграмотна).

Эта односторонность в понимании культуры речи была преодолена в 80-е годы XX столетия с развитием психологии, психолингвистики и других дисциплин. Ведь еще Аристотель подчеркивал: *«Речь состоит из трех элементов: самого говорящего, предмета, о котором он говорит, и лица, к которому он обращается и которое есть, собственно, конечная цель всего»*. Таким образом, значительными оказываются и фигура адресата речи, и самого говорящего, который становится носителем определенной «духовности».

Такой *коммуникативный* подход к изучению культуры речи появляется в работах Б.Н. Головина (*коммуникация – лат. – делаю общим, связываю*): он выделяет основные критерии анализа речи, которые объединяются под термином «коммуникативные качества речи» и предполагают соотношение речи и действительности, речи и языка, речи и мышления, речи и сознания. Коммуникативная направленность этой системы выразилась в том, что свойства речи (правильность, чистота, богатство, точность, логичность, уместность, доступность и выразительность) должны соотноситься с ситуацией общения и с личностью адресата речи. Это значит, что, по словам С.И. Ожегова, нужно *«найти не только точное средство для выражения своей мысли, но и наиболее доходчивое (т.е. наиболее выразительное), и наиболее уместное (т.е. самое подходящее для данной*

ситуации)»<sup>1</sup>, т.е. такое, которое исключит непонимание. Например, фраза «Концепт «крестьянственности» как внутреннего сознания времени включает историческую интенциональность, придающую ретенции форму саморефлексии» хоть и построена по всем правилам с точки зрения общелитературных норм, но является невразумительной, потому что многие слова непонятны адресату.

В середины 90-х годов XX века профессор Е.Н.Ширяев расширил этот подход: **«Культура речи – это такой набор и такая организация языковых средств, которые в определенной ситуации общения при соблюдении современных языковых норм и этики общения позволяют обеспечить наибольший эффект в достижении поставленных коммуникативных задач».**

Из этого определения следует, что, помимо коммуникативной направленности речи, она, безусловно, должна быть нормативной, т.е. соответствовать правилам, которые установлены и закреплены в языке на определенном этапе его развития. Отступление или нарушение этих правил ведет к коммуникативным помехам – непониманию или переакцентировке внимания на то, как человек говорит, насколько грамотно, а не на то, что он говорит.

И, в-третьих, речь должна оцениваться с учетом *этического* компонента общения, который требует знания и применения правил языкового поведения в определенной ситуации.

Таким образом, современное учение о культуре речи включает в себя изучение *трех ее аспектов: коммуникативного, нормативного и этического.*

Однако только теоретических знаний, конечно же, недостаточно. Необходимо умение пользоваться ими, применять на практике. Чем шире круг общения людей, тем актуальнее становится эта проблема: ведь приходится решать все более и более сложные задачи в самых разнообразных, и не всегда предсказуе-

---

<sup>1</sup> Ожегов С.И. Лексикология. Лексикография. Культура речи. – М., 1974. С. 287-288.

ных (как, например, при бытовом общении), ситуациях общения, а следовательно, необходимо расширять словарный запас и совершенствовать имеющиеся навыки общения для достижения поставленных целей коммуникации.

## ТЕМА 2.

---

### Язык и речь. Формы существования языка

*Если язык – это способ мышления,  
то речь – это способ интеллектуального  
существования личности.*

#### 2.1. Язык как универсальная полифункциональная знаковая система

Язык представляет собой **полифункциональную систему**.

**Систему** (от греч. «целое, составленное из частей»), потому что язык – это не нагромождение слов, звуков, правил, а упорядоченная взаимосвязь определенных единиц, ее образующих: фонем (звуков), морфем, слов, словосочетаний, предложений.

**Полифункциональную** – потому что язык выполняет различные функции:

1. *коммуникативную* (означает, что язык является важнейшим средством человеческого общения (коммуникации) – по мнению многих специалистов, эта функция играет ведущую роль;
2. *когнитивную*, или познавательную (означает, что язык – важнейшее средство получения новых знаний о действительности);
3. *аккумулятивную* (функцию сохранения и передачи информации);
4. *эмоциональную* (проявляется в способности языка выражать чувства, эмоции говорящего);
5. *волеуправляющую* (функцию воздействия).

Некоторые специалисты называют еще и **магическую** функцию языка, которая проявляется в религиозных и мифологических текстах. Но мы считаем, что эта функция является частным проявлением волонкативной функции. Здесь, наверное, следует проанализировать степень воздействия словом на человека: почему для одних то или иное слово\выражение оказывает сильное (близкое к магическому) воздействие, а для других оно же – пустой звук.

## 2.2. Язык и речь

*«Заберите у меня все, чем я обладаю.  
Но оставьте мне мою речь.  
И скоро я обрету все, что имел».*

*Д.Уэбстер*

Язык имеет дело с информацией – ее созданием, хранением и передачей. Слова называют не только объекты реальной действительности, но и действия, признаки, мысленные образы: фантастические предметы и явления, глаголы, отвлеченные понятия, мысленные образы. Следовательно, **язык предназначен для мышления**, он является средством выражения мыслей, желаний и чувств человека. Но сама мыслительная деятельность реализуется именно в речи. **Речь – это язык в действии.**

Язык и речь имеют свои особенности.

<b>ЯЗЫК</b>	<b>РЕЧЬ</b>
– средство общения	– реализация знаковой системы (языка)
– абстрактен	– конкретна, материальна
– коллективен, принадлежит всему обществу	– индивидуальна
– стабилен, изменениям подвергается медленно	– подвижна, динамична
– един для народа и нации	– зависит от собеседников и ситуативно обусловлена



Способ реализации общественно-коммуникативных потребностей человека в процессе общения называется **речевой деятельностью**.

**Виды речевой деятельности** делятся на две группы в зависимости от характера психических процессов, лежащих в основе создания и восприятия текста.



Как мы видим, продуктом речевой деятельности становится высказывание, или **текст**, создаваемый в устной или письменной форме. Текст представляет собой феномен употребления языка и является основой общения.

Качества текста демонстрируют уровень **коммуникативной языковой компетенции**, которая понимается как совокупность знаний и умений, позволяющих человеку осуществить ту или иную деятельность с помощью речевых средств.

Специалистами выделяются три компонента данной компетенции:

- *лингвистический* (предполагает знание языковой системы как таковой);
- *социолингвистический* (подразумевает владение социальными нормами поведения);
- *прагматический* (предполагает навыки использования языковых средств в определенных функциональных целях,

<sup>1</sup> Таблица приводится по учебному пособию: Ипполитова Н.А., Князева О.Ю., Савова М.Р. Русский язык и культура речи в вопросах и ответах. – М., 2006. С.58.

распознавание различных типов текстов, а также умение выбирать языковые средства в зависимости от ситуации общения)<sup>1</sup>.

### **2.3. Понятие о национальном языке. Этапы становления и развития русского национального языка**

*И еще один дар дала нам наша Россия:  
это наш дивный, наш могучий, наш поющий язык.  
(русский мыслитель И.А.Ильин).*

**Национальный язык** – это язык, принадлежащий всем носителям, которые используют его как средство общения. В нем сосредоточен и представлен весь исторический опыт народа. *Состояние языка свидетельствует о менталитете народа, об уровне развития общества и его культуры.*

Русский литературный язык начал свое формирование в Киевской Руси начиная с 11 в. В древнерусском государстве в период раздробленности развивались диалекты и наречия, понятные для отдельного удела. Это приводило к разобщенности не только территориальной, но и культурной. Необходим был язык, понятный для всех. Он нужен был торговле, дипломатии, церкви. Таким языком стал *старославянский*. История его возникновения и формирования на Руси связана с византийской политикой русских князей и с деятельностью братьев-монахов Кирилла и Мефодия, создавших славянскую азбуку. Взаимодействие старославянского и русского разговорного языка сделало возможным формирование *древнерусского языка*.

Новый значительный этап в развитии языка связан с периодом возрастания роли Московского государства и объединения русских земель. В это время усиливается роль московского говора, сохраняющего традиции Киевской Руси.

---

<sup>1</sup> См.: Общеευропейские компетенции владения иностранным языком: изучение, обучение, оценка. М. – Страсбург., 2003.

В XVII в. складывается русская нация и начинает формироваться русский национальный язык на основе московского говора. Постепенно прекращается развитие новых диалектов. Происходит демократизация языка, его освобождение от влияния церковнославянского языка и обогащение за счет западноевропейских языков.

Следующим этапом развития и становления языка становится XVIII век. В этот период литературный язык выразителен и богат, но пестр и неустойчив. Большая заслуга в его стабилизации и упорядочении принадлежит М.В.Ломоносову, но е д и н ы е нормы языка все же не были выработаны. В последующий период все усилия были направлены на решение этой задачи.

Завершается формирование общенационального русского литературного языка и начинается эпоха его современного развития с творчества Александра Сергеевича Пушкина, который, по словам В.Г.Белинского, «убил на Руси незаконное владычество французского псевдоклассицизма, показал бесчисленные новые формы, *пересоздал* (выделено нами – Е.З.) язык до такой степени, что и безграмотные не могли уже не писать хорошими стихами...». В произведениях Александра Сергеевича были выработаны и закреплены осознанные и принятые современниками и последующими поколениями **о б щ е н а ц и о н а л ь н ы е н о р м ы** русского литературного языка.

## 2.4. Формы существования языка

Современный русский язык распространен на огромной территории, а общество людей, проживающих в России, внутренне неоднородно. Поэтому можно говорить о разных формах существования языка.

К ним относятся *территориальные диалекты*, которые используют в речи люди, проживающие на определенной ограниченной территории. Диалектизмы противопоставлены общелитературному языку и имеют ряд характерных особен-

ностей как в фонетической, так и в грамматической и лексической системе. Например, на юге России «акают» и «якают», на севере – «окают», часто в форме творительного падежа существительных используется окончание дательного падежа (*сделал своим рукам*) и т. д. Основной формой существования территориальных диалектов является устная форма, которая используется *только в бытовом общении*.

В обществе можно выделить отдельные группы людей, различающихся по полу, возрасту, уровню образования, общественному положению, профессии и т.д. Естественно, что уровень владения языком неодинаков. Поэтому можно говорить о существовании еще и *социальных диалектов*, к которым относятся:

- *профессионализмы* – называют те явления, которые связаны с профессиональной деятельностью. Например, опечатка в речи газетчиков – *ляп*; руль в речи шоферов – *баранка*. Профессионализмы обладают подчас сниженной, грубой экспрессией: *жмурик* – умерший, погибший (не следует путать профессионализмы с употреблением в речи профессиональных терминов, что является характерной чертой научного стиля или может мотивированно проявляться в других стилях);

- *жаргоны* (фр. Jargon) – разновидность разговорной речи, которая используется обособленными группами носителей языка, объединенных по какому-либо признаку: социальному, возрастному, по интересам, по роду занятия. Например, жаргон школьников, студентов, молодежи, спортсменов, моряков, полиграфистов, болельщиков, коллекционеров, а также армейский жаргон, криминальный, компьютерный и т.д.

Считается, что жаргон возникает в тех случаях, когда группа лиц хочет психологически и социально отделить себя от остальной части общества, создать некий «тайный» язык, цель которого – распознать «своих» и «чужих», скрыть смысл произносимого от чужака. Проведенные опросы среди молодежи показывают, что именно стремление самоутвердиться,

выделиться из круга взрослых, войти в нужную компанию является мотивацией для использования жаргона.

Жаргон не обладает собственной фонетической или грамматической системой, и его использование ограничено тематически, т.е. предмет разговора обычно не выходит за рамки узкого круга тем и лиц. Лексика жаргона строится на базе литературного языка путем переосмысления, метафоризации, звукового искажения и т.д.

Распространение в речи жаргонизмов расценивается как отрицательное явление в жизни общества и развитии национального языка. В нестрого терминологическом смысле слово «жаргон» употребляется для обозначения искаженной, вульгарной, неправильной речи. Именно эта особенность отличает жаргон от *арго* (франц. argot) – социальной разновидности речи, характеризующейся узкопрофессиональной или своеобразно осмысленной общеупотребительной лексикой. В строго терминологическом смысле «арго – это речь низов общества, деклассированных групп и уголовного мира»<sup>1</sup>.

Есть еще такое понятие, как *сленг* (англ. slang) – набор особых слов или новых значений уже существующих слов, употребляемых представителями определенной возрастной или профессиональной группы (например, компьютерный сленг);

- *просторечия* характерны для обиходной речи малообразованных слоев городского населения, например: *стучать* – «доносить», *съест* – «безропотно снести обидное, оскорбительное». Термин возник из словосочетания «*простая речь*» в значении «*не книжный*», народный язык. Просторечия включают в себя языковые явления (слова, грамматические формы, обороты, особенности произношения), которые употребляются для грубоватого, сниженного выражения мысли. Это речь носителей национального языка, недостаточно владею-

---

<sup>1</sup> Русский язык. Энциклопедия. – М., 1979. С. 23.

щих литературными нормами и не осознающих различия между литературными и нелитературными нормами.

В настоящее время, к сожалению, внелитературные просторечия часто встречаются в речи и образованных людей, которые употребляют их, передразнивая, копируя малообразованных людей, или как сниженный, эмоционально окрашенный способ изображения действительности. При определенных обстоятельствах мы можем слышать из уст взрослых, образованных, авторитетных людей (политиков или общественных деятелей) просторечные выражения. Конечно, это не делает им чести, потому что такие пассажи в речи могут служить лишь признаком дешевого популизма, демонстрацией мнимой близости к народу. Эффективность подобных средств весьма сомнительна уже потому, что они дают временный результат, а в долгосрочной перспективе, напротив, за личностью закрепляется имидж человека, не стремящегося к демонстрации подлинной культуры как в речи, так и в публичном поведении.

Массовое употребление жаргонной и просторечной лексики становится сегодня одной из важнейших проблем культуры речи. Если язык – это способ мышления, то речь – это способ интеллектуального существования личности, который складывается из определенной системы ценностей. С помощью широкомасштабной интервенции подобной лексики разрушается не только эта система, но и личность, потому что она становится объектом манипулирования, идеологически беспомощным зомби, чьи индивидуальные ценности заменяются «законами стаи». Разрушить эту экспансию можно, с одной стороны, осмысливая природу этих негативных явлений, а с другой – формируя и поддерживая высокий уровень культуры в целом и культуры речи в частности.

Перечисленные выше НЕЛИТЕРАТУРНЫЕ варианты языка не могут быть понятны и доступны широкому кругу людей – носителей языка.

Общение на жаргоне, диалекте, просторечии возможно только в неофициальной обстановке и только в том случае, если в нем участвуют хорошо понимающие его представители

одного коллектива. На жаргоне, диалекте, просторечии невозможно адекватно изложить ни научную теорию, ни государственный нормативный акт и т.п. Кроме того, использование этих вариантов языка даже в неофициальной обстановке в социально неоднородном коллективе может привести к непониманию, а сам говорящий будет воспринят как необразованный и невежливый человек, которого не интересует реакция слушающих. Поэтому в широком общении речь изменяется, люди стараются использовать общепонятный ЛИТЕРАТУРНЫЙ ЯЗЫК, чтобы быть уверенными, что *будут поняты любым адресатом*.

**Литературный язык – высшая форма национального языка, обеспечивающая географическое и историческое единство нации, и основа культуры речи.** Он стоит над другими разновидностями национального языка и включает в себя оптимальные способы обозначения понятий и предметов, выражения мыслей и эмоций. Литературный язык обслуживает самые разные области человеческой жизни и деятельности: политику, культуру, науку, делопроизводство, законодательство, бытовое общение, межнациональное общение.

Литературный язык имеет свои *особенности*. К ним относятся:

- **общепонятность, которая «в сущности только и делает его литературным» (Л.В. Щерба);**
- **письменная фиксация;**
- **нормированность;**
- **обязательность норм для всех носителей языка;**
- **наличие функциональных стилей;**
- **объединение книжной и разговорной речи<sup>1</sup>.**

---

<sup>1</sup> Русский язык. Энциклопедия. – М., 1979. С. 131.

## 2.5. Функциональные разновидности литературного языка

Литературный язык – форма общенародного языка, понимаемая как образцовая, – по-разному функционирует в зависимости от сферы человеческого общения. Каждая сфера использования языка выдвигает свои требования к выбору языковых средств, созданию высказывания и накладывает свои ограничения. Так, языковые средства, уместные в одних обстоятельствах, становятся чужеродными в других. Например, К.И.Чуковский в одной из своих книг приводит такой эпизод. Летом по дачному городку идет молодой человек и видит у калитки плачущую маленькую девочку. Он подходит и участливо ее спрашивает: «По какому вопросу плачешь?». Вы улыбнулись? Почему? Да потому что в данных обстоятельствах языковые средства, выбранные молодым человеком для общения с девочкой, совершенно неуместны. А вот в обстановке делового общения, например, секретарь может поинтересоваться у ожидающих приема граждан: «По какому вопросу Вы пришли к N?» Эти же языковые средства в иных условиях общения кажутся приемлемыми и совершенно естественными. На основе дифференциации лексических единиц и в зависимости от той функции, которую выполняет язык в каждом конкретном случае, выделяются **функциональные разновидности литературного языка**, или стили.

Итак, **стили речи** (стиль – греч. *стило* – палочка, ручка) – это системы языковых элементов внутри литературного языка, разграниченные условиями и задачами общения: форма наших высказываний зависит от того, **ГДЕ**, **С КЕМ** и **ЗАЧЕМ** мы говорим. Значит, анализ речевой ситуации является необходимым условием выбора стиля речи для наиболее эффективной передачи информации.

Под влиянием этих условий мы отбирает и формирует языковые средства (слова, фразеологизмы, морфологические формы, синтаксические конструкции). Стилиевое богатство делает русский язык гибким и сильным, эмоционально-выразительным и строгим.



## Литературный язык

### Функциональные стили (разновидности)

- |                              |   |   |
|------------------------------|---|---|
| - научный                    | } | книжные стили<br>преимущественно письменная форма |
| - официально-деловой         |   |   |
| - газетно-публицистический   |   |   |
| - литературно-художественный |   |   |
| - разговорно-обиходный       |   | - преимущественно устная форма                    |

Четыре функциональных стилия русского литературного языка (научный, официально-деловой, публицистический и литературно-художественный) как **письменные** противопоставлены **устному** разговорно-обиходному. В основе такого противопоставления лежат основные различия в характере письменной и устной коммуникаций: из-за предусмотренного временного разрыва в письменной коммуникации автор текста имеет возможность обдумать структуру текста, его композицию, а также осуществить отбор языковых средств. Устный текст произносится спонтанно, творится в момент говорения. Поэтому у автора нет возможности обдумать заранее все нюансы, подобрать наиболее эффективную и эффектную лексику или синтаксическую конструкцию. Насколько успешно он справится с задачей, будет зависеть только от него самого: ведь под рукой нет ни сборника «Лучшие сочинения старшеклассников», ни конспекта «умных мыслей» авторитетных людей, ни словарей, ни справочников по орфоэпии, ни «Крылатых выражений» Ашукиных. В устном высказывании человек виден как на ладони, все его достоинства и недостатки становятся явными: умен он или глуп, образован или нет, воспитан или склонен пренебрегать этикетом. Поэтому владение устной речью – не только показатель владения родным словом, но и показатель внутренней культуры человека.

Научный, официально-деловой, публицистический и литературно-художественный стили называются **книжными**: в них никакие отступления от норм литературного языка, а тем более их нарушение, недопустимы. Книжные слова, типичные для письменной речи, могут употребляться и в устной форме (научные доклады, публичные выступления).

Разговорно-обиходный стиль используется не только в быту, но и в профессиональной сфере. В быту он имеет устную и письменную формы (записки, SMS-сообщения), в профессиональной – только устную.

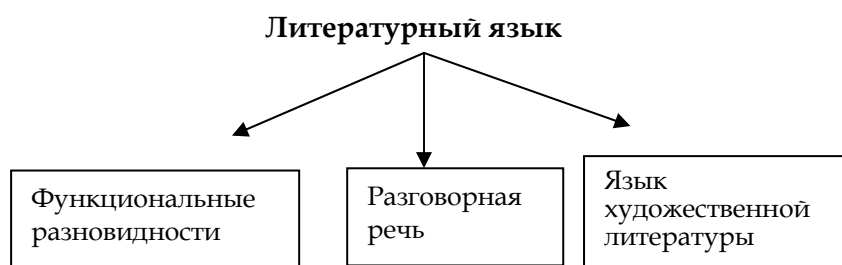
Книжные стили – **кодифицированные**, т.к. строятся на основе грамматических правил, зафиксированных в словарях и справочниках. Особенности разговорного стиля нигде не фиксируются. Это некодифицированная речь. Она имеет свои особенности:

- выбор языковых средств в большой степени зависит от ситуации общения: темы разговора, особенностей участников общения (возрастных, социальных, личностных), времени и места общения, общей цели общения;
- тематическое развитие устного текста может отличаться логической неорганизованностью, отсюда многотемность текста даже в пределах небольшого отрывка, самоперебивы и самоуточнения говорящего, поправки, обрывы речи;
- речевая тактика сотрудничества говорящих вырабатывается в процессе диалога, что требует поиска комфортного речевого взаимодействия, общей тональности;
- тексты характеризуются неполнотой средств выражения на всех языковых уровнях (например, фонетические редукции или синтаксическая неполнота предложения) в связи с тем, что в устном общении участвуют не только собственно языковые, но и паралингвистические средства общения (интонация, мимика, жесты).

Литературный язык – это далеко не то же самое, что *язык художественной литературы*, который лишен какой бы то ни было стилистической замкнутости и является более широким по отношению к понятию художественного стиля. Его главная отличительная черта состоит в том, что он несет в себе еще и *эстетическую нагрузку*. В художественном тексте можно встретить все богатство и разнообразие русского *национального* языка: не только его функциональные разновидности, но и нелитературные элементы, которые нужны автору для создания

местного колорита, речевых характеристик персонажей, усиления выразительности текста. Основным критерием отбора языковых средств здесь становится не их нормированность, а *уместность и целесообразность*, которые свидетельствуют о *таланте и мастерстве писателя* в использовании всего богатства национального языка.

Вышеперечисленные особенности разговорно-обиходного стиля и языка художественной литературы дали основание академику Д.Н. Шмелеву предложить следующую типологию функциональных разновидностей языка:



- научный
- официально-деловой
- публицистический

***Функционально-стилевые разновидности и эмоционально-экспрессивные средства языка***

Языковые единицы, кроме основного значения, могут иметь дополнительные значения, ограничивающие возможности их употребления в определенных сферах и условиях общения.

Различаются функционально-стилевые разновидности и эмоционально-экспрессивные (оценочные) средства языка.

***Функционально-стилевые разновидности*** обусловлены преимущественным *употреблением языковой единицы в какой-либо сфере общения.*

Слова, закрепленные за книжными стилями, не подходят для непринужденной беседы (*На зеленых насаждениях появились первые листочки*), в разговоре, например, с ребенком нельзя употреблять научные термины (*Весьма вероятно, что папа войдет в визуальный контакт с дядей Петей в течение предстоящего дня*), а в официально-деловом стиле – разговорные и просторечные слова (*В ночь на 30 сентября рэкетеры наехали на Петрова и взяли в заложники его сына, требуя выкуп в 10 000 баксов*).

**Эмоционально-экспрессивные средства** связаны с выражением *чувств, отношения* к предмету, его *оценкой*. Это слова с положительной или с отрицательной **эмоциональной окраской** (*герой; туняедец*).

Особенностью эмоционально-оценочной лексики является то, что она «накладывается» на лексическое значение слова. Такая лексика не употребляется в научном и официально-деловом стилях, но широко используется в газетно-публицистическом и разговорно-бытовом стилях.

В составе эмоциональной лексики выделяются три разновидности:

1. Слова с ярким оценочным значением, как правило, однозначные; к ним принадлежат слова-«характеристики» (*брюзга, пустомеля, подхалим, разгильдяй*), а также слова, содержащие оценку факта, явления и т.д. (*опорочить, напакостить, безответственный, допотопный*).

2. Многозначные слова, обычно нейтральные в основном значении, но получающие яркую эмоциональную окраску при метафорическом употреблении (о человеке – *шляпа, тряпка, тюфяк, слон, дуб, ворона, орел*; глаголы в переносном значении – *пилить, грызть, шипеть, моргать, копать*).

3. Слова с суффиксами субъективной оценки, передающие различные оттенки чувств: слова с положительной оценкой (*высокие, ласкательные, отчасти шуточные*) – *отличный, прекрасный, превосходный, чудесный, роскошный, великолепный* и слова с отрицательной окраской (*иронические, неодобрительные, бранные*) – *скверный, гадкий, отвратительный, безобразный, противный, наглый*<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Голуб И. Стилистика русского языка. – М., 2001. С. 59-60.

Существование стилей в языке и речи обеспечивается, прежде всего, наличием *стилистических синонимов*, что дает возможность по-разному передавать примерно одинаковое содержание высказывания.

Кроме того, в русском языке имеется большая группа **нейтральных слов**, лишенных оценочных элементов и создающих определенный фон, на котором выделяется стилистически окрашенная лексика.

## 2.6. Взаимодействие стилей

Мы рассмотрели традиционный принцип группировки текстов по функциональной принадлежности, который сводится к перечислению наблюдаемых языковых средств: слов, словоформ, синтаксических конструкций. Но в современной языковой ситуации, где мы с очевидностью наблюдаем ослабление литературно-языковой нормы, этот критерий становится не очевидным. Поэтому сегодня актуальными становится вывод академика В.В.Виноградова о «взаимодействии и взаимопроникновении стилей» современного русского литературного языка.

Тогда какой же принцип должен лежать в основе отбора и композиции языковых средств? Профессор Костомаров В.Г. выдвинул принципиально отличную от существующих концепцию (Костомаров В.Г. Наш язык в действии. Очерки современной русской стилистики. М.: Гардарики, 2005). В своей монографии он сформулировал новый методологический подход – **векторный** (лат. *vektor* – «несущий») **принцип развития стилистики**, который сводится к *описанию законов составления текстов и их типологии*. «Текст строится из любых единиц языка, если они отвечают логике его построения: замысел служит для автора вектором отбора и композиции выразительных средств»<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Русский язык и культура речи. Учебник: для технических вузов / Под ред. В.И. Максимова, А.В. Голубевой. – М., 2006. С. 61.

Опираясь на этот принцип, Костомаров В.Г. предлагает следующие группировки текстов:

- книжные специальные тексты;
- книжные неспециальные тексты;
- разговорные тексты;
- тексты массовой коммуникации.

Основной функцией **книжных специальных текстов** является сообщение, в котором доминирует объективность в передаче информации. Цели создания таких текстов (научных, технических, юридических, деловых) подчинены строго регламентированные языковые средства. Они должны быть лишены двусмысленности, эмоциональности, личностной оценки. Установка на достоверность должна подкрепляться логичностью и доказательностью, использованием терминов, с однозначной точностью используемых языковых средств, сложных синтаксических конструкций, причастных и деепричастных оборотов, вводных конструкций. Отступлением от строгого книжного стиля здесь может стать использование профессиональных и молодежных жаргонов.

**Книжные неспециальные тексты**, диапазон которых очень широк (от научно-популярной до художественных текстов), в отличие от первых ориентированы на эстетическую функцию, целью которой является привлечение внимания читателя, которого необходимо заинтересовать, заинтриговать, вызвать реакцию сопереживания. Личность автора здесь ярко выражена, и именно он является внеязыковой основой вектора таких текстов. В зависимости от своего замысла он свободен отбирать и использовать в тексте любые языковые средства, что сближает книжные неспециальные тексты с массово-коммуникативными и разговорными.

**Разговорные тексты** ориентированы на поддержание устойчивой связи с определенным адресатом, поэтому для таких текстов важны непринужденность, личностный контакт и диалогизация. Для поддержания контакта используется весь спектр языковых средств – от сниженной и экспрессивной

лексики до смены темы и содержания общения. Большое значение могут приобретать неязыковые выразительные средства, общие фоновые знания.

Основной функцией **массово-коммуникативных текстов** является информирование адресата и воздействие на него. Тексты этой группы должны быть актуальными без ограничений при выборе темы и экспрессивными в сочетании с предметно-логическим изложением. Принципиальным для текстов этой группы является устойчивость связи с адресатом. Этого достичь очень сложно, потому что эти тексты рассчитаны на широкую аудиторию и личность конкретного адресата не определена. Поэтому главным «оружием» текстов массовой коммуникации является, во-первых, *стандарт*, обеспечивающий понимание, во-вторых, *клип* – часть текста, доступная для усвоения, и, в-третьих, *экспрессивность*, привлекающая адресата. Поддержание устойчивого внимания аудитории достигается разными приемами: созданием острых сюжетов, прерыванием передачи\фильма на самом интересном месте, неординарностью героев и их поступков, прямым призывом «Оставайтесь с нами!». Поддержание же обратной связи реализуется через общение по Интернету, присутствием зрителей в ток-шоу, звонками в студию.

*«Сила массмедийного языка в том, что, «притворяясь» реальным, он скрывает свою условность – в отличие от книжного языка, который свою условность подчеркивает»*<sup>1</sup>. Такое «общение» является лишь имитацией живого, реального взаимодействия людей, потому что оно искусственно конструируется. У людей создается впечатление, что они причастны к событиям, могут свободно выражать свою позицию, но мало кто отдает себе отчет в том, что они лишь марионетки в руках умных и изощренных кукловодов. Между реальной жизнью и жизнью на экране – «дистанция огромного размера».

---

<sup>1</sup> Русский язык и культура речи. Учебник: для технических вузов / Под ред. В.И. Максимова, А.В. Голубевой. – М., 2006. С. 67.





## ТЕМА 3.

---

### Нормативный аспект культуры речи

*Умен ты или глуп, велик ты или мал,  
Не знаем мы, пока ты слова не сказал.  
Саади (персидский мыслитель и поэт XIII в.)*

#### **3.1. Понятие языковой нормы в современном русском языке. Литературная норма как основа, обеспечивающая коммуникацию**

В основе культуры речи лежит представление человека о «речевом идеале», образце, в соответствии с которым должна строиться правильная речь.

**Литературная норма – это принятые в общественно-языковой практике образованных людей правила произношения, словоупотребления, использования грамматических и стилистических языковых средств.**

Норма – явление социально-историческое и глубоко национальное. Она характеризует, прежде всего, литературный язык – признанную в качестве образцовой форму национального языка. Источники языковых норм – произведения классической литературы, общепринятое современное употребление языка, научные исследования.

Природа нормы двусторонняя. С одной стороны, она **объективна**, потому что реализует возможности языка, складывается в реальной практике речевого общения, отрабатывается и закрепляется в общественном употреблении. С другой стороны, она субъективна, потому что отражает вкусы опре-

деленных слоев общества, что не всегда одобряется специалистами. Тем не менее, среди сосуществующих вариантов они отдают предпочтение наиболее частотному и актуальному для данного времени. Он-то и заносится в справочники, словари, своды правил, т.е. кодифицируется – становится официально признанным.

Литературная норма **обязательна** для устной и письменной речи. Соблюдение норм является признаком речевой культуры личности и общества в целом.

Отклонения от норм могут иметь разную природу: они могут свидетельствовать об элементарной неграмотности, недостаточной речевой культуре. Резкое и немотивированное отступление от литературной нормы – неправильное написание слов, погрешности в произношении, образовании слова, противоречащие грамматическим и лексическим законам языка, – квалифицируется как *ошибка*. Ошибка – это или отражение неверной информации, или неточная реакция на нее, которая может оказаться чреватой разными последствиями. Как, например, должно общество воспринимать заявление чиновника МВД, который признает, что *«милиция занимается проституцией недостаточно»*? Иногда ошибка (опечатка, оговорка) делает общение просто невозможным.

Но отклонение от норм может быть осознанным, несущим определенный смысл. Оно допустимо в среде образованных и профессионально связанных людей, когда такая своеобразная игра с легко воспринимаемым подтекстом вносит элемент непринужденности, ироничности в общение хорошо понимающих друг друга собеседников. Великолепно сказал об этом Л.В. Щерба: *«Только безупречное знание языка, грамматики дает возможность почувствовать всю прелесть отклонения от правил. Эти отклонения становятся средством тонких и метких характеристик»*. В публицистике, в художественной литературе – нарушение языковой нормы оказывается художественно значимым, т.е. является литературным приемом.

Установление и соблюдение норм помогают литературному языку сохранять свою целостность и общепонятность,

защищают его от диалектизмов, социальной, профессиональной и просторечной лексики. Это позволяет литературному языку выполнять свою основную функцию – культурную.

**Устойчивость и стабильность** норм обеспечивает равновесие системы языка на протяжении длительного времени, способствует поддержанию связей между поколениями и преемственности культурных традиций: «*Нормой признается то, что было, и отчасти то, что есть, но отнюдь не то, что будет*» (А.М. Пешковский). Но нормы не догма. Они исторически изменчивы, что обусловлено постоянным развитием языка (сравните, например, значение слов «дипломник» и «дипломант» в 30–40 гг. и в 50–60 гг., а также изменение во времени значение слова «абитуриент»). Языковые нормы отражают закономерные процессы и явления, происходящие в языке, и поддерживаются речевой практикой. Если же следовать раз и навсегда установленным нормам, то есть опасность, что общество перестанет с ними считаться и будет устанавливать их стихийно.

Кроме того, норма обладает **коммуникативной целесообразностью**, т.к. зависит от условий, в которых осуществляется речь: в разных ситуациях одни и те же языковые средства могут оказаться уместными или неуместными.

Подведем итог. Языковые нормы имеют следующие особенности:

- *общеобязательность соблюдения;*
- *относительную устойчивость и стабильность;*
- *соответствие обычаю и возможностям языковой системы;*
- *коммуникативную целесообразность.*

Каждый из признаков по отдельности может присутствовать в том или ином языковом явлении, но этого недостаточно. Чтобы языковое средство было признано нормативным, необходимо **сочетание признаков**.

### 3.2. Типы норм.

#### Варианты норм и их соотношение

Одни нормы могут быть строго обязательными и действовать как непреложное правило, другие же – допускают отступления от них.

Существует два типа норм.

**Императивные** (обязательные) закрепляют *только одну форму* употребления как единственно верную. Нарушение этой нормы свидетельствует о слабом владении языком.

**Диспозитивные** предусматривают *возможность выбора вариантов*, регламентируя несколько способов выражения языковой единицы. Их использование носит рекомендательный характер.

**Языковые варианты** – это формальные разновидности одной и той же языковой единицы, которые при тождестве значения различаются частичным несовпадением своего звукового состава<sup>1</sup>.

Причины появления вариантности кроются в сочетании действия внутренних и внешних факторов развития языка. Внутрисистемные причины – это возможности самого языка (действие законов аналогии, речевой экономии и др.). Причины внешнего характера – это контакты с другими языками, влияния диалектов, социальная дифференцированность языка.

Соотношение «норма-вариант» имеет три степени.

1. Норма обязательна, а вариант (прежде всего разговорный) запрещен. В словарях есть соответствующая помета, например: *партер* – **не партер**.

2. Норма обязательна, а вариант допустим, хотя и нежелателен. В словарях обязательная норма указывается первой, а допустимая норма указывается второй с соответствующей пометой: *допьяна* – **доп.** *допьяна*.

3. Норма и вариант равноправны. В словарях эти нормы соединены союзом «и»: *достичь* **и** *достигнуть*.

---

<sup>1</sup> Русский язык. Энциклопедия. – М., 1997. С. 61.

В соответствии с основными уровнями языка и сферами использования языковых средств мы выделим следующие **нормы**:

- **орфоэпические**, связанные со звуковой стороной литературной речи (произношение и ударение);
- **лексические**, связанные с правилами словоупотребления, отбора и использования наиболее целесообразных лексических единиц;
- **грамматические**, которые подразделяются на *морфологические*, связанные с правилами образования грамматических форм слова, и *синтаксические*, связанные с правилами употребления словосочетаний и синтаксических конструкций;
- **орфографические и пунктуационные**, связанные с правописанием.

### 3.3. Ортология современного русского языка

#### Орфоэпические нормы

*Орфоэпические нормы* (греч. – «правильная речь») – нормы произношения (собственно орфоэпические) и ударения (акцентологические).

*Речь на уровне звуков должна быть правильной, соответствовать произносительным (орфоэпическим) нормам.* Соблюдение единообразия в произношении имеет большое значение. Орфоэпические ошибки отвлекают внимание слушающих и мешают воспринимать содержание речи во всей полноте.

Немаловажным фактором является техника речи, которая также помогает избежать ненужных помех при передаче информации. Техника речи включает дикцию, владение голосом и дыханием. Если у говорящего «каша во рту», если он сильно сокращает слова, а иногда «проглатывает» отдельные звуки и слоги, то, во-первых, теряется смысл сообщения, и слушатель вынужден напрягаться, чтобы различить слова, а во-вторых, такая

манера говорить демонстрирует явное неуважение к собеседнику и пренебрежение самим языком. Не случайно К.С. Станиславский писал: «Слово со скомканным началом напоминает человека с отрубленной головой. Слово, у которого проглочен конец, – безногий калека. Выпавшие из середины звуки – это отрезанное ухо, выбитый глаз. За что же производить над словами такую экзекуцию?»

Вот что пишет, например, по поводу произношения согласных Р.В. Зеленая в своей статье «Поговорим о том, как мы говорим»<sup>1</sup>:

«Кто-то скажет: подумаешь, один звук, один слог, и так все понятно. Нет, не подумаешь! От этого речь наша становится небрежной, невнятной, неряшливой. Вот это особенно угнетает. Небрежность».

#### *Остановимся на некоторых трудностях произношения слов.*

1. В русском языке звук [э] (графически – *е*) иногда чередуется со звуком [о] (графически *ё* или *о*). В словах, заимствованных из старославянского, такого чередования обычно не наблюдается: *единоплеменный, истекший*. Но у некоторых форм в соответствии с современными тенденциями наблюдается переход этого звука в [о] (графическое *ё*): *запечатлённый, измождённый, истощённый, коленопреклонённый, осведомлённый* и др.

Иногда произношение слова зависит от его значения. Сравните: *истёкший кровью – истекший срок; падеж скота – именительный падеж, оглашённые результаты – кричит как оглашенный, совершённое преступление – совершенное творение.*

Нет чередования в словах *афера, блеф, манерный*.

Следует обратить внимание на произношение слов на -*ер*: *гренадер, но киоскёр*.

Большим колебаниям в произношении подвержена группа слов, где ударный гласный сочетается с шипящими: *жёлчь* и возможно *желчь, жёлчный* и *желчный, шерсть* и *короткошёрстный, жердь* и *жёрдочка*.

---

<sup>1</sup> Цитируется по: Петрякова А.Г. Культура речи. Практикум-справочник для 10–11 классов. – М., 1998. С. 22–23.

Запомните произношение этих слов:

*Афера, безнадежный, белёсый, блёклый, бытие, вовлёкший, гренадер, желоб, женоненавистник, жёрдочка, жёрнов, затёкший, исчёрканный, киоскёр, маневр [ĕ\e], маркёр, местоименный, недоуменный, никчёмный, облёкший, обнёсший, одновременный, одноимённый, опека, оседлый, осётр, остриё, отцветший, отымённый, планер [ĕ\e], поблёклый, подсекий, предрёкший, преемник, принёсший, разновременность, рассёдланный, решетчатый [ĕ\e], свёкла, современный, старьёвщик.*

2. В XVIII веке на основе московского говора сформировались правила орфоэпии. Остальные региональные говоры считаются диалектами. Став неперменной произносительной нормой театральной речи, старомосковское произношение требует преимущественного употребления [шт], [шн] на месте **чт**, **чн** в словах: *булочная, что, молочник, горничная, скворечник, пустынный, нарочно, прачечная и т.д.* Сейчас сочетание -чн- так и произносится, кроме имен собственных (*Никити[ш]на, Ильни[ш]на, Кузьмини[ш]на*) и отдельных слов – *яи[ш]ница, копеш[ш]ный, пустя[ш]ный* как вариантов.

3. Перед буквой *е* смягчаются согласные в заимствованных словах – *ректор, инженер, теория*; в некоторых заимствованных словах согласные перед *е* произносятся твердо – *код[э]кс* (кодекс), *каф[э]* (кафе).

