

Учебно-методический комплекс
по дисциплине

РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ

Направление подготовки	23.03.03 Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов (академический бакалавриат)
Профиль подготовки	Автомобили и автомобильное хозяйство
Квалификация выпускника	бакалавр
Форма обучения	очная, заочная

Философия: учебно-методический комплекс утвержден и рекомендован к использованию в образовательном процессе на заседании кафедры социально-гуманитарных и экономических дисциплин, протокол № 2 от 02.09.2019 г. и заседании методической комиссии инженерно-экономического факультета Технологического института – филиала ФГБОУ ВО Ульяновский ГАУ, протокол № 2 от 03.09.2019 г.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ»

Целью является обучение грамотной речи, формирование навыков эффективного общения, ознакомление с приёмами речевого воздействия, от чего в современных условиях зависит востребованность специалиста на рынке труда и его конкурентоспособность.

Задачи заключаются в развитии следующих знаний, умений и навыков:

- знания о ресурсах языка, его структуре, формах реализации;
- закрепление и совершенствование навыков владения нормами русского литературного языка;
- знания основ культуры речи;
- представление о речи как инструменте эффективного воздействия, которым должен владеть специалист любого профиля для успешной работы по своей специальности и каждый член общества для успешной коммуникации;
- формирование коммуникативной компетенции будущего специалиста и навыков делового общения.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Русский язык и культура речи» относится к Блоку 1. Б1.Б32. и нацелена на обучение студента умению грамотно общаться в учебной и профессиональной деятельности.

Дисциплина базируется на знаниях, полученных в рамках школьного курса русского языка или соответствующей дисциплины среднего профессионального образования.

Обучая студента важнейшим приёмам работы с текстом, курс готовит его к более глубокому восприятию предметов гуманитарного цикла. Главной целью дисциплины является формирование образцовой языковой личности специалиста, речь которого соответствует принятым в образованной среде нормам.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенции:

ОК-5 – способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

По окончании освоения дисциплины обучающийся должен продемонстрировать **следующие результаты:**

1. Знать:

- функциональные стили русского языка, соотнесение сферы общения, стиля языка и коммуникативных качеств речи;
- стилевые и языковые черты функциональных стилей;
- выразительные средства языка;
- основные единицы общения, условия эффективной речевой коммуникации, невербальные средства общения;
- приёмы поиска материала;
- основные типы связи в тексте;
- правила сокращения слов и использования заглавных букв;
- особенности составления рекламы;
- этикетные формулы, используемые в речевых ситуациях;
- стратегию и тактику деловых переговоров;
- основные лингвистические словари русского языка;
- языковые нормы и их варианты.

2. Уметь:

- распознавать особенности каждого функционального стиля при работе с текстом;
- составлять и редактировать научный текст в соответствии с требованиями жанра;
- ориентироваться в речевых ситуациях, используя различные языковые средства;
- распознавать и определять тропы и фигуры речи;
- использовать приёмы эффективной аргументации;
- работать над композицией выступления;
- определять тип связи в тексте и устанавливать последовательность предложений;
- составлять деловые бумаги;
- составлять и редактировать резюме, анализировать рекламные тексты;
- применять формулы речевого этикета;
- анализировать типичные ситуации деловой коммуникации, ставить и решать организационные вопросы;
- работать со словарями;
- контролировать соответствие устной и письменной речи требованиям норм современного русского литературного языка.

3. Владеть:

- нормами современного русского литературного языка;
- навыками составления текстов различных жанров и стилей;
- навыками эффективного общения;
- приёмами ведения деловой дискуссии и полемики.

2.1. Лекционный курс

Тема 1. Основы культуры речи

План:

1. Понятие культуры речи.
2. Аспекты культуры речи:
 - а) нормативный;
 - б) коммуникативный;
 - в) этический.
3. Культура речи в профессиональной деятельности.

Вопрос 1. Культура речи – часть общей культуры человека. По ней можно судить об уровне духовного развития человека и о его внутренней культуре.

Словосочетание «культура речи» применяется в трёх основных значениях:

– это раздел филологической науки, изучающий речевую жизнь общества в определенную эпоху и устанавливающий на научной основе правила пользования языком, *т.е. это учение о совокупности и системе коммуникативных качеств речи;*

– это признаки и свойства речи, совокупность которых говорит о её коммуникативном совершенстве;

– это совокупность навыков и знаний человека, обеспечивающих незатрудненное применение языка в целях общения, владение нормами литературного языка, умение использовать выразительные средства языка в различных условиях общения в соответствии с целями и содержанием речи (Головин Б. Н. Основы культуры речи. – М., 1988).

Первое значение определяет предмет изучения определённой отрасли филологии. Второе и третье значение определяют культуру речи как совокупность и систему её нормативных и коммуникативных качеств. В этом смысле «культура речи» тождественно понятию «хорошая речь».

Культура речи – это владение нормами литературного языка в его устной и письменной форме, при котором осуществляется выбор языковых средств, позволяющих в ситуации общения и при соблюдении этики обеспечить необходимый результат коммуникации.

Одна из задач культуры речи – охрана литературного языка и его норм. Это является делом национальной важности, т.к. литературный язык – это именно то, что в языковом плане объединяет нацию.

Утверждение, что существительные женского рода 1 склонения в предложном падеже имеют окончание -е-, – это утверждение о норме, и специалисту по культуре речи здесь делать нечего. Культура речи начинается там, где язык как бы предлагает выбор.

Вопрос 2. Культура речи содержит три аспекта:

I. Нормативный.

Языковая норма – правила использования речевых средств в определённый период развития литературного языка. К её особенностям относятся устойчивость, распространённость, общеупотребительность и обязательность.

Языковые нормы отражают закономерные процессы, происходящие в языке и поддерживаемые речевой практикой. Это – явление историческое. Их изменение обусловлено постоянным развитием языка. Устойчивость языковой нормы неоднородна: устойчив и неизменен основной словарный фонд языка, но части, связанные с пограничными зонами, бывают подвержены изменениям. Лингвистами выявлены три этапа их временной эволюции: высокодинамические (10-15 лет), умеренные (30-40 лет) и низкодинамические (50 и более лет).

Если старую, первоначальную норму обозначить буквой А, а конкурирующий вариант буквой Б, то соревнование между ними за место в литературном языке проходит в четыре этапа и графически выглядит так:

1 этап	2 этап	3 этап	4 этап
Норма А	Варианты А-Б	Варианты Б-А	Вариант Б
А – основной	А – основной	Б – основной	Б – основной
Б – неправильный	Б – допустимый, разговорный, равноправный	А – устаревший	–

Языковая норма – это центральное понятие культуры речи. Нормы литературного языка воспринимаются его носителями как образец. Но норма является хоть и необходимым регулятором речевого поведения людей, но недостаточным. Существует большое количество текстов, безупречных с точки зрения литературных норм, но не достигающих цели. Объясняется это тем, что норма регулирует в большей степени структурную сторону речи, не затрагивая отношений речи к действительности, сознанию, поведению людей.

II. Поэтому вторым аспектом культуры речи является **коммуникативный**. Коммуникативная целесообразность – это умение находить в языковой системе для выражения конкретного содержания в каждой реальной ситуации речевого общения адекватную языковую форму. **Коммуникативный аспект** обеспечивается:

1) точностью речи, под которой понимается точность словоупотребления. Она снижается незнанием о существовании в языке паронимов – слов, близких по звучанию, но разных по значению. Например: адресат – адресант,

экскаватор – эскалатор, описка – отписка, Эйнштейн – Эйзенштейн, Капри – Кипр, Швеция – Швейцария, царский – царственный, представить – предоставить;

2) понятностью речи, под которой понимается необходимость ограничения использования слов, находящихся на периферии словарного состава языка. С этой точки зрения весь языковой фонд можно разделить на **две большие группы**:

а) лексика неограниченной сферы употребления, в которую входят понятные для всех слова (хлеб, семья, огород, тетрадь, дом, луна, мороз, птица и др.). Эта группа огромна, и именно она делает нашу речь общедоступной;

б) лексика ограниченного употребления – слова, употребляемые в определённой сфере, которые не могут и не должны понимать все. Основные группы этих слов:

– **профессионализмы** – слова и выражения, используемые людьми одной профессии. *Так, коневоды различают лошадей по назначению (упряжная, верховая, вьючная), а первую в упряжке – коренная, пристяжная, дышельная, выносная, которая в свою очередь делится на подседельную и подручную;*

– **диалектизмы** – слова, ограниченные в территориальном отношении, понятные лишь жителю определённой местности. *Так, в Архангелогородской области слово "биспой" означает "седой", а в Рязанском говоре "зобать" означает "есть". А в селе Белый Яр слово "кокурки" обозначает род пряников.* Как и в любом явлении, у диалектизмов есть свои плюсы и минусы: с одной стороны они снижают понятность речи, с другой – делают язык богаче; но с распространением радио и телевидения русский язык становится более унифицированным;

– **жаргонизмы** – слова и выражения, служащие для общения между членами какой-либо социальной группы. Их возникновение связано со стремлением отдельной группы противопоставить себя обществу, отгородиться от него. Если цель общенародного языка – содействовать общению людей, то жаргон – это "тайный" язык, цель которого – скрыть смысл произносимого;

– **термины** – слова, являющиеся точным обозначением определённого понятия какой-либо специальной области науки, техники, искусства и т.д.

– **заимствования** – слова и выражения, появляющиеся в результате общения народов между собой. Это нормальное, естественное явление для любого языка. *Так, из греческого языка в своё время были заимствованы: котёл, философия, грамматика, логика, история. Из латинского пришёл ряд политических терминов: республика, диктатура, пролетариат. Из тюркских языков пришли слова: казна, жемчуг, бисер, базар, деньги, аришин, чулок и т.д. Из Западной Европы: верстак (нем.), пальто, гарнизон, котлета (фр.), пельмени, пурга (финск.), гитара (исп.), тенор, ария (итал.), матрос, флаг, галстук (голландск.).* Опасность заимствований – в превышении порога допустимости, когда они начинают засорять язык.

3) чистотой речи – отсутствием слов-"паразитов". Такими слова становятся в речи говорящего из-за частого их употребления (так, так сказать, значит, вот), когда они не несут никакой смысловой нагрузки;

4) богатством и разнообразием речи, которые определяются богатством словаря. Словарь современного русского языка в 17-ти томах включает 120 тыс. слов. Словарный запас одного человека состоит из 7-9/11-13 тыс. слов. Богатство языка определяется наличием в нём многозначных слов, синонимов, фразеологизмов, уменьшительно-ласкательных суффиксов.

5) выразительностью речи. Выразительность речи – коммуникативное качество, обеспечивающее усиление действенности высказывания; это эстетичность речи, её гармоническое построение, предполагающее раскрытие возможностей слов и их сочетаний. Выразительность основана на использовании в речи определённой системы средств – *фигур и тропов.*

Фигуры речи – отступления от нейтрального способа изложения с целью эмоционального и эстетического воздействия. Существуют разные классификации фигур:

– **семантические фигуры** основываются на переносе значения, который уже состоялся (*метафора, метонимия, синекдоха, эпитет*, иногда – *гипербола и литота*);

– **лексико-семантические** (смысловые) **фигуры** предполагают, что процесс переноса значения находится в стадии осуществления: слово не утратило прежнего смысла, но приобрело дополнительное смысловое значение, поэтому стало придавать фразе особое смысловое наполнение (*сравнение, каламбур*);

– **лексико-синтаксические фигуры** предполагают особенности размещения частей предложения, приводящие к появлению смысловых оттенков (*параллелизм, градация, анафора, эпитифора* и др.);

– **фонетические фигуры** базируются на необычных созвучиях, нагнетании звука или его отсутствии (*зияние, аллитерация, ассонанс*).

Аллитерация – повторение одинаковых согласных звуков (*унылая пора, очей очарованье...*).

Анафора – повторение одних и тех же элементов в начале каждого параллельного ряда (тиха, строфы, прозаического отрывка).

Антитеза – резкое противопоставление понятий, мыслей, образов.

Ассонанс – созвучие гласных звуков в рифме или повторение одинаковых гласных как стилистический приём (*Забил снаряд я в пушку туго и думал: угощу я друга!..*).

Гипербола – непомерное преувеличение размера, силы, значения и т.д. какого-либо предмета, явления.

Градация – такое расположение частей высказывания, при котором каждая последующая часть включает в себе усиливающееся смысловое значение, благодаря чему создаётся нарастание производимого впечатления.

Зияние – стечение гласных в составе или на стыке слов (*радиоузел, у аэропорта*). Зияние является недостатком устной речи, если не используется со стилистическим заданием.

Инверсия – расположение членов предложения в особом порядке, нарушающим обычный (прямой) порядок, с целью усилить выразительность речи.

Каламбур – юмористическое использование многозначности слова или звукового сходства различных слов. Например: *Прекрасный пол это не только женщины, но и линолеум от фирмы...*

Литота – непомерное преуменьшение размера, силы, значения и т.д. какого-либо предмета, явления. Например: *Я немного разбираюсь в этом вопросе* (из уст специалиста высокой квалификации в своей области науки или производства). Из-за несоответствия оценки и реальной ситуации происходит как бы усиление смысла высказывания.

Метафора – употребление слова в переносном значении на основе сходства в каком-либо отношении двух предметов или явлений.

Метонимия – употребление названия одного предмета вместо названия другого предмета на основании внешней или внутренней связи между ними. Например: *фарфор и бронза* (вместо «изделия из фарфора и бронзы»), *читать Пушкина* (вместо «читать произведения Пушкина»).

Окказионализм – слово, образованное по непродуктивной модели, используемое только в условиях данного контекста.

Оксюморон – соединение двух понятий, противоречащих друг другу, логически исключающих одно другое (*звонкая тишина, красноречивое молчание*).

Олицетворение – приписывание неодушевленным предметам признаков и свойств живых существ.

Параллелизм – одинаковое синтаксическое построение соседних предложений или отрезков речи. Например: *Я был готов любить весь мир — меня никто не понял: я научился ненавидеть. Я говорил правду — мне не верили: я начал обманывать...* (М. Лермонтов).

Парафраз – замена названия лица, предмета или явления описанием их существенных признаков или указанием на их характерные черты. Например: *царь зверей* (вместо «лев»), *Фемиды* (вместо «юриспруденция»).

Парономазия – постановка рядом слов, близких по звучанию, но разных по значению (*не глух, а глуп*).

Риторический вопрос – предложение, содержащее утверждение или отрицание в форме вопроса, на который не ожидается ответ; употребляется как стилистическая фигура.

Синекдоха – перенос значения с одного явления на другое по признаку количественного отношения между ними: употребление названия целого вместо названия части и наоборот; разновидность метонимии. *«Все флаги в гости будут к нам»* (А. Пушкин); *«На сцену вышла первая скрипка»*.

Сравнение – уподобление одного предмета другому на основании общего у них признака.

Эллипсис – пропуск элемента высказывания, легко восстанавливаемого в контексте или ситуации. Например: *Мы сёла — в пепел, грады — в прах!*

Эпитет – художественное образное определение; вид тропа.

Эпифора – повторение одних и тех же элементов в конце каждого параллельного ряда (стиха, строфы, предложения и т.д.). Например: *Мне хотелось бы знать, отчего я титулярный советник? Почему именно титулярный советник?*

III. Этический аспект культуры речи предписывает знание и применение правил языкового поведения в конкретных ситуациях таким образом, чтобы не унижить достоинства участников **общения**. **Этика речи** – правила должного речевого поведения, основанного на нормах морали и национально-культурных традициях. Этические нормы общения предусматривают соблюдение речевого этикета. **Речевой этикет** представляет собой систему средств и способов выражения отношения друг к другу общающихся. Он включает речевые формулы приветствия, просьбы, благодарности, поздравления, обращения на «ты» и «вы», выбор полного или сокращенного имени, формулы обращения и т. д., накладывает строгий запрет на сквернословие в процессе общения и другие формы, оскорбляющие достоинство участников общения или окружающих людей.

Речевой этикет обладает особыми социальными и лингвистическими свойствами:

– речевой этикет – это требование общества: если хочешь быть членом своей общности, в том числе национальной, исполняй то, что от тебя ожидают в соответствии с социальными ролями, положением в официальной или неофициальной обстановке, личными отношениями и т.д.;

– речевой этикет – социальные "поглаживания", он комфортен, приятен;

– произнесение формулы речевого этикета представляет собой речевое действие, поэтому при выражении благодарности (*Спасибо!*) совершается дело благодарности;

— в языковой структуре стереотипов речевого этикета заложены "я" говорящего лица и "ты" адресата, в некоторых случаях открыто (*Я приветствую вас!*), в других – завуалировано (*Привет!*).

Речевой этикет воплощается в специальных **этикетных речевых формулах** – способах выражения наиболее частотных и социально значимых коммуникативных намерений. Это фразы к случаю, знание их – показатель высокой степени владения языком.

1) Приветствие, обращение. Выполняют контактно-устанавливающую функцию. Национальные и культурные традиции предписывают определённые формы обращения к незнакомым людям. *Так, если в начале 20-го века универсальными способами обращения были слова "гражданин, гражданка", то в середине века наибольшее распространение получили обращения "мужчина, женщина".*

2) Перебивание, встречные реплики. Этикет предписывает выслушивать собеседника до конца, но для диалогов бывает характерна высокая степень эмоциональности.

3) Выбор ТЫ-общения или ВЫ-общения. Он осуществляется в зависимости от социальной роли собеседников и от степени их близости. "Вы" широко распространено в официальной речи, при поверхностном знакомстве, свидетельствует об уважении участников разговора.

4) Поздравления (обращение, повод, пожелания, заверения в искренности чувств, дата, подпись).

Вопрос 3. Профессиональное общение представляет собой речевое взаимодействие специалиста с другими специалистами и клиентами организации в ходе осуществления профессиональной деятельности. Культура профессиональной деятельности во многом определяет репутацию организации в целом и отдельного специалиста.

Профессиональная культура включает владение специальными умениями и навыками профессиональной деятельности (приобретаются в процессе профессиональной подготовки), культуру поведения (формируется в соответствии с этическими нормами общества), эмоциональную культуру (включает умение регулировать свое психическое состояние, понимать эмоциональное состояние собеседника, управлять своими эмоциями), общую культуру речи (предусматривает нормы речевого поведения в любых ситуациях общения) и культуру профессионального общения.

Культура профессионального общения характеризуется рядом дополнительных требований. В профессиональной культуре общения особенно высока роль социально-психологических характеристик речи, таких как соответствие речи эмоциональному состоянию собеседника, деловая направленность речи, соответствие речи социальным ролям.

Культура профессиональной речи включает:

- владение терминологией данной специальности;
- умение строить выступление на профессиональную тему;
- умение организовать диалог и управлять им;
- умение общаться с неспециалистами по вопросам профессиональной деятельности.

Для успеха в профессиональной деятельности современному специалисту необходимо в совершенстве владеть навыками культуры речи, обладать лингвистической, коммуникативной и поведенческой компетенцией в профессиональном общении. Для этого необходимы:

- знание норм литературного языка и устойчивые навыки их применения в речи;
- умение следить за точностью, логичностью и выразительностью речи;
- владение стилем профессиональной речи;
- умение определять цель и понимать ситуацию общения;
- умение учитывать социальные и индивидуальные черты личности собеседника;
- навыки прогнозирования развития диалога, реакций собеседника;
- умение создавать и поддерживать благоприятную атмосферу общения;
- высокая степень контроля эмоционального состояния и выражения эмоций;
- умение направлять диалог в соответствии с целями профессиональной деятельности;
- знание этикета и чёткость выполнения его правил.

Тема 2. Структурные свойства языка

План:

1. Возникновение русского языка.
2. Язык как система.
3. Формы существования языка.
4. Функциональные стили русского литературного языка. Понятие стилистически окрашенных и стилистически нейтральных языковых единиц.

Вопрос 1. Современный русский язык по происхождению связан с общеславянским, который выделился несколько тысячелетий назад из индоевропейского языка-основы и служил средством общения славянских племен до V–VI веков н.э.

На основе общеславянского языка образовались восточнославянский (древнерусский) язык, а также языки южнославянской группы (болгарский, сербский и др.) и западнославянской (польский, словацкий, чешский и др.).

На древнерусском языке говорили восточнославянские племена, образовавшие в IX веке древнерусскую народность в пределах Киевского государства. В XIV–XV веках в результате распада Киевского государства на основе единого языка древнерусской народности возникло три самостоятельных языка: русский, украинский и белорусский, которые с образованием наций оформились в национальные языки.

Вопрос 2. Язык представляет собой **систему** – (от греческого *systema* – целое, составленное из частей; соединение) объединение элементов, находящихся в отношениях и связях, образующих целостность, единство.

Характеризуя язык как систему, необходимо определить, из каких элементов он состоит, как они связаны друг с другом, какие отношения устанавливаются между ними, в чём проявляется их единство.

Язык состоит из единиц:

- звук;
- морфема (приставка, корень, суффикс, окончание);
- слово;
- фразеологическая единица (устойчивое словосочетание);
- свободное словосочетание;
- предложение (простое, сложное);
- текст.