### Акцентологические нормы

Особенности и функции ударения изучает раздел языкознания, который называется **акцентологией**. Во многих языках постановка ударения не вызывает никаких затруднений, так как ударение в них фиксированное. В русском языке сложности с постановкой ударения возникают потому, что оно *разноместно и подвижно* (*очередь, медведь, проездной; письма – письма*).

Ошибки в ударении вызывают затруднения в восприятии речи, а подчас могут привести и к искажению смысла сказанного. Овладеть нормами ударения, исправить допус-

каемые ошибки можно, пользуясь специальными справочниками и словарями и подражая безупречно владеющим русским языком людям.

### *Место ударения*

Место ударения может зависеть от происхождения слова: например, в словах, заимствованных из французского языка, сохраняется ударение на последнем слоге: *визави, жалюзи, диспансер, несессер, канале*. Во всех трудных случаях правильность постановки ударения необходимо проверить по словарю.

Разноместность ударения в русском языке может предполагать наличие **семантических вариантов** – это формы одного слова, в которых место ударения предназначено для различения смысла, например: *острота /лезвия/ – острота /остроумное выражение/*.

### *Благозвучие речи*

Необходимо уделять особое внимание так называемому *благозвучию речи*. Употребление в речи слов с шипящими, столкновение согласных приводят к недочетам в звуковой организации речи и делают ее неприятной для слуха. Например, употребление в разговорной речи причастий и деепричастий очень ограничено, с одной стороны, в связи со сложностью их образования, а с другой – в силу именно неблагозвучия «шипящих» суффиксов -ущ – \ -ющ -, -ащ – \ -ящ -, -ш – \ -вш.

Однако чередование гласных и согласных звуков может быть подчинено определенной цели, когда звуковой ряд соотносится со смысловым, и этот прием используется в поэтике как «звукопись».

Вот несколько примеров из произведений русских поэтов:

*Буря воеет в саду, буря ломится в дом.*

*Милая, ты ли? та ли? Эти уста не устали. Эти уста, как в струях, жизнь утолят в поцелуях.*

*Свищет ветер, серебряный ветер, в шелковом шелесте снежного шума.*

*Бразды пушистые взрывая, летит кибитка удалая.*

*Взыграйте, ветры, взройте воды, разрушайте гибельный оплот!*



## Лексические нормы

### *Правильность и точность словоупотребления*

В языковой системе слово играет важнейшую роль: оно становится основой для понимания речи: «Кто неясно мыслит, тот неясно излагает».

Русский язык всегда был открыт для пополнения словарного запаса иноязычной лексикой. Однако слишком большой приток заимствованных слов вызывает опасения, что наш язык подвергается бездумному засорению из-за тотальной «американизации», разрушающей его национальную основу. Сегодня в русский язык лавинообразно приходят англицизмы: подростков перекрестили в «*тинейджеров*», торговцев сделали «*бизнесменами*», возводят *терминалы*, *супермаркеты*, *сити*, а работают исключительно в *офисах*.

Заимствованное слово считается нужным и полезным, если:

- в русском языке предмет не имеет однословного наименования;
- называет новый предмет;
- является более благозвучным (сравните: *контора* – *офис*, *правлящий класс* – *истеблишмент*).

Подчас неоправданное стремление украсить свою речь «заморскими» словечками демонстрирует неуважение к адресату, не знающему иностранного языка, или свидетельствует об элементарной неграмотности, потому что человек не знает точно, что это слово означает, и попадает впросак: *Никто не вправе запретить журналисту беседовать с очевидцами происшествия, свидетелями, а затем изложить свое кредо*. Слово «кредо» имеет значение «убеждения» и в данном контексте неправильно употреблено; речь, по-видимому, должна идти о праве человека изложить *свою точку зрения*.

К сожалению, подобные ошибки достаточно распространены.

Встречаются погрешности и при употреблении, казалось бы, привычных и понятных слов, потому что опять же

не учитывается их семантика. Такое пренебрежение семантикой слова может стать причиной нелогичности и даже абсурдности высказывания: *Начало 1992 года было отмечено ухудшением климатических условий – метелями, резким понижением температуры.*

### *Лексическая сочетаемость*

1. При выборе слова следует учитывать не только его значение, но и лексическую сочетаемость, которая определяется значением слов, их стилистической принадлежностью, эмоциональной окраской, грамматическими свойствами и другими факторами. Например, можно сказать *причинить вред* и *нельзя – причинить радость*, можно иметь *закадычного друга*, но *закадычного врага* – нет.

2. Неправильно выбранное слово может исказить смысл сообщения, например: *Сделавшись революционеркой, Ниловна стала привлекательной для сыщиков* (из школьного сочинения). Или: *Смотреть на это с закрытыми глазами невозможно.*

3. Употребление компонента из одного устойчивого сочетания в составе другого приводит к смысловой неточности. Такая ошибка называется **контаминацией** (смешением), например: *предпринять меры* (принять меры – предпринять шаги), *заслужить известность* (приобрести известность – заслужить уважение), *неослабная помощь* (постоянная помощь – неослабное внимание), *не играет значения* (не играет роли – не имеет значения). Часто мы слышим на праздниках и торжествах фразу: «Хочу **поднять тост** за именинницу». Поднять можно бокал, а тост произносят. Или: *На выборах в Адыгее Джаримов проиграл выборы весьма убедительно.* Убедительно можно только выиграть, продемонстрировать свое превосходство. Еще: *С него **взыскали материальный ущерб** в пользу потерпевшего.* Материальный ущерб может быть возмещен, взысканы могут быть деньги.

4. Отличать от речевой ошибки следует умышленное объединение, казалось бы, не сочетаемых между собой слов: *живой труп, обыкновенное чудо, оглянись вперед* (название песни). Этот стилистический прием называется **оксюморон**.

### **Омонимы и многозначные слова**

**Омонимы** – это слова, совпадающие в своем звучании и написании при полном несоответствии значений (*коса* – сплетенные вместе пряди волос, *коса* – сельскохозяйственное орудие, *коса* – идущая от берега узкая полоска земли). Понять значение такого слова помогает контекст.

**Многозначность слова** – это способность одного слова передавать разную информацию о предметах и явлениях внеязыковой действительности: *время идет, пешеход идет, Вам это платье идет, дождь идет, спектакль идет*. Многозначные слова могут иметь от двух до более чем двух десятков значений. Совокупность всех значений образует семантическое единство.

Ошибки, связанные с употреблением многозначных слов, могут придать фразе двусмысленность: *Студентов, у которых есть хвосты, просят зайти в деканат. Или: После тяжелого приступа больной начал отходить. Компания РИКО обуеt всю страну*. Внимательное отношение к слову и контексту позволит избежать подобных ошибок.

### **Паронимы**

**Паронимы** – это однокоренные слова, близкие по звучанию, но различные по значению (*советник* – *советчик*). Смешение паронимов часто приводит к ошибкам.

1. Часты ошибки в паронимической паре *представить* – *предоставить*. Первый глагол должен употребляться в значении «показать», «познакомить», «выдвинуть для поощрения», «мысленно вообразить», второй же – в значении «отдать \на время\ в чье-либо распоряжение». Поэтому ошибочны фразы: *Представить слово выступающему; Предоставить документы в бухгалтерию*.

2. Одной из самых распространенных ошибок является смешение глаголов *одеть* – *надеть*. *Надеть* можно что-то *на себя*, а *одеть* – глагол переходный и предполагает наличие объекта, на который направлено действие: *одеть ребенка для прогулки*.

3. Очень часто в устной речи можно услышать фразу: *Подскажите, как пройти к метро?* Глагол «подсказать» имеет значе-

ние «шепнуть или незаметно сказать кому-либо забытое им или неизвестное ему», а переносное – «навести на мысль». Поэтому в подобных ситуациях следует использовать слова *скажите, посоветуйте и т.д.*

#### **Синонимы и антонимы**

**Синонимы** – слова, разные по написанию и звучанию, но одинаковые по значению.

Знание синонимических богатств родного языка – важное и непереносное условие речевой культуры человека. Быть средством наиболее точного выражения мысли является важнейшей функцией синонимов. Изучив варианты стилистической правки художественных текстов, можно проследить, как великие мастера слова ищут то единственное слово, которое во всех необходимых нюансах передаст авторский замысел.

Оттенки значений синонимов позволяют или уточнить и дополнить смысл высказывания, или передать стилистические особенности, или показать градацию в усилении признака и действия.

**Антонимы** – слова, противоположные по значению, – отражают существенную сторону системных связей в лексике. Они используются как яркое выразительное средство и являются лексическим выражением антитезы.

Мы хотим обратить особое внимание на тот факт, что при изучении антонимических отношений между словами необходимо учитывать, что у многозначных слов в такие отношения иногда могут вступать их отдельные значения. Поэтому у разных значений одного и того же слова могут быть разные антонимы.

#### **Лексика ограниченного употребления**

1. К этой группе лексики относятся:

- **просторечные** слова (чаще грубые, искаженные в своей структуре или фонетике: *ехай, ихний, гляделки, видать*);
- **диалектизмы** (*кочет, кут*). В художественной речи диалектизмы выполняют важные стилистические функции – создают определенный колорит, в разговорной – должны быть

стилистически оправданы, в научной и официальной – недопустимы;

- **профессионализмы**, в отличие от терминов, не предполагают официального употребления и часто деформируют орфоэпический облик слова (*квартал, дело возбуждено, осужденный, искра, кабура*). Профессионализмы по сравнению с общепотребительными эквивалентами служат для разграничения близких понятий, для специалистов они являются средством точного выражения мысли, но их информативная ценность утрачивается, если с ними сталкивается неспециалист;

- **жаргонизмы** (*малина, подснежник, прикид*);

- **элементы табуированной экспрессивной лексики** – нецензурной брани.

*«Лексика ограниченного употребления становится сегодня одной из важнейших проблем культуры речи: с ее актуализацией, с матом на эстраде и криминализацией не только материального, но и духовного мира, происходит утверждение маргинальной (лат. *margo* – «край» – пояснение наше – Е.З.) языковой культуры в качестве элитарной. Повсюду звучащая устная речь воспринимается чуть ли не как официальное разрешение «конкретно прессануть этих ботанических...»<sup>1</sup>. Явная и нарочитая «люмпенизация» речи имеет, по мнению Э. Сепира, историческую мотивацию: «Изменения в лексике вызываются весьма разнообразными причинами, большинство которых носит **культурный** (выделение наше – Е.З.), а не чисто языковой характер»<sup>2</sup>. Иными словами, язык – условие и способ мышления. Речь оказывает ответное влияние на человека, становясь способом его интеллектуального существования, образом мира, где отсеиваются и не доходят до сознания компоненты, не нашедшие эквивалентов в повседневном словоупотреблении.*

2. Многие слова мы используем в речи активно, а есть такие группы слов, которые не находят повседневного приме-

<sup>1</sup> Мурашов А.А. Русецкий В.Ф. Культура речи. Москва-Воронеж, 2004. С. 84.

<sup>2</sup> Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. – М., 1993. С. 240.

нения. Это *пассивный словарный запас* человека. В него попадают слова или ушедшие из употребления, или совсем новые и поэтому «непривычные».

Лексика, переставшая употребляться в речи, забывается не сразу. Такие слова нам еще понятны, мы встречаем их в художественных произведениях, но современные реалии изменились, и поэтому сами мы в речи их не используем. К лексике ограниченного употребления относятся:

**Историзмы** – это слова, называющие предметы или явления, ушедшие вместе с той эпохой, когда они употреблялись, например: *гусар, советская власть*.

**Архаизмы** – это названия существующих вещей и явлений, но их старые наименования вытеснены новыми, современными, например: *лицедей, комедиант* = актер, *ведать* = знать.

Устаревшая лексика находит, однако, применение в официально-деловом стиле, и особенно в качестве юридических терминов, например: *деяние, содеянное, кара, возмездие*. Но употребление устаревших слов в обиходной речи без учета их экспрессивной окраски приводит к грубым стилистическим ошибкам.

**Неологизмы** – это слова, сохраняющие оттенок свежести, новизны. Они воспринимаются не только как «новые» по времени появления в словаре, но и как слова, имеющие стилистические свойства, связанные с восприятием этих слов как необычных наименований (*подписант, деморосс, федерал*).

Судьба новых слов складывается в языке по-разному: одни становятся общеупотребительными и закрепляются в языке, другие сохраняют оттенок новизны, необычности и существуют только в пассивном словарном запасе носителя языка. Многие, являясь фактами сиюминутной речи или созданные «на случай», забудутся, и особенно неблагозвучные.

#### **Плеоназм и тавтология**

**Тавтология** – это повторение однокоренных слов, например: *рассказать рассказ, направляться в направлении, проливной ливень*.

**Плеоназм**, появляющимся в речи вследствие стилистической небрежности автора, называется употребление близких по смыслу и поэтому избыточных, лишних слов, например: *главная суть, долгий и продолжительный путь*. Проблема недопущения и устранения подобных ошибок становится тем более актуальной в современных условиях существования языка, когда он пополняется большим количеством иноязычной лексики, значение которой носителю не всегда понятно. Например, сочетание *свободная вакансия* содержит плеоназм, т.к. заимствованное слово *вакансия* (лат. – «пустующий», «свободный») означает «свободное место, незанятая должность».

Тавтология и плеоназм могут стать стилистическим приемом, усиливающим действенность речи, они лежат в основе многих фразеологизмов: *есть поедом, видать виды, ходить ходуном*. А возможность каламбурного столкновения однокоренных слов позволяет использовать тавтологию как средство создания комизма («Позвольте вам этого не позволить» – Салтыков-Щедрин).

Эти и другие выразительные средства могут украсить речь, стать приемом ее индивидуализации, но лишь при условии, что человек, пользующийся ими, обладает чувством меры, тонко осознает все возможности языка, а главное – хорошо его знает и умело им пользуется.

#### **Канцеляризм, речевые штампы и клише**

1. Неоправданное употребление стилистически окрашенной лексики ведет, естественно, к ошибкам в речи. Их наибольшее количество связано с употреблением лексики официально-делового стиля в других стилях, что влечет за собой появление **канцеляризм** – слов, применяемые в официально-деловой речи и неуместных в других стилях. Русские писатели нередко пародировали слог, «украшенный» такими канцеляризмами: *Дело о влечении и разбитии стекол вороною*.

2. С влиянием официально-делового стиля связывают и употребление **речевых штампов** – слов, утративших эмоцио-

нальную окрашенность. Это «модные» слова и выражения, получившие широкое распространение (*нацелить внимание на выполнение задач; рассмотреть под углом зрения*). Выражения эти появились когда-то как экспрессивные, новые, необычные, но со временем стали избитыми, их лексическое значение «потускнело», а экспрессивность стерлась. Штампами становятся слова, словосочетания и даже целые предложения, которые возникают как стилистически выразительные речевые средства, но в результате слишком частого употребления утрачивают первоначальную образность: *При голосовании поднялся лес рук*. Следует помнить: наполненная словесными штампами речь не вызывает в сознании слушающих необходимых ассоциаций. Убогая, бедная в языковом отношении речь воспринимается как отрицательная характеристика человека, свидетельствует о его поверхностных знаниях, низкой речевой культуре, о недостаточном запасе слов, в конечном счете, о серости и неоригинальности мысли.

3. От речевых штампов следует отличать **клише** (или языковые стандарты) – готовые обороты, используемые в качестве легко воспроизводимого в определенных условиях и контекстах стандарта. Они являются конструктивными оборотами речи, т.к. облегчают восприятие текста и широко используются в публицистическом стиле (*по сообщениям нашего корреспондента...*), в официально-деловых документах (*состоялась встреча на высшем уровне*), в научной литературе (*требуется доказать*), в разных ситуациях разговорно-обиходной речи (*Примите мои поздравления, разрешите выразить соболезнования*). В отличие от штампа, речевые клише не воспринимаются слушателем негативно.

#### *Употребление фразеологизмов*

**Фразеологизмы** – это устойчивые, несвободные сочетания слов, которые не создаются в речи каждый раз заново, а воспроизводятся как уже готовые, закрепленные в памяти речевые единицы. Иногда к фразеологическим ресурсам языка относят крылатые слова и выражения.



Фразеологические единицы языка неоднородны. Одни из них имеют разговорную или просторечную эмоционально-экспрессивную окраску и поэтому не употребляются в сугубо книжных стилях (официально-деловом и научном). Другие имеют оттенок книжности, относятся к высокой лексике, часто входят в состав поэтизмов.

В качестве языковой игры встречается намеренное разрушение фразеологического оборота, замена одного из компонентов в целях придания иного, часто иронического смысла: *Хорошо смеется тот, кто стреляет первым.*

Ненамеренное разрушение фразеологического оборота является стилистической ошибкой.

В наши дни создается новая фразеология: *средний класс, адресные меры, новые русские, дикий рынок, шоковая терапия, теневая экономика, теневые доходы, отмывание денег, прораб перестройки, пакет предложений, момент истины, агент влияния, русскоязычное население, лицо кавказской национальности, страны ближнего (дальнего) зарубежья, встреча без галстуков.* Новым в таких клише является именно сочетание слов, а не слова как таковые.

### **Грамматические нормы**

**Грамматические нормы** – это правила использования морфологических форм разных частей речи и синтаксических конструкций.

### **Морфологические нормы**

#### **Имя существительное**

##### **1. Род имен существительных**

1. Определение рода склоняемых существительных в большинстве случаев не вызывает затруднений. Например: *мама* – женский род, *папа* – мужской род, *потолок* – мужской род, *стена* – женский род, *окно* – средний род, *крот* – мужской род, *мышь* – женский род.

2. Но категория рода подвержена изменениям с течением времени. Например, к женскому роду ранее относились существ-

вительные *ботинка, ботфорта, браслета, рельса, фильма*. Сейчас эти существительные относятся к мужскому роду: *новый ботинок, высокий ботфорт, серебряный браслет, стальной рельс, интересный фильм*. А существительные бывшего мужского рода, наоборот, по существующим ныне нормам относятся теперь к женскому роду: *манжета, мансарда, цитадель*.

3. Некоторые существительные имеют параллельные равноправные формы мужского и женского рода:

*арабеск – арабеска,  
бакенбард – бакенбарда,  
ботфорт – ботфорта,  
вольер – вольера,  
жираф – жирафа,  
идиом – идиома,  
клавиш – клавиша,  
клипс – клипса,  
лангуст – лангуста,  
малолеток – малолетка,  
перифраз – перифраза,  
пилястр – пилястра,  
просек – просека,  
развилок – развилка,  
реприз – реприза,  
скирд – скирда,  
ставень – ставня,  
унт – унта.*

Родовые варианты некоторых существительных могут различаться стилистически. К ним, например, относятся:

*абрикос – абрикоса (прост.),  
заусеница – заусенец (прост.),  
повидло – повидла (прост.),  
помидор – помидора (разг.),  
плацкарта – плацкарт (прост.),  
расценка – расценоч (прост.),  
рельс – рельса (разг.),*

*сандалета – сандалет (прост.),  
сандалия – сандалий (разг.),  
спазма – спазм (спец.),  
тапка – тапок (разг.),  
туфля – туфель (прост.).*

4. Очень много ошибок фиксируется среди существительных, которые редко используются в форме единственного числа. Обратите внимание на родовую принадлежность следующих парных существительных:

*женская босоножка,  
резиновый бот,  
старый ботинок,  
футбольная бутса,  
теплый валенок,  
спортивная гетра,  
удобная кроссовка,  
кожаный мокасин,  
офицерский погон,  
легкая сандалета,  
детская сандалия,  
домашняя тапка,  
домашняя тапочка,  
модная туфля,  
лакированная штиблета.*

5. Кроме того, достаточно часто в речи фиксируются ошибки при употреблении рода у следующих существительных:

*плотный занавес,  
старинный канделябр,  
вкусная оладья,  
длинное щупальце,  
темная вуаль,  
тяжелая гантель,  
вкусный картофель,  
белый кафель,*

*болезненная мозоль,  
экзотический овощ,  
черный рояль,  
прозрачный тюль,  
вкусная фасоль,  
новый шампунь.*

6. Следует обратить также внимание на то, что некоторые существительные в родовых формах имеют разное значение, например:

<i>взятка</i> (у пчелы)	<i>взятка</i> (вид подкупа),
<i>карьер</i> (место открытой разработки полезных ископаемых; особый бег лошади)	<i>карьера</i> (продвижение по службе)
<i>лавр</i> (дерево)	<i>лавра</i> (монастырь)
<i>манер</i> (в выражениях: таким манером, на новый манер)	<i>манера</i> (способ действия, внешние формы поведения)
<i>округ</i> (подразделение государственной территории; административный, избирательный округ)	<i>округа</i> (окружающая местность; ср.: прославиться на всю округу)
многомиллионный <i>городище</i> (большой город, разг.)	недавно открытое <i>городище</i> (древнее поселение, нейтр.)
страшный <i>пожарище</i> (большой пожар, разг.)	потухшее <i>пожарище</i> (место, где произошёл пожар; остатки чего-либо сгоревшего, нейтр.)

**2. Род несклоняемых нарицательных существительных** определяется по следующим критериям.

А) Большинство неодушевленных несклоняемых существительных иноязычного происхождения относится к среднему роду: *троллейбусное депо, авторитетное жюри, интересное интервью, новое шоссе, теплые кашне, желтое такси.*

Б) Несклоняемые одушевленные существительные, обозначающие животных и птиц, обычно относятся к мужскому роду: *маленький пони, веселый шимпанзе, розовый фламинго*. Но если контекст указывает на самку, то эти существительные могут быть употреблены в женском роде: *шимпанзе кормила детеныша*.

Но есть и исключения:

<i>пенальти</i> (штрафной удар)	}	мужской род
<i>сирокко</i> (африканский ветер)		
<i>кофе</i>		

<i>авеню</i> (улица)	}	женский род
<i>кольраби</i> (капуста)		
<i>салями</i> (колбаса)		
<i>иваси</i> (сельдь)		
<i>колибри</i> (птица)		
<i>цеце</i> (муха)		

<i>арго</i>	}	предпочтительнее средний род доп. мужской род
<i>бренди</i>		
<i>виски</i>		
<i>эсперанто</i>		
<i>мокко</i>		
<i>манго</i>		

В) Род существительных, называющих лиц, зависит от реального пола обозначаемого лица: *английский денди, настоящая леди, известный рантье*.

Г) Существительные, называющие лицо по профессии, ученому или воинскому званию, не имеющие парных соответствий, относятся к мужскому роду: *военный атташе, опытный конференсье, старый маэстро*. Для указания на женский пол используется согласование сказуемого-глагола: *доцент Орлова провела семинар, участковый терапевт Новикова начала прием*.

При наличии парных соответствий имеются варианты родовых форм: *чемпион – чемпионка, спортсмен – спортсменка, лабо-*

*рант – лаборантка, артист – артистка, писатель – писательница, певец – певица, победитель – победительница* и т.п.

Но следует помнить, что употребление таких суффиксов, как *-их-, -ша-, -к-* при обозначении профессии или рода занятий, имеет сниженную стилистическую окраску и носит пренебрежительный, иронический, а порой и грубый оттенок: *врачиха, директриса*. В то же время некоторые существительные этой группы получили и профессиональную окраску: *пловчиха, конькобежка, ткачиха*.

Д) Род несклоняемых географических названий и органов печати определяется по роду нарицательного существительного, выступающего в роли родового понятия: *солнечный Сочи* (город), *живописный Капри* (остров), «*Дейли Уокер*» (газета) *писала*, «*Форбс*» (журнал) *опубликовал*.

Е) Род аббревиатур (сложносокращённых слов) обычно определяется по роду главного слова в полном наименовании: *ООН* (Организация Объединённых Наций) *приняла резолюцию*; *РИА* (Российское информационное агентство) *сообщило*. Если слово сокращено до первых звуков и склоняется, то его род определяется на общих основаниях – по конечному звуку основы и окончанию: *районный ЗАГС, российский МИД*. Иногда такой же принцип действует и среди несклоняемых сложносокращённых слов: «*ТАСС уполномочен заявить*» (Телеграфное агентство Советского Союза). При определении рода аббревиатур, оканчивающихся на гласный, отмечается вариативность: род заимствованных аббревиатур определяется по внешней форме (*НАТО должно*), но может также согласовываться по смыслу (*ФИДЕ – Международная шахматная ассоциация – утвердила регламент проведения матчей*).

Ж) Род сложных слов определяется **по первому слову**, если оно выражает более общее понятие (*красивая бабочка-адмирал*) или понятия равноценны (*удобный диван-кровать, новое кафе-ресторан*); или по второму слову, если первая часть утратила изменение: *удобная плащ-палатка, интересная роман-газета*.

3) В русском языке существует немногочисленная группа существительных общего рода со значением лица, называющая людей по характерному для них действию: *гуляка, ломака, жадина, тихоня, ябеда*. Эти существительные являются эмоционально окрашенными и используются в разговорной речи. Для современного языка нормой является согласование таких существительных по смысловому признаку: *мой сын большой неряха – моя дочь большая неряха, он такой забияка – она такая забияка*.

### **3. Особенности склонения некоторых существительных и словосочетаний**

1. Не склоняются русские фамилии на *-ово, -ого*: *Дурново, Живаго*; на *-х/-их* (мужские и женские): *Седых, Долгих*.

2. Русские и иноязычные фамилии, оканчивающиеся на согласную, склоняются, если относятся к мужчинам, и не склоняются, если относятся к женщинам: *к Евгению Поляку – к Анне Поляк, с Джорджем Бушем – с Барбарой Буш*.

3. Украинские по происхождению фамилии на *-ко* (*Лепко, Шевченко*) не склоняются.

4. Иноязычные по происхождению и образованные по иноязычным образцам женские личные имена, оканчивающиеся на твердую согласную, не склоняются (*познакомился с Суок, с Жаклин*); а на мягкую – склоняются (*дружить с Нинелью, легенда о Юдифи*), как и подобные имена и фамилии, называющие лиц мужского пола (*познакомился с Джоном Смитом; произведения Эриха Марии Ремарка*). Исключения: *сказки братьев Grimm, взгляды Жан-Жака Руссо*.

5. Иноязычные имена и фамилии, оканчивающиеся на гласную, и французские имена и фамилии на ударную *-а/-я* не склоняются: *писатель Эмиль Золя – романы Эмиля Золя*. Другие иноязычные имена и фамилии, оканчивающиеся на гласную *-а, -я*, склоняются: *режиссер Курасава – фильмы Курасава*.

6. Сложные слова с первой частью *пол-* (*полчаса, полдюжины* и т.д.) в косвенных падежах меняют первую часть *пол-* на *полу-*: *полчаса – около полчаса, полгода – не более полгода*.

7. При склонении сочетаний типа *первое марта* меняется только первая часть, например: *к первому марта*.

8. Форма винительного падежа совпадает с формой родительного, если существительное одушевленное (*встретить брата*), и с формой именительного падежа, если существительное неодушевленное (*найти гриб, загнать шар в лузу*). В разговорной профессиональной речи могут употребляться сочетания типа *загнать шара в лузу, найти гриба хорошего*, но они не являются нормативными!

9. Существительные с суффиксами *-тель, -чик, -щик*, если обозначают людей по роду их деятельности, склоняются как одушевленные (*увидеть учителя, носильщика, наладчика*); если же такие существительные обозначают механизмы, приборы, орудия, то склоняются как неодушевленные (*повернуть выключатель, построить истребитель, бомбардировщик*).

#### 4. Родительный падеж единственного числа

1. Имена существительные мужского рода в родительном падеже единственного числа могут иметь окончания *-у* при указании:

- на количество или часть от целого: *купить сахару, ложка меду, налить кипятку, много снегу*;
- в уменьшительных формах с суффиксом *-к-* и с ударным окончанием: *поест медку, попить чайку*;
- в устойчивых оборотах, фразеологических сочетаниях: *с ходу, сбить с толку, с глазу на глаз, напустить туману, без году неделя* и т.п.

Формы на *-у* постепенно уходят из употребления. Более частотным является окончание *-а*.

Необходимо иметь в виду, что формы существительных на *-а/-я* и *-у/-ю* могут иметь смысловые различия:

выйти из дому (из своего дома, т.е. места, где человек проживает)	выйти из дома (из любого дома, а также с указанием на конкретный номер дома)
уйти из дому (на какое-то время)	уйти из дома (покинуть семью)



проводить <i>до дому</i> (домой)	проводить <i>до дома</i> (до определённого дома)
нет <i>лесу</i> (строительного материала, досок)	нет <i>леса</i> (отсутствуют деревья)

### 5. Предложный падеж единственного числа

В предложном падеже единственного числа имен существительных возможны окончания *-у(ю)* или *-е*. Варианты с окончанием *-у* распространены лишь в сочетаниях с предлогами *в, на* при обстоятельственном значении: *в шкафу, на берегу, в году, в плену, в жару, в цвету*, а при объектном – употребляется окончание *-е*: *разбираться в меде, в угле треугольника, в бегах на 100 метров*.

Лишь немногие слова допускают свободное варьирование окончаний *-е* (книжн./нейтр.) и *-у* (разг.):

в аэропорте / аэропорту	на пире / пиру
на бережке / бережку	в слое / слою
на бале / балу	в спирте / спирту
на вале / валу	на холме / холму
на ветре / ветру	в тереме / терему
на грунте / грунту	в уголке / уголку
в жире / жиру	в холоде / холоду
на дубе / дубу	в хоре / хору
на зубе / зубу	в цехе / в цеху
в квасе / квасу	в чае / чаю
на крюке / крюку	в шкафе / шкафу
в отпуске / отпуску	в шёлке / шелку

Кроме того, в некоторых случаях выбор окончания зависит от значения и сочетаемости существительного:

- как на духу – быть не в духе
- весь в поту – работать в поте лица
- у нас в роду – в старинном роде Аксаковых
- в первом ряду – в ряде случаев
- иметь в виду – в виде исключения

работа на дому – номер на доме  
гнить на корню – трещина на корне зуба  
подошва на клею – соединение на клее новой марки  
на краю обрыва – в Краснодарском крае  
на миру и смерть красна – первый в мире  
пальто на меху – снежинки блестят на мехе  
на хорошем счету – на расчётном счёте  
машина на ходу – отразиться на ходе дела  
товар в ходу – перебои в ходе часов  
сад в цвету – во цвете лет  
жить в ладу – в музыкальном ладе  
в кругу друзей – в спасательном круге  
в первом ряду – в ряде случаев и др.

Заметна общая тенденция к сокращению круга слов, принимающих окончание *-у*. Такие слова, как правило, употребляются в устойчивых сочетаниях: *у всех на слуху*.

#### **6. Именительный падеж множественного числа**

В настоящее время среди существительных мужского рода второго склонения наиболее распространены два окончания: *-ы/-и* и *-а/-я*, причем в разговорной речи и просторечии особой продуктивностью отмечено окончание *-а/-я*. Оно частично вытесняет окончание *-ы/-и* и в литературном языке. Так, в XIX веке распространены были формы *дома, поезда*, а в наше время – *дома, поезда*. Уже в последние десятилетия формы *директоры, профессора* стали устаревшими, а их место заняли варианты *директора, профессора*.

Однако процесс вытеснения окончания *-ы/-и* окончанием *-а/-я* в литературном языке идет значительно медленнее, чем в просторечии, именно потому, что формы с *-а/-я* во множественном числе воспринимаются как второсортные, сниженные.

1. Использование того и другого окончания определяется рядом факторов.

Окончание <i>-а/-я</i> имеют существительные	Окончание <i>-ы/-и</i> имеют существительные
1. обозначающие <b>парные понятия</b> : <i>глаза, рукава, обшлага</i>	1. <b>латинского происхождения с финалью <i>-тор, -сор</i></b> : <i>компьютеры, процессоры, комментаторы, лекторы</i>
2. <b>двусложные слова с ударением на первый слог</b> : <i>катер – катера, шомпол – шомпола</i>	2. <b>двусложные слова с ударением на второй слог</b> : <i>арбуз– арбузы</i>
3. <b>двусложные и трехсложные существительные с ударением на первом слоге и с финалью <i>-л/-ль</i> и <i>-р/-рь</i></b> : <i>кивер – кивера, китель – кителя</i> (допустимо – <i>кители</i> )	

2. Иногда варианты окончаний *-ы/-и* и *-а/-я* указывают на **смысловые различия слов** (омонимы):

<i>зубы</i> (у живых существ) <i>корни</i> (часть растения) <i>корпуса</i> (здания, войсковые) <i>лагери</i> (общественно-политические группировки) <i>листы</i> (бумаги) <i>лоскуты</i> (куски ткани, бумаги, кожи, земли) <i>мехи</i> (кузнечные)	<i>зубья</i> (пилы) <i>коренья</i> (овощи) <i>корпусы</i> (туловища) <i>лагеря</i> (военные, туристические) <i>листья</i> (часть растения) <i>лоскутья</i> (лохмотья) <i>меха</i> (выделанные шкуры животных) <i>мужья</i> (в семье)
<i>мужи</i> (государственные деятели)	

<p><i>образы</i> (в романе)  <i>ордены</i> (рыцарские)  <i>поводы</i> (побуждения)  <i>пропуски</i> (букв, занятий)  <i>соболы</i> (животные)  <i>счёты</i> (конторские)  <i>сыны Отечества</i>  <i>тоны</i> (в музыке)  <i>учители</i> (духовные наставники)  <i>цветы</i> (растения)  <i>юнкеры</i> (крупные помещики в Германии)</p>	<p><i>образа</i> (святых в церкви)  <i>ордена</i> (награды)  <i>поводья</i> (для лошади)  <i>пропуска</i> (документы)  <i>соболя</i> (меха)  <i>счета</i> (банковские)  <i>сыновья</i> (у родителей)  <i>тона</i> (в живописи)  <i>учителя</i> (школьные)  <i>цвета</i> (краски)  <i>юнкера</i> (воспитанники военных училищ)</p>
---	---

3. Иногда варианты окончаний *-ы/-и* и *-а/-я* указывают на **стилистическую принадлежность** слова:

Окончание <i>-ы/-и</i> – <b>нейтральные</b> , полностью отвечает традиционным нормам литературного языка	Окончание <i>-а/-я</i> – <b>разговорная или профессиональная окраска</b>
<i>боцманы</i>	<i>боцмана</i>
<i>бухгалтеры</i>	<i>бухгалтера</i>
<i>выборы</i>	<i>выбора</i>
<i>выговоры</i>	<i>выговора</i>
<i>гербы</i>	<i>герба</i>
<i>госпитали</i>	<i>госпиталя</i>
<i>джелперы</i>	<i>джелпера</i>
<i>инженеры</i>	<i>инженера</i>
<i>инспекторы</i>	<i>инспектора</i>
<i>инструкторы</i>	<i>инструктора</i>
<i>клапаны</i>	<i>клапана</i>
<i>конструкторы</i>	<i>конструктора</i>
<i>кремы</i>	<i>крема</i>
<i>лекари</i>	<i>лекаря</i>
<i>отпуски</i>	<i>отпуска</i>
<i>торты</i>	<i>торта</i>

<i>офицеры</i>	<i>офицера</i>
<i>порты, аэропорты</i>	<i>порта, аэропорта</i>
<i>прожекторы</i>	<i>прожектора</i>
<i>пудели</i>	<i>пуделя</i>
<i>рапорты</i>	<i>рапорта</i>
<i>ректоры</i>	<i>ректора</i>
<i>свитеры</i>	<i>свитера</i>
<i>секторы</i>	<i>сектора</i>
<i>слесари</i>	<i>слесаря</i>
<i>теноры</i>	<i>тенора</i>
<i>токари</i>	<i>токаря</i>
<i>тракторы</i>	<i>трактора</i>
<i>шоферы</i>	<i>шофера</i>

4. Обратите внимание на формы множественного числа существительных: *хозяин – хозяева* (очень грубая ошибка – *хозяева*), *дно – донья*, *шило – шилья*, *курица – куры*, *судно – суда*, *ребёнок – дети*, *человек – люди*.

5. Приводим примеры наиболее употребительных **нормативных форм на -а / -я**:

адреса	доктора	округа	сорта
бега	дома	ордера	стога
берега	желоба	острова	сторожа
бока	жемчуга	паруса	терема
борта	жернова	паспорта	тетерева
веера	катера	перепела	тома
века (но:	колокола	повара	тополя
во веки	края	погребя	холода
веков)	купола	поезда	хутора
вечера	кучера	потроха	черепа
глаза	леса	профессора	шелка
голоса	луга	рога	штемпеля
города	мастера	рукава	шулера
директора	номера	снега	якоря

### 7. Родительный падеж множественного числа

1. В целом при образовании этой формы действует следующая закономерность. Если в начальной форме (именительный падеж единственного числа) слово имеет нулевое окончание, то в родительном падеже множественного числа оно обычно ненулевое (*дом много домов, конь – много коней, степь – нет степей*), и наоборот: *земля – нет земель, петля – нет петель, дело – нет дел, место – нет мест, клеймо – нет клейм, яблоко – нет яблок*. Тем самым язык стремится избавиться от совпадения начальной формы существительного и его косвенных форм.

2. Многие имена существительные мужского рода в форме родительного падежа множественного числа имеют **нулевое окончание**, т. е. оканчиваются на согласный основы. Сюда относятся слова, называющие:

• **парные предметы:**

<p>(пара) бот ботинок бутс валенок гетр гольф кед лампас манжет мокасин погон сандалет сапог чулок шпор шорт</p>	<p><b>но:</b> носков рельсов</p>
--	--------------------------------------

• **некоторые национальности** (у большинства слов основа оканчивается на -н и -р):

<p>(пять) англичан армян башкир болгар</p>	<p><b>но:</b> бедуинов калмыков киргизов коряков</p>
--	--

<p><i>бурят</i> <i>грузин</i> <i>лезгин</i> <i>осетин</i> <i>румын</i> <i>туркмен</i> <i>турок</i> <i>хазар</i> <i>цыган</i></p>	<p><i>монголов</i> <i>негров</i> <i>орочей</i> <i>таджиков</i> <i>тунгусов</i> <i>узбеков</i> <i>хакасов</i> <i>хорватов</i> <i>якутов</i></p>
--	--

• **воинские объединения:** (*отряд партизан, солдат;*

• **прежние рода войск:**

<p>при собирательном значении:</p>	<p><b>но:</b> при обозначении отдельных лиц или конкретного количества, а также в названиях современных родов войск используется форма на <b>-ов</b>:</p>
<p>(полк) <i>гренадер</i> <i>гусар</i> <i>драгун</i> <i>кирасир</i> <i>улан</i></p>	<p>(<i>пять</i>) <i>гусаров</i> <i>кирасиров</i> (<i>отряд</i>) <i>минеров</i> <i>саперов</i> <i>мичманов</i></p>

• **некоторые единицы измерения:**

	<p><b>но:</b> наблюдаются колебания следующих <u>счетных форм</u>:</p>
<p><i>ампер</i> <i>аршин</i> <i>ватт</i> <i>вольт</i> <i>гектар</i> <i>рентген</i></p>	<p><i>микрон</i> - <i>микрон<b>ов</b></i> <i>ом</i> - <i>ом<b>ов</b></i> <i>грамм</i> - <i>грамм<b>ов</b></i> <i>килограмм</i> - <i>килограмм<b>ов</b></i> <i>миллиграмм</i> - <i>миллиграмм<b>ов</b></i></p>

3. Как нормативные в языке используются следующие формы на **-ов**:

<p><i>ананасов</i> <i>анчоусов</i> <i>апельсинов</i> <i>бананов</i> <i>лимонов</i></p>	<p><b>но:</b> <i>баклажан</i> - <i>баклажан<b>ов</b></i></p>
--	--

<p><i>мандаринов</i> <i>помидоров</i> <i>томатов</i></p>	
--	--

При наличии вариантов следует ориентироваться на тенденцию в современном языке к использованию нулевого окончания.