Однородные единицы объединяются и образуют **уровни языка**.

Звуки, фонемы	Фонетический	Фонетика
Морфемы	Морфемный	Морфемика
Слова	Лексический	Лексикология
Формы и классы слов	Морфологический	Морфология
Предложение	Синтаксический	Синтаксис

Язык – **знаковая система**. Существует два типа знаков: **естественные** (знаки-признаки) и **искусственные** (знаки-информанты). **Искусственные знаки** условны. Они создаются для представления и замещения предметов и явлений, понятий и суждений, для формирования, хранения и передачи информации, поэтому их называют еще информативными. **Информативные знаки** – это соединение определённого смысла и определённого способа его выражения. Языковые знаки – самые сложные. Они могут состоять из одной единицы (слово, фразеологизм) или их комбинации (предложение). Языковой знак указывает на какой-то предмет, качество, действие, событие, положение дел, когда об этом начинают говорить или писать. Самостоятельный языковой знак – слово. Морфема самостоятельно не функционирует в языке. Она проявляет себя только в слове, поэтому считается минимальным, несамостоятельным языковым знаком. Предложение, высказывание, текст – составные знаки разной степени сложности.

Язык по своей природе полифункционален:

- 1) **коммуникативная функция** – язык служит средством общения, позволяет говорящему выразить свои мысли, а другому индивиду их воспринимать и как-то реагировать;
- 2) **познавательная функция** (когнитивная) – язык служит средством сознания, способствует его деятельности и отражает ее результаты, т.о. язык участвует в формировании мышления индивида (индивидуальное сознание) и мышления общества (общественное сознание);
- 3) **аккумулятивная функция** – язык помогает сохранять и передавать информацию, в письменных памятниках (летописи, документы, мемуары, газеты, художественная литература), в устном народном творчестве фиксируется жизнь народа, история носителей данного языка;
- 4) **эмотивная функция** (эмоциональная – выражает чувства и эмоции);
- 5) **волеятативная функция** (воздействия).

Вопрос 3. Язык – сложное явление. Национальный язык как достояние народа существует в **нескольких формах**: **диалекты** (территориальные), **просторечие** (речь неграмотных или недостаточно грамотных слоев городского населения), **жаргоны** (речь отдельных профессиональных, социальных групп с целью языкового обособления) и **литературный язык**. Высшей формой национального русского языка является литературный язык. Именно он обслуживает различные сферы человеческой деятельности. Среди основных признаков литературного языка лингвисты называют кодификацию – изложение совокупности правил (любой словарь – кодифицирование языка).

Вопрос 4. Язык выполняет разные коммуникативные задачи и обслуживает разные сферы общения, каждая из которых предъявляет к языку свои требования. Поэтому не говорят о культуре владения языком вообще. Речь идёт о культуре владения разными функциональными разновидностями языка. То, что является уместным в одной разновидности, оказывается неприемлемым в другой.

Литературный язык отличается от других проявлений национального языка своим стилистическим богатством, позволяющим использовать его в официальном и неофициальном общении, в сфере науки, в средствах массовой информации и в повседневной жизни. Разнообразное применение литературного языка приводит к появлению в нём функционально-стилевой дифференциации.

Академик В.В. Виноградов даёт такое определение функционального стиля: «**Стиль** – это общественно осознанная, функционально обусловленная, внутренне объединённая совокупность приёмов употребления, отбора и сочетания средств речевого общения в сфере того или иного общенародного, общенационального языка, соотносительная с другими такими же способами выражения, которые служат для иных целей, выполняют иные функции в речевой общественной практике данного народа». Термин **функциональный стиль** подчёркивает, что разновидности литературного языка выделяются на основе той **функции** (роли), которую выполняет язык в каждом конкретном случае. Важным является требование различать функциональные разновидности, свободно пользоваться любой из них, чётко представляя, какая из разновидностей языка должна выбираться в соответствии с задачами общения. Стили языка принимаются во внимание, т.к. речевое общение осуществляется не на языке в целом, а на том или ином из его функциональных стилей. В каждом стиле все его конкретные речевые характеристики подчиняются организующей речь в данном стиле доминанте.

Типология функциональных стилей такова:

1. Разговорный. **Доминанта разговорной речи** – сведение до минимума заботы о форме выражения мысли. Отсюда фонетическая и лексическая нечёткость, широкое использование местоимений и т.д. Если язык художественной литературы и функциональные стили строятся на основе зафиксированных в словарях правил языка, то особенности разговорной речи нигде не фиксируются. Поэтому она противопоставляется другим разновидностям языка как некодифицированная (пример кодификации речи и языка – словарь).

2. **Официально-деловой. Доминанта делового стиля** – предельная точность, однозначность. Для официально-делового стиля характерной чертой является штамп. Невозможна вольная форма заявления о командировке или отпуске. Главное для документов – чёткие формулировки, ничто не должно оставаться в подтексте. Некоторая тяжеловесность многих юридических документов поэтому неизбежна. Такие тексты не предназначены для быстрого прочтения неспециалистами, они требуют неоднократного прочтения. **Например:** *"Защита гражданских прав осуществляется в установленном порядке судом, арбитражем или третейским судом путём: признания этих прав; восстановления положения, существовавшего до нарушения права, и пресечения действий, нарушающих право; присуждения к исполнению обязанности в натуре; прекращения или изменения правоотношения; взыскания с лица, нарушившего право, причинённых убытков, а в случаях, предусмотренных законом или договором, – неустойки (штрафа, пени), а также иными способами, предусмотренными законом".*

3. **Научный. Доминанта научного стиля** – понятийная точность, подчеркнутая логичность. Поэтому он невозможен без терминологии. Последовательное развитие мысли не допускает, как и в официально-деловом стиле, неясно выраженный смысл. Научный текст информационно насыщен. В тексты многих научных специальностей входят формулы. Поэтому они трудны для восприятия. К ним нельзя предъявлять требования вседоступности. **Например:** *"В этой главе теория обобщённых функций применяется к построению фундаментальных решений и к решению задачи Коши для волнового уравнения и для уравнения теплопроводности. При этом задача Коши рассматривается в обобщённой постановке, что позволяет включить начальные условия в мгновенно действующие источники (типа простого и двойного слоя на поверхности $t=0$). Таким путём задача Коши сводится к задаче о нахождении такого (обобщённого) решения данного уравнения (с неизменной правой частью), которое обращается в нуль при $t<0$. Последняя задача решается стандартным методом – методом суммирования возмущений, порождаемых каждой точкой источника, так что решение её представляется в виде свёртки фундаментального решения с правой частью".*

Вывод: научный и официально-деловой стили имеют много общего и относятся к разряду строгих.

4. **Публицистический.** Занимает особое промежуточное положение между строгими и нестрогими функциональными разновидностями языка. **Его доминанта** – социальная оценочность. В нём соединяются две противоположные тенденции – к стандартизации и к экспрессивности. *Вот пример соединения этих тенденций: статья на серьёзнейшие темы может предшествовать "легкомысленный" заголовок – "О чём промолчит глаз народа", "В экологическом концлагере", "Бермудский треугольник в Лаврушинском переулке", "Вопросы истории" под вопросом", "Лес рубят – машины стоят", – и даже элементарный прогноз погоды озаглавлен в одной из газет так: "У природы нет плохой погоды".*

5. **Язык художественной литературы.** Его выделение является дискуссионным. Ряд известных учёных его не выделяют, мотивируя это тем, что язык художественной литературы вбирает в себя прочие функциональные стили и поэтому не имеет специфических языковых примет. Другие лингвисты к функциональным стилям относят и художественный. Их аргументы состоят в том, несмотря на кажущуюся многостильность, художественная речь использует лишь отдельные черты и элементы других стилей, которые используются в **эстетической** функции, а не в той, какую они выполняют в стилях, откуда заимствуются. Следовательно, можно говорить о **доминанте художественного стиля** – это образность и эстетическая значимость каждого его элемента. Отсюда — большое количество тропов, использование специальных, только для этого стиля характерных выразительных средств речи – ритма, рифмы, гармонической организации речи.

В систему каждого из функциональных стилей включаются языковые средства, которые могут быть использованы в произведениях, представляющих тот или иной функциональный стиль. В каждом стиле можно выделить **стилистически окрашенные единицы**, употребляющиеся преимущественно в данном стиле (это касается прежде всего единиц лексического уровня): в разговорном стиле – разговорная и просторечная лексика и фразеология, в научном – научная терминология, в публицистическом – общественно-политическая лексика. Но распределение языковых средств по стилям не ведёт к распаду литературного языка, т.к. всегда остается единая общелитературная основа **нейтральных** языковых средств.

Стилистически нейтральные средства в системе языка – это такие языковые единицы, которые могут использоваться в различных сферах и условиях общения, не привнося в высказывание особого стилистического признака, т.е. это средства, стилистически не окрашенные. Именно на фоне этих стилистически нейтральных языковых единиц выделяются средства стилистически окрашенные.

Нейтральные языковые единицы характеризуются тем, что они уместны в любой речи. Ни один письменный или устный текст нельзя создать средствами только одних окрашенных единиц. В любом тексте большинство слов и синтаксических конструкций – нейтрального стиля. Окрашенные единицы вводятся в среду нейтральных единиц – и тогда мы воспринимаем весь текст как книжный или как разговорный по стилю.

Итак, стиль, как и язык в целом, реализуется в речи. Если рассматривать соотношение стилей языка и стилей речи в их современном виде, то **стили речи – это поле применения стилей языка.**

Тема 3. Характеристика основных норм литературного языка

План:

- 1) Определение языковой нормы.
- 2) Типы языковых норм:
 - а) лексические;
 - б) словообразовательные;
 - в) морфологические;
 - г) синтаксические;

- д) орфоэпические;
- е) акцентологические.

Вопрос 1. Речевая деятельность людей регулируется языковыми нормами, которые складываются исторически и обусловлены культурной традицией. Языковая норма – это совокупность явлений, разрешенных системой языка, отраженных и закреплённых в речи носителей языка и являющихся обязательными для всех владеющих литературным языком в определённый период времени.

Норма – одно из важнейших условий устойчивости языка. Если бы нормы не были устойчивыми, языковая связь между поколениями была бы нарушена. Но устойчивость норм не абсолютна, а относительна. Норма медленно, но непрерывно меняется. Изменения в языке влекут за собой появление вариантов некоторых норм. В каждый период жизни языка существуют хронологические варианты нормы: устаревающий (устаревший), рекомендуемый и новый (в словарях обычно квалифицируемый как допустимый).

Вопрос 2.