4. Следует обратить внимание на слова, при употреблении которых часто нарушается литературная норма: *барж, башен, брелоков, габаритов, галош, гренков, дебатов, джинсов, доньев, каракулей, кеглей, клавиш, клипсов, комментариев, консервов, координат, коррективов, критериев, кулуаров, ладоней, оладий, очистков, патронов, подонков, простофиль, святынь, ходулей.*

5. Обратите внимание, что существительные женского и среднего рода на *-ья, -ье* имеют в форме родительного падежа множественного числа нулевое окончание: *вещунья – нет вещунний, взгорье – нет взгорий, гнездовье – нет гнездовий, захолустье – нет захолустий, кушанье – нет кушаний, новоселье – нет новоселий, побережье – нет побережий, снабдье – нет снабдьий.*

6. Окончание *-ей* распространено среди существительных с основой на мягкую согласную: *ясли – нет яслей(!), кудри – нет кудрей, гусли – нет гуслей.* Как равноправные функционируют варианты: *грабли – нет грабель и нет граблей, будни – нет будней и буден.*

### Имя прилагательное

1. При употреблении в речи прилагательных самыми частыми являются ошибки в образовании сравнительной и превосходной степеней сравнения: *более красивее, самый высочайший.*

2. Полная и краткая формы прилагательных имеют разные оттенки значения: полная форма обозначает постоянный признак, а краткие – временный признак, недлительное состояние: *больной человек – человек болен.* Для краткой формы характерен оттенок категоричности, для полной – оттенок смягченного выражения: *он хитер – он хитрый.*



Возможен выбор между краткой и полной формой в творительной падеже: *стал богат – стал богатым*.

Некоторые полные и краткие формы имеют значительные смысловые различия: *плохой человек – пациент плох* (в тяжелом состоянии), *глухой от рождения – глух к просьбам*.

### Имя числительное

Сложности в образовании форм числительных и их употреблении в речи связаны в основном с их изменением по падежам и сочетанием с существительными.

1. Нормой литературного языка является склонение каждого слова в составных и сложных количественных числительных: *у меня пятьсот шестьдесят три рубля в кармане – с пятьюстами шестьдесятью тремя рублями в кармане*. При склонении составных порядковых числительных изменяется только их последняя часть: *тысяча девятьсот сорок первый год – в тысяча девятьсот сорок пятом году; две тысячи третий год – до две тысячи третьего года*.

2. Числительное *тысяча* изменяется, как существительное первого склонения (в просторечии часто встречается его неправильное склонение по третьему типу: *с тысячью* вместо нормативного *с тысячей*).

3. Числительные *сорок* и *сто* имеют в косвенных падежах только одну форму – *сорока, ста*, но в составе сложных числительных *сто* склоняется по архаичному варианту склонения: *о трехстах, с тремястами*.

4. Собирательные числительные выражают только количество от двух до десяти (*двое, трое* и т. д.) и могут употребляться:

- с существительными мужского рода: *двое мужчин, но двенадцать мужчин*;
- с существительными, обозначающими детенышей животных: *двое котят, но пятнадцать котят*;
- с существительными, имеющими только форму множественного числа: *двое ножниц, но двадцать ножниц*;

– с названиями парных предметов: *двое рукавиц*, но *двадцать пар рукавиц*;

– со словом *часы* (прибор): *двое часов* (*пара часов* – просторечие).

5. Если существительное не имеет формы единственного числа, то их нельзя сочетать с составными числительными, оканчивающимися на *два, три, четыре*. Нельзя сказать *двадцать двое суток*, можно сказать *двадцать два дня* или *двадцать одни сутки, двадцать пять суток*.

6. Местоимение-числительное *оба* имеет две родовые формы: *оба* – мужской и средний род, *обе* – женский род: *в обоих государствах, в обеих странах*.

7. В составе сложных слов числительное *пол-* и числительное *полтора* в косвенных падежах, кроме винительного, принимает форму *полу-* (*в получасе ходьбы, в течение полугода*) и *полтора* (*около полтора тысяч рублей*), *около полтора километров, в полтора десятках километрах, в полтораста километрах*).

В именительном и винительном падежах числительное *пол-* в составе сложных слов согласуется с прилагательным **во множественном числе**: *каждые полгода, в первые полчаса, за последние столетия* (за *последнее столетия* – неправильно (!)), со сказуемым-глаголом или кратким страдательным причастием согласуется в форме множественного числа или среднего рода: *прошли полвека – прошло полвека, промелькнули полчаса – промелькнуло полчаса*.

Числительное *полтора* согласуется с существительными множественного числа, кроме именительного и винительного падежей: *около полтора километров, в полтораста километрах*.

8. Правильными являются конструкции *сорок две целых и шесть десятых процента* (не *процентов*). При смешанном числе существительным управляет дробь:  $10 \frac{3}{4}$  – *десять и три четвертых метра*.

## Глагол

1. При образовании глаголов несовершенного вида в литературном языке в ряде случаев наблюдается чередование гласных *о-а* в основе: *утроить – утраивать, подточить – подта-*

*чивать, одолжить – одалживать*. В то же время такое чередование не характерно для следующих видовых пар: *обеспокоить – обеспокоивать, озаботить – озабочивать, опозорить – опозоривать, отсрочить – отсрочивать, подытожить – подытоживать, приурочить – приурочивать, уполномочить – уполномочивать, ускорить – ускоривать*. При образовании глаголов несовершенного вида от глаголов *обусловить, сосредоточить* допустимы формы *обуславливать, сосредотачивать*, однако основным нормативным вариантом остается форма без чередования – *обусловливать, сосредоточивать*.

2. Частотны в речи ошибки при образовании форм будущего времени от глаголов *выздороветь, обессилеть, ослабеть*. Глаголы на *-еть* указывают на направленность действия на самого субъекта и сохраняют гласную *е* при образовании форм настоящего времени: *я выздоровею; я обессилею, я ослабею*. Форма *выздоровлю* вообще не используется в литературном языке! Форма *обессилю* представляет собой форму 1-го лица от переходного глагола с суффиксом *-и(ть)* *обессилить* и выражает направленность действия на объект (*я обессилю противника*).

3. Особое внимание обратите на образование формы 1-го лица множественного числа повелительного наклонения от глагола *пойти – пойдёмте/пойдём*. В настоящее время в просторечии достаточно употребительной является форма *пошлите* (*Пошлите в кино*), причем она воспринимается (совершенно неправомерно!) как более вежливая, по сравнению с допустимой разговорной формой *пошли* (*Пошли в кино*). В действительности форма *пошлите* представляет собой форму 2-го лица повелительного наклонения от глагола *послать*: ***Пошлите телеграмму отцу***.

Обратите также внимание на образование повелительного наклонения от глагола *ехать* и производных от него: *ехать – поезжай, поезжайте*. Допустима и форма *езжай*, но совершенно недопустимыми являются распространенные в просторечии формы: *ехай, ехайте*. При отрицании в литературном языке следует употреблять формы: *не езди, не ездите*.

## Синтаксические нормы

**Синтаксические нормы** предписывают правильное построение словосочетаний и предложений.

### Согласование

1. Обычно не допускается смысловое согласование при местоимениях *кто, что*, а также производных от них (*кто-то, некто* и др.) Независимо от реально выражаемой ситуации местоимение *кто* требует сказуемого и определения в форме единственного числа мужского рода, а местоимение *что* – в единственном числе среднего рода. Например: *Кто-то из нас совершил этот проступок; Это сделал тот, кто побывал здесь раньше; Что-то большое и темное стояло в дальнем углу зала.*

При подлежащем *кто* множественное число сказуемого может быть использовано в том случае, когда в придаточном предложении именная часть составного сказуемого выражена существительным во множественном числе. Например: *Те, кто двадцать лет назад были школьниками, сейчас вершат судьбу страны.*

Множественное число сказуемого при местоимении *что* обычно используется только в конструкциях типа: *те, что...; все, что...* (*Те, что отстали, не теряли надежды догнать передовой отряд.*)

2. Сказуемое согласуется в роде и числе с собирательными количественными существительными *большинство, часть, ряд* и т.д., стоящими в именительном падеже: *Большинство депутатов поддержало решение; Часть депутатов поддержала решение; Ряд депутатов поддержал решение.*

Сказуемое во множественном числе обычно употребляется, если:

а) между подлежащим и сказуемым есть другие члены предложения, особенно причастный оборот с причастием во множественном числе, придаточное предложение с союзным словом *который* во множественном числе. (Хотя это правило не носит обязательного характера, всё же желательно использовать в таких конструкциях именно форму множественного числа сказуемого.) Например: *Большинство людей, смотревших фильм, высоко оценили работу режиссера; Большинство людей, которые смотрели фильм, высоко оценили работу режиссера;*

б) при существительном есть несколько управляемых форм во множественном числе: *Большинство рабочих, инженеров и служащих завода поддержали директора;*

в) при подлежащем есть однородные сказуемые: *Большинство студентов сдали зачеты и хорошо подготовились к экзаменам;*

г) в предложении используется составное именное сказуемое, причем именная часть выражена прилагательными и причастиями. Например: *Большинство детей были нарядны и веселы; Большинство домов на этой улице деревянные.*

Аналогичные правила действуют при подлежащем – количественно-именном сочетании со словами *много, мало, немного, немало, сколько, столько, несколько*. Основной нормой является использование сказуемого в единственном числе. Для постановки сказуемого во множественное число необходимо действие дополнительных факторов. Например, наиболее распространенной является форма множественного числа сказуемого при подлежащем, указывающем на одушевленные предметы, прежде всего – на людей.

3. Основной нормой при согласовании сказуемого с подлежащим, выраженным количественно-именным сочетанием, является постановка сказуемого в единственном числе. Например: *Выиграно пять матчей; Пять бойцов отправилось в разведку*. Исключение составляют предложения с подлежащим, включающим числительные *два, три, четыре*. Как правило, при таком подлежащем сказуемое стоит в форме множественного числа. Например: *Три дома на вечер зовут* (А.С. Пушкин).

4. Согласование по роду есть и при числительном *тысяча, миллион, миллиард*. Например: *Явилась тысяча человек*. В остальных случаях сказуемое в единственном числе обычно имеет форму среднего рода. Например: *Прошло пять минут*.

Тенденция к употреблению единственного числа обнаруживается тогда, когда названное в подлежащем количество предметов выступает как нечто целое. Наиболее часто это проявляется в тех случаях, когда глагол-сказуемое имеет значение бытия, наличия, существования, положения в пространстве,

протекания во времени. Например: *В комнате было два окна; Шесть стульев стояло у стены; Пять лет прошло с тех пор.*

5. Большую роль при выборе формы сказуемого играет порядок слов. Так, при обратном порядке слов (сказуемое предшествует подлежащему) чаще используется форма единственного числа (ср.: *Прошло три часа* но *Три часа прошли незаметно*). Обратите внимание на то, что форма множественного числа при обратном порядке слов является нормативной в официально-деловом и научном стилях, где на первый план выходит смысловая точность высказывания (*На заседании присутствовали...; в Президиум избраны...*).

Сказуемое согласуется с однородными подлежащими во множественном числе при прямом порядке слов: *Крики, рыдания слышались из соседней комнаты*. При обратном порядке слов чаще употребляется форма единственного числа, причем сказуемое согласуется с ближайшим из однородных членов. Например: *Из соседней комнаты слышался крик и рыдание*. Но в случае, если одно из подлежащих стоит в форме множественного числа, может употребляться сказуемое во множественном числе: *В постель ее уложили ревность и слезы* (А.П. Чехов).

## Управление

### Употребление предлогов

1. В настоящее время (особенно в официально-деловом стиле) наблюдается много ошибок в использовании конструкций с предлогами *по* и *о*, например, в следующих конструкциях:

Правильно	Неправильно
<i>беседа об экономике</i>	<i>беседа по экономике</i>
<i>вопрос об улучшении условий труда</i>	<i>вопрос по улучшению условий труда</i>
<i>закон об охране детства</i>	<i>закон по охране детства</i>
<i>замечания об организации работы</i>	<i>замечания по организации работы</i>
<i>затраты на ремонт</i>	<i>затраты по ремонту</i>

<p>инициатива <b>в созыве</b> конференции</p> <p>справка <b>о зарплате</b></p> <p>расширять возможности <b>исследования</b></p> <p>закон об <b>охране</b> детства</p> <p>забота <b>об освоении</b> месторождения</p> <p>обучение гражданской <b>обороне</b></p> <p>отчитаться <b>в использовании</b> средств</p> <p>факультет <b>гуманитарных наук</b></p> <p><b>это</b> доказывает</p> <p>поделиться <b>впечатлениями</b></p> <p>подтвердить <b>это</b></p> <p>подвести итог <b>работе/работы</b></p> <p>задача экономного <b>использования</b> ресурсов</p> <p>дать совет, как воспитывать ребенка;</p> <p>дать совет <b>по воспитанию</b> ребенка</p> <p>привести примеры плохой <b>работы</b> администрации</p> <p>подвести итог <b>работе/работы</b></p>	<p>инициатива <b>по созыву</b> конференции</p> <p>инициатива <b>о созыве</b> конференции</p> <p>справка <b>по зарплате</b></p> <p>расширять возможности <b>по исследованию</b></p> <p>закон <b>по охране</b> детства</p> <p>забота <b>по освоению</b> месторождения</p> <p>обучение <b>по</b> гражданской <b>обороне</b></p> <p>отчитаться <b>по использованию</b> средств</p> <p>факультет <b>по</b> гуманитарным наукам</p> <p><b>об этом</b> доказывает</p> <p>поделиться <b>о</b> впечатлениях</p> <p>подтвердить <b>об этом</b></p> <p>подвести итог <b>о</b> работе</p> <p>задача <b>об</b> экономном использовании ресурсов</p> <p>дать совет <b>о</b> воспитании ребенка</p> <p>привести примеры <b>о</b> плохой <b>работе</b> администрации</p> <p>подвести итог <b>о</b> работе</p>
---	---

2. Достаточно часто в речи встречаются ошибки, связанные с использованием определенного падежа с тем или иным предлогом:

*ввиду* + родительный падеж (*ввиду задержки*),

*благодаря, согласно, вопреки* + дательный падеж (*благодаря хорошей погоде, согласно приказу, вопреки распоряжению*).

3. Возможны недочеты в использовании предлогов *благодаря, вследствие, ввиду, в силу* для обозначения причинно-следственных отношений. Следует учитывать, что эти предлоги еще не утратили полностью своего первоначального лексического значения.



ческого значения. Поэтому неудачными, например, являются высказывания, *благодаря плохой погоде..., ввиду прошедших дождей..., вследствие предстоящих заморозков....*

Аналогичные недочеты наблюдаются при использовании предлогов *вместе с* и *наряду с*. Первый из них выражает идею совместности действия двух или нескольких лиц, указывает на соединенность предметов, явлений (*Андрей работал вместе с матерью; Запах травы проникал в комнату вместе с голосами птиц*). Предлог *наряду с* имеет значение «помимо», то есть выражает не идею совместности, а идею присоединения (*Жители микрорайона наряду с трамваем пользуются и другими видами транспорта*).

4. Весьма распространенным речевым недостатком является так называемое «нанизывание падежей», то есть расположение цепочкой нескольких одинаковых падежных форм. Чаще всего происходит нанизывание родительных падежей: *Слушатели курсов подготовки помощников машинистов электропоездов; Заделка щелей пеной нашими мастерами*.

Такие конструкции являются строевым элементом научного и официально-делового стиля: *измерение колебаний электронного спектра гемоглобина человека; Разработка методов использования полезных ископаемых прибрежных районов реки Оби*.

Далеко не всегда в этих стилях можно полностью устранить такого типа конструкции, но стремиться к этому надо: *Во избежание падения при экстренном торможении просьба держаться за поручни – Чтобы не упасть, держитесь за поручни!; Для решения задачи ускорения подъема уровня сельского хозяйства... – Чтобы ускорить подъем сельского хозяйства....*

### **Предложения с деепричастными оборотами**

1. Следует помнить, что глагол-сказуемое и действие, выражаемое деепричастием, может относиться только к подлежащему. Нарушение этого правила приводит к стилистической ошибке.

В одном из своих рассказов А.П. Чехов приводит запись в жалобной книге чиновника Ярмонкина: *Подъезжая к станции и глядя на природу в окно, у меня слетела шляпа*. В этом предложе-



нии деепричастия не относятся к подлежащему, поэтому такая конструкция ошибочна. Для того чтобы исправить предложение в соответствии с нормами, необходимо изменить конструкцию: преобразовать дополнение *у меня* (именно оно является субъектом действия) в подлежащее: *Подъезжая к станции, я потерял шляпу.*

Может не относиться к подлежащему оборот со словами *исходя из*, поскольку форма *исходя* уже не воспринимается как деепричастие: *Расчет составляется исходя из средних норм выработки продукции.*

2. Возможно употребление деепричастного оборота в предложениях, где нет ни грамматического, ни логического подлежащего, например: *Редактируя рукопись, нужно учитывать авторский стиль.*

3. Не рекомендуется употребление деепричастий в предложениях, где глагол-сказуемое стоит в форме будущего времени (ср.: *Приехав в город своего детства, я обязательно встречу со школьными друзьями и моей первой учительницей.*)

4. Деепричастия не могут использоваться в безличных предложениях, то есть там, где нет подлежащего. Например: *Возвращаясь домой, мне стало грустно.* Такое высказывание будет грамматически некорректным. Чтобы исправить предложение, необходимо либо преобразовать его так, чтобы дополнение стало подлежащим (ср.: *Возвращаясь домой, я загрустил*), либо заменить деепричастие на глагол-сказуемое или на придаточное предложение (ср.: *Когда я возвращался домой, мне было грустно*).

5. Нельзя использовать деепричастный оборот в пассивных конструкциях, например: *Убежав из дома, мальчик был найден родителями через два дня.*

### Предложения с однородными членами

1. Часто в предложении при двух или несколько управляющих словах имеется общее дополнение. Не возникает трудностей, если управляющие слова требуют одинакового падежа и предлога, например: *читать и конспектировать кни-*

*гу; подбирать и готовить кадры.* Но если общее зависимое слово имеется при словах, требующих разного управления, могут возникнуть ошибки: *Трест организовал и руководил предприятиями* (организовал ч т о, руководил ч е м). Обычный способ правки в подобных случаях – добавление ко второму управляющему слову местоимения, заменяющего существительное при первом слове, например: *подбор фактов и наблюдение над ними.*

2. К числу ошибок относится соединение в однородном ряду:

– видовых и родовых понятий: *Он посетил Францию, Италию, страны Европы и Латинской Америки;*

– скрещивающихся понятий, т.е. понятий, частично совпадающих по своему объему: *Среди участников парада были ветераны и москвичи;*

– синтаксически разнородных элементов предложения – причастного и деепричастного оборотов, определения, выраженного прилагательным или причастием, и определительного придаточного предложения: *Ничего не понимающая в жизни и не зная, что предпринять.*

## ТЕМА 4.

---

### Коммуникативный аспект культуры речи

#### 4.1. Социальный характер общения

*Есть только одна подлинная ценность –  
это связь человека с человеком.*

*Антуан де Сент-Экзюпери*

**Общение** – это «...процесс установления и развития контактов между людьми, обусловленный потребностями в совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание другого человека»<sup>1</sup>. Человек является по своей природе существом социальным и не может жить без общения, без связей с другими людьми. Почему?

Во-первых, потому что ему присуща потребность принадлежать общности себе подобных. Мы боимся одиночества. Одинокий человек чувствует себя незащищенным, никому не нужным, он теряет интерес к жизни, становится пассивным и угрюмым. Отсюда потребность в семье, в друзьях, единомышленниках.

Во-вторых, только в процессе общения человек формируется как личность, развивается интеллектуально, реализует свои возможности и способности. Общеизвестны случаи, когда дети, лишённые возможности общаться с людьми, попадая в среду обитания животных, утрачивали человеческий облик

---

<sup>1</sup> Краткий психологический словарь / Под ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. – Ростов-н/Д., 1998. С. 229.

в прямом и переносном смысле: внешне начинали походить на представителей животного мира (волков, собак), копировали их повадки, а, кроме того, не только переставали развиваться как представители вида *homo sapiens* – «человек разумный», но и деградировали.

Общение развивает и эмоциональную сферу личности: расширяет кругозор, способствует развитию внимания, памяти, воображения, мышления. Оно оказывает влияние на развитие волевых качеств человека: формирует настойчивость или пассивность в достижении поставленных целей, собранность или недисциплинированность, решительность или слабыхарактерность, что зависит от конкретных ситуаций и от круга лиц, с которым человек общается. Реализовать все эти качества можно, только общаясь с другими людьми в процессе совместной трудовой деятельности. В таком случае мы говорим о самореализации личности.

В-третьих, человек всегда стремится к тому, чтобы его оценили по достоинству, чтобы его уважали. Это немаловажная человеческая потребность, т.к. она вызывает определенные эмоции, которые, в свою очередь, помогают или мешают ему совершенствоваться. Чем лучше отношения с окружающими, тем радостнее жить и реализовывать свои планы и стремления. Потребность в положительных эмоциях – одна из важнейших потребностей человека. Отрицательные эмоции угнетают его, под их влиянием ухудшается даже физическое состояние человека (известно, например, что качество крови ухудшается, все органы работают хуже, эмоциональный настрой в случае болезни может помочь человеку выздороветь). Положительные же эмоции заряжают организм энергией, дают хорошее самочувствие. Установлено, что для психического здоровья оптимальным соотношением положительных и отрицательных эмоций является 7:1. Практически все взрослые люди ощущают значительную нехватку положительных эмоций (негатива у нас вполне хватает!). О мере этой нехватки дают представление следующие цифры: ребенок ежедневно смеется в среднем 400 раз, взрослый – 15.

Следовательно, от того, насколько комфортно и эффективно общение, будет зависеть и конечный результат: что удалось, что не удалось, почему не достигли желаемого? Дружелюбный, ровный, бесконфликтный характер повседневного общения может облегчить нашу жизнь, улучшить настроение, самооценку и отношение к окружающим. Поэтому правомерно, на наш взгляд, утверждение, что **умение общаться – это умение жить.**

## **4.2. Язык как средство общения**

Необходимость общения – это истоки языка, а сам *язык становится средством общения.*

**Язык** консолидирует людей, делает возможной их совместную деятельность. С наибольшей полнотой это показано в сюжете о Вавилонской башне: люди перестали понимать друг друга – и строительство было прекращено. Можно говорить, что язык дает возможность формировать некое коллективное «Я». Именно благодаря этому человек становится преимущественно не биологическим, а социальным существом.

Соблюдение речевых норм, правильность речи – основное требование речевого взаимодействия. Коммуникативный аспект культуры речи представляет собой высшую степень владения языком. Языковое мастерство, умение правильно выстроить речь в соответствии с замыслом, умение пользоваться богатством и разнообразием языковых средств, образность и выразительность речи – все это позволит успешно применять речевые тактики и стратегии в общении. Посредством языка можно по-разному воздействовать на собеседника. Можно открыто формулировать свою позицию и требовать определенных действий и поступков. Такой стиль поведения может преследовать вполне благородные цели, но всегда ли приведет к желаемому результату? Нужно только помнить, что язык располагает огромным количеством средств выражения, и только от Вас зависит, каким Вы отдадите предпочтение.

1. На примерах из области повседневной коммуникации можно сделать вывод, что выбор слов и выражений определенным образом воздействует на собеседника и обуславливает то или иное представление, получаемое реципиентом.

*А: Уже прошла половина отпуска.*

*В: Еще осталась половина отпуска.*

Приведенный пример показывает, что два выражения воспринимаются по-разному: первое – с пессимизмом, второе – с оптимизмом.

2. Выбор синонимичного выражения может свидетельствовать об отношении говорящего к человеку или событию. Адресант может передать сообщение с помощью нескольких различных выражений. Например, выражение «Он опоздал» может быть передано мягче и менее категорично конструкциями «Он пришел поздно» и «Он не пришел вовремя».

Мы уже отмечали, что русский язык богат синонимами, которые могут выражать самые разные оттенки чувств и эмоций. И это тоже становится немаловажным фактором в общении. Сравните следующие пары синонимов, явно демонстрирующие нейтральное или положительное, с одной стороны, и отрицательное, с другой, отношение говорящего к описываемому объекту:

*Бережливый – скряга; Традиционный – старомодный;*

*Экстраверт – развязный; Осмотрительный – трусливый;*

*Прогрессивный – радикальный; Информация – пропаганда;*

*Эксцентричный – помешанный; Невысокий – коротышка.*

Мы видим, что говорящий в зависимости от того, какое выбрано наименование, предлагает различное отношение к предмету речи и подчеркивает его различные аспекты и характеристики.

3. Нужно очень внимательно относиться к выбору языковых средств, потому что, например, доказано, что нет ничего более деструктивного и разрушительного для психики человека, как закрепление в сознании отрицательных моделей: они формируют представление не о том, каким ты должен быть, а каковым ты не являешься. Если человек (родители, на-

чальник) постоянно критикует другого (ребенка, подчиненного), формулируя свои мысли при помощи негативных конструкций («Ты не убрал...», «ты не выучил...», «ты не можешь...», «Вы не выполнили...», «Вы опоздали...»), то у реципиента возникают предпосылки к формированию устойчивого представления о себе как о неудачнике, необязательном человеке. Отрицательное воздействие негативных конструкций учитывается, например, в западных странах, когда на транспорте не рекомендуется использовать надписи «Нет выхода», а в практике внушения и аутотренинга отдается предпочтение положительным формулировкам: например, формула «*Я спокоен*» предпочтительнее формулы «*Я не волнуюсь*».

**4. Выбор грамматической формы** тоже может быть неоднозначным. «*Я объявляю Вам выговор*» и «*Я вынужден объявить Вам выговор*». Здесь выбор активной или пассивной конструкции не только оказывает воздействие на восприятие причинно-следственных отношений, но и приводит к переосмыслению ситуации в целом.

**5.** В контексте данных рассуждений можно говорить еще о таких особенностях речевых конструкций, как ***статичное высказывание***<sup>1</sup>: «Леонид – нервный юноша», «Какой ты зануда», «Вы можете всегда на нас рассчитывать» – подобные утверждения ведут к ошибочному допущению, что люди постоянны и неизменны. Более конкретное описание ситуации позволяет отчасти уменьшить последствия ошибок такого рода для процесса общения. Например, вместо определения Леонида как нервного человека, было бы более верным определить ситуации, в которых проявляется это качество, например: «*Когда Леонид рассказывает об этом, он нервничает*». Важно, что при этом самому говорящему становятся более понятны причины трудностей в общении.

**6. Наблюдения и оценки**<sup>2</sup>. Еще одна особенность использования языка, часто рождающая проблемы в речевом обще-

<sup>1</sup> Русский язык и культура речи / Под ред. В.И. Максимова. – М., 2002. С. 29.

<sup>2</sup> Там же. С. 29.

нии, связана со смешением в высказывании фактов (реально наблюдаемых в действительности) и оценок (выводов, заключений, к которым мы приходим). Фразы «Он сделал орфографическую ошибку» и «Он сделал абсолютную глупость» грамматически построены одинаково, однако первая фраза является фактом, а вторая – нашей оценкой.

Споры и конфликты часто возникают из-за того, что участники свои предположения или мнения представляют как факты. Вместо того чтобы приписывать собеседнику какие-то мысли, чувства, настроения, надо постараться выделить те его слова или действия, которые послужили основой для вашей интерпретации. В профессиональной же деятельности, особенно в судебной практике, такие ошибки недопустимы: четкому отделению фактуальных суждений от умозаключений придается очень большое значение, поскольку подмена фактов мнениями может иметь серьезные последствия.

*«В повседневном общении невозможно, да и не нужно, полностью отказываться от ненаблюдаемых заключений. Тем не менее, для успешной коммуникации необходимо использовать язык более точно и быть более проницательным, когда мы слушаем других: уметь видеть различие между фактуальными утверждениями и выводами, основанными на мнении; видеть разницу между утверждениями, в которых оценки включаются в результаты наблюдений, и высказываниями, в которых они разделены»<sup>1</sup>.*

Мы убедились в том, что выбор языкового средства воздействует на понимание получателя и вызывает соответствующую реакцию (*волеуправляющая функция языка*). Поэтому некоторые специалисты имеют основание говорить о **языке как «инструменте социальной власти»<sup>2</sup>**, имея в виду, что каждый, кто оказывается в состоянии воздействовать на кого-либо, осуществляет власть. Но эту власть можно употребить во благо, чтобы не провоцировать конфликтов, а можно и во

---

<sup>1</sup> Русский язык и культура речи / Под ред. В.И. Максимова. – М., 2002. С. 30.

<sup>2</sup> Подробнее см.: Блакар Р.М. Язык как инструмент социальной власти. // Психология влияния. Хрестоматия. – СПб., 2001. С. 42–56.



вред человеку, с которым Вы общаетесь. Если такое воздействие производится помимо воли адресата, приносит адресанту односторонние преимущества, тогда оно превращается в *манипулирование*, или скрытое управление.

Манипуляции с языком широко используются в нашей повседневной жизни, начиная с рекламы и заканчивая политической пропагандой и агитацией. Очевидно, что у получателя информации сформируется разное понимание событий в Афганистане, в зависимости от того, чей репортаж перед ними: выражение «ввод ограниченного контингента советских войск в Афганистан» создает иное впечатление, чем «советская интервенция в Афганистан».

Но только ли при помощи языка общается человек?

Кроме языковых (*вербальных*) средств общения, человек использует неязыковые сигналы: интонацию, темп, силу голоса; мимику, жесты; позы, телодвижения, – это *невербальные* средства общения. Они усваиваются носителями языка с детства, естественным образом, часть из них имеет сугубо национальный характер, другие же – интернациональны. Вербальные и невербальные средства общения представляют собой *естественную знаковую систему*.

Существуют еще и специально разработанные людьми знаковые системы, которые придуманы или созданы в связи с возникающей жизненной необходимостью и которые служат для более удобной передачи информации. Так, например, появление машин и быстрое увеличение их числа привело к необходимости упорядочения автодвижения на дорогах, что повлекло за собой создание системы уличной разметки, использование световых сигналов светофора, появление знаков дорожного движения. К искусственной знаковой системе можно отнести и форменные знаки различия военнослужащих, системы символической записи в музыке, математике, физике и т.д. Подобные знаковые системы принято называть *искусственными*.

Невербальные средства общения в большинстве случаев только сопровождают звучащую речь и могут передавать ограниченные по своему содержанию типы информации.

Всю же полноту информации, любые оттенки чувств и эмоций мы можем передать, лишь используя язык. Это свойство языка называется универсальным.

### 4.3. Структура речевого общения

Грамотное и рациональное использование языковых средств, безусловно, является необходимым, но не единственным фактором успешного общения. Поэтому специалисты обращают внимание на другие элементы структуры речевого общения, без учета которых невозможно достичь поставленной цели коммуникации. Значимыми единицами общения являются: *речевая ситуация, речевое событие и речевое взаимодействие*.

Представим структуру общения в виде схемы<sup>1</sup>.



Уместность и эффективность употребления тех или иных языковых средств обусловлена *ситуацией общения*, которая подразумевает как характеристику *участников* коммуникации, так и *время и место*, выбранные для общения.

<sup>1</sup> Данная схема предложена в уч.: Введенская Л.А., Павлова Л.Г., Кашаева Е.Ю. Русский язык и культура речи. – Ростов-н/Д., 2002., С. 157.

<p><b>Участники коммуникации</b> Социальный статус Социальная роль Индивидуальные характеристики</p>
--

Помимо адресанта и адресата, в число участников общения могут входить наблюдатели или слушающие, чье присутствие (или отсутствие) тоже будет накладывать отпечаток на продуцируемую речь.

**Социальным статусом** (лат. status – положение) называется определенная позиция, занимаемая человеком в обществе или социальной группе, связанная с его правами и обязанностями, которые скоординированы и ранжированы относительно господствующей системы ценностей, что придает им особую значимость в общественном мнении. К категории статуса могут относиться должность, профессия, пол, уровень образования и другие характеристики, являющиеся объектом ориентации социального действия для членов того или иного общества, группы и т.д.

Социальный статус активно воздействует на характер высказываний и саму речь, потому что связан с понятием авторитета.

Одним из коммуникативно значимых показателей статуса является такой элемент речи, как *молчание*. Молчание может быть *для говорения*, и тогда оно сопровождает слушание в процессе диалога, и *вместо говорения*, что может означать согласие, нежелание вступать в диалог, нерешительность, соблюдение принципа вежливости.

Другим показателем статуса являются *невербальные средства* общения. Об этих способах коммуникации речь пойдет позже.

Мы уже отмечали, что речь человека несет значительную информацию о нем самом, об уровне его образования, психологических характеристиках. Добавим: и, несомненно, о его статусе. Особенности произношения, интонирования, богатство словарного запаса, следование грамматическим нормам, скорость

речи – все это, по данным социологов, свидетельствует об определенном социальном статусе. Таким образом, социальная индикация речи прослеживается и в *языковой сфере*.

Реализация прав и обязанностей, включаемых в понятие социального статуса, формирует социальную роль личности.

**Социальная роль** – это нормативно одобренный, относительно устойчивый образец поведения человека.

*Весь мир – театр.*

*В нем женщины, мужчины – все актеры.*

*У них свои есть выходы, уходы,*

*И каждый не одну играет роль.*

*В.Шекспир*

Социальная роль проявляется в том, что в сходных обстоятельствах совершенно разные люди ведут себя одинаково, как будто их поведение определяется каким-то заданным текстом («партиями»), которые они «исполняют»: инженер, ученый, муж, школьник, врач, начальник, солдат и т.д. Вот почему в сходных обстоятельствах, например, занимая одинаковые должности, совершенно разные люди ведут себя аналогичным образом. В то же время каждый человек вносит в ролевое поведение индивидуальные черты через своеобразное восприятие роли применительно к личностному образу. «Личностная окраска» зависит, прежде всего, от его знания и умения находиться в данной социальной роли, от ее значимости для него, от стремления в большей или меньшей степени соответствовать ожиданиям окружающих. Традиция хранит и передает из поколения в поколение правила взаимодействия людей в соответствующих ситуациях. Исполнение роли регулируется системой *санкций* против тех, кто не удовлетворяет ролевым ожиданиям, и системой *поощрений* для тех, кто им соответствует.

Чтобы достичь успеха, Вам необходимо оценить своего партнера, выявить его **индивидуальные характеристики**:

1. учесть его характер, привычки, убеждения, интеллектуальный и культурный уровень, образ жизни;
2. оценить внешний облик, который проявляется в манере одеваться, походке, позе, жестикуляции, выражении лица, интонациях;

3. выбрать стиль общения в зависимости от общепринятых правил и индивидуальных особенностей партнера.

Но следует помнить, что на результат восприятия и общения значительно влияет Ваше собственное состояние в момент общения (усталость, раздражительность, радостное возбуждение), а также та система ценностей и приоритетов, которой Вы придерживаетесь в жизни. Следовательно, вступая в общение, каждому участнику приходится принимать во внимание и *особенности собеседника, и свои собственные*, и то, каким Вы предстаете в чужих глазах. Плодотворное наблюдение за партнером и понимание его возможно лишь при живом интересе к этому человеку, поэтому надо проявлять искреннее уважение к партнеру, подчеркивать его значимость. Демонстрация неуважения приведет к деформации личности, причем с обеих сторон: относитесь к людям так, как Вы хотели бы, чтобы они относились к Вам.

Примечательной характеристикой человека является его склонность к тому или иному типу реагирования. Проявление уважения к партнеру, готовность понять («понять» и «принять» разные категории), терпимость относятся к положительному типу реагирования; преувеличенная «нет-реакция», нетерпимость, раздражительность – к отрицательному.

Некоторые исследователи выделяют ситуативные роли говорящих, учет которых, по их мнению, существенно влияющие на характер общения:

- л и д е р – стремящийся повести за собой, убедить в своей правоте;
- х о з я и н – уравнивающий интересы;
- к а п р и з н ы й р е б е н о к – способный нарушить любые запреты, выплеснуться с независимыми суждениями;
- г и б к и й ч е л о в е к – готовый приспособиться к любой ситуации<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Русский язык и культура речи / Под ред. В.И. Максимова. – М., 2002. С. 23–24.

От того, какое *время и место* вы выбрали для общения, может также зависеть его эффективность. Некоторые слова и выражения могут восприниматься и толковаться по-разному в контексте этих факторов, например: сообщение метеобюро о плохой погоде автомобилистом воспринимается как предупреждение о сложной обстановке на дороге, компанией друзей – как невозможность пойти погулять, а если об этом сообщает диспетчер аэропорта, из этого может следовать, что задерживается вылет авиарейсов.

Рассмотрим следующую единицу речевого общения. **Речевое событие** включает два главных компонента: *словесную речь* и *обстановку* общения.

*Словесная речь*, взятая в событийном аспекте, называется *дискурс* (от франц. Discourse – речь) – это, проще говоря, то, что говорится, и то, что *сопровождает речь* (интонация, мимика, жесты и др.). Необходимо иметь четкое представление не только о том, что именно Вы хотите сообщить, но и с какой целью: поделиться новой информацией, довести до его сведения собственную оценку факта действительности, побудить к какому-либо поступку. От этого будет зависеть и смысловая наполненность высказывания.

<b>Сообщение</b>
Тема
Цель
Содержание
Форма

Не менее важна *обстановка общения*. Она будет влиять на речевое поведение коммуникантов в зависимости от того, является ли, например, официальной или неофициальной. В зависимости от этих факторов будет меняться содержательная сторона и форма сообщения. Если в повседневной жизни мы общаемся с теми, с кем хотим, с кем приятно, то в официальные (деловые) отношения вступаем с теми, кто нам нужен. Здесь нельзя прервать контакт по принципу «не хочу – не бу-

ду». В условиях официального общения не только речевое поведение будет гораздо строже регламентироваться, но и потребуются учет многих социальных и психологических факторов.

Поэтому очень важным условием эффективности общения становится умение гибко реагировать на изменение условий общения и строить свою речь с учетом этих факторов.

*Речевое взаимодействие* представляет собой очень сложное явление. С одной стороны, это кодирование речевых сигналов (акустическими или графическими средствами), с другой – декодирование ее адресатом. Сложность заключается в том, чтобы достичь максимально адекватного восприятия того, что сказано, тому, что понято. Средство речевого взаимодействия – язык, а «конечный продукт» текст. «Через тексты мы знакомимся с речью, из текстов извлекаем языковые правила, на тексты-образцы ориентируемся, создавая собственные речевые продукты»<sup>1</sup>.

В социальном взаимодействии особое значение приобретают применяемые собеседниками *речевые стратегии и тактики*.

Под *стратегией речевого общения* понимают процесс построения коммуникации, направленной на достижение долгосрочных результатов. «Стратегия включает в себя ориентировку в ситуации общения, планирование речевого взаимодействия в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникантов, а также реализацию этого плана, т.е. линию беседы»<sup>2</sup>. Целью стратегии является завоевание авторитета, воздействие на мировоззрение, призыв к поступку, сотрудничеству или воздержанию от какого-либо действия.

*Тактика речевого общения* понимается как совокупность приемов ведения беседы<sup>3</sup>. Она включает конкретные приемы привлечения внимания, установления и поддержания контакта с партнером, убеждение или переубеждение адресата, приведение его в определенное эмоциональное состояние.

<sup>1</sup> Русский язык и культура речи. Учебник для технических вузов / Под ред. Максимова В.И., Голубевой А.В. – М., 2006. С.18.

<sup>2</sup> Казарцева О.М. Культура речевого общения. – М., 1999. С. 26.

<sup>3</sup> Там же. С. 27.

Чтобы управлять течением беседы, необходимо заранее продумать общую картину и возможные варианты развития разговора, вырабатывать пути гибкого реагирования.

Другими словами, каждый участник коммуникации должен *сориентироваться* в сложившейся обстановке, потому что, в какой бы речевой ситуации человек ни оказался, если он стремится добиться успеха, обратить на себя внимание, то должен, прежде всего, осознать, что может привести к успеху. В результате обдумывания рождается *внутренний план* высказывания. Это первый этап речевой деятельности. На втором этапе происходит *порождение высказывания*: подбираются нужные слова, синтаксические модели предложения. Третий этап – самый ответственный. Субъект речевого действия *осуществляет* свой план при помощи выбранных им средств общения. Затем он непременно должен *проконтролировать*, достигнут ли запланированный результат<sup>1</sup>. Реакция слушающего на высказывание говорящего (обратная связь) по сути является основополагающим фактором общения, а ее отсутствие приводит к разрушению коммуникации: не получая ответа, человек чувствует себя задетым и обычно либо добивается ответа, либо прекращает разговор.

Разумеется, строя простые и привычные высказывания, мы, как правило, не фиксируем внимания на этих этапах. Но, порождая сложные и ответственные высказывания, мы должны строго их придерживаться, чтобы достичь максимального эффективного общения.

Единицы речевого общения необходимо рассматривать во взаимовлиянии и взаимообусловленности. Но все же исходным моментом для любого речевого действия является ситуация общения. Она диктует правила речевой коммуникации и определяет форму ее выражения, помогает понять смысл текста, конкретизирует и помогает правильно его толковать.

---

<sup>1</sup> Введенская Л.А. Павлова Л.Г. Кашаева Е.Ю. Русский язык и культура речи. – Ростов-н/Д., 2003. – С. 170–172.



#### 4.4. Условия успешного взаимодействия

Чтобы достичь успеха в процессе речевого взаимодействия собеседники должны придерживаться определенных принципов речевой коммуникации. Важнейшими среди них являются *принцип кооперации* и *принцип вежливости*, сформулированные американскими лингвистами второй половины XX века.

**Принцип кооперации** предполагает готовность партнеров к сотрудничеству, демонстрацию общности интересов. Этот принцип конкретизируется перечнем категорий, его составляющих.

Категория *Количества* связана с тем количеством информации, которое требуется передать: высказывание должно содержать не меньше и не больше информации, чем требуется для выполнения текущих целей общения.

Категория *Качества* рекомендует воздерживаться от лжи и не говорить того, чему недостаточно свидетельств.

Категория *Отношения* рекомендует не отклоняться от темы, быть последовательным.

Категория *Способа* касается того, как говорится: выражаться надо ясно, кратко и однозначно.

Другим принципом коммуникации является **принцип вежливости**. Он состоит из нескольких максим.

1. *Максима такта* – это максима границ личной сферы. Участникам коммуникации следует соблюдать определенную дистанцию. Если это специально не оговорено, то недопустимо делать предметом обсуждения темы, касающиеся частной жизни (частная жизнь понимается как нечто индивидуальное в противоположность групповому, коллективному, общественному началу), индивидуальных предпочтений, здоровья. Из всех способов побуждения выберите тот, в котором собеседник найдет для себя выгоду: сформулируйте побуждение не как команду, а как совет.

2. *Максима великодушия* предохраняет собеседника от доминирования в процессе общения, например, предположение должно быть сформулировано таким образом, чтобы его при-

нятие или отклонение можно было отложить. Не следует также связывать партнера жесткими обещаниями, клятвами, не требуйте извинений и покаяний.

3. *Максима одобрения* – это максима позитивности в оценке других: «Не судите, да не судимы будете». Больше хвалите, одобряйте, будьте сдержанны в оценочных суждениях, особенно если вы с собеседником расходитесь во мнениях.

4. *Максима скромности*. Одним из условий успешного развертывания коммуникативного акта является реалистическая, по возможности объективная самооценка.

5. *Максима согласия* предполагает умение отказаться от конфликта в пользу сохранения самой возможности общения, стремление во имя дела найти взаимоприемлемые решения.

6. *Максима симпатии* – это максима благожелательности, которая создает благоприятный фон для перспективного предметного разговора. Привычка запоминать и правильно называть имена своих собеседников – один из секретов доброжелательных отношений.

Принципы кооперации и вежливости составляют основу так называемого *коммуникативного кодекса*, представляющего собой систему правил, регулирующих речевое поведение обеих сторон в ходе коммуникации.

#### 4.5. Причины коммуникативных неудач

«Под эффективностью речевой коммуникации понимается достижение адекватного смыслового восприятия и адекватной интерпретации передаваемого сообщения... Если реципиент усвоил, для какой цели порожден данный текст, что именно (выделение наше – Е.З.) хотел сказать автор с помощью всех использованных средств, можно утверждать, что он интерпретировал текст адекватно. Неадекватное понимание устного и письменного сообщения отправителем и получателем может привести к серьезным ошибкам во время выработки и принятия решения, стать причиной нежелательных конфликтов»<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Введенская Л.А., Павлова Л.Г., Кашаева Е.Ю. Русский язык и культура речи. – Ростов-н/Д., 2003. С. 177–178.

Наука конфликтология учит, как разрешать возникшие разногласия, как выходить из затруднительного положения. Наша задача – научиться предупреждать возникновение конфликтов и не создавать барьеров для общения. **Барьеры** – это препятствия, мешающие общению.

- *Логический барьер*. Человек видит проблему со своей позиции и не хочет учитывать точку зрения собеседника.
- *Стилистический барьер* возникает, если нарушена четкая структура текста, логика и последовательность изложения.
- *Семантический барьер* проявляется в случаях, когда у собеседников имеются социальные, религиозные, профессиональные различия, и они говорят на «разных языках».
- *Фонетический барьер*. Мешает взаимопониманию невнятная речь, неправильное произношение, использование «непонятных» слов (жаргонизмов, профессиональных терминов и т.д.), слова-паразиты<sup>1</sup>.

Причинами коммуникативных неудач могут стать:

- *межличностные барьеры* (неприятные отношения между людьми);
- *мотивационные барьеры* (возникают, если у партнеров разные мотивы вступления в контакт);
- *чуждая коммуникативная среда* (царит дисгармония, т.к. присутствуют посторонние лица, существует малая степень знакомства, имеют место социальные и психологические различия, неудовлетворительное физическое состояние, разные интересы, разное понимание нравственных норм и т.д.);
- *нарушение паритетности общения* (когда один из участников доминирует в разговоре: выбирает тему, задает вопросы, перебивает собеседников, игнорирует их точку зрения);
- *нарушение правила искренней доброжелательности* (употребление «набора слов» к случаю – конструкций-клише: «Это мы уже проходили», «Не учите меня жить», безапелляционные высказывания);

---

<sup>1</sup> Трофимова Г.К. Русский язык и культура речи. – М., 2005. С.21-22.

- *нарушение стилевого общения* (проявляется в манере поведения, которая формируется под влиянием воспитания, окружения, профессии);

- *неумение слушать*.

Последний из перечисленных факторов нарушения коммуникации носит массовый характер, в чем мы можем убедиться, анализируя как примеры бытового общения, так и поведение людей во всевозможных телевизионных передачах, в которых обсуждаются разные позиции участников дискуссий по большому кругу политических и социальных проблем. Поэтому мы остановимся на рассмотрении этого вопроса подробнее.

**Чтобы избежать конфликта, научитесь слушать.** Это умение своего рода искусство, которым немногие, к сожалению, владеют. Когда мы мысленно не соглашаемся с говорящим, то, как правило, прекращаем слушать и ждем своей очереди высказаться, готовим достойный ответ. А когда начинаем спорить, то увлекаемся обоснованием своей точки зрения и тоже не слышим собеседника. Между тем *умение слушать – это необходимое условие правильного понимания позиции партнера, верной оценки существующих с ним разногласий, залог успешного ведения разговора, существенный элемент культуры общения.*

Когда речь идет об эффективном слушании, то целесообразно обращать внимание на позу участников общения, которая может выражать желание и нежелание слушать; на то, куда смотрит собеседник (напомним, что нормы русского этикета требуют, чтобы говорящие смотрели друг на друга, причем не «пустыми глазами», а внимательно и заинтересованно).

Различают **два вида слушания**.

**Нерефлексивное (пассивное) слушание** предполагает умение внимательно молчать, не вмешиваясь в речь собеседника, не прерывать его замечаниями, потому что нужно дать ему возможность сформулировать свою позицию. Такой вид слушания полезен тогда, когда собеседник хочет обсудить наиболее важные вопросы, или проявляет сильные эмоции, или просто говорит о том, что требует минимального ответа. Обычно

статус человека, нуждающегося в пассивном слушании, ниже статуса того, кто слушает, например: начальник должен внимательно выслушивать подчиненного, родители – детей, старшие – младших.

**Рефлексивное (активное) слушание** заключается в активной демонстрации своей позиции, вмешательстве в речь собеседника, в оказании ему помощи для выражения мыслей и чувств. Но если Вы перебиваете оппонента, то должны соблюдать корректность, не прерывать его на полуслове, соблюдая правила этикета. Это можно сделать при помощи *уточняющего* вопроса («Простите, я не понял...») или во время возникшей паузы задать *наводящий* вопрос. К приемам активного слушания относится *перефразирование* – проверка точности услышанного («Как я вас понял...», «По вашему мнению...», «Другими словами, вы считаете, что...») и *резюмирование* основных идей и чувств собеседника («Если я Вас правильно понял, то...», «Если подытожить, то...»).

Чтобы поддержать эмоции собеседника, применяют *эмпатическое* слушание, состоящее в репликах одобрения или сочувствия: «Конечно...», «Как я Вас понимаю!».

Необходимо обратить внимание на такой принцип хорошего слушания: **«Не давайте оценок, не давайте советов»**. Психологи утверждают, что оценки и советы, даже когда они делаются из самых лучших побуждений, обычно ограничивают свободу высказывания, а это оказывает давление на человека, что в свою очередь может помешать эффективному обсуждению проблемы.

**Чтобы избежать конфликта**, нужно постараться понять позицию партнера. Иногда, расстроившись из-за неудачного общения, мы восклицаем: «Я от него этого не ожидал!» Но взгляните на поведение партнера его глазами: с *его* точки зрения его поведение логично и порядочно. Умение взглянуть на ситуацию чужими глазами называется децентрацией.

В разных обстоятельствах люди ведут себя по-разному в соответствии с их внутренним состоянием. В одних ситуациях кто-либо из партнеров «давит» на собеседника и ставит себя

выше, другие держатся «на равных», третьи принижают свои достоинства и занимают «подчиненное» положение. Как и почему это происходит?

Американский психолог Э.Берн считает, что любой человек располагает, по крайней мере, тремя личностными позициями, или ЭГО-состояниями (*внутренними Я*)<sup>1</sup>. Они ни в коей мере не связаны с соответствующей социальной ролью, а являются психологическим описанием определенной стратегии во взаимодействии. По ходу контакта ведущей становится то одна, то другая. Вот описание этих позиций.

Позиция **РЕБЕНКА** сохраняется в нас с раннего возраста, объединяя в себе сильные и слабые стороны детской натуры. Благодаря этой особенности личности, мы проявляем бурные эмоции: ликуем, обижаемся, протестуем. К «сильным» сторонам этого состояния следует отнести раскованность, творческие порывы, импульсивную жизнерадостность, фантазию, любопытство. К «слабым» – пугливость, неуверенность, беспомощность, доверчивость, несдержанность.

Позиция **РОДИТЕЛЯ**. Усваивается в детстве за счет любви к старшим и подражания им. Мы думаем, чувствуем, говорим и действуем «КАК НАДО», как это делали старшие и уважаемые нами люди: критикуем, распоряжаемся, заботимся, советуем, воспитываем. Сильными сторонами данной позиции являются: уверенность в правоте моральных требований, способность к авторитетному тону, к покровительству и защите слабого. Менее привлекательные черты: безапелляционность, догматизм, сознание превосходства и права «качать».

Позиция **ВЗРОСЛОГО**. В этом состоянии мы оцениваем реальную действительность, анализируем ее, контролируем свои действия. При этом, однако, порой проявляем излишний скептицизм, скованность (недостаток спонтанности), бедность фантазии, недооценку эмоциональной стороны жизни.

---

<sup>1</sup> Подробнее см.: Берн Э. Игры, в которые играют люди. Пер. с англ. – М., 1988.

Все эти три роли сосуществуют в рамках одной и той же личности, дополняя друг друга. Если же человек лишен какой-либо из этих позиций, его поведение станет «неадаптивным»: либо слишком жестоким, либо слишком мягким и безалаберным.

Многие меняют психологические роли естественным образом, даже не задумываясь над этим, умеют разговаривать с партнером «на равных» – другие же не могут или не хотят перестраиваться. Исходя из этого, известный театральный деятель П.М. Ершов выстроил как бы вертикальную ось общения<sup>1</sup>. Если партнеры соблюдают паритетность, то они располагаются на одном уровне – такая позиция получила название «*пристройка рядом*», если же один из них пытается доминировать – «*пристройка сверху*», а в случае, когда один из коммуникантов подстраивается под своего партнера в ущерб личностным интересам – «*пристройка снизу*». Взаимодействие эффективно тогда, когда позиции совпадают, если же нет (партнер обращается к собеседнику, например, с позиции Взрослого, а тот отвечает ему с позиции Родителя) – тогда сплошь и рядом возникают конфликты, ссоры между партнерами, и общение прекращается.

Как же можно избежать подобных ситуаций, какую позицию для этого следует занять, как наиболее конструктивно разрешить эту проблему?

Для этого необходимо, с одной стороны, научиться определять, в каком ЭГО-состоянии находится ваш партнер, с другой – научиться определять и свое ЭГО-состояние, чтобы в нужный момент «переключиться» и таким образом выйти на уровень «пристройки рядом». Всегда предпочтительнее позиция ВЗРОСЛОГО, потому что она поможет снять ненужное обострение в отношениях коммуникантов и вызовет уважение со стороны партнера. Нужно четко отслеживать ситуацию общения и держать себя в руках, чтобы при провоцирующем поведении оппонента не поддаваться эмоциям и действовать

---

<sup>1</sup> Подробнее см.: Ершов П.Н. Режиссура как практическая психология. – М., 1972.

взвешенно, разумно, и тогда в свой адрес Вы не услышите упрека: «Что ты ведешь себя как ребенок?»

Бывают, однако, ситуации, когда накладываются определенные *ограничения на участие личности в общении*. Это так называемые *случаи формального общения* («контакт масок»), и проявление здесь своей индивидуальности неуместно (к таким ситуациям относятся всякого рода ритуалы). В повседневной жизни мы тоже оказываемся в подобных ситуациях, когда определенное поведение, выраженное вербально или невербально, обеспечивает нам «гладкое» и безопасное взаимодействие с людьми. Например, если в общественном месте Ваше лицо принимает злобное или рассеянное выражение, Ваш тон груб, а разговор или смех чересчур громки вместо подходящей к случаю «маски вежливости», то это обязательно повлечет за собой санкции – нарекания, насмешки, агрессивность со стороны окружающих. И в то же время появиться в «маске вежливости» среди подвыпивших гуляк – значит вызвать их раздражение или обиду. Здесь требуется другая маска – лояльного невмешательства<sup>1</sup>.

Люди меняют «маски» по обстоятельствам, и чем уместнее та или иная «маска» для данного случая формального общения, тем более бесконфликтным оно окажется. В случаях же обострения ситуации формализация общения поможет Вам с наименьшими психологическими (а подчас и физическим) потерями выйти из конфликта.

#### **4.6. Невербальные средства общения**

В процессе коммуникации человек использует вербальные (языковые) и невербальные, или *кинетические* средства общения (от греч. *kinesis* – «движение»): выражение лица, мимику, жесты, позы. Эти средства общения начали серьезно изучаться

---

<sup>1</sup> Добрович А. Систематика общения. // Психология влияния. Хрестоматия. – СПб., 2001. С. 69.



только с начала 60-х годов, а общественности стало известно об их существовании после того, как в 1970 году была опубликована книга Юлиа Фаста. Между тем эти компоненты человеческого общения несут большую информационную нагрузку: так, например, австралийский ученый А. Пиз установил, что с помощью слов передается 7% информации, звуковыми средствами (темп, тональность речи, интонация) – 38%, а с помощью кинетических (невербальных) средств – 55%<sup>1</sup>.

Чтобы лучше понять собеседника, нужно знать: 1) *на что обратить внимание*; 2) *что это может означать*; 3) *что из этого следует*. Вывод надо делать на основе **комплексного** наблюдения за внешним видом партнера и его поведением, потому что анализ отдельно взятого сигнала может привести к ошибке, поскольку он (этот сигнал) может оказаться случайным.

Прежде всего, **осанка**, которая зависит от рода его занятий и внутреннего состояния, может нам помочь понять, какой человек перед нами: уверенный в себе, самодовольный (осанка прямая, гордая) или, наоборот, растерянный, подавленный, неуверенный (осанка сутуловатая).

О многом говорит и **поза**. Человек, чувствуя свою зависимость, неуверенность старается занять как можно меньше места в пространстве: сутулится, сидится на краешек стула, старается втягивать голову в плечи. Совсем не такая поза у того, кто чувствует себя хозяином положения.

По **походке**, которую Бальзак назвал «физиономией тела», можно судить о характере человека: спокойном или порывистом, самолюбивом или застенчивом. Некоторые специалисты утверждают, что люди, которые ходят быстро, размахивая руками, имеют ясную цель и готовы немедленно ее реализовать. Те, кто обычно держат руки в карманах, скорее всего, повышенно критичны и скрытны. Им, как правило, нравится подавлять других людей. Те, кто находятся в угнетенном состоянии, тоже часто ходят руки в карманы, но при

---

<sup>1</sup> Подробнее см.: Пиз А. Язык телодвижений. Как читать мысли других по жестам. – Нижний Новгород, 1992.

этом они волочат ноги и редко глядят вверх или в том направлении, куда идут.



Рис. 1. Угнетенный человек Рис. 2. Озабоченный Рис. 3. «Задавака»

**Жесты** также весьма информативны. При эмоциональном возбуждении, смущении или беспокойстве у любого человека жесты иные, чем в спокойном состоянии. Развязные жесты не свидетельствуют о большой культуре. Но в отдельных случаях они могут быть вызваны смущением. Скупые жесты наблюдаются у спокойных, уравновешенных людей. К такой жестикуляции обязывает и солидная должность.

Языку учат с детства, а жесты усваиваются естественным путем. Языку жестов присуща национальная специфика. Это обусловлено культурой и традициями народов, у которых, с одной стороны, могут отсутствовать определенные символы, с другой же – интерпретация их может отличаться от принятой у других народов. Об этом следует помнить и учитывать этот фактор при общении с представителями иных культур.

В зависимости от назначения, выделяется следующие типы жестов.

- **Жесты-символы.** К ним относится, например, достаточно распространенный сегодня и популярный символ «ОК», означающий «все хорошо», «все в порядке». Однако этот жест

нельзя считать общепринятым, потому что во Франции, например, он означает ноль, а в Японии – деньги.

- *Жесты-иллюстраторы* используются для пояснения сказанного, подчеркивания ключевых моментов: например, «такой огромный!».

- *Жесты-регуляторы*: «встаньте», «идите сюда»; медленные кивки в ходе беседы показывают заинтересованность; немного приподнятый указательный палец – стремление прервать на данном месте партнера, возразить и т.д.

- *Жесты-адапторы*, сопровождающие выражение наших чувств и эмоций: если человек расстроен, он может тереть мочку уха или одежду, а в затруднительных случаях – почесывать затылок.

Некоторые специалисты считают возможным выделять и другие типы жестов, например, *ритмические* (подчеркивают логическое ударение, замедление и ускорение речи, место пауз); *изобразительные* (используются, когда не хватает слов, чтобы полностью передать представление, или необходимо усилить впечатление и воздействовать на слушателей дополнительно и наглядно); *символические* (символизирующие отношение к лицу или предмету – характерны для ряда типовых ситуаций).

Жесты, как и слова, бывают очень экспрессивными, могут даже обидеть или оскорбить партнера. Не все жесты производят благоприятное впечатление. Поэтому каждый жест должен быть не только хорошо продуман, но и уместен. Лучшим жестом считается тот, которого не замечают, который органически сливается со словом и усиливает его воздействие на слушателей.

Рукопожатия тоже могут многое сказать о человеке. Лидер по натуре подает для приветствия руку ладонью вниз, а неуверенный в себе человек – ладонью вверх.

«Типично американский тип рукопожатия – «рукопожатие политика» – взять руку собеседника правой и накрыть сверху левой рукой. Другая форма – пожимая руку правой, похлопывать по плечу левой рукой. Этот прием еще более или менее допустим между двумя близкими друзьями, большин-

ство же остальных людей чувствует себя при этом крайне неудобно...»<sup>1</sup>.

Среди наиболее характерных жестов можно рассмотреть жесты **открытости и закрытости**. К первым относится жест, когда руки развернуты навстречу собеседнику (рис. 2.1). Другой характерный жест этой категории – расстегнутый пиджак (куртка, пальто), который символизирует открытость и доверие к собеседнику (рис. 2.2).



Рис. 2.1. Открытые руки

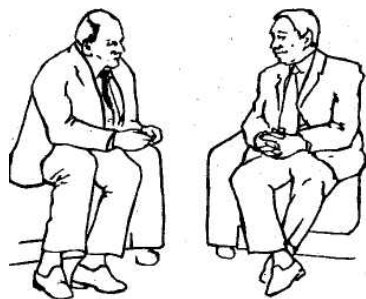


Рис. 2.2. Деловой разговор

К жестам закрытости относятся скрещенные на груди руки. Этот жест оказывает одновременно сильное влияние на окружающих. Если Вы хотите узнать, принял ли Ваш собеседник защитную позу или просто удобно расположился, посмотрите на его кисти: разведены пальцы или крепко сжаты (рис. 3).

---

<sup>1</sup> Дж. Ниренберг, Г. Калеро. Невербальная коммуникация // Психология влияния. Хрестоматия. – СПб., 2001. С. 237.



Рис. 3.

Кулаки усиливают защитную позицию

Защитная поза: руки сжимают одна другую

Защитная поза: спинка является как бы стеной

**Положение рук у лица.** Если голова наклонена в сторону, а кулак при этом подпирает щеку – это свидетельствует о заинтересованности. Если партнер к тому же оценивает информацию, его вытянутый указательный палец будет упираться в висок (рис. 4.1).



Рис.4.1. Поза заинтересованного и оценивающего человека

Если при этом большой палец поддерживает подбородок – партнер негативно относится к вашей информации, а может быть, и к вам (рис. 4.2). Прямое, с небольшим наклоном вперед положение головы и взгляд исподлобья свидетельствует о некоторой агрессивности.

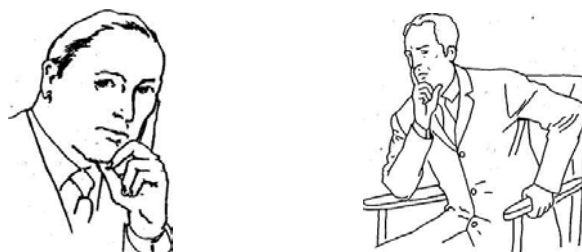


Рис. 4.2. Поза человека с негативным отношением

Рука у рта – жест, который означает, что человек или смущен (рис. 5.1), или выражает недоверие к информации (рис. 5.2). Юристы утверждают, что этот жест передает эмоции, варьирующиеся от сомнения в себе до явной лжи.



Рис. 5.1. Сомнение



Рис. 5.2. Скрывает свои намерения

В момент принятия решения некоторые люди почесывают переносицу или подбородок (жест размышления: «Хорошо, дайте мне подумать»), *захватывают нос в щепоть* (рис. 6) – этот жест при одновременно закрытых глазах говорит о большой сосредоточенности.



Рис. 6. «Мне трудно увидеть ответ»

**Выражение лица** (глаза, брови, губы) является главным показателем чувств говорящего, отражает состояние человека, и по нему можно судить об отношении собеседника к Вам: оно может быть приветливым или отчужденным, признательным или недовольным и т.д.

Немаловажную роль в общении коммуникантов играет взгляд: хмурый, настороженный взгляд вызывает недоверие, отталкивает и пугает адресата; пристальный, бесцеремонный – тревожит; иронический, надменный – оскорбляет.

Мимика позволяет нам лучше понять партнера, разобраться в том, какие чувства он испытывает. И в первую очередь нужно обратить внимание на глаза собеседника. Недаром говорят, что «глаза – зеркало души». Если при желании можно научиться управлять мышцами лица, контролировать его выражение, то движения зрачка такому контролю не подлежат. Суженный или расширенный зрачок передает информацию о сильных эмоциях, как бы человек ни хотел это скрыть. Этим знанием успешно пользовались и пользуются люди, которым надо распознать эмоции собеседника, чтобы понять, как повлиять на него. Например, древние китайцы, торговавшие драгоценными камнями, они внимательно смотрели в глаза покупателю, зная, что при восторге, радости зрачки увеличиваются в четыре раза, а при раздражении, недовольстве, гневе – значительно суживаются. Или, например, некоторые опыты показали, что даже опытные карточные шулеры не в силах победить партнера, который во время игры не снимает темные очки.

Говоря неправду, человек может прекрасно владеть собой и постараться скрыть это от собеседника, но его выдадут глаза. Вспомним отрывок из романа М.Булгакова «Мастер и Маргарита»:

*«– Верю! – наконец воскликнул артист и погасил свой взор. – Эти глаза не лгут. Ведь сколько же раз я говорил вам, что основная ваша ошибка заключается в том, что вы недооцениваете значение человеческих глаз. Поймите, что язык может скрыть истину, а глаза – никогда! Вам задают внезапный вопрос, вы даже не вздрагиваете, в одну секунду вы овладеваете собой и знаете, что нужно сказать, чтобы укрыть истину, и весьма убедительно говорите, и ни одна складка на вашем лице не шевельнется, но, увы, встревоженная вопросом истина со дна души на мгновение прыгает в глаза, и все кончено. Она замечена, а вы пойманы!»*

Поэтому, произнося ложь, человек старается отвести взор. При этом ребенок, сказавший неправду, сразу прикроет рот руками, подросток точно так же, как ребенок, прикроет рот, только пальцы слегка обведут линию губ, взрослый же прикоснется пальцем к носу (рис. 7).



Рис. 7.

**Ребенок обманывает      Подросток обманывает      Взрослый обманывает**

Если же Ваш собеседник так уверен в себе, что врет Вам «в глаза», не отводя взора, уловив неправду, доброжелательно (с легким наклоном корпуса, с улыбкой) попросите его повторить сказанное. Как правило, второй раз столь же уверенно солгать не получается.



Исследователи пришли к выводу, что большинству людей свойственно выражать свое внутреннее состояние сходным образом, так что можно признать существование особого языка мимики, поз и жестов. Понимание этого языка и называют «чтением» партнера.

Но всегда необходимо проконтролировать, правильно ли Вы поняли сигналы партнера. Как осуществлять этот контроль? Задать уточняющий вопрос. Это может быть либо **прямой вопрос**, сформулированный так, чтобы на него нельзя было односложно ответить «Да» или «Нет», т.е. вопрос должен быть поставлен так, чтобы побудить партнера к развернутому выражению своего мнения: «Как *Вы* на это смотрите?», «А какова *Ваша* точка зрения?», «*Вы* ведь согласны со мной?». Либо это может быть так называемый **скрытый вопрос**, посредством которого Вы выясняете, правильно ли понят сигнал собеседника: «Ты, кажется, рассердился?», «Это тебя, кажется, действительно радует?». Понятно, такой подход не всегда применим.

Еще один прием контроля сигналов собеседника – это **молчание**, с помощью которого можно добиться наибольших успехов, если уметь «держат паузу». К нему часто прибегают в профессиональной сфере общения: после какого-либо предложения нужно держать паузу до тех пор, пока собеседник не среагирует определенным образом, или же оставить фразу неоконченной и дальше внимательно следить за последующими действиями коммуниканта. Он в таком случае сам вынужден будет нарушить молчание и определить свою позицию. Такие действия очень эффективны для понимания сути происходящего, их широко используют психоаналитики. Правда, неспециалистам он дается с трудом, потому что требует навыков использования и хорошей выдержки.

#### 4.7. Зоны и дистанция

В 60-е годы появилось новое направление в науке, получившее название «проксимика» (от английского «proximity» – близость). Его основоположником считается Эдвард Холл, который начал исследования, посвященные **расположению людей в пространстве при общении**. В последующие годы специалистами была предложена особая методика оценки интимности общения человека на основе изучения организации его пространства, которое делится, как, например, считает Вера Биркенбил, на четыре зоны: *интимную, личную, общественную (социальную) и открытую*<sup>1</sup> (в другой литературе мы встречаем указание на три зоны: *межличностную (0,5–1,2 м), социальную (1,2–3,7 м) и публичную (более 3,7 м)*<sup>2</sup>).

Межличностное пространство – важнейший фактор невербального общения, которое корнями восходит к человеческим инстинктам. Наши представления о нем отражаются в повседневной речи – «держаться подальше», например, от начальства, или «держаться поближе» к тому, в ком мы заинтересованы.

У каждого человека есть свое «поле», и нарушать его в конкретных ситуациях общения нельзя. Поэтому существуют определенные нормы и правила, которые следует учитывать при взаимодействии с собеседником.

Величина этого «поля» зависит от национальных и региональных традиций. Например, жители стран Средиземноморья, Латинской Америки, где плотность населения больше, подойдут к собеседнику ближе, чем жители Скандинавии или Северной Европы – на этих территориях плотность населения меньше. Исследователи подсчитали, что пара, сидящая за столиком ресторана в Париже, за один час совершает 110 взаимных прикосновений, а в Лондоне – ни одного.

---

<sup>1</sup> Подробнее см.: Биркенбил В. Язык интонации, мимики, жестов. – СПб., 1997. С. 129–151.

<sup>2</sup> Введенская Л.А., Павлова Л.Г., Кашаева Е.Ю. Русский язык и культура речи. – Ростов-н/Д., 2003. С. 183.

Свои нормы пространственного общения существуют и в русской культуре. Так, наблюдения позволяют сделать вывод, что зона социального общения русских равна длине двух рук, а зона персонального общения – длине двух согнутых в локтях рук. Однако результаты исследования, проведенного под руководством А.А. Леонтьева, позволили ему предположить, что «в русской общности сама система проксимических зон не столь стабильная и больше зависит от различных непространственных факторов»<sup>1</sup>.

Для традиционных мировых культур в целом характерны четко регламентированные правила структурирования пространства с многочисленными табу, связанными с обычаями почитания старших, гостеприимства, избегания и др.

*Интимная зона (0-50 см) «окружает наше тело словно вторая кожа»<sup>2</sup>. Внутри нее мы чувствуем себя в безопасности и с трудом переносим, когда кто-либо без нашего на то разрешения, например, дотрагивается до нас. Границы этой зоны расположены приблизительно на расстоянии половины вытянутой руки (у некоторых народов она равна расстоянию вытянутой руки). И хотя нас никто не учит тому, насколько можно приближаться к другому человеку, мы подсознательно знаем, на каком расстоянии удобнее говорить с близким другом, а на каком – с незнакомцем. Основное условие, при котором мы добровольно позволяем переступить обусловленную границу, – это доверие к человеку.*

Из всех зон эта самая главная, поскольку именно ее человек охраняет так, будто это его собственность. Разрешается проникнуть в эту зону только тем лицам, кто находится в тесном эмоциональном контакте с ним: детям, родителям, супругам, влюбленным, близким друзьям и родственникам. Для этой зоны характерны доверительность, негромкий голос в общении, прикосновения.

---

<sup>1</sup> Леонтьев А.А. Психология общения. – М., 1997. С. 215.

<sup>2</sup> Биркенбил В. Язык интонации, мимики, жестов. – СПб., 1997. С. 130.

В будничной жизни в нашей интимной зоне могут оказаться не только те, кого мы подпускаем к себе добровольно, но и люди, вторгающиеся туда самовольно. Тот, кто перешагивает нашу границу безопасности, руководствуясь только собственным желанием, возбуждает в нас очень сильные отрицательные чувства. Исследования показывают, что «несанкционированное» нарушение интимной зоны влечет определенные физиологические изменения в организме: учащение биения сердца, повышенное выделение адреналина, прилив крови к голове. Поэтому такое вторжение всегда воспринимается как покушение на неприкосновенность. Тот, кто не уважает интимной зоны другого, одновременно не уважает и его как личность.

Но и внутри одной культуры имеются различия: относительная величина интимной зоны в каждый конкретный момент может зависеть от *статуса* того, с кем происходит общение, и от *настроения*.

«Чем выше *статус* человека, тем большая интимная зона ему полагается»<sup>1</sup>. Вы, наверное, обращали внимание на такой нюанс, что, чем выше статус чиновника, тем больших размеров письменный стол находится в его кабинете. Поэтому многие руководители беседуют за своим столом только по деловым вопросам, когда же необходимо переговорить в более непринужденной обстановке, то они пересаживаются ближе к посетителю, чтобы, как говорится, «снять дистанцию». Но переходить границы дозволенного недопустимо, даже если Вы желаете создать дружественную атмосферу. К сожалению, некоторые начальники позволяют себе покровительственно класть руку на плечо подчиненного, наверное, не понимая, что отнюдь не располагают его к себе, а, наоборот, способствуют возникновению неловкости и напряженности.

Не учитывают подчас фактор статуса и работники сферы обслуживания, учителя, даже члены семьи или близкие родственники, беспардонно вторгаясь в нашу интимную зону.

---

<sup>1</sup> Биркенбил В. Язык интонации, мимики, жестов. – СПб., 1997. С. 135.

К понятию статуса относится еще и возрастная категория. Поэтому, чем больше разница в возрасте у общающихся людей, тем больше должно быть расстояние между ними. При общении со сверстниками мы располагаемся гораздо ближе, чем при общении с человеком старшего возраста.

Чем лучше у нас *настроение* и чем увереннее мы себя чувствуем, тем ближе подпускаем к себе другого человека. Нарушение интимной зоны без нашего согласия расценивается как неуважение, давление. Используется этот прием в случаях, если надо сломить сопротивление оппонента, чем и пользуются следственные работники, заставляя подсудимого «выложить все начистоту», потому что при таких обстоятельствах он оказывается психологически ослабленным и не может сопротивляться в полную силу.

*Личная, или персональная зона (0,5–1,2 м).* В ней мы «добровольно» (выделение наше – Е.З.) оставляем тех, с кем наши отношения не столь близки, чтобы позволять им вступать в интимную зону, но с кем мы и не столь чужды, чтобы отправлять их в последующую»<sup>1</sup>: это коллеги, знакомые, с которыми мы охотно общаемся. Она отведена для обыденной беседы и предполагает только зрительный контакт между партнерами, поддерживающими разговор. Эта дистанция обычно разделяет нас, когда мы находимся на приемах и дружеских вечеринках.

Если мы вынужденно оказались прижатыми к другим, например, в переполненном транспорте, то согласно неписаному «уговору» должны обращаться с окружающими безлично: в таких ситуациях следует избегать встречаться глазами, не заговаривать первыми или при крайней необходимости отвечать кратко. Эти правила прививаются воспитанием, желательным с раннего возраста. У разных народов могут существовать свои национальные особенности и традиции поведения в подобных ситуациях. Доказано, например, что японцы,

---

<sup>1</sup> Биркенбил В. Язык интонации, мимики, жестов. – СПб., 1997. С. 143.

у которых очень большая плотность населения на квадратный километр, от давки страдают значительно меньше, чем европейцы или американцы.

*Социальная зона (1,2–4 м)* обычно соблюдается во время деловых встреч в кабинетах и других служебных помещениях, как правило, с теми людьми, которых не очень хорошо знают. Верхний предел соответствует формальным отношениям. Эта зона отводится для общественных контактов поверхностного характера, например, для знакомых, большинства коллег и начальников.

*Открытая, или публичная зона (свыше 4 м)*. Она подразумевает общение с большой группой людей – в лекционной аудитории, на митинге, где на таком удалении будет удобнее и передавать, и воспринимать информацию.

Итак, стремясь сделать общение наиболее эффективным, нельзя пренебрегать и фактором дистанции. Мало кто обращает внимание на него внимание, в лучшем случае делают это на интуитивном уровне, тогда как из приведенного выше описания психологических особенностей человека мы можем сделать вывод, что общение – это действительно искусство. С одной стороны, оно требует знания правил поведения, которые соотносятся с традициями и культурой человека, а с другой – творческого их применения в зависимости от ситуации и обстановки общения.

## ТЕМА 5.

---

### Этический аспект культуры речи

*В широком смысле этика – это кодекс, свод правил общения людей, выработанный многими поколениями.*  
Энциклопедия этикета

#### 5.1. Понятие этикета

Этикет – совокупность правил хорошего тона, принятых в данном обществе и устанавливающих нормы поведения и общения людей в определенных ситуациях. Некоторые правила принимаются людьми просто как данность, как нечто неоспоримое и обязательное, другие носят рекомендательный характер (они касаются оценки личностью себя самого и своего места в общении: знаешь свои достоинства, но не кичишься ими и в окружающих людях, прежде всего, ценишь положительные черты).

Этикет касается и форм обращения, и поведения в общественных местах, и манер, и одежды и т.д. Соблюдение элементарных правил поведения позволяет нам чувствовать себя комфортно в любой ситуации.

Правила поведения имеют *конкретно-исторический характер* (изменяются в соответствии с социально-историческими и экономическими условиями жизни народа), а также обладают *национальной спецификой* (могут существенно различаться в разных странах: хорошо воспитанный человек может попасть в затруднительное положение из-за незнания национальных особенностей поведения и речевой культуры той или иной нации).

Слово *этикет* по происхождению французское. Оно вошло в международный обиход в 17 в. во времена правления французского короля Людовика XIV (на одном придворном

приеме гостям раздали карточки с перечислением некоторых правил поведения).

Правила этикета охватывают все стороны жизни человека, от повседневной до официальной, и их можно сгруппировать по степени «жесткости» и неукоснительности выполнения. Есть этикет *придворный, военный, дипломатический*. Здесь требование к обязательности соблюдения очень высоки. Есть этикет *светский, гражданский*, может быть, менее строгий, но тоже обязательный для определенного круга лиц, ибо в противном случае к нарушителю применяются «санкции», которые могут быть весьма ощутимыми.

Перечисленные типы этикетов не охватывают всего разнообразия этих норм во всем многообразии человеческого общения. Для каждого конкретного случая может существовать свой свод правил. Так, например, в последнее время большое распространение получили понятия «деловой этикет» и «корпоративная этика», отражающие опыт, нравственные представления и вкусы определенных социальных групп.

Этический аспект помогает согласовать все стороны общения. Поэтому при анализе и нормативного, и коммуникативного аспектов культуры речи мы не могли не затрагивать и этического аспекта. Это не самостоятельная категория, которая существует вне связи с другими. Законы этики вытекают из законов оптимального взаимодействия и, следовательно, должны учитываться коммуникантами на всех уровнях общения. Обязательность их соблюдения диктуется необходимостью нести ответственность за слова и поступки, а нарушение препятствует взаимопониманию, создает барьеры общения.

«*Этические нормы воплощают систему защиты нравственных ценностей в каждой культуре и регулируют формы их проявления в речи*»<sup>1</sup>. Главными нравственными ценностями, которые лежат в основе этичности речи и поведения, являются **истина, доброта, красота**. Без правдивости и доброжелательности не возникнет доверия между собеседниками, а красота трактует-

---

<sup>1</sup> Ишполитова Н.А., Князева О.Ю., Саввова М.Р. Русский язык и культура речи в вопросах и ответах. – М., 2006. С.126.



ся не как эстетическая, а как нравственная категория: *поступил красиво, так некрасиво себя вести, некрасиво так выражаться.*

Понятия *чести, чувства собственного достоинства* не только принадлежат к сфере культуры, но и охраняются законом. В нескольких статьях Гражданского Кодекса РФ прописаны наказания за такие правонарушения: статья 151 ГК РФ предполагает компенсацию за причиненный моральный вред, нанесенный в том числе и в словесной форме; согласно статье 152 ГК РФ гражданин вправе требовать опровержения порочащих его сведений, если распространивший их не докажет, что они соответствуют действительности.

Следует иметь в виду, что в некоторых случаях слово может стать преступлением, и законом предусматривается наказание, например, за *клевету, оскорбления, угрозу*. Так, статья 129 УК РФ предусматривает наказание в виде разных штрафов либо исправительных работ за клевету, т.е. распространение в письменной или устной форме заведомо ложных сведений, порочащих честь и достоинство лица или подрывающих его репутацию, при сообщении их хотя бы одному постороннему лицу. Потерпевшим может считаться любое физическое лицо.

Унижение чести и достоинства другого лица, выраженное в неприличной форме, квалифицируется как *оскорбление*. Статья 130 УК РФ предусматривает за это наказание тоже в виде штрафов либо исправительных работ. А вот оскорбления участников судебного разбирательства или лиц, участвующих в отправлении правосудия, уже рассматривается как неуважение к суду и расценивается как преступление против правосудия (статья 297 УК РФ). Публичное оскорбление представителя власти при исполнении им служебных обязанностей или в связи с их исполнением относится к преступлениям против порядка управления (статья 319 УК РФ).

Нецензурная брань в общественных местах расценивается как административное правонарушение, посягающее на общественных порядок и спокойствие граждан. Статья 158 КоАП РФ

квалифицирует такое нарушение как мелкое хулиганство и наказывается наложением штрафа или исправительными работами.