А) Под **нормами словоупотребления** принято понимать правила и закономерности выбора слова, уместность его применения в общепринятых сочетаниях. В то же время литературная норма изменчива, и особенно это касается лексики, более тесно связанной с изменениями в материальной и духовной жизни людей, а потому исключительно проницаемой для разного рода воздействий. Лексическая система плохо поддается унификации, что затрудняет становление норм словоупотребления.

Говоря о нормах словоупотребления, следует иметь в виду такой процесс, как **трансформация** значений слов, в частности – терминирование общеупотребительных слов: *Меню означало «подбор кушаний, а также листочек с их перечнем», а в современной компьютерной технике так стали называть «список режимов, команд и вариантов ответа, изображенных на экране дисплея для выбора пользователем».*

Нарушение лексических норм приводит к искажению смысла высказывания. Так, наречие *где-то* имеет одно значение «в каком-то месте» (*где-то заиграла музыка*). Но в последнее время это слово стали употреблять в значении «около, приблизительно, когда-то»: «Где-то в 70-х годах XIX века», «План выполнен где-то на 102 %».

Нарушение лексических норм связано и с тем, что говорящие путают слова, близкие по звучанию, но различные по значению. Например, глаголы *предоставить* и *представить*. Глагол *предоставить* означает «дать возможность воспользоваться чем-либо» (*предоставить квартиру, отпуск, должность, кредит, тем, права, независимость, слово* и т. д.), а глагол *представить* имеет значение «дать, предъявить что-либо кому-либо» (*представить отчет, справку, факты, доказательства; представить к награде, к ордену, к званию, на соискание премии* и т. д.).

Особую трудность представляет сочетаемость слов. Возможность сочетания слов друг с другом не беспредельна. Есть немало слов, соединённых "законным браком" *бразды – правления, тараканы – глаза, стрекача – задать, загадочный – друг, щекотливый – вопрос или положение*. Сочетания слов не должны противоречить смыслу соединяемых понятий. С точки зрения логики жизни нелепы такие сочетания, как *высоченный домик, маленький домище*. Они могут быть уместны в контексте художественной литературы, но противоречат нормам словоупотребления. Это, так называемые, оксюмороны: *"живой труп* (Л. Толстой), *ненавидящая любовь* (М. Шолохов), *светлая печаль* (А. Пушкин). В то же время в языке есть словосочетания, в которых предметно-логическая связь как бы отсутствует (*летучая мышь, громоотвод, паровое отопление*), но их немного, и в целом логика сочетания слов следует за логикой жизни.

Для уточнения лексических норм языка рекомендуется использовать толковые словари.

Б) Нормы **словообразовательные** – регулируют выбор морфем, их размещение и соединение в составе нового слова. *Следует:* наблюдатель, *нельзя:* наблюдальщик; *следует:* грузчик, *нельзя:* грузитель; *надо:* речной, лесной, *нельзя:* рековой, лесовой и т.п.

В) Нормы **морфологические** – регулируют выбор вариантов морфологической нормы слова и вариантов ее соединения с другими словами.

Причинами вариантности в морфологии являются смешение и взаимодействие унаследованных от прошлого языкового состояния типов склонения, спряжения и других способов образования грамматических форм; влияние территориальных диалектов; а для иноязычных слов – особенности языка-источника или языка-посредника.

Вариантные формы имени существительного

Формы рода

Категория рода исторически весьма стабильна. Лишь некоторые имена существительные в процессе развития языка изменили свой грамматический род: зала, санатория, георгина (ж.р., устар.). – зал, санаторий, георгин (м.р., совр.).

1. В ряде случаев функционируют *параллельные формы* мужского и женского рода. Эти формы могут различаться *семантически* и обе быть нормативными: жар (повышенная температура) – жара (зной); карьер (место открытой разработки полезных ископаемых); карьер – (ускоренный ход лошади, галоп) – карьера (достижение видного положения в обществе).

2. Названия лиц по профессии, должности, ученому или воинскому званию и т.п. сохраняют форму *мужского* рода и в тех случаях, когда относятся к женщине (*доцент, профессор, врач, бухгалтер, капитан, завхоз*), так как долгое время носителями этих профессий и званий были только мужчины. Для обозначения пола в этих случаях используется согласование глагола-сказуемого в прошедшем времени (*Врач закончила прием. Доцент принимала экзамен*). Если

определенная профессия, должность, специальность в равной мере связаны с мужским и женским трудом, параллельные образования образуются легко: санитар – санитарка, учитель – учительница, проводник – проводница.

3. Род аббревиатур определяется по роду главного слова. Например: *ООН* – Организация Объединенных Наций (ж.р., так как главное слово – организация – ж.р.); *МЧС* – Министерство по чрезвычайным ситуациям (ср.р., так как главное слово – Министерство – ср.р.); *МГУ* – Московский государственный университет (м.р., так как главное слово – университет – м.р.).

4. Особые трудности вызывает определение рода *несклоняемых иноязычных* существительных. **К мужскому роду** принято относить несклоняемые одушевленные существительные: *атташе, конференсье, пони, шимпанзе*. **К среднему роду** должны быть отнесены неодушевленные несклоняемые существительные: *кафе, метро, авто, фото* и т.п. Но такому делению подчиняются далеко не все несклоняемые существительные. Так, слово *кофе* относится к мужскому роду, *авеню* (улица) – к женскому роду, *салями* (колбаса) – к женскому роду.

5. Несклоняемые иноязычные существительные, обозначающие тех и других (типа *крупье, инкогнито, протезе*), являются двуродовыми: *моя протезе – мой протезе*.

6. Род несклоняемых существительных, обозначающих географические названия, определяется по родовому наименованию: город Сочи (м.р.), река Миссури (ж.р.).

Г) Часто возникают затруднения в выборе формы сказуемого в единственном или множественном числе.

1. Если подлежащее выражено количественно-именным сочетанием, в том числе со словами «много», «несколько», «немало» и т.п., то возможны варианты: *Несколько человек не работало (не работали)*.

2. То же самое свойственно и сочетаниям с конкретным количественным значением: *У костра сидело (сидели) пять человек*.

3. Единственное число сказуемого употребляется и при обозначении времени, пространства, меры веса: *Прошло сто лет... До шоссе осталось два километра*.

4. Также в единственном числе употребляется сказуемое при наличии уточняющих слов «только», «всего», «лишь»: *На экскурсию записалось лишь восемь отдыхающих*.

5. Затруднения в выборе форм сказуемого появляются и при подлежащих, в состав которых входят существительные *большинство, меньшинство, множество*. Несмотря на грамматическую форму единственного числа, они могут обозначать не один предмет или лицо, а много. В этом случае принято ориентироваться на одушевленность / неодушевленность: если подлежащее выражено одушевленным существительным, сказуемое обычно ставится во множественном числе: *Множество людей вышли на митинг. Ср.: В школе изучалось множество предметов*.

6. При однородных подлежащих сказуемое ставится в форме множественного числа: *Спортсмены и тренер отправились в аэропорт*.

7. При вопросительных, отрицательных и неопределенных местоимениях в роли подлежащего (*кто, никто, никто, кто-то*) сказуемое ставится в форме единственного числа мужского рода: *Кто из присутствующих сдал деньги на билеты в театр?*

При местоимениях *что, ничто, нечто* сказуемое в прошедшем времени ставится в форме единственного числа среднего рода: *Что произошло? Что-то зашумело вдали*.

Д) Орфоэпические нормы – это произносительные нормы устной речи. Их изучает специальный раздел языкознания – орфоэпия.

Нормы, которые чаще всего нарушаются

Произношение согласных

Основные законы произношения согласных — оглушение и уподобление.

1. В русской речи происходит обязательное оглушение звонких согласных в конце слова: *хле[п] – хлеб, са[т] – сад* и т. д. Это является одним из характерных признаков русской литературной речи.

2. [Г] произносится как [х] в сочетаниях *гж* и *гч*: *лё[хк']ий – легкий, ле[хк]о – легко*.

3. В сочетаниях звонкого и глухого согласных первый из них уподобляется второму. Если первый из них звонкий, а второй – глухой, происходит оглушение первого звука: *ло[ш]ка – ложка, про[п]ка – пробка*. Если первый – глухой, а второй – звонкий, происходит озвончение первого звука: *[з]доба – сдоба, [з]губить – сгубить*.

4. Уподобление происходит и при следующих сочетаниях согласных. Например: сочетания *сш* и *зш* произносятся как долгий твердый согласный [ш]: *ни[ш]ий – низший, вы[ш]ий – высший, ра[ш]уметься – расшуметься*.

Сочетание *сж* и *зж* произносятся как двойной твердый [ж]: *ра[ж]ать – разжать, [ж]изнью – с жизнью, сжарить – [ж]арить*.

Сочетания *жж* и *жж* внутри корня произносятся как долгий мягкий звук [ж']. но в настоящее время вместо долгого мягкого [ж'] все шире употребляется долгий твердый звук [ж]: *по(ж)е и по[ж]е – позже, дро[ж']и и дро[ж]и – дрожжи*.

5. Сочетание *сч* произносится как долгий мягкий звук [ш']: *[ш']астье – счастье, [ш']ет – счет*.

6. Сочетание *зч* (на стыке корня и суффикса) произносится как долгий мягкий звук [ш']: *прика[ш']ик – приказчик, обра[ш']ик – образчик*.

7. Сочетания *тч* и *дч* произносятся как долгий звук [ч']: *докла[ч']ик – докладчик, ле[ч']ик – летчик*.

8. Сочетания *тц* и *дц* произносятся как долгий звук [ц]: *два[ц]ать – двадцать, золо[ц]е – золотце*.

9. В сочетаниях *стн, здн* согласные звуки [т] и [д] выпадают: *преле[сн]ый – прелестный, по[зн]о – поздно*.

10. Сочетания *дс* и *тс* на стыке корня и суффикса произносятся как [ц]: *горо[ц]кой – городской, све[ц]кий – светский*. Сочетание *тс* на стыке окончания 3 лица глаголов с частицей *-ся* произносится как долгий [ц]: *каты[ц]ь –*

катятся, бере[ць] – *берется*. Так же произносится группа *-ться* (на стыке окончания неопределенного наклонения и частицы -ел): учи[ць] – учиться.

11. Следует обратить внимание на сочетание *чн*. В конкуренции вариантов *-ЧН-* *-ШН-* за двести лет победило сочетание *-ЧН-*. Произношение [шн] вместо орфографического *чн* в настоящее время требуется в женских отчествах на *-ична*. Ильини[шн]а, Лукини[шн]а, Никити[шн]а, Савви[шн]а, Фомини[шн]а, – и сохраняется в отдельных словах: горчи[шн]ый, коне[шн]о, пере[шн]ица, праче[шн]ая, пустя[шн]ый, скворе[шн]ик, яи[шн]ица.