## 5.2. Культура поведения и этические нормы общения

Культура поведения – совокупность форм повседневного поведения человека (в быту, труде, в общении с другими людьми) в соответствии с моральными и этическими нормами и правилами, которые выработало и которых придерживается данное общество. К ним относятся манеры, принятые способы обращения и общения с окружающими, умение правильно вести себя в различных ситуациях.

Общая культура поведения проявляется во всех областях человеческих отношений – служебной, семейной, личной, политической и т.д. *Культурный человек тот, у кого знание этических принципов, моральных норм общества превратилось во внутреннее убеждение.* Он поступает так не потому, что так нужно, а потому, что не может поступать иначе.

Одним из основных принципов современной повседневной жизни является поддержание нормальных отношений между людьми и стремление избегать конфликтов. Знание норм поведения и неукоснительное следование им называются в обществе хорошими **манерами**. Манеры являются основой культуры поведения человека и регулируются *этикетом*.

К ним относятся:

1) *вежливость*. По словам Сервантеса, «ничего не стоит так дешево и не ценится так дорого, как вежливость». И это неоспоримо, ибо истинная вежливость является проявлением доброжелательности по отношению ко всем людям. Одним из главных элементов вежливости считается умение запоминать имена тех, с кем Вы общаетесь, невзирая на социальный статус последних, потому что это является самым доходчивым и действенным способом завоевать расположение окружающих;

2) *тактичность* – чувство меры, которое необходимо соблюдать в разговоре, личных и служебных отношениях; умение «чувствовать границу», за которой наши слова и действия могут вызвать обиду, огорчение и даже боль. Такт – это глубокое уважение к внутреннему миру человека, желание и умение понять и почувствовать его, это внутреннее чутье, позволяющее безошибочно предугадать реакцию человека. Тактичный человек всегда учитывает конкретные обстоятельства и место общения, разницу возраста, общественного и социального положения собеседника;

3) *корректность* – умение держать себя в рамках общепринятых приличий в любых ситуациях;

4) *скромность* – отсутствие позерства, умение во всех ситуациях оставаться самим собой;

5) *обязательность* – умение выполнять свои обещания, что свидетельствует не только о честности, но и о надежности человека.

### **5.3. Проявление вежливости в невербальных средствах общения**

Речь всегда сопровождается мимикой и жестами. Этот «безмолвный язык», зависящий от культурных традиций того или иного народа, социальной группы, надо рассматривать как составную и неотъемлемую часть этикета.

Взгляд должен быть доброжелательным, открытым. В Японии, например, при разговоре не принято смотреть друг другу в глаза, а у нас, чтобы установить хорошие отношения с собеседником, как считают психологи, надо смотреть на него 60-70% времени разговора.

Средством выражения вежливости являются также модуляции голоса, который должен быть ровным, негромким, теплым по тембру.

Улыбка – личностное выражение вежливости и заинтересованности. В.Е. Гольдин отмечает: «Не надо думать, что улыбка – совершенно естественное, биологическое проявление

*чувств. Люди, относящиеся к разным культурным зонам, улыбаются по-разному и неодинаково «пользуются» своими улыбками». Выражение «улыбаться по-американски» означает широкую, «лучистую» улыбку; доброжелательная, приветливая улыбка европейца может быть менее яркой; русских же европейцы считают не улыбочивыми людьми.*

Следует помнить, что улыбка – одно из главных выражений стремления к контакту, доброжелательности.

В речевом этикете бывают такие ситуации, когда очень большое значение имеет язык жестов. **Рукопожатия и поклоны, снятие головного убора, подмигивание и поцелуй** – жесты и знаки, выражающие разные оттенки отношений и сопровождающие различные ситуации общения.

Вот как описывает национальную специфику жеста Франклин Фолсом: «Русские, англичане, американцы в качестве приветственного жеста пожимают друг другу руки. Китаец в прежние времена, встречая друга, пожимал руку себе самому. Лапландцы трутся носами. Молодой американец приветствует приятеля, хлопая его по спине. Латиноамериканцы обнимаются. Французы целуют друг друга в щеку. Самоанцы обнюхивают друг друга».

Не зная национальных особенностей жестов, можно попасть в неловкое положение. Например, в Болгарии жестовые знаки «да» и «нет» противоположны общеевропейской форме, и представители коренного населения могут неправильно истолковать ответ на заданный вопрос.

Ритуал приветствия японцев описан в книге В. Овчинникова «Ветка сакуры» следующим образом: *«Заметив знакомого, японец считает долгом прежде всего замереть на месте, даже если дело происходит на середине улицы и прямо на него движется трамвай. Затем он как бы переламывается в пояснице, так что ладони его вытянутых рук скользят вниз по коленям, и, застыв еще на несколько секунд в согбенном положении, осторожно поднимает вверх одни лишь глаза. Выпрямляться первым невежливо, и кланяющимся приходится зорко следить друг за другом».*

Что должен думать японец, если европеец, вступая в деловую беседу, не пожимает ему руку? Он может считать, что собеседник уважает его национальные обычаи – в Японии не принято здороваться за руку. Но, с другой стороны, он может счесть это неуважением лично к нему – японец знает, что в обществе, к которому принадлежит партнер, жест рукопожатия принят.

Даже сходные жесты могут в разных национальных культурах применяться по-разному. Например, в Венгрии мужчина при приветствии всегда приподнимает шляпу, а в нашей стране это делать совсем не обязательно и более свойственно людям старшего поколения. А в Чехословакии, Венгрии при перечислении чего-либо не загибаются пальцы в кулак, начиная с мизинца, как это принято у нас, а наоборот, из сжатого кулака «открываются», начиная с большого, палец за пальцем. В русской среде такой жест сразу же выдает иностранца.

Таким образом, жест может сказать о многом. В одних ситуациях речевого этикета проявляется больше жестов, в других – меньше. В одних ситуациях допустимо полное замещение ими реплик, в других – нет, и, конечно же, каждый раз человек выбирает жест, наиболее уместный в данной обстановке.

#### **5.4. Речевой этикет и культура общения**

Выражение вежливости в речевом этикете регулируется нормами (обязательными для выполнения правилами) и традициями (которые носят не обязательный, но рекомендательный характер).

Речевой этикет требует учета:

- личностных особенностей собеседников (социальный статус, социальная роль);
- ситуации общения (официальная, неофициальная, полуофициальная; степень знакомства; психологическая дистанция; отношение к собеседнику; место и время общения);
- национальной специфики.

**Под речевым этикетом понимаются разработанные правила речевого поведения, система речевых формул (для общения, обращения, поведения в общественных местах), которые служат для установления контакта между собеседниками и поддержания общения в нужной тональности.** Следует помнить, что в языковых знаках речевого этикета заложены, а в речи реализуются социальные сигналы типа *свой – чужой, знакомый – незнакомый, далекий – близкий, равный – старший – младший* по возрасту и положению.

Почему же правильное применение речевого этикета приносит людям удовлетворение, а нарушение приводит к обиде, а подчас и к конфликту?

- Во-первых, потому что обществу присуще употребление знаков этикета: если хочешь быть «своим» в данной группе – большой или малой, национальной, социальной, – исполняй соответствующие ритуалы поведения и общения, которые в нас воспитываются с детства.

- Во-вторых, исполнение знаков этикета воспринимается адресатом как социальное «поглаживание» (к этим же приемам относится и комплимент – небольшое преувеличение достоинств человека). «Волшебная сила» таких средств объясняется тем, что они удовлетворяют важнейшую психологическую потребность человека – потребность в положительных эмоциях: «Здравствуйте» – будьте здоровы, «Благодарю» – благо дарю, «Спасибо» – спаси Вас Бог за доброе дело.

- В-третьих, связь речевого этикета с категорией вежливости, которую нужно постоянно выражать, демонстрировать, чтобы поддерживать благоприятный климат общения, а подчас и снимать нарастающую агрессию. Корректный, подчеркнуто вежливый ответ даже на нанесенное оскорбление, как правило, может поставить на место грубияна.

Степень владения речевым этикетом определяет и степень профессиональной пригодности человека. Владение речевым этикетом способствует приобретению авторитета, порождает доверие и уважение. Знание правил речевого этикета, их соблюдение позволяет человеку чувствовать себя уверенно и непринужденно, не испытывать неловкости из-за

промашек и неправильных действий, избежать насмешек со стороны окружающих.

**Формулы речевого этикета** – типовые готовые конструкции, которые регулярно употребляются при корректном общении. Мы их почти не замечаем, поскольку они привычны. Заметным становится как раз нарушение поведения.

Важнейшим моментом является *начало разговора*. Форма *приветствия* и первая фраза дают настрой всему разговору, с их помощью Вы как бы даете сигнал собеседнику, что намерены вести диалог в той или иной манере. Специалисты рекомендуют, например, обязательно обращаться к партнеру по имени и отчеству; искренне улыбаться, оставляя впечатление у партнера, что Вы рады общению с ним; найти повод сделать человеку комплимент.

Как Вы говорите «Здравствуйте»? В этом вопросе заключен секрет многих религий (христианства, иудаизма, буддизма и др.). Но, прежде всего, в нем содержится один из принципов гуманизма: правильно поприветствовать человека – это значит почувствовать и воспринять его как личность. Специфика формул приветствия и всякого рода осведомлений при встрече у разных народов очень интересна. Из них мы можем узнать о тех приоритетах, которые существуют у того или иного народа в зависимости от образа жизни и человеческих ценностях, о том, что заботит человека прежде всего и чего он, как друг и учтивый собеседник, желает другому:

- у русских – «Здравствуйте!» – пожелания здоровья,
- у американцев – «Как дела?» – приоритет – деловые отношения,
- у танзанийцев – «Я у ваших ног» – национальная черта народа, длительное время пребывавшего в зависимости,
- у малазийцев – «Куда ты идешь?» и ответ «Просто погулять» – по-видимому, отражают насущную проблему трудоустройства,
- у китайцев – «Ел ли ты сегодня?», «Вы сыты?»
- у монголов приветствия разнятся в зависимости от сезона – осенью спрашивают: «Жирный ли скот?», весной: «Благополучно ли встречаете весну?», зимой: «Как зимуете?», а самым общим приветствием является стереотип, отразивший кочевой образ жизни: «Как кочуете?».

**Обращение по имени-отчеству** выполняет контакто-устанавливающую функцию (как сказал Дейл Карнеги, «*помните, что имя человека – это самый сладостный и самый важный для него звук на любом языке*»), поэтому на протяжении всей речевой ситуации обращение следует произносить неоднократно: это свидетельствует и о добрых чувствах к собеседнику, и о внимании к его словам.

Правила обращения к мужчине или женщине могут быть неодинаковыми. Русский язык не богат этикетными формами, отражающими различия людей по полу: *молодой человек – девушка*, иногда *сударь – сударыня*. А вот в речевом этикете, например, японцев есть четкое и обязательное к исполнению разделение правил этикета на мужские и женские.

Этикет дает возможность выбрать уместную для речевой ситуации и благоприятную для адресата **ТЫ** или **ВЫ форму общения**, установить дружескую, непринужденную или, напротив, официальную тональность разговора. Смена стиля обращения может быть приемом, направленным на понижение или повышение статуса. Переход от «ты» к «вы» является стратегией дистанцирования, которая демонстрирует неодобрение, отчуждение, неприятие, враждебность. Обратное переключение, напротив, является стратегией принятия, которая означает расположение, желание меньшей формальности и большего дружелюбия.

Как мы убедились, умение **выбрать** оптимально уместную для определенной ситуации общения **формулу речевого этикета** имеет большое значение. Не меньшее значение имеет и умение **«развернуть»** устойчивую формулу речевого этикета<sup>1</sup>.

Формула речевого этикета	«Развертывание» с помощью обращения	«Развертывание» с помощью мотивации
Спасибо.	Спасибо, Дмитрий Михайлович.	Мне очень помог Ваш совет. Спасибо.
Большое спасибо.	Большое спасибо,	Большое спасибо. Вы не

<sup>1</sup> Ладыженская Т.А. Устная речь как средство и предмет обучения. – М., 1998. С. 61.



	<i>Дмитрий Михайлович.</i>	<i>представляет, как мне помогли Ваши советы.</i>
<i>Благодарю (Вас, тебя). (официальная формула)</i>	<i>Дмитрий Михайлович, благодарю Вас.</i>	<i>Благодарю Вас за помощь.</i>

Из приведенных примеров следует, что выражение благодарности теплее и убедительнее в тех репликах, где есть обращение и где есть мотивировка благодарности.

## 5.5. Использование формул речевого этикета

Речь людей во многом определяется и предписывается различными социоэтическими правилами, знание и соблюдение которых обязательно. Рассмотрим некоторые из них.

**Стиль и социальное положение.** Стиль речи, выбор стилистических средств в большой степени зависит от положения, которое человек занимает в обществе. Еще Еврипид сказал:

*Из уст безвластных и вельможных уст  
Одна и та же речь звучит различно.*

«Речь и поведение лица, имеющего высокий социальный статус, обуславливаются поговоркой «Положение обязывает». Такой человек не имеет права использовать низкий стиль, говорить неграмотно, несвязно, сумбурно, тем более общаясь с людьми, занимающими более низкую социальную позицию»<sup>1</sup>. Положение низшего тоже обязывает: нельзя в разговоре с начальником демонстрировать, например, фамильярность.

Кстати сказать, много проблем вызывают ситуации, когда у начальника в подчинении находятся родственники или друзья. Этого следует избегать, поскольку служебные распоряжения могут вступить в противоречие с человеческими чувствами. Представим, например, что на предприятии возникли проблемы и в

<sup>1</sup> Русский язык и культура речи / Под ред. проф. О.Я. Гойхмана. – М., 2002. С. 120.

командировку срочно нужно отправить толкового и компетентного специалиста. Но он является родственником начальника, который знает, что предстоящие школьные каникулы глава семейства – его подчиненный – обещал провести с ребенком. Как поступить в такой ситуации? Перепоручить ответственное задание не столь компетентному служащему, рискуя утратить авторитет предприятия, а, может быть, и упустить выгодную сделку или пренебречь личными отношениями? В подобных случаях следует руководствоваться принципом, который сформулировал Андре Моруа в произведении «Письма к незнакомке», а именно: следует быть невежливым, когда ситуация может нанести вред Вашим интересам. В затруднительном положении подчас оказываются и учителя, если в их классе учится сын или дочь. Проблема заключается в том, что очень сложно найти «золотую середину» в таких взаимоотношениях. Они, как правило, сводятся либо к неоправданно жесткому, либо к неоправданно лояльному отношению, что наносит вред авторитету учителя и деформирует личность ребенка.

Следовательно, при общении с людьми *необходимо учитывать свое социальное положение, социальное положение Вашего коммуниканта и следовать человеческой и профессиональной этике.*

Но где в наше «демократическое» время грань между хорошим тоном, почтением и подобострастием? Почему сейчас стало так модно цитировать указ Петра Первого (от 09.12.1709 года), в котором говорится, что *«подчиненный перед лицом начальствующим должен иметь вид лихой и придурковатый, дабы разумением своим не смущать начальство...»*. Наверное, это зависит от конкретной ситуации, от ряда обстоятельств. Но в любом случае нельзя допускать стилистическое «уничтожение паче гордости», равно как и заносчивости в общении с людьми. Эта истина не нами придумана, она известна давно, и, например, в романе Булгакова «Мастер и Маргарита» мы находим иллюстрацию к ней. Коровьев дает советы Маргарите, как вести себя на балу в роли хозяйки: *«Среди гостей будут различные, ох, различные, но никому... никакого преимущества! Если кто-нибудь не понравится... я понимаю, что вы, конечно, не выразите*

*этого на своем лице. Нет, нет. Нельзя подумать об этом... И еще: не пропустите никого... Все, что угодно, но только не невниманье».*

**Стиль и пол.** Для мужчин и женщин характерна разная манера речи, как устной, так и письменной, что определяется и различиями в психологии. «Мужчины более, чем женщины, склонны острить, использовать в речи анекдоты, парадоксы, каламбуры, резкие выражения»<sup>1</sup>, чего не допустит уважающая себя женщина. Речь женщины часто сентиментальна и эмоциональна, более сумбурна и многословна.

И в предписываемых им общественных правилах поведения есть различия. При встрече женщина должна первой протянуть руку для приветствия, мужчине этого делать первым не подобает. Женщина может подать руку для рукопожатия в перчатке, мужчина – никогда. В помещении дама может оставаться в головном уборе, мужчина, проявляя уважение к присутствующим, не может себе позволить такую вольность.

**Стиль и возраст.** «Возраст накладывает отпечаток на речь человека. Важно соблюдать свойственные определенному возрасту стилистические нормы и соотносить свою речь с возрастом собеседника или аудитории»<sup>2</sup>. Есть выражения, хотя и вполне литературные, но уместные в речи людей в основном старшего поколения. Это могут быть пословицы и поговорки, которые в речи молодежи встречаются крайне редко, и поэтому постепенно уходят из употребления многие стилистически интересные слова и выражения. И, разумеется, в речи пожилых людей неестественно выглядят модные молодежные экспрессивные выражения.

*Разговор между лицами одного возраста должен отличаться от разговора собеседников разного возраста. Недопустимо, например, если молодой специалист, беседуя с пожилыми коллегами, будет прибегать к категоричным, безапелляционным высказываниям».*

<sup>1</sup> Русский язык и культура речи / Под ред. проф. О.Я. Гойхмана. – М., 2002. С. 121.

<sup>2</sup> Русский язык и культура речи / Под ред. проф. О.Я. Гойхмана. – М., 2002. С. 121.

ваниям, насмешкам. Он должен помнить о разнице в возрасте и придерживаться выдержанного тона.

**Стиль и профессия.** *Разговоры людей разных профессий различаются стилистически. Речь ученого рассудительна, обстоятельна; типичный военный немногословен, но более категоричен в своих суждениях; в речи учителей часто проявляется назидательность; у журналистов – бесцеремонность.*

*«Профессиональный акцент хотя бы в малой степени временами обнаруживает себя в любой речевой ситуации... Это можно назвать стилистической интерференцией – неумением в нужной степени переключаться на другой стилистический код»<sup>1</sup>.*

### **5.6. Этические параметры спора и дискуссии**

В общении нередко возникают ситуации, когда при обсуждении какой-либо проблемы приходится отстаивать свое мнение, то есть спорить.

Культура человека проявляется,

- во-первых, в том, чтобы не спорить с человеком неосведомленным, не разбирающимся в проблеме;
- во-вторых, лучше не спорить с начальством;
- в-третьих, не стоит спорить по не существенному для дела вопросу;
- и, наконец, следует избегать полемики с лицами, для которых существуют только два мнения – их собственное и неправильное.

Обречен на неудачу спор с человеком, который настроен против личности своего оппонента.

Для принятия решения, стоит ли спорить, могут иметь значение следующие факторы:

- подходящее ли место выбрано для «выяснения отношений». Убеждать легче в благоприятной обстановке. Созданию такой обстановки способствуют:

1. употребление вежливых обращений, слов приветствия и прощания;

---

<sup>1</sup> Там же. С. 123.

2. выражение извинения, благодарности, согласия, одобрения, похвалы (заслуженных);
3. воспроизведение (в том числе цитирование) слов оппонента, собственных аргументов, темы и задач дискуссии.

- достаточно ли времени для обсуждения;
- нет ли нервозности и накала страстей;
- есть ли свидетели;
- способен ли человек принять другую точку зрения;
- в состоянии ли партнеры цивилизованно вести спор.

Категоричны запреты на:

1. тон обидный, презрительный, пренебрежительный, крикливый, злой;
2. слова и выражения грубые, оскорбляющие, насмешливые, категоричные, перебивающие говорящего;
3. аргументы с угрозами (запугиванием), с искажением мысли оппонента, провоцирующие резкую реакцию.

Бывают ситуации, когда по поведению собеседника видно, что его убедили соображения партнера. Требования этики в таких случаях сводятся к следующему.

- Победитель ни в коем случае не должен показывать свое торжество.
- Не следует заставлять партнера открыто признать свою неправоту.
- Побежденный должен сохранить чувство собственного достоинства, поблагодарить оппонента за полезный разговор.

Следует все же учесть, что люди нечасто испытывают благодарность к тем, кто доказал их неправоту. Победой в споре можно испортить отношения. Так, например, Дейл Карнеги утверждал, что *«в мире существует только один способ одержать верх в споре – это уклониться от него»*<sup>1</sup>. Потому что побежденный будет чувствовать, что задето его самолюбие, а

---

<sup>1</sup> Карнеги Д. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей. – М., 1989. С. 136.

победитель вряд ли испытает чувство полного удовлетворения, поняв, что уязвил противника.

## 5.7. Эвфемизация речи

**Эвфемизм** (от греч. «хорошо говорю») – стилистически нейтральное слово или выражение, употребляемое вместо синонимичной языковой единицы.

Для процесса эвфемизации существенны следующие моменты:

1) *оценка говорящим предмета речи* как такового, прямое обозначение которого может быть квалифицировано – в данной социальной среде или конкретным адресатом – как грубость, резкость, неприличие и т.п.; по всей видимости, лишь определенные объекты, реалии, сферы человеческой деятельности и человеческих отношений могут вызывать подобную оценку – другие с этой точки зрения «нейтральны»; поэтому эвфемизации подвергается не всякая речь, а речь, связанная с определенными темами и сферами деятельности;

2) подбор говорящим таких обозначений, которые не просто смягчают те или иные кажущиеся грубыми слова и выражения, а *маскируют, вуалируют* суть явления (это особенно ясно видно на примере семантически расплывчатых медицинских терминов);

3) *зависимость* употребления эвфемизма *от контекста и от условий речи*: чем жестче социальный контроль речевой ситуации и самоконтроль говорящим собственной речи, тем более вероятно появление эвфемизмов;

4) *социальная обусловленность* представления о том, что может быть эвфемизмом: то, что в одной среде расценивается как эвфемизм, в другой может получать иные оценки.

Основная цель, которая преследуется говорящими при использовании эвфемизмов в социальных и межличностных отношениях, – стремление избегать коммуникативных конфликтов, не создавать у собеседника ощущения коммуникативного дискомфорта.

Необходимо четко представлять те возможности, которыми располагает русский язык для более мягкого, вежливого, деликатного выражения мысли.

1. Слова-определители с «диффузной» семантикой: *некоторый, известный, определенный, соответствующий, надлежащий* и некоторые другие: *Чемпион мира не лучшим образом распорядился своими фигурами в цейтноте* (то есть плохо) (Телевидение, 28.2.1992).

2. Номинации с достаточно общим смыслом, используемые для называния вполне конкретных предметов и понятий: *сигнал* в значении «сообщение о чем-либо неблагоприятном в высшие инстанции» (*В свое время мы не прислушались к сигналам с мест*).

3. Иноязычные слова и термины, употребляемые как обозначения, более пригодные для вуалирования сути явления, чем исконная лексика: *деструктивный* – разрушительный (деструктивные силы), *конфронтация* – противостояние.

4. Аббревиатуры, особенно характерные для сфер, связанных с сокрытием государственных и военных тайн: *ДСП* = для служебного пользования, *СС* = совершенно секретно (гриф на документах; в профессиональном обиходе).

5. Некоторые слова, обозначающие неполноту действия или слабую степень свойства, употребляемые не в своем обычном значении, а в качестве смягчающего эвфемизма: *Он недослышал* (о глухом), *Он прихрамывает* (о хромом).

6. Лексико-грамматические средства, связанные с употреблением синонимов (*незрячий* вместо *слепой*), двойного отрицания (*небесспорный*), смещение отрицания (*Не думаю, что Вы правы* вместо *Думаю, что Вы не правы*), намеренным уменьшением интенсивности действия (*Ее трудно назвать красавицей* – о некрасивой женщине).

7. Некоторые глагольные формы с приставкой под-: *подъехать, подойти, подвезти* и некоторые другие, которые ощущаются частью говорящих (главным образом носителями просторечия) как более вежливые, смягчающие прямое отношение к адресату и потому употребляются ими в качестве эвфемистических замен «прямых» обозначений «приехать»,

«прийти», «привезти», «доставить» (в литературном языке, как известно, глаголы с приставками под-, при- несинонимичны). Ср.: – *Можно к вам подъехать, чтобы обсудить это прямо сегодня? Я часам к шести подойду. До метро подвезите, пожалуйста* (записи устной речи).

8. Употребление имени-отчества, имени и фамилии.

9. Употребление местоимений ТЫ-ВЫ, невежливое употребление местоимений ОН \ ОНА в присутствии лица, о котором идет речь.

10. Вводные слова, словосочетания, которые используются для различных по степени выражения вежливости способов побуждения к действию (*Может быть, Вы сможете позвонить позже? Наверное, Вам следует задуматься о своем поведении*) и смягчения отказа (*К сожалению, я не могу принять Вашего предложения*).

11. Смягчение отказа или выговора может реализовываться приемом «смены адресата», при котором делается намек или проецируется ситуация на третьего участника разговора.

12. Интонация – одно из важнейших средств выражения вежливости в устной речи (особенно при побудительных высказываниях, приказах и обращениях, где именно интонация нередко делает вежливым или невежливым выражение побуждения к действию, а также является и способом привлечения внимания).

Эвфемизмы, в отличие от большей части лексических средств языка, особенно чутки к изменениям в области культуры человеческих отношений и нравственных оценок тех или иных явлений общественной жизни. То, что кажется эвфемизмом на одном этапе развития общества, перестает им быть на следующем.

Кроме временного фактора, существенен и фактор социальный: в разной социальной среде неодинаковое представление о том, что «прилично» и «неприлично».



## ТЕМА 6.

---

### Основы ораторского искусства

*Поэтами рождаются,  
ораторами становятся.*

*Цицерон*

#### 6.1. Что такое ораторское искусство

Термин *ораторское искусство* античного (латинского) происхождения. Его синонимами являются греческое слово «*риторика*» и русское «*красноречие*».

**Ораторское искусство – это искусство построения и публичного произнесения убедительных и красочных речей с целью оказания желаемого воздействия на аудиторию.**

*Убедительность и красочность* – обязательные признаки речи. Убедительность создается системой доказательств. А выражение эмоций и эффектные приемы подачи материала оживляют речь, обеспечивают поддержание внимания аудитории, а значит, и усиливают воздействующее влияние слова. Совокупность всех этих качеств делают речь эффективной.

Умение влиять на людей с древних времен считалось одним из высших талантов, и главным инструментом этого воздействия была ораторская речь. Необходима риторика и в наши дни. Невозможно переоценить ее роль для преподавателей, политиков, прокуроров, адвокатов, менеджеров и представителей многих других профессий. Большое значение она может иметь и в различных областях повседневной жизни, так как знание законов и приемов построения монологического высказывания является надежным инструментом в борьбе с языковой агрессией, демагогией, манипулированием и позволяет эффективно защищаться от них.

Ораторское искусство неоднородно. В зависимости от содержания, цели и условий высказывания в современной практике публичного выступления выделяют следующие виды красноречия:

1. **социально-политическое.** К нему относят выступления, посвященные вопросам государственного строительства, экономики, права, этики, культуры; дипломатические, политические, военно-патриотические, митинговые, парламентские речи;

2. **академическое,** помогающее формировать научное мировоззрение. К нему относят учебные вузовские лекции, научные доклады, обзоры, сообщения, научно-популярные лекции;

3. **судебное.** К данному виду красноречия относят речи, произносимые участниками судебного процесса: прокурором, адвокатом, обвиняемым;

4. **социально-бытовое.** Приветственные, юбилейные, застольные, поминальные речи и т.п.;

5. **духовное, или церковно-богословское,** – это проповеди для прихожан или официальные речи, адресованные самим слушателям церкви (например, на Соборе).

## 6.2. Личность оратора

Что нужно человеку для того, чтобы приобрести навыки ораторского выступления?

Конечно, в первую очередь нужно отметить значение *природных данных*. К ним относятся особенности нервной системы, функциональной деятельности мозга, строение голосовых связок, двигательного аппарата. Будущему оратору необходимо обладать развитым произвольным вниманием, хорошей образной и логической памятью, сообразительностью, глубиной и широтой мышления. Цицерон говорил: *«Совершенство не дано никому, но, занимаясь упорно и настойчиво, вы сможете приблизиться к нему настолько, насколько вам позволит природа».*

Конечно, наличие природных данных весьма значительно, но обратите внимание и на другую мысль Цицерона, которая имеет едва ли не более весомое значение – это *желание* самого

человека добиться поставленной цели, внутренняя установка на успех. Ведь недаром говорится: «Дорогу осилит идущий!».

Кроме этого, в человеке, который хочет влиять на других, должна ярко проявляться *Личность*. «Типичными личностными качествами являются самостоятельность и оригинальность мышления, доброжелательность, открытость, уверенность в себе, обаяние, артистичность и, несомненно, трудолюбие, сильная воля и активный характер.»<sup>1</sup>

Если оратор является такой личностью – сильной, умеющей убеждать, влиять на поведение людей, – то очень важным фактором становятся *нравственные установки*, которые он несет в массы. Как утверждают социологи, в нашей стране сейчас господствует нравственный плюрализм: каждый человек имеет свой моральный кодекс. Такое положение вещей опасно, поскольку может привести к моральной неразборчивости или вседозволенности. Уважая личное мнение каждого, все же необходимо формировать и определенную систему ценностей, руководствуясь которой человек, с одной стороны, не теряет своих индивидуальных качеств, а с другой – является представителем определенного социума. Поэтому риторическое образование должно сопровождаться этическим просвещением и нравственным воспитанием, формирующим такие принципы социального взаимодействия людей, как отказ от монополии на истину, готовность к диалогу и компромиссу, позитивная критика, борьба со злом, любовь к ближнему, порядочность и честность.

### 6.3. Подготовка к выступлению

В ораторской деятельности выделяется три основных этапа<sup>2</sup>:

1. докоммуникативный (до встречи с аудиторией);
2. коммуникативный (сам процесс выступления);
3. посткоммуникативный (анализ выступления).

<sup>1</sup> Баева О.А. Ораторское искусство и деловое общение. – М., 2002. С. 23.

<sup>2</sup> Там же. С. 23.

Не стоит игнорировать первый этап подготовки к выступлению. Оратор должен во многих деталях предусмотреть ту конкретную речевую ситуацию, в которой он окажется. И, поверьте, от того, насколько Вы хорошо информированы об аудитории, перед которой Вам предстоит выступать, может многое зависеть.

Поэтому заранее уточните:

- в *каких условиях* придется выступать (большое помещение или маленькое, тепло в нем или холодно, хорошая ли акустика, освещение и пр.);
- при *каких обстоятельствах* состоится встреча (предпраздничный день, конец рабочей недели, позднее время начала встречи и т.д.);
- *кто* те слушатели, которые придут на встречу: их численность (приемы, используемые в аудитории, манера поведения, форма преподнесения материала бывают различными в малочисленной и многочисленной аудитории); возраст; однородность или неоднородность по половому, национальному признаку (чем однороднее аудитория, тем единодушнее реакция); уровень образования и круг профессиональных интересов; настроение.

Важно не упустить и такую деталь: как должен выглядеть сам выступающему? Его *костюм должен быть уместен*, то есть соответствовать ситуации общения, не вызывать удивления или зависти – это мешает слушать, что Вы говорите. Но, с другой стороны, костюм должен отличаться и некоторой торжественностью, особенно если это первая встреча (тем самым Вы даете понять, что относитесь к ней как к значительному событию, проявляя уважение к аудитории). Прическа должна быть аккуратной, макияж умеренным, украшения скромными. Помните: скромность предпочтительнее назойливого шика.

Итак, Вы морально готовы предстать перед аудиторией. Теперь необходимо подготовиться к самому выступлению. Это очень важное и ответственное дело.

*Практическая* подготовка к выступлению начинается с выбора **темы**, которая должна представлять несомненный ин-

интерес для Вас и для Ваших слушателей. **Заглавие** речи должно отражать суть проблемы в лаконичной форме и носить рекламный характер: привлекать внимание и затрагивать интересы аудитории.

Определившись с темой и названием, продумайте, каковы Ваши **цели**: что нового Вы собираетесь сообщить аудитории, какой реакции слушателей будете добиваться.

**Содержание** речи должно раскрывать тему, и для этого используются факты, доводы, рассуждения, объяснения. Чтобы почерпнуть иллюстрирующий материал, можно воспользоваться:

- официальными документами;
- научной, научно-популярной литературой;
- справочной литературой: энциклопедиями, энциклопедическими словарями, статистическими сборниками, ежегодниками по различным вопросам, таблицами;
- интернет-сайтами;
- материалами СМИ;
- результатами социологических опросов.

#### 6.4. Структура ораторской речи

*Труднее всего – начало, именно первая фраза.  
Она, как в музыке, дает тон всему произведению.*

*М.Горький*

**Композиция речи** – это закономерное, мотивированное содержанием и замыслом расположение всех частей выступления и целесообразное их соотношение, система организации материала<sup>1</sup>.

Ораторская речь состоит из трех частей: *вступления, средней части* (рассуждение) *и заключения*.

Психологи утверждают (и это доказано многочисленными экспериментами), что, в соответствии с так называемым

---

<sup>1</sup> Культура русской речи / Под ред. Л.К. Граудиной. – М., 2000. С. 130.

«законом края», лучше всего усваивается то, что содержится в начале и в конце сообщения. Поэтому вступлению и заключению необходимо уделить особое внимание.

Функция вступления состоит в том, чтобы психологически подготовить аудиторию к восприятию темы, заинтересовать и создать психологически благоприятные условия для ее обсуждения. Для этого во **вступлении** следует подчеркнуть актуальность темы, ее значение для данной аудитории, сформулировать цель, кратко изложить историю вопроса. Вступление должно быть кратким.

**Заключение** по продолжительности не должно превышать 1,5–2 минут. Здесь оратор подводит итог, кратко повторяет ключевые мысли своей речи. Народная мудрость утверждает: «Конец – делу венец». Поэтому убедительное и яркое заключение оставит хорошее впечатление от всей речи, неудачное – погубит даже неплохое выступление.

В **средней части** излагается основной материал, последовательно разъясняются выдвинутые положения, аргументируется и доказывается их правильность, анализируются примеры, таким образом, слушатели подводятся к необходимым выводам.

Материал должен располагаться в логической последовательности, изложение не должно быть слишком затянутым, детализированным. Здесь нужно стремиться к яркости, наглядности, время от времени проявлять эмоции, чтобы нужным образом повлиять на аудиторию, вызвать ответную реакцию, желание действовать в определенном направлении.

Работая над своим выступлением, учтите следующие рекомендации:

- Будьте последовательны в своей речи. Не переходите к следующему пункту выступления, пока не разъясните предыдущий.
- Начинайте выступление с наиболее существенных положений.
- Не повторяйтесь. Многократное возвращение к недосказанному производит крайне неблагоприятное впечатление. Ес-

ли считаете необходимым повторить сказанное, дайте понять, что Вы это делаете намеренно.

- Не отвлекайтесь на посторонние, малозначимые для сути дела проблемы, факты, сведения, примеры и т.п.
- Следуйте принципу *усиления*, суть которого заключается в том, что значимость и убедительность аргументов постепенно нарастают, самые сильные доводы используются в конце рассуждения.

## 6.5. Доказательность и убедительность речи. Основные виды аргументов

Ораторские выступления относятся к убеждающим жанрам. Речь должна быть доказательной, а суждения и положения – убедительными. Как же достичь этого?

Во-первых, необходимо отбирать и уточнять содержательный материал в зависимости от интересов аудитории. Очевидно, что статистические данные о состоянии преступности в нашей стране вызовут более живой интерес в аудитории специалистов, нежели в аудитории, например, менеджеров.

Во-вторых, нужно представить проблему, т.е. описать истоки и противоречия, породившие ее. Это позволит аудитории глубже осмыслить происходящее и сделать прогноз на будущее.

В-третьих, выступающий должен сформулировать спорный вопрос, чтобы потом последовательно и аргументированно доказывать свою точку зрения.

В-четвертых, надо сформулировать главную мысль (тезис).

**ТЕЗИС** – «*Что доказываем?*» – мысль или положение, истинность которого требуется доказать.

При построении логического доказательства необходимо знать и соблюдать **правила выдвижения тезиса**:

1. *тезис нужно четко сформулировать* и постараться, чтобы партнер уловил личностную значимость суждений. В ином случае не возникнет желания вникать в его обоснование. Например, необходимость указывать индекс на почтовом отправ-

лении можно сформулировать так: «Написание индекса отделения связи необходимо для ускорения доставки корреспонденции». Но гораздо более действенным будет другое обоснование: «С индексом ваше письмо дойдет в два раза быстрее!»;

2. тезис должен оставаться неизменным в ходе доказательства и не содержать в себе логических противоречий.

В-пятых, Вы должны привести систему аргументации.

В логическом плане **аргументация** выступает как процедура отыскания основания (доводов) для тезиса, выражающего определенную точку зрения.

**АРГУМЕНТ** – «**Чем** доказываем?» – положение, с помощью которого обосновывается тезис, это логический довод, истинность которого проверена и доказана практикой. Аргумент является необходимой частью всякого доказательства.

#### **Требования к аргументам:**

- они должны *иметь* непосредственное отношение к тезису;
- быть *истинными*, т.е. доказанными заранее;
- быть *обоснованы* независимо от тезиса;
- быть *достаточными* для получения вывода.

#### **Типы аргументов апеллируют к:**

##### **Логические аргументы:**

- к цифрам, фактам, событиям;
- к ранее доказанным законам науки, аксиомам и постулатам, основным понятиям конкретных областей знаний;
- к законам, документам;
- к личному или историческому опыту;
- к здравому смыслу;
- к мнению, суждению очевидцев, свидетелей;
- к авторитетному мнению;
- аргументы к прогрессу, изменениям.

##### **Аргументы к этическим нормам:**

- к образцу или антиобразцу;
- к норме;



- к основным потребностям: к утверждению своей личности, к репутации; к завоеванию власти, к экономическим интересам, к физическому благополучию, к пользе;
- к долгу, ответственности.

**Психологические аргументы:**

- к чувствам: жалости, милосердию, состраданию, великодушию, почтению;
- к безопасности;
- к тщеславию;
- к народному единодушию;
- к настроению;
- к симпатиям;
- к чертам характера человека<sup>1</sup>.

Используя психологические доводы, не следует, однако, забывать, что «риторическая этика запрещает говорящему обращаться к наиболее низменным чувствам, а также к эмоциям, способным породить открытые общественные конфликты. Сюда относятся злоба, жадность, зависть, ненависть к другим людям, малодушие, агрессивность и т.п.»<sup>2</sup>.

**ДЕМОНСТРАЦИЯ**, или способ доказательства, – «*Как доказываем?*» – совокупность умозаключений, которые применяются при выведении тезиса из аргументов.

Для аудитории специалистов, привыкших к теоретическому обоснованию суждений, больше подойдет **дедукция**. При этом методе выдвигается какое-то общее положение и под него подводится частный случай, затем делается вывод *от общего к частному*. Необходимо строго следить за правильностью общей посылки: если она неверна, то и вывод будет неправильным или даже нелепым. Для иллюстрации этой мыс-

<sup>1</sup> Романчук С.И. Русский язык и культура речи. Пособие по развитию устной и письменной речи. Учебно-методическое пособие. – М., 2003. С. 77–78.

<sup>2</sup> Анисимова Т.В., Гимпельсон Е.Г. Современная деловая риторика. Учебное пособие. Ч.1. – Волгоград, 1998. С. 157.

ли можно привести в качестве примера так называемый *софизм рогатого* (греч. *sophisma* – «измышление, хитрость»):

1 посылка: То, что я не потерял, я имею.

2 посылка: Рога я не потерял.

---

*Вывод: Я имею рога.*

Рассуждение «от фактов», *от частного к общему* – это **индукция**. Этот метод считается убедительным, однако он носит вероятностный характер, т.к. подчас бывает сложно охватить весь спектр фактов, относящихся к данному явлению. Приведем пример:

1 посылка: В фирме А бухгалтер работает по совместительству.

2 посылка: В фирме В бухгалтер работает по совместительству.

3 посылка: В фирме С бухгалтер работает по совместительству.

4 посылка: В фирме D бухгалтер работает по совместительству.

---

*Вывод: Все бухгалтеры фирм работают по совместительству.*

Если у Вас нет возможности проанализировать все необходимые посылки, то лучше воспользоваться методом **аналогии** – сопоставлением нескольких явлений. Это достаточно внушительный для иных слушателей метод, хотя и самый нестрогий с точки зрения логики способ обоснования утверждения. Его можно проводить, только если сопоставляемые явления сходны в самых существенных признаках. Этим методом пользуются, например, врачи или близкие люди, чтобы убедить в чем-то больного с «помощью такого же случая», к этому методу прибегают в отдельных случаях рекламные агентства (реклама лекарств, пищевых продуктов, когда утверждается, что определенный товар подходит кому-то, следовательно, он необходим и Вам), руководители, желающие с помощью положительного или отрицательного примера повысить производительность труда у коллег, и т.д. Аргументация «на примерах» популярна и в политике.

Иногда говорящий испытывает искушение использовать все имеющиеся аргументы для убеждения партнера. Но чем больше не значит тем лучше! Эту особенность восприятия под-

метили еще восточные мудрецы: «Ты говорил, и я верил. Ты повторил, и я усомнился. Ты продолжал, и я перестал слушать». Поэтому, как говорится, все хорошо в меру.

Для того чтобы речь оратора была правильной и доказательной, ему необходимо опираться на основные логические законы.

**Закон достаточного основания.** Суть этого закона заключается в том, что всякая мысль должна быть обоснована другими умозаключениями, истинность которых проверена практикой.

**Закон тождества** заключается в том, что каждая мысль в процессе рассуждения сохраняет одно и то же определенное содержание.

**Закон исключенного третьего** гласит, что две противоречащие мысли об одном и том же предмете не могут быть одновременно истинными или ложными: одна из них истинна, другая ложна. Третьего не дано.

Различают доказательство **прямое**, при котором тезис обосновывается аргументами без помощи дополнительных построений, и **косвенное**, предполагающее обоснование истинности тезиса посредством опровержения противоречащего положения – *антитезиса*. Из ложности антитезиса на основании закона исключенного третьего делается заключение об истинности тезиса.

Вот, например, как ориентировался на интересы населения один политический деятель. Во время предвыборной кампании у него было четыре вида рекламных буклетов: для женщин, молодежи, мужчин и колхозников. На всех буклетах – разные фотографии претендента. Специалисты подбирали тот имидж, который импонирует соответствующей части населения. На каждом буклете по-разному сформулировано главное направление деятельности кандидата. Например, на обложке для крестьян – «Справедливость и порядок»; на обложке для молодежи – «Европа, независимость, будущее». Различались и доводы, с которыми обращался кандидат к разным социальным группам. В листовках для женщин упо-

миналось его желание, чтобы их «сыновья, мужья и братья не проливали кровь на чужбине»<sup>1</sup>.

При нарушении доказательства возникают **логические ошибки**, самой распространенной из которых является «подмена тезиса». Суть ее заключается в том, что доказывается или опровергается не тот тезис, который был выдвинут первоначально. Такая ошибка может быть непреднамеренной, но может быть и специально использована, чтобы поставить оппонента в неловкое положение.

Основными ошибками, относящимися к аргументации, являются следующие: «ложное основание» (если тезис обосновывается ложными суждениями, которые выдаются за истинные); «предвосхищение основания» (если в качестве аргумента выдвигается недоказанное положение); «порочный круг» (когда тезис обосновывается аргументами, а аргументы выводятся из этого же тезиса).

Логические ошибки бывают *непреднамеренными* и *намеренными*. Ошибки первого рода чаще возникают из-за отсутствия у человека логической культуры, навыков ведения публичного спора, вследствие излишней горячности, эмоциональности во время обсуждения. Намеренные ошибки – это сознательно допускаемые ошибки, логические уловки. Такого рода ошибки называются *софизмами*. Цель их – сделать противника уязвимым, привести его в наибольшее затруднение.

Типичными бывают ситуации, когда необходимо убедить оппонента в необходимости какого-либо действия, доказать свою точку зрения, склонить его (их) к определенным поступкам. Прибегая к процессу убеждения, мы с той или иной степенью жестокости посягаем на позицию, установку собеседника. Следовательно, прямо или косвенно мы внедряем в его сознание мысль: «Ты не прав», «Ты не понимаешь», «Ты заблуждаешься». От того, как тонко, в достаточной мере деликатно мы делаем это, зависит не только успех переговоров, дискуссии, выяснения бытовых отношений, но и перспективы межличностного взаимодействия в будущем.

---

<sup>1</sup> Баева О.А. Ораторское искусство и деловое общение. – М., 2002. С. 55–56.

Вести аргументацию **корректно** значит:

- признавать правоту собеседника, когда он прав (это дает вам право ожидать и требовать такого же поведения от оппонента и не нарушает этики);
- оперировать только теми аргументами, которые приняты собеседником;
- избегать пустых фраз.

Всячески подчеркивайте свое уважение к партнеру. Это исключит возможность обвинить вас в отсутствии позитивного подхода и придаст процессу большую объективность.

## 6.6. Запоминание и произнесение речи

Оратор должен **произносить речь наизусть**, т.к. слушатели плохо воспринимают чтение текста с листа. Иногда приходится заучивать текст выступления, и это бывает оправдано, когда приходится выступать с убеждающей речью на митинге, с приветствием на торжественном мероприятии. Заучивать можно небольшую по объему речь. Если же речь большая (лекция, доклад), то выучить ее на память удастся не каждому, и тут могут возникнуть проблемы при воспроизведении: сильное волнение, шум в зале. Сбившись, оратор не всегда может продолжить заученную речь. Многие опытные ораторы советуют выступать с *опорой на текст*: выделить основные смысловые части; подчеркнуть основные мысли; выделить фактический материал (фамилии, статистические данные, цитаты). Таким текстом легко будет пользоваться во время выступления, и само выступление создаст впечатление свободного владения материалом, даст возможность оратору свободно общаться со слушателями.

Не всегда у оратора есть возможность для предварительной подготовки выступления, и тогда приходится создавать речь в момент ее произнесения. Импровизированное выступление, как правило, хорошо воспринимается аудиторией, устанавливается непосредственный контакт со слушателями.

Однако из-за неотработанности речь может быть не совсем гладкой, оратор не всегда успевает уложиться в отведенное время, некоторые вопросы остаются неосвещенными. «Творить речь» на глазах у слушателей – это высокое мастерство, результат долгой и кропотливой работы, показатель опыта и теоретической подготовленности оратора.

Следует помнить, что *чрезвычайно действенным инструментом оратора является его **голос***. Рассказывают, что Уинстон Черчилль, выдающийся политический деятель и прекрасный оратор, очень тщательно готовился к каждому своему выступлению. Он по нескольку раз прочитывал готовый текст речи и делал пометки на полях, которые способствовали бы эффективному воздействию его слов на слушающих. Так, в одной из рукописей на полях была сделана следующая пометка: «Здесь следует повысить голос: аргументов не хватает!»

Примем во внимание этот пример и проанализируем, что нужно сделать, чтобы научиться эффективно владеть этим «оружием». Прежде всего, надо определить недостатки и достоинства своего голоса, а затем научиться выразительному чтению, что предполагает хорошую дикцию, средний темп говорения, умение ставить логические ударения и делать логические паузы, уметь варьировать диапазоны высоты голоса, применять разнообразные интонации.

Сведем рекомендации специалистов к следующим правилам произнесения речи:

- речь должна быть правильной во всех ее аспектах;
- надо избегать монотонности; придерживаться среднего темпа речи;
- говорить необходимо достаточно громко, чтобы все присутствующие могли хорошо слышать оратора.

Существуют **типичные недостатки ораторской речи**. Обратим на них внимание.

*Бедность словаря*. Небольшое количество слов, которыми пользуется выступающий, постоянные их повторы действуют удручающе и свидетельствуют о его слабой образованности и

низком интеллектуальном уровне. В речи должны содержать синонимы, красочные обороты, сравнения.

*Стилевое несоответствие.* Следует помнить, что о предметах разного духовно-нравственного достоинства нужно говорить, используя разные стили: о важных делах нельзя говорить низким стилем, о печальных – веселым. Чем достойнее предмет речи, тем больше в ней должно быть высоких, торжественных слов. Жаргонных, просторечных слов вообще нельзя употреблять в ораторской речи.

Кроме того, не следует говорить слишком напыщенно или слащаво, что делает речь неестественной.

*Длинноты.* Слишком длинные замысловатые рассуждения подлежат сокращению, а сложные предложения разбиваются на 2-3 предложения.

*Излишняя краткость.* Опуская какую-то информацию или что-то недоговаривая, оратор делает свое выступление не совсем понятным. Говорить нужно не так, чтобы вас могли понять, а так, чтобы вас не могли не понять. Следует избегать употребления малоизвестных слов, узкоспециальных терминов, устаревших слов.

*Моменты неблагозвучия.* Необходимо избегать многочисленных звуковых заполнителей пауз (слов-паразитов) типа э-э-э...м-м-м-м...как это?...как его?... и др., а также неблагозвучных аллитераций – повторений согласного (*Министр встретился с высокопоставленными представителями...*).

## **6.7. Контакт с аудиторией.**

### **Этика и эстетика ораторского выступления**

Важнейшее условие эффективности ораторской речи – это *контакт со слушателями*.

На его установление, несомненно, влияют, прежде всего, актуальность обсуждаемой проблемы, новизна в освещении данного вопроса. Опытные ораторы никогда не высказывают важных идей в начале выступления, поскольку знают, что на этой стадии аудитория еще только привыкает к высту-

пающему. Иногда оратор нужно сделать спорное заявление, чтобы вызвать интерес слушателей.

Для установления контакта необходимо эмоциональное сопереживание, т.е. оратор и присутствующие в аудитории должны испытывать сходные чувства по отношению к предмету речи, и выступающий должен «заразить» аудиторию своей заинтересованностью и эмоциональностью.

На установление контакта влияют и некоторые особенности психологии слушателей. Важно, чтобы они почувствовали уверенность в поведении оратора, увидели спокойствие и достоинство на его лице, услышали твердость и решительность в голосе. Чем более уверен и внутренне спокоен выступающий, тем больше доверия будет проявлять к нему публика.

Особенностью психологии слушателей является и то, что они одновременно являются и *зрителями*. Поэтому все аспекты внешнего облика выступающего становятся предметом пристального внимания. Надлежащие *манеры* оратора имеют более существенное значение, чем даже его внешний вид. Слушатели предъявляют к выступающему особые требования: они предоставили ему главную роль – оратор должен с этим считаться. Если он держит себя нерешительно, безразлично и как бы извиняясь за свою миссию, чувство ожидания у слушателей мгновенно сменится разочарованием и досадой.

Слушателям далеко не безразлично, *смотрит* ли оратор на аудиторию, как в пустое пространство, или же создается впечатление, что он обращается ко всем и к каждому. В правильной *позе* должны сочетаться непринужденность осанки и легкость движений. *Жесты* должны отвечать своему назначению: их количество и интенсивность должны соответствовать характеру речи и аудитории.

Психологи подчеркивают, что необходимым условием возникновения контакта между оратором и аудиторией является искреннее уважение к слушателям, признание в них партнеров по общению, доброжелательность и профессионализм.

*Доброжелательность* исключает такие формы речевого поведения, как агрессивность в ее различных проявлениях



(упреки, угрозы, оскорбления) и демагогия (ложь). Аудитория чутко улавливает, пришел ли лектор «поучить», «осчастливить», «открыть глаза» или он представляет заботы и запросы сидящих в зале и обращается как бы к каждому лично.

*Профессиональное отношение* «предполагает умение работать с любой аудиторией: и с той, которая настроена доброжелательно, и с той, которая настроена агрессивно, и с той, которая высказывает безразличие к оратору»<sup>1</sup>. Выступление оратора – его профессиональная деятельность, и он должен руководствоваться интересами дела, подчиняя ему свои чувства и эмоции.

Внешне контакт проявляется в поведении публики. Главные показатели взаимопонимания между говорящим и слушающими – положительная реакция на слова выступающего, внешнее выражение внимания у слушателей: их поза, сосредоточенный взгляд, возгласы одобрения, согласные кивки головой, улыбки, смех, аплодисменты. Уверенное и естественное поведение самого оратора также есть показатель контакта с аудиторией.

Установить контакт с аудиторией – очень важно, но этого, увы, мало. Гораздо сложнее поддерживать это внимание на протяжении всего выступления: как бы оно интересно ни было, внимание со временем притупляется, и человек перестает слушать. Выступающему необходимо иметь в своем арсенале различные **приемы управления аудиторией** и заранее планировать их. К ним относятся:

- прямое требование внимания;
- голосовые приемы (вспомните пример с У.Черчиллем);
- прерывание речи, создание некоторой паузы;
- обращение к слушателям с неожиданным вопросом;
- драматизация речи (эмоциональное и наглядное изображение относящихся к теме событий);

---

<sup>1</sup> Русский язык и культура речи. / Под ред. проф. Максимова В.И. – М., 2002. С. 109.

- так называемый вопросно-ответный ход (оратор ставит вопрос и сам на него отвечает, как бы вслух рассуждает и спорит, выдвигает сомнения и приходит к определенным выводам).
- оживляют выступления примеры из художественной литературы, пословицы, поговорки, фразеологические выражения;
- опытные ораторы в серьезную по содержанию речь вводят элементы юмора, каламбуры, анекдоты.

Хочется еще раз вернуться к мысли о том, что любому выступлению должно быть чуждо менторство в худшем смысле этого слова, излишняя назидательность, безапелляционность заявлений, неуважительность к оппоненту или аудитории, ханжество и грубость. Тот, кто не может избавиться от этих недостатков, не имеет морального права нести свое слово в массы.

Чтобы достичь успеха, следует помнить о следующих правилах.

1. Надо опровергать мнение, точку зрения, взгляды оппонента, а не его личные качества, пристрастия, образ жизни.
2. Обращение к чувствам аудитории не должно перерастать в манипулирование ею.
3. Не следует отождествлять взгляды человека со взглядами той группы, к которой он принадлежит (совсем не обязательно, что они полностью совпадают).
4. Нельзя искажать мнения оппонентов. Будьте скрупулезно точны при цитировании.
5. Не бравировьте личными качествами, не преувеличивайте свою роль в каких-либо событиях, совместной деятельности и т.д.
6. Защищая свою точку зрения, доказывайте и обосновывайте. Всегда вызывают возражения фразы типа: «ясно, как божий день, что»; «конечно, мне незачем вам говорить, что»; «ни один человек в здравом уме не будет отрицать, что»; «я вас могу заверить в том, что...».

Нам очень часто приходится сталкиваться с примерами монологических высказываний. И особое удовлетворение мы получаем тогда, когда, кроме новых знаний, получаем и еще

поистине эстетическое наслаждения от того, как человек владеет **Искусством** слова. Чтобы им овладеть, надо знать и уметь пользоваться **коммуникативными качествами** речи, которым относятся следующие.

**ТОЧНОСТЬ РЕЧИ** обеспечивается:

- знанием предмета;
- логикой мышления;
- умением выбирать нужные слова.

Точность речи может быть предметной и понятийной (коммуникативной). *Предметная точность* обеспечивается тогда, когда говорящий хорошо разбирается в предмете, о котором идет речь. *Точность понятийная* – это высочайший уровень владения словом, когда говорящий находит наиболее точное соответствие конкретного предмета используемым словам, когда он для обозначения предмета может подобрать множество понятий (здесь большое значение имеет синонимия), умеет по-разному рассмотреть его в зависимости от личности адресата речи и ситуации общения.

А.С. Пушкин говорил: «Точность и краткость – вот первые достоинства прозы».

**Лаконизм** – краткость и четкость в изложении мысли – достоинство, которым обладает далеко не каждый. Антон Павлович Чехов приравнивал его к таланту («*Краткость – сестра таланта*»), а Алексей Максимович Горький отмечал: «...*Крайне трудно найти точные слова и поставить их так, чтобы немногим было сказано много, чтобы словам было тесно, а мыслям – просторно*»<sup>1</sup>. Иным носителям языка подобная задача становится не под силу, и тогда их беспомощность проявляется в речевой избыточности – **многословии**. На это явление как на большое зло неоднократно обращали внимание ученые, писатели.

**ПОНЯТНОСТЬ РЕЧИ** связана с эффективностью русского слова. Понятность определяется, прежде всего, отбором речевых средств путем удаления из речи профессионализмов, диалектной лексики, жаргонизмов, терминов.

---

<sup>1</sup> Горький М. Собр. соч. в 30 т. – М., 1953. Т. 24. С. 490.

Употребление в речи иностранной лексики должно быть строго мотивировано, и, конечно же, говорящий должен точно знать их значение.

В процессе общения людям часто приходится разьяснять, как следует понять то, что обсуждается, уточнять, какой смысл имеет то или иное слово, выражение.

Речевая практика выработала несколько способов объяснения слов. Наиболее рациональным способом толкования слов считается *логическое определение*, т.е. определение понятия через ближайший род и видовое отличие. Распространенным является *синонимический способ*, т.е. объяснение с помощью слов, различных по звучанию, но именующих общее значение. Довольно часто применяют *описательный способ*, при котором его смысл передается посредством описания самого предмета, понятия, явления. Поясняя значение слова, иногда хорошо обратиться к его *этимологии* (происхождению).

**ЧИСТОТА РЕЧИ** – отсутствие в ней *лишних слов, слов-сорняков, слов-паразитов*, которые становятся таковыми из-за частого и неуместного их употребления. Эти слова не несут никакой смысловой нагрузки, а просто засоряют речь, затрудняя ее восприятие, отвлекают внимание от содержания высказывания. Подобные слова появляются в нашей речи по многим причинам: это и волнение во время говорения, и неумение мыслить публично, подбирать нужные слова для оформления своих мыслей, и, конечно, бедность словарного запаса.

**БОГАТСТВО И РАЗНООБРАЗИЕ РЕЧИ** будет зависеть от того, каков у человека словарный запас (по подсчетам специалистов, словарный запас образованного человека может составлять до 10 тысяч слов).

Для сравнения можно привести такие цифры: А.С. Пушкин употребил в своих произведениях и письмах более 21 тысячи слов; С. Есенин – 18890, Сервантес – около 17 тысяч слов, Н.В. Гоголь («Мертвые души») – 10 тысяч слов.

Богатство языка определяется и смысловой насыщенностью слова, т.е. его *многозначностью*. Не забудем еще раз подчеркнуть, что русский язык богат *синонимами, антони-*

*мами*, которые делают речь красочнее, разнообразнее, позволяют образно выразить мысль: синонимы могут придавать разный оттенок смысла: *способный – талантливый – гениальный*; антонимы часто выполняют стилистическую функцию создания контраста.

**ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТЬ РЕЧИ** усиливает ее эффективность. Ученые считают, что выразительность может создаваться средствами языка всех его уровней. Позволяют говорящему сделать речь образной, эмоциональной специальные художественные приемы, изобразительные и выразительные средства языка (тропы и фигуры), а также пословицы, поговорки, фразеологические выражения, крылатые слова, потому что они *апеллируют к миру чувств и эмоций аудитории*. В конфликтной ситуации чаша весов часто склоняется в пользу того, кто сумел овладеть эмоциями и чувствами аудитории.

Перечислим наиболее распространенные средства языка, используемые в речи.

**Антитеза** (от греч. *antithesis* – противоположение) строится на основе противопоставления, контраста; лексическая основа – антонимия. Противопоставленные понятия лучше выявляют свою специфику на фоне друг друга: *«Легко подружиться, тяжело разлучиться»*; *«Умный научит, дурак наскучит»*.

**Аллегория** – конкретное изображение предмета или явления, заменяющее абстрактное понятие или мысль. В русской классической литературе распространенный прием в сатирических произведениях (например, аллегорические фамилии таких персонажей, как *Скалозуб, Молчалин, Собакевич* и т.д.).

**Вопросно-ответное единство** – способ диалогизации текста. Информация, оформленная в виде вопросно-ответного единства, актуализируется: *«В чем заключалась красота его научного мировоззрения?... В его научном методе, научном подходе к проблемам всегда ощущалось нравственное начало»* (Д.С. Лихачев).

**Гипербола** (от греч. *hyperbole* – преувеличение) – заключается в количественном усилении интенсивности свойств (признаков) предмета, явления, процесса: *Напугал до смерти; Сто раз слышал; Тысяча извинений! Посмотрит – рублем подарит. «Все флаги в гости будут к нам»*.

**Градация** – интонационно-синтаксический ряд, члены которого постепенно увеличивают нужный автору смысл: «Сила же общественного познания в том, что оно примиряет всех людей, оно не оставляет места для национальной исключительности, для европоцентризма, для азиоцентризма, для обедняющего человеческую культуру превознесения одних эпох перед другими (например, Ренессанса над средневековьем), одного народа над другими и проч.» (Д.С. Лихачев).

**Инверсия** – расположение слов в предложении в ином порядке (обратном), чем установлено нормами грамматики: «Твоих оград узор чугунный».

**Каламбур** (фр. calembour) – игра слов, намеренное соединение в одном контексте двух значений одного и того же слова или использование сходства в звучании разных слов с целью создания комического эффекта. В каламбуре может использоваться полисемия (многозначность), омонимия, синонимия. «В ее твореньях красок нет, А на лице их слишком много» (Вяземский).

**Метафора** (от греч. *metaphora* – перенесение) – представляет собой перенос наименования на основе сходства: «Собакевич был настоящий медведь» (Н.В. Гоголь).

**Метонимия** – состоит в переносе имени с одного предмета или лица на другие, которые ассоциируются по сходности: Вся деревня (все население деревни) над ним смеялась

**Многосоюзие**. Многократно повторяющийся союз усиливает значение каждого компонента конструкции: «Так и Анна Михайловна: она никогда не была во главе Сектора фольклора – ни в Институте этнографии АН СССР, ни в Институте русской литературы ЛИ СССР, но она и аспирантов воспитывала, и мешки для песка во время блокады шила, и об архиве заботилась, и гостеприимство оказывала, и свои капитальные труды писала...» (Д.С. Лихачев).

**Оксюморон** – сочетание противоположных по значению слов: «Но красоты их безобразной я скоро таинства постиг».

**Олицетворение** – состоит в том, что при описании животные и предметы наделяются человеческими мыслями, чувствами, речью: «И звезда с звездою говорит» (М.Ю. Лермонтов).

**Перифраза** – описательный оборот вместо слова или словосочетания: *Город на Неве* – Петербург.

**Подхват** (повтор) – повторение в начале следующей конструкции слов, стоящих в конце предшествующей конструкции. Этим достигается актуализация, усиление смысла повторяемого слова и всей конструкции в целом: «Я действительно очень устал. Устал от тяжелых, напряженнейших матчей, от длительных, утомительных перелетов, от смены часовых поясов, постоянного психологического напряжения и просто от всего, что вокруг» (*Огонек*. 1997. №46).

**Риторический вопрос** – предложение, по форме построенное как вопросительное, но по цели высказывания являющееся повествовательным: «Но, если вы свободны по рождению, зачем вы подставляете шею рабству? Зачем вы помогаете нашим рабовладельцам?» (А.И. Солженицын).

**Синтаксический параллелизм** – сходное построение смежных предложений, благодаря чему они выделяются на общем фоне текста: «Он был красив своим отношением к людям, своей манерой поведения, но он был красив и своими научными взглядами, своим научным мировоззрением» (Д.С. Лихачев).

**Сравнение** – сопоставление явлений, уподобление одного предмета, лица, события другому предмету, лицу, событию на основе выявления общего признака, который благодаря сравнению выходит на первый план: «Гарун бежал быстрее лани, Быстрей, чем заяц от орла» (М.Ю. Лермонтов). Выражается сравнительным оборотом, конструкцией «глагол + существительное в творительном падеже».

**Эпитет** (от греч. *epitheton*, букв. – приложенное, прибавленное). В узком понимании эпитет – это образное определение (прилагательное в переносном значении). Текст, насыщенный эпитетами, очень выразителен: «...и юный град... вознесся пышно, горделиво» (А.С. Пушкин).

**ЛОГИЧНОСТЬ РЕЧИ** – ее структурно-смысловое качество, означающее организованность высказывания в соответствии с законами логики и композиционной оптимальности. *Логичность* – это умение должным образом организовать последовательность текста, раскрытие проблемы или движение сю-

жета по схеме: а) введение (вступление) – 1\12 часть общего объема; б) развитие мысли в ходе основного рассуждения – 5\6 текста и в) заключение, сводящее воедино основные итоги. В конце обычно формулируется вывод или призыв, ради которого произносилась речь.

Логичен текст, предложения которого строятся в соответствии с числом Ингве-Миллера: 7+/- 2. Именно столько слов должно быть во фразе. Когда их меньше, возникает ненужная дробность, увеличение приводит к затруднению смыслового восприятия.

Наиболее частые логические ошибки в речи.

1. Излишне дробный текст или, наоборот, нагромождение чересчур длинных предложений, смысл которых теряется по мере чтения или произнесения придаточных конструкций.

2. Синтаксическая несогласованность фраз, нередко как результат неверного оформления перечней: «Праздничный костер, на который соберут весь хворост с улицы и пригласят ветеранов» (объявление). Причиной нелогичности высказывания, искажения смысла является смешение неоднородных понятий, которые не могут быть однородными членами предложения. Например, в другом рекламном объявлении читаем: «Гарантируем полное излечение алкоголиков и других заболеваний».

3. Смысловые искажения могут возникнуть из-за внесения в речь анафорических местоимений: «У ивы стояла девушка, она покачивалась и скрипела от ветра».

4. Проявление двусмысленности исключает понимание; в подобных случаях, как правило, используется нежелательная омонимия: «Пою мое отечество» – заявляет ... продавщица пивного ларька.

Логические ошибки – большое зло. Они не только порождают неточность в речи, но и ведут к абсурдности, неуместному комизму. Например, если поверить рекламе одного чудодейственного средства: «Фирма гарантирует уменьшение веса на сто процентов», тогда во что же превратится клиент?!



Нарушение логики – это, прежде всего, неоправданность внутренних ожиданий. Первый закон логики – закон тождества – гласит, что всякая мысль имеет одно содержание, будучи взятой в конкретном месте и в конкретном отношении.

### **6.8. Требования, предъявляемые к речи выступающего**

1. Владение орфоэпическими нормами (четкое произношение каждого звука, каждого слова, каждой фразы, правильная постановка ударения, безукоризненное произношение звуков и прочее), ритмико-интонационными средствами языка и безукоризненное знание грамматики русского языка.

2. Владение коммуникативными качествами речи.

3. Логичность и речи.

4. Выразительность речи.

5. Хорошее выступление – выступление цельное в ритмико-интонационном отношении. Но в то же время внутри этого единого ритмико-интонационного целого должно быть разнообразие. Монотонность притупляет внимание, однообразие ритма и интонации отрицательно сказывается на восприятии. Поэтому хорошая воздействующая речь выдержана в определенной стилевой манере от начала до конца, что делает этот текст цельным и целым. В то же время единая стилевая манера предполагает элементы разнообразия: увеличение или замедление темпа, разнообразные интонационные контуры. Поэтому написанные при подготовке отрезки текста следует обязательно прочитывать вслух, по крайней мере – проговаривать «про себя». Именно интонация, ритм речи подскажут, где ограничить объем конструкции или, наоборот, увеличить его, где переставить слова и т.п. Подчеркнем: говоря о лексике и синтаксисе, мы подразумеваем в данном случае благозвучность текста, гармонию ритма, а не контактоустанавливающие особенности, о которых говорилось выше.



## **ТЕМА 7.**

---

### **Официально-деловой стиль**

#### **7.1. Национальный характер и интернациональные свойства русской официально-деловой письменной речи**

Официально-деловые отношения, при которых участники коммуникации выступают в качестве носителей социальных функций, обслуживаются соответствующим стилем русского литературного языка. Ситуации такого общения типичны, однако многие люди подчас теряются и испытывают затруднения, оттого что не знают точно, как правильно вести себя в таких обстоятельствах, как правильно оформлять документы, как с ними работать.

На устную деловую речь оказывает существенное влияние разговорный стиль. Но стиль деловых бумаг очень строг. Он не допускает никаких вольностей в составлении документов (иначе они таковыми не считаются), требует четкой организации текста, оформления его по существующим правилам. Нормативные требования официально-делового стиля являются основой делопроизводства.

Эти правила сложились на протяжении многих веков, их традиции имеют глубокие исторические корни и национальные особенности. Развитие государственности связано было с необходимостью документального закрепления правовых отношений во всех сферах человеческой деятельности. Бурное развитие бизнеса в последнее время внесло ряд существенных изменений в форму и содержание деловой документации, увеличило типы деловой корреспонденции (например, резюме – особый тип документа, который должен уметь составлять

любой специалист при устройстве на работу), разнообразило речевые модели. Однако это ни в коем случае не предполагает отказа от традиций, установившихся в официально-деловом письменном стиле. Наоборот, все новое должно быть соотносено и скоординировано в соответствии с уже выработанными и закреплёнными правилами делопроизводства.

Кроме *исторической преемственности* русского делопроизводства, мы должны учитывать и *интернациональные свойства* официально-деловой письменной речи. Это следствие того, что оно призвано решать универсальную в мировом аспекте задачу – служить инструментом делового общения. К служебной информации предъявляются универсальные требования **достоверности, актуальности, убедительности и полноты**.

В рамках официально-делового стиля выделяется три подстиля:

1) *собственно официально-деловой* (или канцелярский – распоряжения, приказы, служебная переписка, заявления, характеристики, доверенности, расписки и т.д.),

2) *юридический* (язык законов и указов, реализующихся в законодательстве, в экономике, в управленческой деятельности),

3) *дипломатический* (международный договор, нота, меморандум – документы, ориентированные на достижение договоренности с учетом особой «этикетной» природы дипломатических формул).

Мы будем рассматривать собственно официально-деловую речь, поскольку по масштабам своего распространения она затрагивает широкие массы граждан.

## **7.2. Сфера функционирования официально-делового стиля и его основные черты**

Официально-деловой стиль – это функциональная разновидность литературного языка, основной сферой реализации которой является административно-правовая деятельность в письменной форме, однако может иметь и устную разновид-

ность. Целью общения в данном стиле являются предписания, указания, передача информации или убеждение (реклама, письмо-оферта). Официально-деловой стиль делится на подстили: *дипломатический* (конвенция, нота, меморандум), *законодательный* (закон, конституция, устав, акты), *управленческий* (заявления, приказы, доверенности). Разнообразны жанры этого стиля: расписка, доверенность, заявление, справка, отчет, деловое письмо, объявление и многие другие.

**Характерными чертами являются:**

- **объективность** (является ведущим принципом, поскольку данная коммуникация предполагает поиск взаимовыгодных решений, чему способствуют нейтральный тон и отсутствие авторского отношения посредством экспрессивных и оценочных языковых единиц);
- **точность** (предполагает использование однозначных слов в прямом значении, терминов или терминализированных средств языка (например, *истец, постановление* и т.д.), частые лексические повторы, избегание неясностей и синонимических замен);
- **ясность** (выражается в использовании книжной общепонятной лексики; а также в обилии уточняющих оборотов);
- **стандартизованность** (обеспечивается закреплением правил составления документов в ГОСТах, созданием текста документа по образцу, употреблением устойчивых оборотов, воспроизводимых в неизменном виде; стандартизация языковых средств может выступать как юридически значимый компонент текста (при нарушении этого требования документ теряет юридическую силу), может определять его видовую принадлежность, а также упрощает подготовку и восприятие документа);
- **полнота изложения** (предполагает высшую степень насыщенности информацией, что выражается в использовании развернутых и сложных синтаксических конструкций).

Ситуации правовой и административно-общественной деятельности типичны, однако многие люди подчас теряются и ис-

пытывают затруднения, оттого что не знают точно, как правильно вести себя в таких обстоятельствах, как правильно оформлять документы, как с ними работать. Поэтому навыки владения данным стилем речи актуальны для широких слоев населения.

### **7.3. Документы и их функции. Правила оформления документов**

*Документ – это текст, управляющий действиями людей и обладающий юридической значимостью.*

Предметная точность документа – это точность факта или явления. Помимо этого, к документу предъявляется требование коммуникативной точности. Она предполагает адекватность замысла и понимания, что достигается, как мы уже указывали, путем четкого отбора языковых средств, отказа от непонятной адресату лексики, строгости в выборе этикетных формул.

Процесс унификации и стандартизации охватывает все уровни деловых документов – от его оформления до языка. *Унификация* (единообразие) необходима для сокращения количества документов, типизации их форм, удобства работы с ними. *Стандартизация* – форма юридического закрепления унификации: для каждого вида документов существуют свои правила оформления, предусмотренный государственным стандартом – ГОСТом. Все это позволяет моделировать любой документ с использованием типовых блоков, которые представляют собой клишированные части текста (представление сторон, предмет договора, порядок расчета, обязанности и права сторон, срок действия договора).

Выбор жанра документа обуславливает необходимость знания формы соответствующего документа, который включает три главных параметра: набор реквизитов, их последовательность и расположение.

Информацию в документе несут все элементы оформления текста – *реквизиты* – это обязательные информационные элементы документа, строго закрепленный за определенным местом на

бланке, листе. *Наименование, дата, регистрационный номер, сведения о составителе* и т.д. постоянно располагаются в одном и том же месте – первые три в верхней части, а последний – в нижней части листа после подписей. Число реквизитов бывает различным и зависит от вида и содержания документов.

Совокупность реквизитов документа называют формуляром.

Построение текста документа тоже имеет свои схемы.

**Трафарет** (или *образец-матрица*), для которого характерны следующие параметры: а) набор реквизитов; б) их последовательность; в) их расположение на листе или бланке. Для таких документов существуют готовые бланки (*доверенность, справка, договор*).

**Тексты-аналоги**. Среди них могут быть *образцы-модели*, в которых фиксируют первые два параметра (*заявление*), и *образец-схема* – только первый (*объяснительная записка*).

**Линейная запись** – запись, обладающая самостоятельностью в оформлении мысли (*автобиография, заявление, объяснительная записка, инструкция*).

**Анкета** – перечень ответов на заранее поставленные вопросы.

**Таблица** – совокупность данных, представленная в цифровой или словесной форме и занесенная в графы таблицы (*табеля, расписания*).

## 7.4. Языковые особенности

Важнейшие черты официально-делового стиля проявляются на различных уровнях.

1. На уровне лексики для официально-делового стиля характерно:

- употребление полных наименований, точных дат;
- использование *терминов и профессиональных слов*, не имеющих синонимов в общеупотребительной лексике (*ответчик, приказ, протокол, налогоплательщик*), и *канцеляризмов* и *речевых штампов* – воспроизводимых лексико-фразеологических единиц, которые за пределами данного стиля не употребляют-

ся (*надлежащий, нижеподписавшийся, вышеуказанный; принимая во внимание, в целях обеспечения в соответствии с постановлением*). Формула «типовая ситуация – стандартизованная речевая манера» обуславливает использование стандартных средств и помогает обеспечить ту степень точности, которая отличает документ от любой другой бумаги;

- **ограничение возможностей лексической сочетаемости слов:** *служебное письмо – составляется (не пишется, не посылается), приказ – издается, должностные оклады – устанавливаются, контроль – возлагается;*

- недопустимость употребления **лишних слов и тавтологии:** *прейскурант цен, в январе месяце;*

- умеренное и правильное употребление **иноязычной лексики** с акцентом на использование русских эквивалентов (например, вместо *пролонгировать договор* лучше использовать русский эквивалент *продлить договор*);

- широкое использование аббревиатур;

- запрет на употребление **сниженной, разговорной лексики**, а также **эмоционально окрашенных слов**.

## 2. На уровне грамматики:

- **отсутствие личных местоимений**, особенно 1 и 2-го лица и соответствующих личных форм глагола, вместо которых используются собственные имена, собственные наименования или специальные обозначения (*Заказчик, Исполнитель*), за исключением таких документов, как заявления, доверенности и приказы, которые составляются от 1 лица (*Я, Кузнецова Валентина Михайловна, доверяю..., Приказываю создать комиссию...*); в служебных документах не используется местоимение **он**, так как это может стать показателем неуважения или фамильярности;

- **преобладание имен существительных:** *вкладчик, квартиросъемщик; отглагольных существительных – погашение кредита, выполнение договоренности; собирательных существительных выборы, дети; существительных, называющих лиц по профессии (в мужском роде) и социальному положению – начальник смены Дорохова, служащие*). Обратим внимание на необходимость



строгого различения категорий одушевленных и неодушевленных существительных. Если пренебречь этими рекомендациями, то тексты получаются нелепыми, например: объявление в маршрутном такси: *Разрешается провозить одного ребенка в возрасте до 7 лет на отдельном месте в целях его безопасности (безопасности места?)* или объявление в магазине: *В продаже имеется антикварный столик для дам с кривыми ножками (!!!);*

- большинство форм глагола выступают в значении **долженствования** (*считать, зачислить*), а также в значении **констатации** (*комиссия постановила*);

- широкое использование **сложных предлогов**, при этом особенно важно учитывать закрепленность этих предлогов за определенной падежной формой:

<b>Ошибочно</b>	<b>Правильно</b>
согласно приказа согласно положения благодаря достигнутого уровня вопреки сложившегося мнения	согласно приказу согласно положению благодаря достигнутому уровню вопреки сложившемуся мнению

### Употребление предлогов и предложных сочетаний

<b>Употребляются с родительным падежом (чего?)</b>	<b>Употребляются с дательным падежом (чему?)</b>
<i>в отношении во избежание в целях вследствие ввиду в силу в сопровождении впредь до за счет касательно насчет независимо от относительно по мере по причине в подтверждение и т.д.</i>	<i>благодаря согласно вопреки</i>

- *прямой порядок слов* в предложениях официально-делового стиля отличается строгостью и консерватизмом;
- *осложнение* простого предложения *сложными синтаксическими конструкциями с однородными членами, причастными, деепричастными оборотами и уточнениями*. Они могут разрастаться (особенно в приказах, постановлениях, распоряжениях) до абзаца, иногда – страницы. Есть жанры, в которых текст равен предложению (служебная записка, телеграмма, приказ, постановление);
- использование *цепочек родительных надежд*: Участники конференции подчеркнули важность укрепления режима нераспространения ядерного оружия; распоряжение Главы администрации Президента
- широкое использование *простых безличных предложений со значением необходимости, обязательности, приказа*, которые исключают различного рода интерпретации и оценки (*необходимо создать, поручить выполнение, предоставить документы*).
- четкое *членение* текста на смысловые блоки, обычно с использованием подзаголовков и цифрового оформления пунктов;
- соответствие сокращений слов действующим правилам орфографии и пунктуации. Только в конце предложения при перечислениях можно сокращать слова **и т.д., и т.п., и пр.** Разрешается сокращать союз *то есть* – **т.е.** Могут сокращаться названия ученых степеней и званий, наименование должностей: **проф.** Иванов, **канд. пед. наук** Лебедева. Причем сокращения должны заканчиваться на согласную. Сокращения **г.** (город) не употребляются с наименованиями *Москва* и *Санкт-Петербург*.

## 7.5. Этика деловых документов

Необходимо помнить об особенностях языка документации, носящих этикетный характер.

Во-первых, это **обязательное использование прописной буквы в личном и притяжательном местоимении** в качестве вежливого обращения к одному лицу: *В соответствии с Вашим приказом..., Прошу Вашего разрешения....*

Во-вторых, это **способ** изложения: в документах, составленных от имени организации, ее филиала или структурного подразделения, используется **форма третьего лица**: *Министерство считает возможным....* Употребление **формы первого лица** указывает на автора как представителя организации: *Напоминаем что....*

В-третьих, желательно **употребление восклицательного знака** только при обращении к адресату:

*Уважаемый Юрий Петрович!*

В-четвертых, **включение в формулу обращения фамилии** адресата придает тексту документа вежливо-официальный оттенок, а **указание только на имя** и отчество – личный характер.

В-пятых, ранее употреблявшееся **обращение** товарищ вытесняется словом *господин*, используемым в мировой практике. Слово *гражданин* применяется тогда, когда лицо рассматривается как субъект гражданских правоотношений.

В-шестых, **употребление вводных слов и словосочетаний** является вежливым. Особенно важно помнить об этой «палочке-выручалочке», когда в документе содержится порицание или отказ от сотрудничества, которые не должны в дальнейшем осложнить отношения с коллегой или потенциальным партнером. Сравните два варианта: *«Фирма не может принять Ваше предложение...»* и *«К сожалению, фирма не может принять Ваше предложение»*. Согласитесь, что второй вариант значительно снижает напряженность текста. Следует учитывать, что служебные документы пишутся в **нейтральном доб-**

*рожелательном тоне, не допускают иронизирования, проявления грубости, использования вычурных оборотов с выражением чрезмерной вежливости.*

Вопросы этики отношений между партнерами в деловой переписке проявляется в необходимости соблюдения ряда требований, предъявляемых к обеим сторонам.