Некоторые слова с сочетанием *чн* в соответствии с современными нормами литературного языка произносятся двояко: було[шн]ая и було[чн]ая, копее[шн]ый и копее[чн]ый, порядо[шн]ый и порядо[чн]ый.

Произношение заимствованных слов

Заимствованные слова, как правило, подчиняются орфоэпическим нормам современного русского литературного языка и только в некоторых случаях отличаются особенностями в произношении. Наиболее существенное из них — сохранение в произношении звука [о].

В безударном положении звук [о] сохраняется, например, в таких словах, как м[о]дель, м[о]дерн, [о]азис, б[о]а, [о]тель, ф[о]нема, м[о]дернизм и в иностранных собственных именах: Фл[о]бер, В[о]льтер, Ш[о]пен, М[о]пассан. Такое же произношение [о] наблюдается и в заударных слогах: кака[о], ради[о]. Однако большинство заимствованной лексики, представляющее собой слова, прочно усвоенные русским литературным языком, подчиняется общим правилам произношения [о] и [а] в безударных слогах: б[а]кал, к[а]стюм, к[а]нсервы, б[а]ксёр, р[а]яль, пр[а]гресс.

В большинстве заимствованных слов перед [е] согласные смягчаются: ка[т']ет, па[т']ефон, факульт[т']ет, [т']еория, [д']емон, [д']еспот, [н']ервы, пио[н']ер, [с']екция, [с']ерия, му[з']ей, га[з']ета, [р']ента, [р']ектор, [л']еги, мо[л']екула, ба[л']ет и т. п. Но в ряде слов иноязычного происхождения твердость согласных перед [е] сохраняется: ш[тэ]псель, о[тэ]ль, с[тэ]нд, ко[дэ]кс, ка[рэ], каш[нэ], э[нэ]ргия и др.

Описание орфоэпических норм можно найти в толковых и орфоэпических словарях русского литературного языка.

Е) Снижает культуру устной речи не только неправильное произношение, но и неправильное ударение в словах. Особенности и функции ударения изучает отдел языкознания, который называется **акцентологией**. Ни одна другая область русского языка не вызывает столько споров.

Особенности русского ударения:

1) Ударение в русском языке **свободное**, что отличает его от некоторых других языков, в которых ударение закреплено за каким-то определенным слогом (в эстонском, латышском, чешском, финском ударным всегда бывает первый слог, в польском, грузинском – предпоследний, в армянском, французском – последний).

Ударение в русском языке **бывает неподвижным** (падает на одну и ту же часть: *берегу*, *бережёшь*, *бережёт*, *бережём*, *бережёте*, *берегут*) и **подвижным** (меняет свое место в разных формах одного и того же слова: *прав*, *права*; *могу*, *могут*).

2) Выполняет смысловоразличительную функцию: *мука* – *мука*, *трусит* – *трусит*.

Эти свойства русского ударения обычно не доставляют хлопот человеку, усвоившего русский язык с детства. Иное дело – акцентные варианты: *баржа* – *баржа*, *родился* – *родился*, *залитый* – *залитый*.

Колебания в ударении – это временный и неизбежный процесс, этап развития языка. Вариантность ударения обеспечивает безболезненный переход от старой нормы к новой. Например: *кладбище* – в 19 в. (Фет, Пушкин, Лермонтов, Баратынский), *кладбище* – в конце 19 в.

В русском алфавите есть буква ё. Она считается факультативной, т. е. необязательной. Печатание буквы *е* вместо *ё* в художественной литературе, официальных бумагах, газетах привело к тому, что во многих словах стали произносить на месте [о] [э], *не жёлчь* [жо]лчь, *жёлчный* [жо]лчный, а *желчь* [жэ]лчь, *желчный* [жэ]лчный. Необязательное написание буквы *ё* привело к переносу ударения в некоторых словах и неправильному их произношению: *завороженный* вместо правильного *заворожённый*.

Чтобы не допустить ошибки в постановке ударения, следует знать не только норму, но и типы вариантов. Для этого рекомендуется пользоваться “Орфоэпическим словарём русского языка”, в котором дается система **помет**:

1. Равноправные варианты. Они соединяются союзом **и**: *волнам* и *волнам*; *искристый* и *искристый*. С точки зрения правильности эти варианты одинаковы.

2. Варианты нормы, из которых один признается основным:

а) помета “допустимо” (доп.): *творог* и доп. *творог*; *отдал* и доп. *отдал*. Первый вариант является предпочтительным, второй оценивается как менее желательный, но всё-таки находится в пределах правильного. Чаше всего используется в разговорной речи;

б) помета “допустимо устаревшее” (доп. устар.): *индустрия* и доп. устар. *индустрия*, *собрался* и доп. устар. *собрался*. Помета указывает, что оцениваемый ею вариант постепенно утрачивается, а в прошлом он был основным.

3. Запретительные пометы:

а) “не рекомендуется” (не рек.): *алфавит!* не рек. – *алфавит*; *баловать!* не рек. *баловать*; *подростковый!* не рек. – *подростковый*; *договорный!* не рек. – *договорной*.

Эта помета может иметь дополнительную характеристику “устаревающее” (не рек. устар.).

Варианты, имеющие эту помету, содержат ударение, которое было правильным в прошлом: *остриё!* не рек. устар. *острие*; *украинцы!* не рек. устар. *украинцы*;

б) “неправильно” (неправ.): *кухонный!* неправ. *кухонный*; *договорённость!* неправ. *договоренность*; *добыча!* неправ. *добыча*;

в) “грубо неправильно” (грубо неправ.): *документ!* грубо неправ. *документ*; *инженеры!* грубо неправ. *инженера*; *инструмент!* грубо неправ. *инструмент*.

Целый ряд вариантов ударения связан с профессиональной сферой употребления: специфическое ударение, традиционно принятое только в узкопрофессиональной среде, в любой другой обстановке оно воспринимается как ошибка. Словарь фиксирует эти варианты. Например:

дубляж, -а | в *профессион. речи* дубляжа

искра | в *профессион. речи* искра

аммиак, -а | у *химиков* аммиака

эпилепсия | у *медиков* эпилепсия

шприц, -а, мн. -ы, -ев | у *медиков* ед. шприца, мн. – -ы, -ов.

флейтовый, -ая, -о | у *музыкантов* флейтовый

компас, -а, мн. -ы, -ов | у *моряков* компас.

Тема 4. Научный стиль

План:

1. Особенности научного стиля:

а) морфологические;

б) лексические;

в) синтаксические.

2. Жанры научного стиля.

Вопрос 1. Доминирующая языковая функция научного стиля – *информативная*, основная форма речи – *письменная*, типичный вид речи – *монолог*. Разновидности научного стиля: научно-популярный, научно-деловой, научно-технический (производственно-технический), научно-публицистический, учебно-научный.

Научный стиль имеет свои особенности в использовании элементов всех языковых уровней.

А) Морфологические особенности.

- Научное изложение отличает **именной характер**: существительные и прилагательные преобладают над глаголами. На первое место по частотности употребления выходят родительный и творительный падеж: “*Классификация типов лексических значений предложена В.В. Виноградовым (тв.п.)*”; “*Периодическая система элементов открыта Д.И. Менделеевым (тв.п.)*”.

- Распространены **существительные, образованные от глаголов и прилагательных**: *деление, измерение, определение, точность, четкость* и т.п., а также субстантивированные прилагательные: *касательная, кривая, шипящие*.

- Отсутствуют **глагольные формы 1-го и 2-го лица единственного числа (я, ты)**. Чаше употребляется форма 1-го лица множественного числа – в значении совокупности лиц, куда включается и говорящий (*Мы полагаем... Отметим, что... Приведем в качестве примера...*).

- Большинство глаголов употребляется **в форме 3-го лица множественного числа настоящего времени**, что является наиболее абстрактным (*существует, наблюдается, происходит, обнаруживается, отличается* и т.п.).

- Используются более **краткие вариантные формы существительных**, что соответствует принципу “экономии” языковых средств. *Так, из вариантов клавиша – клавиш (“наконечник рычажка в разного рода механизмах”), манжета – манжет (“кольцо для скрепления концов труб”) в технической литературе предпочитают вторые, т.е. более краткие, формы мужского рода.*

- Часто употребляется **форма единственного числа существительных** в значении множественного числа: ***Волк*** – хищное животное из рода собак (*называется целый класс предметов с указанием их характерных признаков*); ***Липа*** начинает цвести в конце июня (*конкретное существительное употреблено в собирательном, обобщающем значении*).

- **Вещественные и отвлеченные существительные** употребляются в форме множественного числа: *смазочные масла; высококачественные стали; красные и белые глины; большие глубины; низкие температуры*.

- Распространены **производные предлоги и союзы**: *в течение, в результате, в связи, в соответствии, за счёт*. Не употребляются **частицы и междометия**, вносящие эмоциональные оценки.

Б) Лексические особенности.

- Характерной чертой научных работ является их **насыщенность терминами**: в среднем они составляют 15-25% общей лексики, использованной в работе.

В научной речи употребляются термины трех видов:

Общенаучные выражают категории и понятия, применимые ко всем областям научного знания: *система, программа, конструкция, функция, фактор, свойство, качество, ускорять, универсальный*.

Межнаучные представляют собой наименования базовых понятий, общих для определенного комплекса наук (общетехнические, общебиологические, общемедицинские и т.п.): *адаптация* (биол., пед.), *робототехника* (тех., мед.), *валентность* (хим., лингв.), *охлаждение* (хим., физ.).

Узкоспециальные термины именуют специфические для каждой отрасли знания понятия: *фонология, иммуногенетика, микропроцессор*.

- Научный стиль имеет свою **фразеологию**, куда относятся составные термины (*грудная жаба, солнечное сплетение, щитовидная железа, прямой угол, точка пересечения, наклонная плоскость, точка замерзания, точка кипения, звонкие согласные, причастный оборот, сложноподчинённое предложение* и др.).

В отличие от других типов словосочетаний терминологические словосочетания не имеют синонимов.

- **Абстрактная лексика** преобладает над конкретной: *проблема, сохранение, пространство, система образования*.

- Лексический состав научного текста обладает **относительностью**. Это означает, что текст увеличивается в объеме, в основном за счет не синонимов, а многократного повторения одних и тех же слов.

- Лексика с **разговорной и разговорно-просторечной окраской** в научном стиле отсутствует.

В) Синтаксические особенности.

- Часто используются **предложения с однородными членами** и обобщающим словом.

- Простые предложения часто бывают осложнены **вводными конструкциями**, обозначающими последовательность сообщений, степень достоверности и источник информации (*во-первых, наконец, как утверждают..., в соответствии с выводами...*).