Так, составителям деловых писем не рекомендуется:

- использовать слова «Срочно», «Незамедлительно», «В возможно более короткие сроки». Более приемлемыми являются формулы типа «Прошу Вас ответить до такого-то числа», «Убедительно прошу Вас сразу же сообщить о своем решении»;
- навязывать адресату желаемый ответ, например: «Прошу изучить и решить вопрос положительно» или «Прошу утвердить эту кандидатуру» – вместо этого: «Прошу изучить и решить вопрос», «Прошу рассмотреть эту кандидатуру»;
- намекать получателю письма на его мнимую невнимательность, вводя в заключительный текст письма следующую формулировку: «Предлагаю внимательно изучить...»;
- начинать послание с констатации отказа. Вначале следует изложить мотивацию принятого решения и подчеркнуть, что при определенных обстоятельствах к рассмотрению вопроса можно вернуться.

Для получателя официальной корреспонденции обязательным требованием, с точки зрения этических норм, является оперативный и четкий ответ адресанту. Задержка или отсутствие ответа может расцениваться как нежелание сотрудничать или пренебрежение отношениями.

Безусловным нарушением этических норм деловой переписки является размещение ответной информации на самом письме-запросе, письме-предложении.

## 7.6. Реклама в деловой речи. Особенности языка рекламы

*Реклама обладает чудодейственной силой:  
она заставляет людей нуждаться в том,  
о чем они раньше даже и не слышали.*

*Марти Ларни*

Слово «**реклама**» происходит от латинского «*reclamo*» – «громко кричать» и представляет собой:

1. информацию о потребительских свойствах товаров и различных видах услуг с целью их реализации, создания спроса на них;

2. распространение сведений о лице, организации, произведении литературы и искусства и т. п. с целью создания им популярности.

Рекламная деятельность как составная часть маркетинговой политики способствует продвижению товар и услуг на потребительском рынке. Ее **адресаты** – потенциальные клиенты, круг которых очень широк: от торговых и производственных предприятий до широких масс населения. **Средства** передачи информации – зрительная, слуховая и комбинированная (зрительно-слуховая) реклама. Действенность рекламы заключается в удовлетворении материальной или психологической потребности человека, а предоставляемая информация убеждает нас, что именно данный товар (услуга) соответствует этим нашим потребностям. Но, как пишут Вайль П. и Генис А., «...рекламу нельзя принимать напрямую. К ней следует относиться как к произведению искусства. Содержание рекламы не равнозначно предмету, который она стремится продать. Ее смысл всегда шире того, что мы видим на поверхности»<sup>1</sup>. Таким образом, основной мотив рекламной деятельности – воздействие на общественное сознание и возбуждение интереса путем скрытого управления.

---

<sup>1</sup> Цит. по: Казарцева О.М., Вишнякова О.В. Письменная речь. Учебное пособие. – М., 1998. С. 235.

Написать хороший текст рекламы – большое искусство. Основные требования – это максимум информации при минимуме слов. Текст должен быть простым и доходчивым, конкретным и убедительным, лаконичным и оригинальным. Рекламный текст – особый вид делового текста, в котором объект рекламы представляется как товар (его надо приобрести, посетить, посмотреть, за него надо проголосовать). Поэтому **текст** рекламы должен состоять из перечня привлекательных сторон товара и призыва приобрести его.

Он строится по следующему шаблону:

- **логотип** – символ, обозначающий производителя товара;
- **заголовок** – привлекает внимание, информирует и убеждает;
- **лозунг (слоган)** – ударная строка в композиции: он всегда ярко и красочно выделен, потому что должен привлечь внимание: *Зачем платить больше?*;
- **зачин** (или *серия зачинов*) – фраза, сообщающая нечто важное (пользу предложения), заставляющая Вас соотнести предложение с Вашими желаниями, настраивает на получение информации развернутой информации;
- **основная часть** содержит подробности о достоинствах предмета рекламы и формируется представлением о необходимости последовать призыву путем аргументации, причем рифмованные тексты усиливают ее действенность;
- **заключение** – рекламный текст с *этикетными формулами, адресом и номером телефона*.

Надо отметить, что в **оформлении** рекламы<sup>1</sup> важны разные нюансы. Гораздо эффективней оказывается четырехцветная реклама по сравнению с черно-белой. Кроме того, используются броские сочетания цветов: зеленый на красном, черный на желтом. Цвета красный, оранжевый, желтый и белый придают предметам больший вид, а синий и зеленый производят обратное впечатление. Толстый шрифт ассоциируется с надежностью, тонкий – с изяществом. Объявление в рамке

---

<sup>1</sup> Подробнее см.: Шейнов В.П. Психология влияния. – М., 2002.

привлекает больше внимания, чем такое же, но без рамки. Эффект от четырехразового повторения слогана в полтора раза выше, чем от однократного. Фон также имеет огромное влияние на подсознание, особенно музыкальный. Несомненным манипулятивным приемом является рекламирование товара на фоне брендов известных фирм.

Во многих рекламах видеоряд имеет первостепенное значение. Часто используются сюжеты со знаменитыми и любимыми персонажами (артистами, просто известными и узнаваемыми людьми, героями сказок и мультфильмов, животными).

Стили рекламы могут быть разнообразными: публицистический, научно-деловой, разговорно-деловой, научно-популярный. Но на первое место всегда выходит **Его Величество СЛОВО**:

- преимущественно используются слова с положительной эмоциональной окраской: *красота, здоровье, радость, энергия, выгодно, надежный, восхитительный, неповторимый*. Скрытым образом понижают настроение слушателей негативно окрашенные слова: *неудача, расходы, проблемы*. Каждое слово в тексте проверяется на предмет вызываемых им ассоциаций. Показательны, например, такие случаи: фирма выпустила на латиноамериканский рынок автомобиль и назвала его «Чеви-Нова», но он не пользовался спросом. Пришлось потратить немало средств на расследование, и было установлено, что по-испански «нова» означает «она не едет». По аналогичным причинам отечественный автомобиль «Жигули» переименовали в «Ладу». Для французов первоначальное название ассоциировалось со словом «жиголо» – сутенер, а в арабском языке оно означает «фальшивый»<sup>1</sup>;

- образность, афористичность, использование поговорок, крылатых выражений, строк из популярных песен. Реклама должна вызывать только положительные эмоции, поэтому исключаются штампы, канцеляризм, избитые фразы;

---

<sup>1</sup> Примеры взяты из кн.: Трофимова Г.К. Русский язык и культура речи. Курс лекций. – М., 2005. С. 5-6.

- мотивирующий характер рекламы выражается, как правило, в ссылке на авторитет. Но, к сожалению, существуют недобросовестные рекламодатели, которые используют авторитет и популярность известных людей для продвижения на рынке своих некачественных товаров, в частности лекарств, наносящих непоправимый ущерб здоровью «доверчивого покупателя».

Существует ряд языковых приемов, применяемых в рекламных текстах<sup>1</sup>.

- Сегментированный список, состоящий из словосочетаний: *Товары из Европы. Высокое качество. Низкие цены.*

- Парцелированные рекламные конструкции: первое предложение называет товар с помощью существительного, последующие – описывают его с помощью глаголов и прилагательных: *Препарат... Применяется... Содержит... Эффективен... Удобен...*

- Использование отглагольных существительных: *Подготовка и монтаж под ключ.*

- Учет личности адресата рекламируемого товара выражается в формах обращения: *Не дай (ты-обращение) себе засохнуть!*

Это примеры действенности рекламы. Но и в этом бизнесе бывают промахи. Как ни странно, по результатам опросов, большинство наших соотечественниц говорит о том, что слоган в рекламе парфюмерной фирмы «L`Oreal» «*Ведь ты этого достойна!*» оставляет неприятный осадок<sup>2</sup>. В чем же тут дело? Все очень просто. Эта реклама предназначалась французенкам с их высоким уровнем жизни. Но вот реклама пришла в Россию, где доходы населения низкие и покупка этой парфюмерии по карману далеко не всем гражданам. Поэтому слова «*Ведь ты этого достойна!*» воспринимаются как издевка: не можешь купить – значит, недостойна. От этого сознания настроение действительно портится бесповоротно. Или рек-

---

<sup>1</sup> Сидорова М.Ю., Савельев В.С. Русский язык. Культура речи. Конспект лекций. – М., 2005. С. 138-139.

<sup>2</sup> Там же. С. 686.



лама чистящего средства<sup>1</sup>. В ней соседка, которую, как всегда, блистательно сыграла Ульянова, бесцеремонно обращается к молодой женщине: «Милочка! Ты не тем чистишь!». Многие женщины оценили эту рекламу негативно, потому что героиня Ульяновой напоминала им бестактную свекровь с ее бесцеремонными поучениями. Претензии за неудачную рекламу надо предъявлять недалёковидным авторам, которые не учли возможности такой параллели.

Вместе с тем в погоне за действенностью рекламных текстов их создатели порой прибегают или к «рискованным» с точки зрения общепринятых моральных норм переосмысления слов (реклама майонеза «на перепелиных яйцах»), или к нарушению норм литературного языка. Среди последних можно выделить *специальные, осознанно использованные* отступления от норм (реклама тарифа «зачОт – супервыгодное предложение для студентов от МТС») и *неспециальные, допущенные* вследствие коммуникативной некомпетентности, например: подсолнечное масло «Золотая семечка» (слово «семечко» среднего рода), «Подскальзываетесь?» (нормативный глагол «поскользнуться» – «поскальзываться»), «Не слышно музыку? Смени наушники!» («не слышно» чего?). Нестрогое отношение к языковым средствам могут привести к двусмысленности рекламного текста: «Клиника по лечению от наркозависимости. Не ждите, когда беда придет к Вам. Обратитесь к нам, и мы Вам поможем!». В ЧЁМ? Ускорить приход беды?

Ошибки в рекламных текстах многократно тиражируются. Они усваиваются нами на подсознательном уровне, и даже с грамотными людьми могут сыграть «злую шутку».

Мы рассмотрели как положительные, так и отрицательные примеры рекламы. Но в любом случае надо помнить: рекламодатель – это манипулятор, а мы – обезличенные объекты его психологического воздействия. Зная, как и по каким законам создается реклама, не доверяйте ей безоглядно!

---

<sup>1</sup> Сидорова М.Ю., Савельев В.С. Русский язык. Культура речи. Конспект лекций. – М., 2005. С. 687.



## ТЕМА 8.

---

### Научный стиль

#### 8.1. Функционально-стилевой состав книжной речи

*Научный стиль. Специфика элементов всех языковых уровней в научной речи*

Научный стиль речи — одна из функциональных разновидностей общелитературного языка, обслуживающая сферу науки и производства. Его главная функция — не только передать логическую информацию, но и доказать ее истинность, новизну, ценность. Вторая функция — активизация логического мышления читателя или слушателя, которая приобретает в научно-учебном подстиле первостепенное значение.

Научный стиль делится на *подстили*:

- собственно-научный — наиболее строгий, точный; им пишутся диссертации, монографии, статьи научных журналов, энциклопедии;
- научно-популярный — им пишутся научные статьи в газетах, научно-популярных журналах, научно-популярные книги;
- научно-учебный — учебная литература по разным предметам для разных типов учебных заведений, справочники, пособия).

Реализуясь преимущественно в *письменной форме*, но может быть представлен и в устной. Основными жанрами (**жанр** — типизированная форма организации речи, отличающаяся заданным характером речевой деятельности) этого стиля являются *статья, реферат, аннотация, резюме, рецензия, лекция* и т.д.

Сфера научного общения требует точного, логичного, однозначного выражения мысли. Общими **внеязыковыми**

**свойствами** научного стиля речи, его **стилевыми чертами**, обусловленными абстрактностью (понятийностью) и строгой логичностью мышления, являются:

- **Обобщенность, отвлеченность, абстрактность изложения.** Почти каждое слово выступает как обозначение общего понятия или абстрактного предмета. Отвлеченно-обобщенный характер речи проявляется в отборе лексического материала (существительные преобладают над глаголами, используются общенаучные термины и слова, глаголы употребляются в определенных временных и личных формах) и особых синтаксических конструкций (неопределенно-личные предложения, пассивные конструкции).

- **Логичность изложения.** Между частями высказывания имеется упорядоченная система связей, изложение непротиворечиво и последовательно. Это достигается использованием особых синтаксических конструкций и типичных средств межфразовой связи.

- **Точность изложения.** Достигается использованием однозначных выражений, терминов, слов с ясной лексико-семантической сочетаемостью.

- **Доказательность изложения.** Рассуждения аргументируют научные гипотезы и положения.

- **Объективность изложения.** Проявляется в изложении, анализе разных точек зрения на проблему, в сосредоточенности на предмете высказывания и отсутствии субъективизма при передаче содержания, в безличности языкового выражения.

- **Насыщенность фактической информацией,** что необходимо для доказательности и объективности изложения.

Названные особенности научного стиля находят выражение в его языковых характеристиках и определяют системность собственно языковых средств этого стиля. Научный стиль речи включает в себя языковые единицы трех типов.

1. Лексические единицы, обладающие *функционально-стилевой окраской* данного стиля. Это особые лексические единицы, синтаксические конструкции, морфологические формы.

2. *Межстилевые единицы*, то есть стилистически нейтральные языковые единицы.

3. *Стилистически нейтральные языковые единицы*, преимущественно функционирующие именно в данном стиле.

### *Лексика научного стиля*

1. Так как ведущей формой научного мышления является понятие, то и почти каждая лексическая единица в научном стиле обозначает понятие или абстрактный предмет. Точно и однозначно называют специальные понятия научной сферы общения и раскрывают их содержание особые лексические единицы – термины (90 % лексики). **Термин** – это слово или словосочетание, обозначающее понятие специальной области знания или деятельности и являющееся элементом определенной системы терминов. К термину предъявляются следующие требования: однозначность, стилистическая нейтральность и системность. По своей принадлежности к области научных знаний термины можно условно разделить на две группы: 1) узкоспециальные и 2) общенаучные.

2. Обобщенность, абстрактность изложения в научном стиле на лексическом уровне реализуется в употреблении большого количества лексических единиц с абстрактным значением (**абстрактная лексика**).

3. Научный стиль имеет и свою фразеологию, включающую составные термины: *солнечное сплетение, глухие согласные*, а также различного рода клише: *заключается в ..., представляет собой ..., состоит из ..., применяется для ...* и пр.

### *Морфология научного стиля*

Языку научного общения присущи и свои грамматические особенности. Отвлеченность и обобщенность научной речи проявляются в особенностях функционирования разнообразных грамматических единиц.

1. Названия понятий в научном стиле преобладают над названиями действий, это приводит к большому употреблению **существительных**. Формы единственного числа имен

существительных используются в значении множественного числа: *Волк – хищное животное из рода собак*. Вещественные и отвлеченные существительные нередко употребляются в форме множественного числа: *смазочные масла, шумы в радиоприемнике, большие глубины*.

2. В научном тексте преобладают глаголы абстрактной семантики: *существовать, происходить, иметь, появляться, изменять(ся), продолжать(ся) и пр.* Для научной речи характерно использование глагольных форм с ослабленными лексико-грамматическими значениями времени, лица, числа, что подтверждается синонимией структур предложения: *перегонку производят – перегонка производится; можно вывести заключение – выводится заключение* и пр. Имеется значительная группа глаголов, выступающих в качестве компонентов глагольно-именных сочетаний, где главная смысловая нагрузка приходится на имя существительное, обозначающее действие, а глагол передает грамматическое значение наклонения, лица и числа: *приводить – к возникновению, к гибели, к нарушению, к раскрепощению; производить – расчеты, вычисления, наблюдения*.

3. Еще одна морфологическая особенность научного стиля состоит в использовании настоящего вневременного, что необходимо для определения свойств и признаков исследуемых предметов и явлений: *При раздражении ... наступают сокращения. Углерод составляет ....*

4. Отвлеченность и обобщенность научной речи проявляется в том, что более частотными становятся формы *несовершенного вида* глагола (около 80%), поскольку выражают более отвлеченно-обобщенное значение. Немногие глаголы *совершенного вида* используются в устойчивых оборотах в форме будущего времени, которое синонимично настоящему вневременному: *рассмотрим..., уравнение примет вид*. Многие глаголы несовершенного вида лишены парных глаголов совершенного вида: *Металлы легко режутся*.

5. В научном стиле практически не используются формы 2-го лица и местоимения *ты, вы*, а наиболее частотны отвлеченные по значению формы 3-го лица и местоимения *он, она*,

оно. Местоимение *мы*, кроме употребления в значении так называемого авторского *мы*, вместе с формой глагола часто выражает значение разной степени отвлеченности и обобщенности в значении "мы совокупности" (я и аудитория): *Мы приходим к результату. Мы можем заключить.*

### Синтаксис научного стиля

1. Для синтаксиса научного стиля речи характерна тенденция к **сложным построениям**, что способствует передаче сложной системы научных понятий. Для этой цели используются предложения с *однородными членами* и обобщающими словами при них.

2. В научных текстах распространены разные типы сложных предложений, в частности с использованием *составных подчинительных союзов*: *вследствие того что; ввиду того что, в то время как* и пр.

3. Средствами связи частей текста служат *вводные слова и сочетания*: *во-первых, наконец, с другой стороны*, указывающие на последовательность изложения. Для объединения частей текста, в частности абзацев, имеющих тесную логическую связь друг с другом, используются указывающие на эту связь слова и словосочетания: *таким образом, в заключение* и пр.

4. Предложения в научном стиле преимущественно повествовательные с прямым порядком слов. Вопросительные предложения в редких случаях используются для привлечения внимания к какому-либо вопросу.

5. Обобщенно-абстрактный характер научной речи, вневременной план изложения материала обуславливают употребление определенных типов синтаксических конструкций: *неопределенно-личных, обобщенно-личных и безличных предложений*. Действующее лицо в них отсутствует или мыслится обобщенно, неопределенно, все внимание сосредоточено на действии, на его обстоятельствах. Неопределенно-личные и обобщенно-личные предложения используются при введении терминов, выведении формул, при объяснении материала в примерах (*Скорость изображают направленным отрезком; Рассмотрим следующий пример; Сравним предложения*).

## 8.2. Структурно-тематическая организация научного текста

Логичность научной речи ярко проявляется в организации текста. В научной и учебно-научной литературе, главная цель которой заключается в передаче объективных знаний об окружающей действительности, последовательном раскрытии системы понятий. Существуют устойчивые закономерности в характере и способах предъявления этих понятий, раскрытии их существенных сторон, связей друг с другом, что определяет логико-смысловую специфику научных и учебно-научных текстов и относительную жесткость в расположении их компонентов.

В научном стиле речи большую роль играет способ изложения информации. Информация может быть изложена (передана, представлена) четырьмя способами — это *описание, повествование, рассуждение и доказательство*. Каждый из этих способов имеет четкую структуру построения текста.

**Описание** — это способ изложения, цель которого — информировать об объекте, о процессах и явлениях. **Определение** (формулировка) — это максимально краткое описание, цель которого — назвать главные и отличительные признаки объекта; текст определения обычно представляет собой одно, как правило, сложное предложение. **Инструкция** — это описание, цель которого — дать правила, определяющие обязательную последовательность действий при выполнении определенной работы, руководство к действию. Текст-инструкция оформляется повторением одной и той же синтаксической конструкции.

**Повествование** — это способ изложения, цель которого — представить объект в развитии. Повествование характеризуется строгой последовательностью и логичностью.

**Рассуждение** — это способ изложения, цель которого — показать процесс получения нового знания о любых объектах действительности и сообщить само это знание (как результат) путем логического вывода. Предметом изложения при рассуждении выступает процесс получения знания.



**Доказательство** – это особый способ изложения материала, посредством которого подтверждается (или опровергается) истинность знаний.

### 8.3. Особенности научно-информативных текстов

Научно-информативные тексты в краткой форме передают основное содержание исходного научного текста путем его переработки, поэтому они являются вторичными. Трансформация исходного текста, его упрощение и переформулирование основных положений приводит к тому, что содержание выступает в новом качестве. Разные типы воспроизведения исходного текста – подражание образцам – древнейшие виды работы, которые считались у древних греков одним из важнейших способов обучения красноречию.

Рассмотрим подробнее способы трансформации текстов.

Задача **сжатого изложения** – передать содержание кратко. Это задача не из легких, поэтому придерживайтесь следующих рекомендаций.

1. Для того чтобы понять текст, необходимо разбить его на смысловые блоки и выделить те из них, которые несут основную смысловую нагрузку.

2. Исключив из них или сократив до минимума информацию обеспечения (примеры, аналогии, уточнения, пояснения, ссылки и др.) и связав оставшийся материал «своими словами», получаем **конспект** текста.

3. Поставив к каждому смысловому блоку текста-конспекта вопрос «О чем говорится в этой части?» и найдя в тексте ответы, получаем **тезисы** текста.

4. Характеризуя структуру текста. Приводя основные положения (тезисы) автора и отражая ход его мысли, получаем **реферат**.

5. Сокращая тезисы, представляя их основными опорными словами и словосочетаниями, получаем **план** текста.

6. Объединяя словосочетания, вошедшие в план текста, получаем **справочную аннотацию**. Дополняя справочную ан-

нотацию кратким упоминанием основных тезисов и оценивая аннотируемое произведение, получаем **рекомендательную аннотацию**.

Итак, сжатое изложение может быть представлено в виде аннотации, конспекта, реферата.

**Аннотация** – краткое изложение содержания исходного научного текста. Основной задачей аннотации является помочь читателю решить, интересно ли и нужно ли ему будет основное произведение. Познакомиться с аннотацией можно в любой книге на обороте титульного листа.

Основные требования, предъявляемые к аннотации, – это *краткость и информативность*, но в таком своем качестве, которое с наибольшей точностью передаст содержание научного произведения. Поэтому, в аннотации речь должна идти только о предмете научного исследования; она должна быть обезличена и не должна содержать никакой оценочной лексики; для ее написания используются клишированные обороты (*в работе описаны..., рассматриваются вопросы...*) и простые для восприятия предложения.

**Конспект** – это особый вид текста, в основе которого лежит аналитико-синтетическая переработка информации (исходного текста)<sup>1</sup>, т.е. систематизация и обобщение наиболее ценной информации. Конспект как *вторичный*, но самостоятельный текст обладает собственной содержательной, смысловой и структурной *целостностью*.

При составлении конспекта происходит восприятие и осмысление исходного текста на уровне смысловых отрезков, отбор информации с точки зрения новизны и важности (сброс «лишней» и фиксация необходимой), переформулировка полученной информации с помощью опорных слов и словосочетаний.

**Реферат**. Цель реферата в том, по словам М.В. Ломоносова, «*чтобы схватить новое и существенное в сочинении*».

---

<sup>1</sup> Казарцева О.М., Вишнякова О.В. Письменная речь. – М., 1998. С.77.

Реферирование представляет собой творческий процесс, включающий осмысление исходного текста, аналитико-синтетическое преобразование информации: описание текста, целевое извлечение наиболее важной информации, ее перераспределение и создание нового текста.

Выделяются следующие основные признаки реферата<sup>1</sup>:

- полная зависимость содержания реферата от содержания реферируемых источников;
- точное изложение, без искажений и субъективных оценок, основной информации;
- постоянство структуры: заголовочная часть с библиографическим описанием, собственно реферативная часть, в которой обобщаются сведения об авторах, называется основная тема и проблематика источников, дается подробное или сжатое изложение наиболее важных вопросов, делаются выводы;
- ограниченный объем: для монографического учебного реферата – около 200-300 слов в зависимости от объема источника, для реферативного обзора – около 500-600 слов.

---

<sup>1</sup> Казарцева О.М., Вишнякова О.В. Указ. соч. С. 117.

## Словарь терминов

**Акцентологический вариант** – слова с двойным ударением, иногда равноправными, часто один может быть предпочтительным (творог – творог).

**Акцентологические нормы** – правила постановки ударения.

**Аналогия** – сопоставление нескольких явлений.

**Антитезис** – суждение, противопоставляемое другому суждению.

**Антонимы** – слова с противоположным значением.

**Арго** – (от фр. argot) – язык какой-либо социально замкнутой группы лиц, характеризующийся специфичностью используемой лексики, своеобразием ее употребления, но не имеющий собственной фонетической и грамматической системы.

**Аргумент** – положение, с помощью которого обосновывается *тезис* (см.) это логический довод, истинность которого проверена и доказана практикой. Аргумент является необходимой частью всякого *доказательства* (см.).

**Архаизмы** – слова, называющие существующие реалии, но вытесненные по каким-либо причинам из активного употребления синонимичными лексическими единицами (напр.: цирюльник – парикмахер).

**Волеутверждающая функция языка** – функция воздействия.

**Вариант** – видоизменение, разновидность.

**Вербальное взаимодействие** – процесс взаимодействия собеседников при помощи языка.

**Вербальное общение** – общение при помощи языковых средств.

**Вербальное поведение** – использование определенных принципов и правил ведения разговора.

**Газетно-публицистический стиль** – стиль речи, который функционирует в общественно-политической сфере и

используется в ораторских выступлениях, в различных газетных жанрах, в публицистических статьях.

**ГОСТы** – государственные стандарты.

**Грамматические нормы** делятся на морфологические (см.) и синтаксические (см.).

**Диалект** – нелитературный вариант языка, который употребляется людьми на определенных территориях в сельской местности.

**Дедукция** – способ доказательства от общего к частному.

**Демонстрация** – совокупность умозаключений, которые применяются при выведении *тезиса* (см.) из *аргументов* (см.).

**Диалектизм** – слово или оборот речи из местного или социального наречия, говора.

**Диспозитивная норма** – это норма, предусматривающая возможность свободного выбора вариантов, два из которых признаются допустимыми в современном языке.

**Доказательство** – система умозаключений, путем которых выводится новое положение. Различают доказательство **прямое**, при котором *тезис* (см.) обосновывается аргументами без помощи дополнительных построений, и **косвенное**, предполагающее обоснование истинности тезиса посредством опровержения противоречащего положения – *антитезиса* (см.).

**Единицы языка** – элементы, из которых состоит язык: звук, морфема, слово, устойчивое словосочетание (фразеологизм), свободное словосочетание, предложение (простое, сложное), текст.

**Естественные знаковые системы** – знаки-признаки, несущие информацию об окружающей действительности.

**Жаргон** – нелитературный вариант языка.

**Жаргонизм** – слово или выражение из речи какой-нибудь социальной или иной группы людей.

**Заимствования** – слова, перешедшие из одного языка в другой как результат взаимодействия языков.

**Изобразительные жесты** – жест (движение руки), изображающий предмет, показывающий его.

**Императивная норма** – норма, закрепляющая только один вариант употребления как единственно верный.

**Индукция** – способ рассуждения от частных фактов, положений к общим выводам.

**Искусственные знаковые системы** – знаки-информаторы, передают лишь ограниченные по своему содержанию типы сообщений, связанные с той предметной областью, для которой они были созданы.

**Историзмы** – слова, вышедшие из употребления в связи с исчезновением обозначавшихся ими понятий (напр.: *гусар*).

**Канцеляризмы** – слова или словосочетания, употребление которых закреплено традицией за официально-деловым стилем.

**Клише языковые** – речевые стереотипы, готовые обороты, используемые в качестве легко воспроизводимых в определенных условиях и контекстах стандартов.

**Книжный стиль** – это научный, официально-деловой и публицистические стили, предназначенные для передачи информации и используемые в письменной форме.

**Когнитивная функции языка (познавательная)** означает, что язык является важнейшим средством получения новых знаний о действительности.

**Коммуникативная функция языка** означает, что язык является важнейшим средством человеческого общения.

**Коммуникативный аспект** – один из трех аспектов культуры речи, определяющий выбор необходимых для данной цели общения языковых средств.

**Композиция** – строение, соотношение и взаимное расположение частей.

**Культура** – совокупность достижения человеческого общества в производственной, общественной и духовной деятельности.

**Лаконизм** – употребление только тех слов и выражений, которых вполне достаточно для называния явлений.

**Лексика** – совокупность слов языка, его словарный состав.

**Лексические нормы** – 1) правильность выбора слова из ряда единиц, близких ему по значению; 2) употребление слова в том значении, которое оно имеет в языке; 3) уместность его использования.

**Лексическая сочетаемость** – правильное соединение слов в словосочетаниях.

**Литературный русский язык** – это высшая форма существования национального языка; используется на телевидении и радио, в периодической печати, в науке, в государственных учреждениях и учебных заведениях.

**Логическое ударение** – всякого рода выделение слова, обусловленное особой семантической или эмоциональной значимостью.

**Механические жесты** – не связанные со смыслом слова жесты.

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

**Научный стиль** – разновидность русского литературного языка, предназначенный для передачи научных сообщений.

**Национальный русский язык** – язык, являющийся средством письменного и устного общения русской нации.

**Невербальные средства общения** – средства общения при помощи жестов, мимики, телодвижений.

**Невербальное поведение** – практические действия и поступки.

**Нейтральная лексика** (межстилевая) – слова, употребляемые всеми участниками коммуникации в любой обстановке общения.

**Нелитературные варианты языка** – *диалектизмы* (см.), *профессионализмы* (см.), *жаргонизмы* (см.), *просторечия* (см.).

**Неологизмы** – новое слово или выражение, не получившее пока «прав гражданства» в общенародном языке и потому воспринимаемое как стилистически окрашенное, нередко как стилистически сниженное.

**Норма** – это относительно устойчивый способ выражения, исторически принятый в языковом коллективе на основе выбора одного из вариантов употребления как обязательного для образованной части общества.

**Нормативный аспект** – один из трех аспектов культуры речи, определяющий соблюдение норм литературного языка (правильность речи) при общении.

**Общение** – взаимные отношения, деловая или дружеская связь.

**Общепотребительная лексика** – лексика, не связанная с определенными функциональными разновидностями (стилями) языка и не имеющая экспрессивной окраски.

**Омографы** – (омонимы) разные слова, совпавшие по написанию, но не по произношению (видение – видение).

**Омонимы** – разные языковые единицы, совпадающие по звучанию, но не по значению. *Лексические омонимы* возникают вследствие звукового совпадения различных по происхождению слов, напр.: рысь (бег) и рысь (животное).

**Оратор** – 1) лицо, произносящее речь, выступающий с речью на собрании; 2) красноречивый человек, обладающий даром произносить речи, человек, владеющий мастерством слова.

**Официально-деловой стиль** – разновидность русского литературного языка, предназначенный для передачи информации в сфере управления обществом на всех его уровнях.

**Паронимы** – слова, имеющие сходство в морфологическом составе и, следовательно, в звучании, но различающиеся по написанию и значению.

**Письменная речь** – речь, изображенная на бумаге с помощью специальных графических знаков.

**Плеоназм** – избыточные выражения, которые передают уже имеющуюся информацию другими словами (напр.: долгий и продолжительный путь).

**Подвижное ударение** – перемещающееся ударение с одного слога на другой в разных грамматических формах одного слова (доска – доски).



**Просторечие** – нелитературный вариант языка, который употребляется в речи малообразованных слоев городского населения и придает ей неправильный и грубоватый оттенок.

**Профессионализм** – слово или выражение, свойственное речи той или иной профессиональной группы.

**Публицистический стиль** – разновидность русского литературного языка, предназначенный не только для передачи информации, но и определенным образом воздействующий на мысли и чувства людей.

**Разговорный стиль** – стиль, который используется при неофициальном, бытовом, повседневном общении между людьми.

**Реклама** – 1) объявление, плакат, извещение по радио и т.п., имеющее целью создать широкую известность чему-либо, привлечь потребителей, покупателей; 2) распространение сведений о ком-либо, о чем-либо с целью создания популярности.

**Речевая деятельность (речь)** – язык, используемый человеком для общения с другими людьми.

**Речевая ситуация** – ситуация, составляющая контекст высказывания, порожденного в речевом акте, выполняет важную роль в речевом общении. Предполагает наличие адресата и адресанта речи, самого сообщения и учитывает, кроме того, обстановку общения.

**Речевое взаимодействие** – взаимодействие участников во время речевого общения. Предполагает наличие как минимум двух собеседников, общего языка общения, предмета речи и самого высказывания.

**Речевое событие** – словесная речь, протекающая в контексте речевой ситуации при определенных условиях и в определенной обстановке общения.

**Речевой этикет** – система выработанных в данном языке формул, которые служат для установления контакта между собеседниками и поддержания общения в нужной тональности.

**Речь** – способность говорить.

**Семантика** – значение слова.

**Синонимы** – слова одной части речи, имеющие полностью или частично совпадающие лексические значения.

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

**Сленг** (от англ. *slang*) - вспомогательный, другой, вариант языка – набор особых слов или новых значений уже существующих слов, употребляемых представителями определенной возрастной или профессиональной группы.

**Слова-паразиты** – слова, не несущие какого-либо значения и засоряющие язык.

**Софизмы** – уловки в споре.

**Стандартизация** – приведение чего-либо в соответствие с существующими правилами, стандартами, образцами.

**Статус** – правовое положение. **Социальный статус** включает три основные категории: профессия, возраст, пол участника общения. В зависимости от условий общения понятие статуса может расширяться.

**Стиль** – 1) палочка для письма; 2) разновидность литературного языка.

**Стилистическая норма** – употребление языковых средств в соответствии с законами жанра, особенностями функционального стиля, в соответствии с целью и условиями общения. Немотивированное употребление в тексте слов другой стилистической окраски вызывает стилистические ошибки.

**Стилистическая окраска слов** – закрепленность языковых единиц (приставок и суффиксов, слов, фразеологизмов, морфологических форм, синтаксических конструкций) к определенной стилевой системе.

**Стилистические фигуры** – языковые средства, придающие речи образность и выразительность.

**Тавтология** – (тождество) повтор однокоренных слов, уже выраженного смысла, одинаковых звуков (напр.; *проливной ливень, более красивее*).

**Тезис** – мысль или положение, истинность которого требуется *доказать* (см.).

**Термин** – слово или словосочетание, являющееся названием определенного понятия какой-нибудь специальной области науки, техники, искусства.

**Тропы** – приемы на основе переноса наименования, заключающегося в том, что слово, словосочетание, предложение, традиционно называющее один предмет (явление), используется в данной речевой ситуации для обозначения другого предмета (явления), напр.: слово *орел*, являющееся наименованием птицы, может быть употреблено в качестве характеристики человека.

**Ударение** – выделение слога в слове различными средствами: интенсивностью, длительностью, движением тона.

**Универсальность языка** – свойство языка передавать сообщения любых, ничем не ограниченных типов содержания.

**Унификация** – приведение чего-либо к единообразию.

**Устаревшие слова** – слова, вышедшие из активного повсеместного употребления.

**Устная речь** – речь звучащая, произносимая.

**Устойчивые словосочетания** – описательные обороты, привычные сочетания, воспроизводимые как готовые формулы для выражения мысли.

**Фиксированное ударение** – неподвижное ударение (например, на последнем слоге – во французском языке).

**Формулы речевого этикета** – типовые готовые конструкции, которые регулярно употребляются при корректном общении. Такие формулы помогают организовать этикетные ситуации с учетом социальных, возрастных и психологических факторов, а также сферы общения.

**Фразеологические обороты (фразеологизмы)** – слова, входящие в оборот, теряют свое индивидуальное лексическое значение и образуют новое смысловое целое, которое по семантике приравнивается к отдельному слову.

**Функции языка** – назначение языка: *коммуникативная* (см.), *когнитивная* (см.), *волюнтативная* (см.), *аккумулятивная* (см.), *эмоциональная* (см.).

**Функциональные разновидности русского литературного языка** – см. **стиль**.

**Штампы языковые** – слова, словосочетания и целые предложения, возникшие как новые, стилистически выразительные речевые средства, но утратившие первоначальную образность в связи со слишком частым употреблением.

**Эвфемизация речи** – речевые приемы, «смягчающие» речь, позволяющие в определенных условиях заменить слова и выражения, которые представляются говорящему нежелательными, не вполне вежливыми, слишком резкими другими, вежливыми (напр.; *поправился* вместо *потолстел*).

**Экспрессивная окраска слова** – заключенное в значении слова выражение чувств, эмоций и оценки говорящего \ пишущего по отношению к предмету речи.

**Эмоциональная функция языка** – проявляется в способности языка выражать чувства и эмоции говорящего.

**Этикет** – совокупность правил хорошего тона, принятых в данном обществе и устанавливающих нормы поведения и общения людей в определенных ситуациях.

**Этический аспект** – один из трех аспектов культуры речи, предписывающий знание и применение правил языкового поведения в конкретных ситуациях общения.

**Язык** – система знаков и способов их соединения, которая служит для выражения мыслей, чувств и является важнейшим средством человеческого общения.

**Языковые афоризмы** – устойчивое изречение, содержащее обобщенную и законченную мысль и выраженное в краткой, лаконичной форме (пословицы, поговорки, крылатые слова).

**Язык художественной литературы** – использует средства любых стилей литературного языка, а при необходимости – и диалекты, арго, просторечия; основной его функцией является эстетическая.

## Словарь ударений

августовский	истерия	предложил
агент	исчерпать	премирование
алфавит	каталог	премировать, пре-
анатом	кашлянуть	мирую
апокалипсис	квартал	приговор
апостроф	квашение	приданое
арест	кинематография	прикус
аэропорт, аэро-	кладовая	принудить
порта	коклюш	принять
баловать, боло-	корысть	приобретение
ванный	крапива	прирост
безудержный	красивее	проведённый
блага	кремень	простыня, про-
блокировать	кулинария, кулина-	стынь и простыней
бомбардировать	рия (разг.)	(р.мн.)
буржуазия	кухонный	процент
бюрократия	ломоть	пуловер
валовой	маркетинг, марке-	путепровод
вероисповедание	тинг (разг.)	разминуться
ветеринария	маркировать	ракушка
возбуждённый	медикамент	рапорт
воспроизведён-	мельком	револьвер
ный	менеджмент	рекрут
газопровод	мизерный, мизер-	сабо
генезис	ный (разг.)	санитария
гербовый	мусоропровод	сантиметр
давнишний	мытарство	свёкла
двоюродный	наголо стричь	сирота, сироты
демократия	наголо (держатъ шаш-	(мн.)
департамент	ки)	снадобье
деспот	наискось	соблезнование
деспотия	наложенный (пла-	согнутый
дефис	тёж)	созыв
диалог	намерение	сосредоточение
диоптрия	наотмашь	средство, средства

диспансер	начать, начал, нача-	статуя
добыча	ли	столяр
договор	некролог	табу
договорённость	никчёмный	танцовщица
дождалась	нефтепровод	тирания
донельзя	новорождённый	толика
дремота	нормировать	трубопровод
духовник	обеспечение	туфля
еретик	обетованный	углубить
жалюзи	облегчить	украинский
ждала	обнаружение	умерший
житие	ободрить	усугубить
завидно	обострить	феерия
завсегда́тай	олигархия	феномен, феномен
заговор	опека	(разг.)
задолго	оптовый	фетиш
заём	осведомить	флюорография
закупорить	осуждённый	форум
запломбировать	откупорить	хаос и хаос
звонить, зво-	очистой	ходатай
нишь, звонит	пасквиль	ходатай
знамение	партер	ходатайство
значимость	перистые (облака)	ходатайствовать
зубчатый	петля и петля	хозяйева
изобретение	пиццерия, пиццерия	христианин
иконопись	(разг.)	цемент
иначе	плесневеть	черпать
инструмент	пломбировать	щавель
исповедание	подростковый	экскурс
исподволь	понял, поняла	эксперт
	поставщик	
	похороны, на похоро-	
	нах	
	предвосхитить	

**Словарь паронимов****Абонемент**

– документ, предоставляющий право на пользование чем-либо, на какое-либо обслуживание (*абонемент на концерт*).

**Адресат**

– лицо или организация, кому адресовано почтовое отправление (*получатель*).

**Архаичный**

– вышедший из применения (*архаичное выражение*).

**Анекдотический**

– присущий анекдоту, основанный на анекдоте (*анекдотический рассказ*).

**Архаический**

– свойственный старине (*архаический взгляд*).

**Бережный**

– заботливый и осторожный (*бережное отношение; бережное прикосновение*).