- Реализуется **прямой порядок слов**, что усиливает информативную сторону сообщения: *Лабораторные опыты проводятся в течение семестра*.

- **По цели высказывания** предложения повествовательные. Вопросительные предложения используются лишь в функции сосредоточения внимания читателя или слушателя на каком-либо вопросе (*Что же такое норма?*).

- Распространены разные типы сложных предложений с составными подчинительными союзами, которые позволяют более точно выявить отношения между частями сложного предложения: *благодаря тому что, вследствие того что, ввиду того что, в связи с тем что, в силу того что, несмотря на то что, в то время как, между тем как, тогда как* и др..

- Встречаются **цитаты** со строгими ссылками на источник, используются **сокращения-аббревиатуры**, принятые в данной науке.

- Тексты научного стиля могут содержать различные формулы, таблицы, графики. В большей степени это распространяется на тексты дисциплин естественнонаучного цикла.

Вопрос 3. Жанры научного стиля: конспект, тезисы, реферат, доклад, курсовая и дипломная работы; отзыв, рецензия, научная статья, аннотация и др. Каждый из них имеет свои особенности.

Конспект – это последовательная фиксация информации, отобранной и обдуманной в процессе чтения или прослушивания лекции.

Тезисы – это краткое изложение содержания предстоящего научного сообщения.

Аннотация – это краткое, обобщенное описание текста книги, статьи, рукописи. Перед текстом аннотации приводятся выходные данные (автор, название, время и место издания) в номинативной форме. Аннотация обычно состоит из двух частей: в первой формулируется основная тема книги, статьи; во второй – перечисляются основные положения. Пример аннотации: *Вербицкая Л.А. Давайте говорить правильно. Пособие по русскому языку. В пособии содержатся основные сведения о нормах современного русского произношения, об особенностях происхождения гласных, согласных, их сочетаний, отдельных слов и словосочетаний.*

Произносительная норма современного русского языка представлена в виде имеющихся вариантов, определены основные тенденции развития нормы, показаны отклонения от нормы, связанные с воздействием родного языка или диалекта. Включен словарь-справочник нормативного произношения. Для студентов, преподавателей, учащихся школы, для всех, кто стремится научиться говорить правильно, кому дорога чистота русской речи.)

Рецензия – это критический отзыв о конкретном произведении.

Отзыв дает самую общую характеристику без подробного анализа (в отличие от рецензии), но содержит практические рекомендации.

Реферат – это обобщенное изложение содержания источника информации (статьи, ряда статей, монографии и т.п.). Это самостоятельная учебно-исследовательская работа, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

К научно-исследовательским работам, выполняемым в вузе, относятся курсовая и выпускная квалификационная (дипломная) работы, научные статьи. Эти работы строятся по определенному плану.

Тема 5. Публицистический стиль

План:

1. Общая характеристика публицистического стиля и его жанры.

2. Специфика использования языковых средств различных уровней в публицистическом стиле:

а) лексические и фразеологические;

б) морфемные;

в) морфологические;

г) синтаксические.

Вопрос 1. В публицистическом стиле реализуется языковая функция *воздействия* (агитации и пропаганды), с которой совмещается *информативная* функция (сообщение новостей); формы речи – *устная и письменная*; типичный вид речи – *монолог*. Характерные особенности этого стиля (образность, острота и яркость изложения) обусловлены социальным назначением публицистики: передавая информацию, произвести на адресата определенное воздействие, сформировать общественное мнение по той или иной проблеме.

Основные подстили:

(1) газетно-публицистический (язык газеты);

- (2) агитационный (призывы, воззвания, листовки, прокламации и т.д.);
- (3) официальный политико-идеологический (партийные постановления и т.п.);
- (4) массово-политический (выступления на митингах, собраниях и т.п.).

Жанры публицистического стиля: передовая статья, международный обзор, корреспонденция, репортаж, фельетон, памфлет, очерк, заметка, спортивные обозрения и др. В рамках публицистического стиля особенно широкое распространение получила его газетно-журнальная разновидность.

Вопрос 2.

А) Лексические и фразеологические особенности

В зависимости от тематики и жанра в публицистическом стиле широко используется разнообразная лексика и фразеология.

1. Большую часть представляет **общественно-политическая лексика**: *демократия, труженик, агитационно-пропагандистский, прогрессивный, примиренческий, реакционный, забастовка, стачка, стачечная борьба* и др.

2. Значительную часть составляют **общелитературные слова и различные термины**, которые могут переосмысливаться и приобретать публицистическую окраску: *арена политической борьбы, армия безработных, военные круги, газетные магнаты, дружеская атмосфера, ключ к достижению соглашения, международная солидарность, миролюбивые силы, правящая верхушка, путь прогресса, штурм высот науки* и т.п.

3. Очень широко распространены различные **речевые стереотипы** (стандарты, клише). Это объясняется тем, что и для пишущего, и для читающего клише представляют несомненные удобства: лёгкая воспроизводимость готовых речевых формул, автоматизация процесса воспроизводства, облегчение коммуникации. Большинство людей говорит и пишет с помощью клише.

Из-за частой повторяемости речевые клише превращаются в штампы и теряют свою первоначальную образность. Так, стали шаблонными выражения: *труженики полей, люди в белых халатах* (врачи), *стальные артерии* (железнодорожные пути), *голубые магистрали* (водные пути), *черное золото* (нефть), *голубое золото* (природный газ) и др.

4. Значительную роль играет **разговорная лексика**, которая способствует демократизации стиля, обеспечивает необходимый контакт с адресатом и воздействие на него: *шумиха, коммунальщики, дармовщина, натолкнуть*.

5. Иногда встречаются **просторечные слова и жаргонизмы**: *денежки, одичать, забегаловка, небось, запросто, круто*.

6. В качестве оценочного средства в публицистике могут выступать **архаизмы**: *воинство, кончина, страж, ниспадать, воззвать, вояж, зиждется, ратный*.

7. Для создания местного колорита могут использоваться **варваризмы** - иноязычные слова, не до конца освоенные заимствующим языком (*авеню, денди, миссис, тайм-аут*), и **экзотизмы** - слова и выражения, заимствованные из других, часто малоизвестных, языков (*аул, чум, фазенда, чайхана*).

8. Публицистический стиль рождает свою фразеологию, позволяющую точно и быстро дать информацию: *предвыборная кампания, ратификация договора, политическое мышление, инаугурация президента, ответный визит, вклад в борьбу*. Фразеологизмы могут нести в себе позитивную или негативную оценку: *сокращение вооружений, гарант безопасности, новые русские, международный экстремизм, жёлтая пресса, мирное сосуществование* и т.д.

Б) Словообразование

1. В области словообразования публицистический стиль характеризуется продуктивностью **иноязычных приставок** *а-, анти-, архи-, нео-, пост-, транс-, гипер-, ультра-*: *антивоенный, неонацисты, контрмеры, постсоветский, трансконтинентальный, ультралевый*.

2. Распространены **суффиксальные образования существительных с отвлеченным значением** на *-ость, -ение, -ство, -щина, -енчество, -ыня*: *солидарность, освобождение, братство, штурмовщина, иждивенчество, твердыня*. Частотны в употреблении **существительные с заимствованными суффиксами** *-изм, -ация*: *капитализм, героизм, агитация, активизация*.

3. В публицистическом стиле лицо чаще всего обозначается либо **по принадлежности к партии, либо по роду занятий**. Используются суффиксальные образования на *-ист, -ец, -щик, -ник, -анин*: *коммунист, борец, аппаратчик, застрельщик, гражданин*.

4. Распространены слова, образованные **сложением основ**: *мировоззрение, автомобилестроение, слаборазвитый, животновод, тепловоз*.

5. В целях экономии речевых средств применяются **аббревиатуры**: *ООН, СНГ, ОМОН, ЛДПР* и **сложносокращённые слова**: *госконтроль, профсоюз, спецназ* и др.

6. Распространена **субстантивация прилагательных и причастий**, особенно в заголовках: *“Лучшее – детям”;* *“Достойных – в народные избранники”;* *“Несгибаемые”*.

В) Морфологические особенности

1. Для публицистического стиля характерно употребление **формы единственного числа** имён существительных **в значении множественного**. Например: *“Предприятие ориентируется на покупателя со средним уровнем дохода”*.

2. Формы множественного числа существительных приобретают **значение совокупности**: *наши отцы и деды; народы; власти*.

3. **Употребление неисчисляемых существительных в форме множественного числа**: *поиски, настроения, разговоры*.

4. Высока частотность употребления **родительного падежа**: *обострение ситуации, разрядка напряжённости, партия власти, реформа образования, министр здравоохранения.*

5. С целью активизации внимания адресата часто используются **формы повелительного наклонения**: *смотрите, вспомните, давайте обсудим, “Голосуйте за нашего кандидата!”*

6. Публицистически окрашенными считаются **страдательные причастия** настоящего времени с суффиксом **-ом**: *ведомый, влекомый, несомый.*

7. Высокая оценка выражается формами **превосходной степени имён прилагательных**: *самые решительные (меры), сильнейшее (воздействие), глубочайшее (уважение), строжайшая (дисциплина).*

8. Особенностью публицистического стиля является частотность **отрицательных частиц** *не* и *ни*, **усилительной частицы** *же*, **разговорных частиц** *ведь, вот, даже, лишь* и др.

Г) Синтаксические особенности

Синтаксис публицистических произведений в основном книжный, с упорядоченным строем предложения, с развёрнутыми синтаксическими конструкциями. Но в целях выразительности используются элементы синтаксиса разговорной речи, т.к. разговорная речь является наиболее массовой формой языка как средства общения. Кроме того, в периодической печати разговорная речь служит как бы противовесом книжному языку.

Проявления влияния разговорной речи на синтаксис газетного языка:

1. Наличие **безглагольных фраз**:

Москвичам – новое жильё!; В третье тысячелетие – без ядерного оружия!; Наш девиз – качество!

В таких конструкциях, используемых преимущественно для заголовков, выделяется всё наиболее важное и устраняется то, что с точки зрения информативности представляется избыточным. Остаются части, отвечающие на вопросы: “кто – чему?”, “кому – что?”, “что – как?” и т.п.

Несколько по-иному построены другие распространённые заголовки. Они тоже распадаются на две части: первая называет общую проблему, место действия, лицо, а вторая – конкретизирует названное в первой части:

Школа: реформа в действии;

Содружество: события и свершения.

2. Присутствуют **номинативные предложения**. В языке газеты они, обладающие минимальной информативностью, используются совместно с другими типами предложений:

Яркий слепящий свет. Белые стены, потолок. Доктор сидит рядом с кроватью (газ.).

3. Широко используются **сегментированные конструкции**, состоящие из двух частей.

Чтобы показать экспрессивность приема сегментации, сопоставим три варианта одного заголовка: Кто такие индийские йоги? – Кто они, индийские йоги? – Индийские йоги. Кто они? Нетрудно видеть, что наибольшей выразительностью обладает последний вариант: высказывание, расчленённое на две части, с разделительной паузой между ними, легче воспринимается по частям, чем целиком.

4. Часто используются **восклицательные предложения, риторические вопросы**: *Нас не одолеешь! (А.Т.; заголовок статьи); Так неужели можно даже помыслить, что мы не победим! (А.Т.)*

5. Часто используется **инверсия** – выдвигание на первый план логически выделяемых слов: *Вакцину против малярии надеются получить учёные в ближайшие несколько лет; Восемь дней соревновались велосипедисты в многодневной гонке.*

6. Газетный текст часто начинается вводной конструкцией, указывающей на источник сообщения: *Как сообщает наш корреспондент..., По данным Гидрометцентра... и т.п.*

Тема 6. Официально-деловой стиль

План:

1. Сфера употребления официально-делового стиля и его жанровое разнообразие.

2. Классификация документов и приёмы унификации языка.

3. Речевой этикет в документе.

Вопрос 1. Официально-деловой стиль – это совокупность языковых средств, функция которых – обслуживание сферы официально-деловых отношений, т.е. отношений, возникающих между органами государства, между организациями или внутри них, между организациями и частными лицами в процессе их производственной, хозяйственной, юридической деятельности.

Сфера функционирования официально-делового стиля – административно-правовая. Её широта позволяет выделить три его подстиля:

1) собственно официально-деловой (административно-канцелярский);

2) юридический (законодательный);

3) дипломатический.

Доминирующая языковая функция официально-делового стиля – информативная (предписывающая, констатирующая), **основная форма реализации** этого стиля – письменная, типичный **вид речи** – монолог.

Тексты официально-делового стиля представляют большое разнообразие **жанров**: устав, закон, приказ, распоряжение, инструкция, заявление, докладная записка, объяснительная записка, автобиография, анкета, трудовой договор, статистический отчет, доверенность, расписка, характеристика и др.

В сфере деловой речи коммуниканты имеют дело с **документом** – деловой бумагой, обладающей юридической силой. Соответствующий жанр документа выбирается в зависимости от официально-деловой ситуации. Постоянные

элементы содержания документа – его **реквизиты**. Сумма реквизитов и их композиционная схема составляют **форму документа**.

Вопрос 2. Деятельность организаций, предприятий, фирм так или иначе связана с документацией. Классификация документов осуществляется по различным основаниям.

По отражаемым в них **видам деятельности** документы подразделяются на две группы:

- 1) документы по общим и административным вопросам;
- 2) документы по функциям управления. Первая группа документов может составляться работниками всех подразделений. Вторая группа документов составляется работниками финансовых органов, бухгалтерии, отделов планирования, снабжения и сбыта и др.

Документы классифицируются также

- **по наименованиям:** приказы, протоколы, акты, служебные записки, договоры и т.д.;
- **по месту составления:** внутренние (документы, составляемые между должностными лицами одной организации) и внешние (документы, поступающие из других предприятий, организаций, от частных лиц);
- **по содержанию:** простые (посвященные одному вопросу) и сложные (охватывающие ряд вопросов);
- **по форме:** индивидуальные (когда содержание каждого документа имеет свои особенности), трафаретные (когда часть документа отпечатана, а часть заполнена) и типовые (созданные для группы однородных предприятий, организаций);
- **по срокам исполнения:** срочные (требующие исполнения в определённый срок) и несрочные (для которых срок исполнения не установлен);
- **по происхождению:** служебные (запрашивающие интересы предприятия, организации, фирмы) и личные (касающиеся конкретного лица и являющиеся именными);
- **по виду оформления:** подлинные, копии, выписки, дубликаты;
- **по средствам фиксации:** письменные, графические, фото- и кинодокументы и др.
- **по форме отправления:** традиционные почтовые пересылки, электронная почта, факсовые отправления.

Основа служебной документации – **управленческие** документы (организационные и распорядительные).

Принято также выделять **инструктивно-методические** документы и **коммерческую корреспонденцию**.

Для всех видов служебных бумаг общим является требование чёткого соблюдения правил оформления документов в соответствии с действующими государственными стандартами.

Унификация – это приведение чего-либо к единообразию, единой системе, форме. Унификация документов заключается в установлении единообразия состава и форм документов, фиксирующих осуществление однотипных функций.

Стандартизация документов – это форма юридического закрепления проведенной унификации и уровня ее обязательности. Существуют следующие категории стандартов: государственные (ГОСТ), отраслевые (ОСТ), республиканские (РСТ).

Унификация документов проводится в целях сокращения количества применяемых документов, типизации их форм, снижения трудоемкости их обработки, более эффективного использования вычислительной техники.

Особенность унификации языка служебных мотивация действия заключается в формировании системы стандартных языковых моделей, отражающих типовые ситуации делового общения.

Цель	Тип документа	Языковая модель
Информативная	Служебная записка Информационное письмо Сопроводительное письмо	Довожу до вашего сведения... Информируем Вас о том, что Уведомляем, что...
Побудительная	Приказ Распоряжение Указание Постановление	В связи с ... приказываю Назначить исполняющим обязанности... Ужесточить контроль за... Обязать всех сотрудников...
Правовая	Договор Доверенность Справка	...заключили договор о...; Фирма обязуется... Я, нижеподписавшийся, доверяю... Дана в том, что...
Иницирующая поддержание отношений	Гарантийное письмо Письмо-просьба	Фирма гарантирует...; Гарантируем оплату счёта... Прошу рассмотреть моё заявление о...; Просим сообщить...
Выражающая предупреждение, требование, отказ	Письмо-напоминание Письмо-требование (рекламация) Письмо-ответ	Напоминаем, что... Вынуждены выразить несогласие с качеством поставляемого товара...; Предъявляем претензию к... Ваши рекомендации приняты к сведению... Договор не может быть заключён в силу следующих причин...

В официально-деловом стиле существуют типовые тексты и тексты-трафареты.

Типовой текст – это текст-шаблон, используемый в качестве примера для создания нового документа. Способ создания документа по типовому тексту называется **типизацией** документов. Этот способ используется для построения

текстов аналогичного содержания в аналогичных ситуациях делового общения в государственных учреждениях, на производстве, в торговле и т.п. (*приказы о назначении на должность, предоставлении отпуска, протокол*).

Текст-трафарет – это способ фиксации информации в виде текста с пробелами, которые заполняются переменной информацией, зависящей от конкретной ситуации (*бланки справок отдела кадров, бланки текстов контрактов, договоров, командировочных удостоверений и др.*). Применение трафаретных бланков существенно сокращает время на их заполнение, т.е. на составление документа. При составлении текстов-трафаретов обязательно соблюдение правила: постоянная информация всегда предшествует переменной.

Вопрос 3. Специалисты отмечают, что многообразие современных деловых отношений, увеличение количества нестандартных ситуаций, отражающихся в деловой переписке, **уменьшают** возможность использования трафаретных текстов как способа делового общения. Поэтому возрастает роль владения речевыми средствами воздействия на деловых партнёров.

Речевой этикет – это нормы речевого поведения, принятые в данном обществе; это система устойчивых формул общения. Правильный выбор языковых средств в общении с партнёрами определяет успех деловой коммуникации.

1) **Обращение** – это наименование адресата в процессе коммуникации. Оно является обязательным элементом коммерческой корреспонденции. Это самая употребительная языковая единица, связанная с этикетными знаками.

Наименование адресата в документе может быть универсальным и профессиональным. Универсальные наименования обобщенно характеризуют адресата как члена общества, включенного в систему социальных отношений и наделенного определенными правами и обязанностями: *господа, господин, госпожа, граждане, гражданин, гражданка, коллеги, товарищ*. Такие наименования адресата часто сочетаются с фамилией, именем, отчеством адресата и прилагательными *уважаемый, уважаемые*.

Наиболее общая формула обращения: Уважаемые господа!; Уважаемый господин ... (фамилия)!; Уважаемая госпожа ... (фамилия)!

К высокопоставленным чиновникам, заслуженным деятелям науки, депутатам принято обращаться со словами *Глубокоуважаемый* или *Многоуважаемый*.

При обращении к должностным лицам органов государственной власти и управления, президентам компаний, фирм возможно обращение с указанием должности и без фамилии: *Уважаемый господин председатель!*

В письмах-приглашениях допустимо обращение по имени и отчеству: *Уважаемая Ольга Андреевна!*

Нарушением правил речевого этикета является обращение по следующей формуле: *Уважаемый + господин + (фамилия) + (имя, отчество)*.

В официальных документах возможно наименование адресата по профессии, должности, воинскому званию и т.п. *Например: Уважаемый профессор...* При этом название профессий, должностей, званий сохраняет форму мужского рода и в тех случаях, когда они относятся к женщине. При апелляции к лицам одной профессии распространено обращение: *Уважаемые коллеги!; Уважаемый коллега!*

2) Из местоимений 2-го лица (*ты – вы*) допустима только форма множественного числа, при обращении к одному лицу – *Вы*.

3) При формулировке просьб, запросов, предложений и т.п. используется форма 1-го лица множественного числа («представительское «мы»): *Мы рады приветствовать вас... Мы предлагаем свою продукцию... Мы обращаемся к Вам с просьбой...*

4) Местоимения 3-го лица (*он, она, оно, они*) используются в официальной переписке редко. Это объясняется их универсальностью (указывают на лицо и предмет), что может привести к обезличиванию и фамильярности, нарушающих нормы делового этикета.

5) Глаголы в деловых письмах употребляются в форме изъявительного наклонения, редко – повелительного (*Позвольте поблагодарить Вас...*).

6) Преобладают формы глаголов третьего лица множественного числа: *Сообщаем Вам, что...; Напоминаем... Направляем в Ваш адрес...* Форма первого лица единственного числа используется в документах, оформленных на бланках должностных лиц: *Прошу дать ответ... Предлагаю... Приглашаю...*

7) Из глагольных форм действительного и страдательного залога чаще выбирается страдательный залог, поскольку для деловой переписки важнее факт совершения действия, а не указание на субъекта: *Ваш заказ выполнен (а не «Мы выполнили Ваш заказ»); Запрос рассмотрен (а не «Мы рассмотрели запрос»)*.