**Боязно**

– страшно, жутко (*боязно в лесу*).

**Абонент**

– тот, кто пользуется абонементом, клиент некоторых коммунальных служб (*абонент телефонной сети*).

**Адресант**

– лицо или организация, посылающее почтовое отправление (*отправитель*).

**Архаический**

– свойственный старине (*архаический уклад жизни*).

**Анекдотичный**

– смехотворный, нелепый (*анекдотичный случай*).

**Архаичный**

– вышедший из употребления, не соответствующий новым взглядам, правилам (*архаичное употребление*).

**Бережливый**

– экономный, расчетливый (*бережливый человек*).

**Боязливо**

– робко, несмело, со страхом (*боязливо ответить*).

**Будний**

– не праздничный (*будний день*).

**Веский**

– имеющий большой вес при малом объеме, тяжелый (*веские металлы*),  
– значительный, убедительный (*веский аргумент*).

**Воспитательный**

– относящийся к воспитанию (*воспитательная система*).

**Всякий**

– каждый (*всякая минута*).

**Выборный**

– относящийся к выборам, избираемый голосованием (*выборная должность*).

**Гармонический**

– относящийся к гармонии (*гармонический ряд*).

**Главный**

– основной, наиболее ответственный, центральный, старший (*главная улица*).

**Двигатель**

– машина, которая приво-

**Будничный**

– прозаичный, однообразный (*будничная работа*).

**Весомый**

– ощутимый, значимый (*весомые слова*).

**Воспитательский**

– относящийся к воспитателю (*воспитательская комната*).

**Всяческий**

– самый разнообразный (*всяческие поиски*).

**Выборочный**

– частичный (*выборочная проверка*).

**Гармоничный**

– стройный, согласованный (*гармоничная личность*).

**Заглавный**

– относящийся к заглавию (*заглавная роль*).

**Движитель**

– то, что приводит в движение,



дит в движение, сила (*электрический двигатель*).

способствует ему (*движитель общества, прогресса*), (устарелое слово).

**Деловитый**

– толковый, умелый и предприимчивый в работе (*деловитый работник*);

**Деловой**

– связанный с делом, работой, службой, занятием (*деловые отношения*),

– предназначенный, отведенный для дел; заполненный делами (*деловой день*),

– практически полезный, касающийся существа дела (*деловое обсуждение*),

– знающий, опытный в делах (*деловой человек*),

– выражающий занятость, деловую озабоченность; серьезный (*деловой тон*),

– связанный с торговлей, финансовой деятельностью (*деловые круги*);

**Дельный**

– способный к работе, серьезно относящийся к делу (*дельный организатор*),

– практически полезный (*дельный совет*),

– хорошо сделанный, хорошего качества (*дельная вещь*).

**Демократический**

– относящийся к демократии, демократу (*демократический лагерь*).

**Демократичный**

– характерный для демократии, демократа (*демократичный поступок*).

**Динамический**

– относящийся к динамике, движению (*динамическая теория*).

**Динамичный**

– обладающий большой внутренней энергией (*динамичный темп*).

**Дипломатический**

– относящийся к дипломатии, дипломату (*дипломатический пост*).

**Длинный**

– имеющий большую длину (*длинный доклад*).

**Добровольный**

– совершаемый без принуждения (*добровольный труд*).

**Драматический**

– выражающий сильные чувства, полный драматизм (*драматическая ситуация*).

**Дружеский**

– относящийся к другу, друзьям (*дружеская встреча*).

**Духовный**

– связанный с внутренним миром (*духовный мир человека*),  
– не имеющий материального выражения (*духовное богатство*),  
– связанный с религией (*духовный отец*),  
– содержащий завещание, наказ (*духовная грамота*).

**Дипломатичный**

– тонко рассчитанный, уклончивый (*дипломатичное поведение*).

**Длительный**

– долговременный (*длительный отпуск*).

**Добровольческий**

– относящийся к добровольцу (*добровольческая инициатива, добровольческая армия*).

**Драматичный**

– относящийся к драме (*драматический кружок*).

**Дружественный**

– основанный на дружбе (*дружественная страна*).

**Душевный**

– относящийся к душе (*душевная чистота*),  
– исполненный теплоты, доброты, сердечности (*душевное письмо*),  
– добрый, чуткий, отзывчивый (*душевный человек*).

**Желанный**

– милый, дорогой (*желанный друг*).

**Занять**

– взять займы (*занять 100 рублей у друга*).

**Запасный**

– имеющийся в качестве запаса (*запасный выход*).

**Злой** – исполненный чувства вражды (*злой человек*).

**Злобный** – исполненный злобы, вражды (*злобный взгляд*).

**Злостный** – имеющий дурную цель, преднамеренный (*злостный неплательщик*).

**Исполнительный**

– старательный, имеющий своей целью осуществление чего-либо (*исполнительный орган*).

**Командированный**

– лицо, находящееся в командировке (*командированный специалист*).

**Комический**

– относящийся к комедии (*комический рассказ*).

**Критический**

– относящийся к критике (*критический разбор*).

**Желательный**

– нужный (*желательный срок исполнения*).

**Одолжить**

– дать займы (*я могу тебе дать займы только 100 рублей*).

**Запасливый**

– умеющий запасаться (*запасливый человек*).

**Исполнительский**

– относящийся к исполнителю (*исполнительская манера*).

**Командировочный**

– относящийся к командированному (*командировочные расходы*).

**Комичный**

– забавный (*комичный вид*).

**Критичный**

– исполненный критики (*критичный подход*).

**Логический**

– относящийся к логике (*логическое мышление*).

**Методический**

– относящийся к методике (*методическая конференция*).

**Надеть**

– что-то на кого-то (непереходный глагол) (*надеть теплое пальто*).

**Невежа**

– невоспитанный, бестактный человек (*этот мальчик – невежа*).

**Ненавистнический**

– проникнутый ненавистью (*ненавистнические планы*).

**Нестерпимый**

– такой, который невозможно стерпеть (*нестерпимый холод*).

**Обидный**

– причиняющий обиду (*обидное замечание*),  
– досадный, неприятный (*обидная ошибка*).

**Обсудить**

– всесторонне рассмотреть, обдумать, оценить, делаясь своими мнениями (*обсудить новость*).

**Логичный**

– правильный, разумный, последовательный (*логичное рассуждение*).

**Методичный**

– точно следующий плану (*методичная работа*).

**Одеть**

– кого-то (переходный глагол) (*одеть ребенка потеплее*).

**Невежда**

– необразованный, несведущий человек (*невежда в вопросах искусства*).

**Ненавистный**

– вызывающий ненависть (*ненавистный враг*).

**Нетерпимый**

– недопустимый (*нетерпимое отношение*).

**Обидчивый**

– легко обижающийся, склонный видеть обиду, оскорбление там, где их нет (*обидчивый ребенок*).

**Осудить**

– признав виновным, вынести приговор (*осудить преступника*),  
– признать дурным, неприятным, выразить неодобрение (*осудить поступок*).

**Органический**

– относящийся к живому миру (*органическое соединение*).

**Опасный**

– связанный с опасностью (*опасный мост*).

**Описка**

– случайная ошибка при письме (*досадная описка*).

**Освоить**

– научиться пользоваться чем-либо, включить в круг своей деятельности (*освоить выпуск новой продукции*).

**Органический**

– относящийся к растительному или животному миру (*органическое вещество*).

**Подпись**

– фамилия (*поставить подпись на документе*).

**Политический**

– относящийся к политике (*политический деятель*).

**Органичный**

– естественный (*органичное сочетание цветов*).

**Опасливый**

– действующий осторожно (*опасливый человек*).

**Отписка**

– ответ, не затрагивающий существа дела (*формальная отписка*).

**Усвоить**

– сделать привычным; понять, запомнить (*усвоить прочитанное*).

**Органичный**

– неразрывно связанный, закономерный (*органичная целостность*).

**Роспись**

– живопись (*роспись по керамике*).

**Политичный**

– действующий дипломатично, осторожно (*политичный намек*).

**Понятливый**

– быстро понимающий (*понятливый человек*).

**Представительный**

– производящий выгодное впечатление (*представительная наружность*),  
– выборный (*представительный орган*).

**Представление**

– вручение для ознакомления, выдвижение для поощрения (*представление характеристики*).

**Приметливый**

– способный примечать (*приметливый критик*).

**Проблематичный**

– предположительный, возможный, но не доказанный (*проблематичное суждение*).

**Реалистический**

– следующий реализму (*реалистическая живопись*).

**Скрытый**

– тайный, невидимый (*скрытая угроза*).

**Понятный**

– ясный (*понятная причина*).

**Представительский**

– относящийся к представительству, представителю (*представительские расходы*).

**Предоставление**

– выделение чего-либо в чье-то распоряжение (*предоставление кредита*).

**Приметный**

– заметный (*приметное неудовольствие*).

**Проблемный**

– ставящий вопросы, проблемы (*проблемное выступление*).

**Реалистичный**

– соответствующий действительности, вполне практический (*реалистичная цель*).

**Скрытный**

– неоткровенный (*скрытный человек*).

**Тактичный**

– обладающий тактом  
(*тактичный поступок*).

**Технический**

– относящийся к технике  
(*технический прогресс*).

**Удачливый**

– счастливый; тот, кому везет  
(*удачливый исследователь*).

**Фактический**

– соответствующий фактам  
(*фактическое положение дел*).

**Хозяйский**

– относящийся к хозяину;  
такой, как у хорошего хозяина  
(*хозяйская заинтересованность*).

**Явный**

– очевидный, нескрываемый  
(*явное превосходство*).

**Тактический**

– относящийся к тактике (*тактическая задача*).

**Техничный**

– обладающий высоким мастерством  
(*техничный спортсмен*).

**Удачный**

– успешный (*удачный день*).

**Фактичный**

– содержащий много фактов  
(*фактичный доклад*).

**Хозяйственный**

– занятый хозяйством, связанный с хозяйством  
(*хозяйственные вопросы*).

**Явственный**

– отчетливый, хорошо различимый  
(*явственный шепот*).

## Словарь омонимов

### **Адаптировать – адаптировать**

*Адаптировать* (франц. adapter) – 1. Приспосабливать к изменяющимся условиям. 2. Упрощать текст, приспособляя его для начинающих изучать иностранные языки.

*Адоптировать* – принимать малолетних и несовершеннолетних в семью с правами родных детей.

### **Аккорд**

*Аккорд* (франц. accord – созвучие) – гармоническое соединение нескольких музыкальных звуков.

*Аккорд* (франц. accord – созвучие) – соглашение, договор.

### **Акция**

*Акция* (франц. action) – ценная бумага, приносящая дивиденд.

*Акция* (лат. actio – действие) – действие, предпринимаемое для достижения какой-либо цели.

### **Апломб**

*Апломб* (франц. Aplomb – равновесие, вертикаль) – устойчивость, соблюдение вертикальной линии (от головы к ногам) в танцах.

*Апломб* (франц. aplomb) – самонадеянность, самоуверенность в речи и манерах.

### **Байка**

*Байка* (нем. Bei) – плотная ворсистая ткань, преимущественно из хлопчатой бумаги или шерсти.

*Байка* – короткая сказка, басенка.

### **Боливар – боливар**

*Боливар* (исп. bolívar) – денежная единица Венесуэлы, равная 100 сантимом.

*Боливар* (франц. bolivar) – мужская широкополая шляпа, бывшая в моде в 20-х гг. XIX в.



**Бор**

*Бор* – большой сосновый и еловый лес, растущий на сухом возвышенном месте.

*Бор* (араб. buraq – бура, селитра) – химический элемент, символ В, порядковый номер 5.

*Бор* (нем. Bohren – бурав) – стальное сверло, употребляемое в зубоврачебной практике.

*Бор* – 1. Лов, собрание. 2. Сбор, подать; дань (обл.).

**Браво**

*Браво* (итал. bravo – отлично) – восклицание, выражающее одобрение, восхищение, поощрение.

*Браво* – молодецкато.

*Браво* (итал. bravo – смелый) – наемный убийца в Италии XVII-XVIII вв.; авантюрист, способный на всякого рода насилие.

**Броня - броня**

*Броня* – закрепление лица или предмета за кем-нибудь.

*Броня* – защитная обшивка.

**Брак**

*Брак* – семейный союз мужчины и женщины, супружество.

*Брак* (нем. Brack) – недоброкачественный товар; изъян, повреждение.

**Голубец**

*Голубец* – русская народная пляска (устар.).

*Голубец* – ястреб-тетеревятник.

*Голубец* – 1. Синяя минеральная краска, смесь гидрата окиси меди с углекислым кальцием. 2. Гриб, иначе синюха, свинуха.

*Голубец* – бревенчатое или дощатое строение над могилой в виде небольшого домика, закрывающего небольшой холм; деревянный крест с кровелькой.

*Голубец* – (им.п. мн.ч. голубцы) – кушанье, состоящее из мясного или иного фарша, тушенного обычно в капустных листьях.

### **Гриф**

*Гриф* (франц. griffon) – 1. Фантастическое крылатое животное с львиным туловищем и орлиной головой. 2. Крупная хищная птица семейства грифовых, питающаяся падалью.

*Гриф* (нем. Griff – рукоятка) – 1. Длинная узкая часть струнных инструментов, к которой музыкант прижимает натянутые вдоль нее струны для регулирования высоты тона. 2. Стальной стержень атлетической штанги, на который надеваются шары, диски. 3. Рукоятка у сабли, шпаги, меча и т. п.

*Гриф* (франц. griffe – клеймо) – печать, штемпель с образцом подписи или каким-либо другим рукописным текстом.

### **Диван**

*Диван* (перс. divan – возвышенный пол, покрытый ковром) – род большого размера мебели, обычно мягкой, для сидения и лежания.

*Диван* (перс. divan) – правительственный совет турецкого султана.

*Диван* (перс. divan) – в восточных литературах название сборника лирических стихотворений одного поэта.

### **Завод**

*Завод* – 1. Промышленное предприятие, обычно крупное; люди, работающие на заводе. 2. Предприятие по разведению породистых лошадей.

*Завод* – 1. Приведение в действие какого-либо механизма. 2. Срок действия заведенного часового механизма. 3. Приспособление, посредством которого механизм приводится в действие.

### **Заря**

*Заря* – 1. Яркое освещение горизонта перед восходом и после захода солнца. 2. Начало, зарождение, ранняя пора чего-либо радостного, светлого. 3. Военный сигнал, подаваемый трубачом после вечерней поверки.

*Заря* – высокое многолетнее растение с блестящими листьями и цветами, собранными в виде зонтиков; любисток.

**Зефир**

*Зефир* (греч. zephyros) – легкий теплый ветерок; теплый ветер, приносящий дожди (устар., поэт).

*Зефир* (греч. zephyros) – 1. Бельевая хлопчатобумажная ткань, из крученой белой пряжи. 2. Лучший сорт овечьей шерсти. 3. Разновидность пастилы, конфеты шарообразной или продолговатой формы.

**Ирис - ирис**

*Ирис* (греч. iris – радуга) – 1. Многолетнее травянистое растение с крупными яркими цветами; касатик. 2. Радужная оболочка глаза.

*Ирис* (греч. iris) – сорт твердых конфет в виде кубиков шоколадного цвета.

**Кавалер**

*Кавалер* (итал. cavaliere – всадник, кавалер, рыцарь) – мужчина, занимающий или развлекающий даму в обществе; молодой человек, достигший брачного возраста; поклонник.

*Кавалер* (итал. cavaliere) – человек, награжденный орденом.

**Кадет**

*Кадет* – воспитанник закрытого среднего военно-учебного заведения в России; несовершеннолетний дворянин, зачислившийся в полк для приучения к военной службе.

*Кадет* – член конституционно-демократической партии в царской России и партии, вновь основанной в 1991 г.

**Кампания - компания**

*Кампания* – 1. Совокупность операций, объединенных общей стратегической целью и проводимых в определенный период времени или на отдельном театре военных действий. 2. Период непрерывного плавания или похода военноморского флота. 3. Работа, проводимая в определенный период для осуществления какой-либо важной общественно-политической или хозяйственной задачи. 4. Цикл непрерывного действия каких-либо агрегатов, машин, механизмов.

*Компания* – 1. Общество, группа лиц, проводящих вместе время или чем-либо объединенных. 2. Торговое или промышленное объединение предпринимателей.

**Кирка – кирка**

*Кирка* (нем. Kirche) – лютеранская церковь.

*Кирка* – 1. Ручное орудие в виде заостренного молотка или стержня для дробления, раскалывания твердых пород, льда и т.п. 2. Мотыга.

**Колос – колосс**

*Колос* – соцветие большинства злаков и некоторых других растений, в котором цветы, не имеющие цветоножек, располагаются вдоль конца стебля.

*Колосс* – 1. Статуя, колонна, обелиск громадных размеров. 2. Человек, выдающийся в какой-либо области науки, искусства и т. п.; гигант (перен.).

**Коса – коса**

*Коса* – 1. Заплетенные волосы. 2. Изогнутое перо в хвосте некоторых птиц. 3. Один из длинных наушников у теплой шапки (обл.).

*Коса* – сельскохозяйственное орудие в виде изогнутого узкого лезвия, насаженного на длинную рукоятку, служащее для срезывания травы и хлебных злаков.

*Коса* – длинная узкая отмель, идущая от берега; мыс.

*Коса* – народность, населяющая восточную часть Капской провинции Южно-Африканского Союза и говорящая на языке банту.

**Кредит – кредит**

*Кредит* (лат. credit – он верит) – в системе двойной бухгалтерии страница счета (обычно правая), на которую записываются все выданные ценности.

*Кредит* (лат. creditum – ссуда, долг) – 1. Предоставление в долг товаров или денег; коммерческое доверие. 2. Доверие, авторитет (перен.). 3. Включаемая в смету сумма, в пределах которой разрешены расходы на определенные цели.

**Крона**

*Крона* (лат. *corona* – венец, корона) – совокупность ветвей верхней части дерева.

*Крона* (нем. *Krone*) – денежная единица ряда европейских стран; монета соответствующего достоинства.

**Куранты**

*Куранты* (франц. *courant* – текущий) – башенные или стенные часы, бой которых сопровождается музыкой.

*Куранты* (франц. *courante*) – старинные танцы.

**Лава**

*Лава* (итал. *lava*) – расплавленная минеральная масса, извергаемая вулканом на земную поверхность.

*Лава* (польск. *lawa* – ряд, шеренга) – боевой порядок при атаке в конном рассыпном строю для охвата противника с флангов и тыла; отряд, построенный для такой атаки (устар.).

*Лава* (польск. *lawa* – ряд) – забой со сплошной системой разработки угольного пласта (спец.).

*Лава* – 1. Плот; помост (на реке, озере). 2. Пешеходный мостик.

**Лайка**

*Лайка* – северная собака, используемая для охоты, езды, охраны оленьих стад.

*Лайка* – сорт мягкой кожи.

**Лама**

*Лама* (исп. *lama*) – южноамериканское вьючное животное из сем. верблюдов; меньше верблюда, не имеет горба.

*Лама* (тибет. *blaṃa*) – монах-священник у буддистов-ламаистов.

**Ласка**

*Ласка* – 1. Проявление нежности, любви. 2. Доброжелательное, приветливое обращение, отношение; милость, благодеяние.

*Ласка* – небольшое хищное животное из семейства куньих.

### **Лев**

*Лев* – 1. Крупное хищное животное из сем. кошачьих с короткой желтоватой шерстью и длинной, пышной гривой у самцов; *перен.* человек, отличающийся силой, храбростью. 2. Человек, пользующийся особым успехом в светском обществе, законодатель мод и правил светского поведения; модный щеголь (устар.).

*Лев* (болг. лев) – денежная единица Болгарии, равная 100 стотинкам.

### **Лига**

*Лига* (лат. *ligare* – связывать) – союз, объединение, общество, ассоциация лиц, организаций, государств.

*Лига* (итал. *liga* – связь) – знак в виде дуги над нотами, обозначающий, что надо играть связно, не отрывая одной ноты от другой (спец.).

*Лига* (англ. *league*) – мера расстояний в Великобритании и США, равная 3 милям.

### **Метрика**

*Метрика* (греч. *metrike*) – 1. Раздел теории литературы, изучающий стихосложение и стихотворный размер; совокупность стихотворных размеров. 2. Учение о соразмерности отдельных частей музыкального произведения.

*Метрика* (польск. *metryka*) – выписка из метрической книги о дате рождения; свидетельство о рождении.

### **Мина**

*Мина* (среднелат. *minare* – вести) – 1. Снаряд со взрывчатым веществом, устанавливаемый под водой, в земле и т. п. 2. Снаряд для стрельбы из миномета. 3. Подземный ход под неприятельские укрепления (устар.).

*Мина* (франц. *mine*) – выражение лица, гримаса.

*Мина* (лат. *mina*) – 1. Денежная единица в древней Греции, равная 0,1 таланта. 2. Мера веса на Древнем Востоке, в древней и современной Греции.

*Мина* (франц. *mine* – мина, руда) – карандашный стерженок (спец.).

**Наречие**

*Наречие* – 1. Совокупность местных говоров какого-либо языка, обладающих общими диалектными чертами. 2. То же, что язык (устар.).

*Наречие* – неизменяемая часть речи, обозначающая признак действия, качества или предмета и выступающая в предложениях в роли обстоятельственного слова или несогласованного определения (спец.)

**Новелла**

*Новелла* (итал. novella) – небольшая повесть, рассказ.

*Новелла* (лат. novellae leges – новые законы) – новое дополнение к своду законов, уставу и т. п. (спец.).

**Нота**

*Нота* (лат. nota – знак) – 1. Условный графический знак для записи музыкальных звуков и их высотных и ритмических отношений. 2. Отдельный звук определенной высоты в музыке и пении. 3. Оттенок, тон речи, выражающий какое-либо чувство (перен.).

*Нота* (лат. nota – знак, замечание, заметка) – официальное дипломатическое обращение одного правительства к другому.

**Обеспечение – обеспечение**

*Обеспечение* – ресурсами, материалами, деньгами.

*Обеспечение* – программное, компьютерное.

**Око**

*Око* – глаз (устар.).

*Око* – старая мера веса, приблизительно равная 1,2 кг.

**Оратория**

*Оратория* (итал. oratorio) – музыкальное произведение для хора, оркестра и солистов (певцов), написанное на драматический сюжет и предназначенное для концертного исполнения.

*Оратория* (позднелат. oratorium – молельня) – часть католического храма, предназначенная для молящихся.

### **Орден**

*Орден* (лат. ordo – ряд, разряд) – особый знак отличия за военные или гражданские заслуги.

*Орден* (лат. ordo) – 1. Монашеская или рыцарско-монашеская католическая община с определенным уставом. 2. Название некоторых тайных объединений, сообществ (у стар.).

*Орден* (лат. ordo) – вид архитектурной композиции из вертикальных несущих частей (колонн, столбов или пилястр) и горизонтальных несомых частей (антаблемента), сложившийся в классической форме в древней Греции.

### **Панама**

*Панама* (по назв. республики Панама в Центральной Америке) – летняя широкополая шляпа, плетеная или матерчатая.

*Панама* (слово возникло в 1889 г., когда раскрылись грандиозные злоупотребления французской компании по прорытию Панамского канала) – крупное мошенничество с подкупом должностных лиц.

*Панама* – ткань из искусственного шелка, обычно одноцветная.

### **Парадокс**

*Парадокс* (греч. paradoxos – странный, неожиданный) – мнение, положение, резко расходящееся с общепринятым, обычным; мысль, противоречащая (иногда только на первый взгляд) здравому смыслу.

*Парадокс* – 1. Охотничье ружье со специальной сверловкой канала ствола. 2. Особый вид сверловки канала ружейного ствола (спец.).

### **Повод**

*Повод* – обстоятельство, которое может быть основанием для чего-либо; предлог.

*Повод* – ремень, прикрепленный к удилам и служащий для управления лошастью.



### **Подряд**

*Подряд* – обязательство выполнять работу по чьему-либо заказу за определенную оплату; работа, производимая по такому обязательству.

*Подряд* – последовательно один за другим; без перерыва, в продолжение какого-либо отрезка времени, расстояния.

### **Полька**

*Полька* – представительница народа, составляющего основное население Польши.

*Полька* – чешский национальный танец, получивший распространение в качестве бального; музыкальное произведение в темпе этого танца.

*Полька* – мужская стрижка, при которой волосы на висках и затылке только слегка подстригаются.

### **Посол**

*Посол* – 1. Высший ранг дипломатического представителя одного государства в другом. 2. Посланец, посылный (разг.).

*Посол* – 1. Заготовление впрок посредством соления. 2. Способ, качество поселки; засол.

### **Пролог – пролог**

*Пролог* – церковная книга, содержащая жития святых, поучения и т. п., расположенные по дням года.

*Пролог* – 1. Вступительная, вводная часть литературного или музыкального произведения или спектакля. 2. Вступление к чему-либо, начало (перен.).

*Пролог* – лог, ложбина (обл.).

### **Рейс**

*Рейс* (нем. Reise – путешествие) – маршрут (корабля, самолета, автобуса и т.п.) в один конец; путешествие в один конец.

*Рейс* (португ. reis) – прежняя португальская и бразильская монета и счетная единица.

### **Сандал**

*Сандал* (греч. sandalon) – 1. Вечнозеленое тропическое дерево с сильно ароматической, богатой эфирными маслами древесиной. 2. Кристаллическое вещество из древесины этого дерева. 3. Краситель, извлекаемый из древесины этого и некоторых других деревьев.

*Сандал* (турецк. sandal – широкая лодка) – небольшое судно, распространенное среди тюркских народов Причерноморья. *Сандал* – в прошлом приспособление для обогрева жилища на Востоке.

### **Скиф**

*Скиф* – 1. Представитель степных племен, населявших северное Причерноморье в VII в. до н. э. 2. Невежественный, отсталый человек.

*Скиф* (англ. skiff) – длинная узкая гоночная лодка с подвижным сиденьем и с гладкой обшивкой (спорт.).

### **Соль**

*Соль* – 1. Вещество белого цвета, представляющее собой кристаллы хлористого натрия, с острым характерным вкусом, употребляемое как приправа в пище. 2. То, что составляет особый смысл, значение чего-либо (перен.). 3. То, что составляет остроуту слов, речи; остроумие. 4. Химическое соединение, вещество, представляющее собой продукт полного или частичного замещения водорода кислоты металлом (спец.).

*Соль* (итал. sol) – пятый звук музыкальной гаммы, начинающейся с до, а также нота, обозначающая этот звук (спец.).

*Соль* (итал. solea – подошва) – плоская съедобная морская рыба.

### **Старина – старина**

*Старина* – былина, историческая народная песня.

*Старина* – 1. Прежние, давно минувшие времена; давняя эпоха. 2. События, обычаи, порядки и т. п. давних времен. 3. Старый человек, старик (разг.).

**Султан**

*Султан* (турецк. sultan) – титул монархов в некоторых мусульманских странах.

*Султан* (турецк. sultan) – 1. Украшение в виде вертикального пучка перьев или конских волос на головных уборах, а также на головах лошадей. 2. Соцветие многих злаков в виде метелки из колосков с очень короткими веточками; гроздь цветков, верхушка кустов, деревьев и т.п.

**Титан**

*Титан* – божество из числа гигантов, вступивших в бой с богами Олимпа; потомок гигантов (в древнегреческой мифологии).

*Титан* (греч. Titan) – человек, отличающийся исключительной силой ума, таланта; выдающаяся героическая личность (книжн.).

*Титан* (греч. Titan) – химический элемент, имеющий вид темно-серого порошка или кристаллов, используемый в самолетостроении, судостроении и т.п.

*Титан* (греч. Titan) – большой кипятильник особого устройства.

**Туман**

*Туман* (тюрк. tuman) – 1. Скопление мельчайших водяных капель или ледяных кристаллов в нижних слоях атмосферы, делающее воздух непрозрачным. 2. Помутнение атмосферы; мгла. 3. Состояние неясности, неотчетливости мыслей, представлений; путаница (перен.). 4. Тоска, грусть, мрачное настроение (перен.).

*Туман* (перс. tuman) – иранская золотая монета, имевшая хождение до 1932 г.

**Тур**

*Тур* (франц. tour) – 1. Круговое движение, а также движение с возвратом на место отправления. 2. Этап какой-либо игры, состязания, который завершает отдельную часть этой игры, состязания.

*Тур* (лат. *turris* – башня) – 1. Плетеная корзина без дна, наполнявшаяся землей и служившая в старину для устройства укрытий от пуль и снарядов. 2. В гидротехнике – плетеная корзина, наполняемая камнями дерном и опускаемая на дно водоема.

*Тур* – 1. Вымерший в XVII столетии дикий бык, являющийся одним из предков крупного рогатого скота. 2. Горный кавказский козел.

*Тур* (от «туристический») – путешествие.

#### **Хаос- хаос**

*Хаос* (греч. *chaos*) – зияющая бездна, наполненная туманом и мраком, беспорядочная смесь материальных элементов мира, из которой произошло все существующее (в древнегреческой мифологии).

*Хаос* (греч. *chaos*) – полный беспорядок, неразбериха.

#### **Шабаш - шабаш**

*Шабаш* – субботний отдых, предписанный еврейской религией.

*Шабаш* – кончено, хватит.

#### **Языковые - языковые**

*Языковые* – сделанные, приготовленные из языка.

Ед. ч. языковой (спец.).

*Языковые* – относящиеся к языку как системе словесного выражения мыслей. Ед. ч. языковой (лингв.).

## Словарь иностранных слов

**Авуары** – 1. наличные деньги, золото, ценные бумаги, принадлежащие банку, а также 2. находящиеся на счетах другого банка, расположенного за рубежом.

**Альянс** – союз на основе договорных обязательств.

**Ареал** – область распространения на земной поверхности какого-либо явления.

**Аудит** – проверка ведения бухгалтерского учета на предприятиях и в учреждениях с точки зрения его достоверности и справедливости.

**Афера** – мошенничество.

**Бартер** – прямой товарообмен между контрагентами.

**Бизнес** – деятельность, дающая прибыль.

**Брифинг** – информационное совещание представителей прессы, на котором уполномоченными лицами излагается позиция правительства или соответствующей организации; инструктаж.

**Вакансия** – незанятая должность.

**Ваучер** – именной приватизационный чек.

**Вексель** – письменное долговое обязательство.

**Гарант** – поручитель: государство, учреждение, лицо, дающее в чем-либо гарантию.

**Гарантия** – ручательство; условие, обеспечивающее что-либо; обязательства продавца отвечать за материальные недостатки товара.

**Дебаты** – прения, обмен мнениями на каком-либо собрании, совещании.

**Дебитор** – должник.

**Дезавуировать** – заявить о несогласии с действиями своего доверенного лица или о том, что данное лицо не уполномочено действовать от имени заявляющего.

**Делегат** – представитель (выбранный или назначенный).

**Делегировать** – уполномочивать; посылать в качестве делегата.

**Демагогия** – использование лживых обещаний, преднамеренное извращение фактов для достижения той или иной цели.

**Демпинг** – продажа товаров на рынках других стран по ценам ниже уровня, нормального для этих стран.

**Депозиты** – вклады в банки на хранение.

**Дивиденд** – часть прибыли компании, распределяемая между акционерами в зависимости от числа акций.

**Дизайн** – комплексная проектно-художественная деятельность.

**Дилемма** – необходимость выбора из 2-х возможностей.

**Дилер** – лицо или фирма, занимающаяся перепродажей.

**Дискредитация** – подрыв авторитета.

**Имидж** – целенаправленно сформированный образ.

**Иммигрант** – иностранец, поселившийся в какой-либо стране на постоянное жительство.

**Импичмент** – процедура привлечения к суду парламента высших должностных лиц государства.

**Инжиниринг** – инженерно-консультационные услуги.

**Инновация** – нововведение.

**Инсинуация** – клевета.

**Инцидент** – происшествие, недоразумение, столкновение.

**Истеблишмент** – правящие и привилегированные группы общества, а также вся система власти и управления, с помощью которой они осуществляют свое господство.

**Канон** – правило; то, что стало традиционным и общепринятым.

**Карт-бланш** – неограниченные полномочия (для совершения конкретных действий поверенным от имени доверителя).

**Катаклизм** – катастрофа.

**Кворум** – число присутствующих на собрании, необходимое для того, чтобы признать собрание правомочным.

**Колледж** – высшее или среднее учебное заведение.

**Коммюнике** – официальное сообщение (в СМИ) о важных событиях.

**Компетенция** – круг вопросов, в которых данное лицо обладает познаниями, опытом: сфера полномочий кого-либо органа или должностного лица.

**Консалтинг** – консультирование товаропроизводителей, продавцов и покупателей по широкому кругу вопросов экономической деятельности.

**Консенсус** – общее согласие по спорным вопросам.

**Конформизм** – приспособленчество.

**Конфронтация** – противоборство.

**Конъектура** – 1. предположение, догадка; 2. Исправление или восстановление испорченного или не поддающегося прочтению текста на основании догадок.

**Конъюнктура** – обстановка, сложившаяся в определенный момент в области деловых отношений.

**Коррупция** – подкуп должностных лиц; использование должностным лицом служебного положения в целях личного обогащения.

**Копирайт** – авторские права, защищенные законом.

**Котироваться** – иметь ту или иную цену (оценку).

**Кредо** – система взглядов.

**Кулуары** – 1. Специальные места для отдыха в парламенте, театре; 2. Место неофициальных встреч и обмена мнениями в учреждениях.

**Легитимный** – законный.

**Лимит** – предельное количество (норма) чего-либо.

**Лоббизм** – практика оказания давления на законодателей, государственных чиновников, правительственные решения со стороны каких-либо организаций.

**Локаут** – закрытие предприятия или массовое увольнение рабочих с целью заставить их отказаться от выдвигаемых ими требований.

**Маркетинг** – система, направленная на обеспечение максимального сбыта продукции и расширение рыночной зоны фирмы.

**Менеджмент** – искусство управлять интеллектуальными, финансовыми, сырьевыми и пр. ресурсами в целях наиболее эффективной производственной деятельности.

**Менталитет** – умонастроения, определенный уровень общественного и индивидуального сознания и связанный с ним спектр жизненных позиций, культуры и моделей поведения.

**Мораторий** – отсрочка исполнения обязательств.

**Мониторинг** – специально организованное систематическое наблюдение за состоянием каких-либо объектов.

**Новация** – прекращение обязательства по соглашению сторон путем замены его новым обязательством.

**Нонсенс** – бессмыслица.

**Ностальгия** – тоска по родине.

**Ноу-хау** – не защищенные охранными документами знания или опыт научно-технического, производственного, коммерческого и другого характера.

**Нувориш** – человек, разбогатевший на спекуляциях и пробившийся в высшие слои общества; богач-выскочка.

**Остракизм** – изгнание, гонение.

**Паблисити** – реклама; известность, популярность.

**Парафирование** – форма подтверждения согласия с текстом договора – нанесение представителями сторон своих инициалов в конце (или на каждой странице) текста.

**Паритет** – равные отношения, одинаковое положение.

**Презентация** – представление, предъявление.

**Протекционизм** – 1) поддержка, оказываемая влиятельным лицом кому-либо в устройстве дел; 2) экономическая политика государства, направленная на ограждение национальной экономики от иностранной конкуренции.

**Рейтинг** – уровень популярности.

**Реноме** – репутация.

**Ресурсы** – средства, запасы, возможности, источники чего-либо.

**Рэкет** – шантаж, запугивание, вымогательство.

**Санация** – оздоровление; система мер по предотвращению банкротства и финансовому оздоровлению крупных предприятий и банков с помощью государства.



**Сертификат** – письменное свидетельство; документ, удостоверяющий какой-либо факт.

**Стагнация** – застой в экономике, производстве, торговле.

**Статус** – правовое положение, состояние.

**Статут** – устав, положение о правах и обязанностях каких-либо лиц или органов.

**Феномен** – редкое, необычное, исключительное явление.

**Фиаско** – неуспех, провал.

**Форс-мажор** – чрезвычайные, непредотвратимые обстоятельства (например, стихийные бедствия), освобождающие от исполнения обязательств по договору.

**Холдинговая компания** – компания, использующая капитал для приобретения контрольных пакетов акций других компаний.

**Цейтнот** – острая нехватка времени.

**Чартер** – договор на аренду судна (самолета) в рамках конкретного срока.

**Экспансия** – расширение сферы влияния.

**Экстраполяция** (экстраполировать) – распространение выводов, полученных из наблюдения над одной частью явления, на другую часть его.

**Элита** – 1. лучший, отборный; 2. верхушка общества, социальной группы, избранное общество.

**Эмбарго** – запрет на ввоз или вывоз из страны товаров или валюты как средство экономического воздействия на другое государство.

**Эмигрант** – лицо, выселившееся из страны в другую.

**Эргономика** – наука о взаимоотношениях человека и машины в условиях производственной деятельности.

**Эскорт** – конвой, охрана, сопровождение, прикрытие.

**Юрисдикция** – сфера полномочий данного государственного органа.

### Список использованной литературы

1. Анисимова Т.В., Гимпельсон Е.Г. Современная деловая риторика: Учебное пособие. – Волгоград, 1998.
2. Баева О.А. Ораторское искусство и деловое общение. – М., 2002.
3. Балашова Л.В. Русский язык и культура общения. Ч. 1,2. – Саратов, 2001.
4. Берн Э. Игры, в которые играют люди / Пер. с англ. – М., 1988.
5. Блакар Р.М. Язык как инструмент социальной власти // В кн.: Психология влияния: Хрестоматия. – СПб., 2001.
6. Биркенбил В. Язык интонаций, мимики, жестов. – СПб., 1997.
7. Валгина Н.С. Активные процессы в современном русском языке. – М., 2001.
8. Введенская Л.А., Павлова Л.Г., Кашаева Е.Ю. Русский язык и культура речи. – Ростов-н/Д, 2002.
9. Голуб И. Стилистика русского языка. – М., 2001.
10. Добрович А. Систематика общения // В кн.: Психология влияния: Хрестоматия. – СПб., 2001.
11. Ершов П.Н. Режиссура как практическая психология. – М., 1972.
12. Ипполитова Н.А., Князева О.Ю., Саввова М.Р. Русский язык и культура речи в вопросах и ответах. – М., 2006.
13. Казарцева О.М. Культура речевого общения. – М., 1999.
14. Казарцева О.М., Вишнякова О.В. Письменная речь: Учебное пособие. – М., 1998.
15. Карнеги Д. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей. – М., 1989.
16. Кошанский Н. Частная риторика. – СПб., 1840.
17. Краткий психологический словарь./ Под ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. – Ростов-н/Д, 1998.
18. Культура русской речи / Под ред. Л.К. Граудиной, Е.Н. Ширяева. – М., 2000.

19. Ладыженская Т.А. Устная речь как средство и предмет обучения. – М., 1998.
20. Леонтьев А.А. Психология общения. – М., 1997.
21. Мурашов А.А. Русецкий В.Ф. Культура речи. Практикум. – Москва; Воронеж, 2004.
22. Ниренберг Дж. Калеро Г. Невербальная коммуникация // В кн.: Психология влияния: Хрестоматия. – СПб., 2001.
23. Ожегов С.И. Словарь русского языка. – М., 1984.
24. Ожегов С.И. Лексикология. Лексикография. Культура речи. – М., 1974.
25. Петрякова А.Г. Культура речи. Практикум-справочник для 10–11 классов. – М., 1998.
26. Пиз А. Язык телодвижений. Как читать мысли других по жестам. – Нижний Новгород, 1992.
27. Рогов Е.И. Психология общения. – М., 2004.
28. Романчук С.И. Русский язык и культура речи. Пособие по развитию устной и письменной речи: Учебно-методическое пособие. – М., 2003.
29. Русский язык и культура речи / Под. ред. проф. О.Я. Гойхмана. – М., 2002.
30. Русский язык. Энциклопедия. – М., 1979.
31. Русский язык и культура речи. / Под ред. проф. В.И. Максимова. – М., 2002.
32. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. – М.: Прогресс, 1993.
33. Сидорова М.Ю., Савельев В.С. Русский язык. Культура речи: Конспект лекций. М., 2005.
34. Трофимова Г.К. Русский язык и культура речи: Курс лекций. – М., 2005.
35. Шейнов В.П. Психология влияния. – М., 2002.
36. Щерба Л.В. Русская речь. 1967. №1.