8) В функции этикетных средств могут выступать вводные слова, позволяющие не нарушать такие принципы этикета, как вежливость и корректность, особенно в письмах-отказах: *На наш взгляд... К сожалению...*

9) С помощью формул речевого этикета можно снять чрезмерную официальность: *Нам приятно сообщить, что... Мы обеспокоены отсутствием...*

Тема 7. Стиль документов

План:

1. Язык и стиль организационно-распорядительных документов.
2. Язык и стиль информационно-справочных документов.
3. Язык и стиль коммерческой корреспонденции.

Вопрос 1. Организации, учреждения, предприятия наделены правом издания **распорядительных документов**, посредством которых решаются важнейшие вопросы управления.

В соответствии с действующим законодательством и компетенцией органы управления издают следующие распорядительные документы: администрация предприятий, учреждений, организаций – **приказы, инструкции, указания**; кооперативные организации – **решения**; общественные организации – **постановления, распоряжения**.

В **констатирующей части** кратко излагаются мотивы, причины, цели данного распоряжения. Она начинается словами: *В соответствии... В целях... Во исполнение...* и др.

Констатирующая часть не обязательна, она может отсутствовать, если нет необходимости давать разъяснения.

Основную нагрузку в распорядительных документах несёт **распорядительная часть**, в которой содержится перечень мероприятий или предписываемых действий, их исполнителей и сроков исполнения. Данная часть излагается в повествовательной форме. Она начинается словами *постановляет* в коллегиальном постановлении, *решает, решил* – в решении, *приказываю* – в приказе, *предлагаю* – в распоряжении.

Далее следует **постановляющая** часть, к которой предъявляются наиболее жёсткие требования. Формулировки должны быть конкретными, не противоречащими по смыслу ранее изданным распорядительным документам и не допускающими различных толкований. Используются языковые формулы: *создать комиссию в составе..., назначить... на должность..., освободить от занимаемой должности..., контроль за исполнением... возложить на ..., представить к награждению...* и др.

Предписываемые распорядительным документом действия выражаются также глаголами в неопределённой форме: *зачислить, подготовить, организовать, обеспечить*. Здесь следует избегать употребления глаголов с неконкретным, абстрактным значением (*усилить, увеличить, повысить, улучшить, активизировать*), поскольку неконкретные формулировки затрудняют проверку их выполнения. Исполнитель указывается в *дательном падеже*, например: *Руководителям структурных подразделений, Ректору ... университета*.

Текст распорядительного документа должен иметь **заголовок**, который начинается предлогом *о/об* и формируется с помощью отглагольных существительных (*О реорганизации... О выполнении... О создании... Об утверждении...*) или существительных, указывающих на предмет разъяснения (*Об итогах... О мерах...*).

Вопрос 2. К информационно-справочным документам относятся справки, акты, докладные записки, сводки, обзоры, письма и т.д. По отношению к организационно-распорядительным документам они носят вспомогательный характер и не являются обязательными к исполнению. Информация, содержащаяся в них, может побуждать к действию или может быть лишь принята к сведению.

Справки бывают двух видов: с информацией о фактах служебного характера и с информацией, удостоверяющей тот или иной юридический факт, необходимой частному лицу для представления в организацию или учреждение.

Наиболее многочисленную группу составляют справки второго вида – они наиболее востребованы: о месте проживания, о составе семьи, о трудовом стаже, о заработной плате, о занимаемой должности, о месте учёбы и т.д.

Юридическая сила этого документа подтверждается печатью организации.

Основные языковые модели справок:

- содержание информации: Дана в том, что...;
- обозначение адресата: Дана для представления в...

Докладная записка – это документ, адресованный руководству и информирующий его о сложившейся ситуации, а также содержащий выводы и предложения составителя. Цель инициативной докладной записки – побудить руководителя принять определённое решение.

Реквизиты докладной записки:

- 1) адресат (наименование должностного лица, его фамилия, инициалы);
- 2) наименование жанра документа;
- 3) текст (информация; предложение и его аргументация);
- 4) список документальных приложений (если они требуются);
- 5) наименование организации (или в штампе). Докладная записка может содержать заголовок.

Ключевое слово докладной записки – *Прошу...* Широко используются клишированные конструкции: *В связи с... В соответствии с... Возникла необходимость (чего)... Согласовать вопрос...*

Заявление предназначено для доведения до сведения должностного лица информации узкой направленности. Заявления всегда пишутся по конкретному поводу и посвящены обычно одному вопросу. Цель личного заявления – реализация или защита своих интересов.

Реквизиты личного заявления:

- 1) адресат;
- 2) именованное заявителя: фамилия, имя, отчество (адрес, телефон – при адресации от частного лица в организацию);
- 3) наименование жанра документа;
- 4) текст, формулирующий интересы или права заявителя с необходимой аргументацией;
- 5) список документальных приложений (если они есть);
- 6) подпись заявителя;
- 7) дата.

Последний реквизит заявления – дата – может оформляться либо тремя парами арабских цифр (*27.10.02.*), либо развернуто (*27 октября 2002 г.*).

Ключевое слово этого жанра документа – *Прошу*. Используются языковые формулы: *Ставлю Вас в известность... Довожу до Вашего сведения... В связи с тем, что... Прошу Вашего разрешения... Прошу оказать содействие...*

Вопрос 3. К коммерческой корреспонденции относятся документы, составляемые при заключении и выполнении коммерческих сделок. Для успешного функционирования все операции сопровождаются оформлением **контрактных документов**. В число основных контрактных документов входят: запрос, ответ на запрос, предложение (оферта), ответ на предложение, договор (контракт), рекламация (претензия), ответ на рекламацию.

Запрос – это коммерческий документ, который представляет собой обращение лица (организации), желающего заключить сделку, с просьбой представить необходимую информацию о товаре (услугах). Письмо-запрос обычно состоит из двух частей. В первой части в повествовательной форме излагается существо вопроса; во второй части ставятся вопросы, на которые ожидается ответ адресата. Запрос должен быть кратким. В нём необходимы ссылки на нормативные документы, достигнутые договорённости, прежние письма. Всё это реализуется с помощью определённых языковых конструкций:

В соответствии с нашей договорённостью..., Вашей рекламой..., нашим телефонным разговором...

Обращаемся к Вам с просьбой выслать нам предложение на поставку...

Мы заинтересованы в срочной поставке...

Мы хотели бы знать, в какой срок и по какой цене Вы можете поставить товар...

Ответ на запрос составляется в том случае, если продавец не может сразу выслать покупателю предложение. Ответ формулируется в зависимости от конкретной ситуации и может содержать следующую информацию: о принятии запроса к рассмотрению; об отказе и объяснение причин отказа; об изменении условий запроса. В случае отказа речевой этикет требует использования языковых конструкций, “смягчающих” ситуацию:

К сожалению, мы не можем ответить на Ваш запрос положительно...

В настоящее время мы не имеем возможности сделать Вам конкретное предложение на...

Оферта (предложение) – это коммерческий документ, который представляет собой заявление продавца о желании заключить сделку с указанием её конкретных условий. Различают предложения твёрдые и свободные. Предложение называется **твёрдым**, если оно делается одному покупателю с указанием срока действия предложения. Неполучение от покупателя ответа в указанный срок считается отказом и освобождает продавца от сделанного предложения. Предложение считается **свободным**, если оно делается не одному покупателю и без обязательств со стороны продавца (например, реклама).

При составлении письма-предложения целесообразно использовать следующие стандартные выражения:

В ответ на Ваш запрос...

Ссылаясь на предварительные переговоры...мы предлагаем Вам поставить...на указанных ниже условиях...

В количестве...

Качество товара соответствует действующим стандартам... приложенному сертификату... высланным ранее образцам...

Цена составляет...

Поставка товара будет производиться в течение...

Контракт – это коммерческий документ, представляющий собой договор на поставку товара (предоставление услуг и т.п.), подписанный продавцом (экспортёром) и покупателем (импортёром). Для заключения контрактов, носящих типовой характер, используются специальные бланки с унифицированным текстом и пробелами для заполнения их заинтересованными сторонами.

Рекламация (претензия) – коммерческий документ, в котором содержится претензия к стороне, нарушившей принятые на себя по контракту обязательства, и требование возмещения убытков. Рекламация обычно состоит из трёх частей:

1) основания для предъявления претензии;

2) доказательства (акт экспертизы, акт приемки и т.д.);

3) конкретные требования стороны, предъявляющей претензию.

При составлении текста рекламации используются стандартные языковые модели:

Мы официально заявляем Вам рекламацию на ...

Наши клиенты заявили рекламацию ...

К сожалению мы должны поставить Вас в известность, что ...

При приёмке товара были обнаружены следующие недостатки...

Это даёт нам право вернуть товар обратно, требовать возмещения убытков, обратиться в арбитражный суд...

Надеемся, что Вы с должным вниманием отнесётесь к нашей рекламации и незамедлительно сообщите нам о своём решении.

Ответ на рекламацию может быть различным в зависимости от решения принявшей претензию стороны:

1) претензия признаётся справедливой и удовлетворяется полностью;

2) претензия принимается к рассмотрению — решение по ней пока не принято;

3) претензия признаётся справедливой частично;

4) претензия отклоняется полностью.

В зависимости от содержания ответа используются языковые конструкции:

Ваша рекламация от... получена. В удовлетворение Вашей претензии переводим на Ваш счёт сумму...

Подтверждаем получение Вашего письма и сообщаем, что рекламация принята к рассмотрению...

Сообщаем, что недостающее количество товара будет отправлено Вам... Однако мы не можем согласиться с Вашим требованием оплаты неустойки...

Ваша претензия признана необоснованной...

Вашу претензию мы удовлетворить не можем, так как...

В последние годы широкое распространение в России получила реклама. В большей мере она представлена на телевидении и радио, но значителен её вес и в деловой письменной речи. Один из видов рекламы – текстовая реклама и, прежде всего, ее печатная разновидность.

Речевая тактика рекламного делового послания – нацеленность на интересы. Рекламные письма имеют свою специфику. Они должны быть запоминающимися, способными вызвать интерес. Это требует творческого подхода к составлению текстов рекламных писем. Современная социально-экономическая ситуация, сложившаяся в России в результате перехода к рыночной экономике, условия жёсткой конкуренции требуют от современного специалиста умения составлять рекламный текст.

Основная цель рекламы – побудить адресата совершить покупку или воспользоваться услугами рекламодателя.

Реклама выполняет две основные функции:

- ◆ информативную – реклама информирует, сообщает о предлагаемой услуге или товаре;
- ◆ воздействующую – реклама побуждает воспользоваться данной услугой или купить данный товар.

Важнейшим условием эффективности рекламного текста является его нестандартность. В целях привлечения внимания читателя рекламисты используют различные языковые средства.

Языковые средства привлечения внимания

Языковые средства	Примеры
1. Отклонения от нормативной орфографии: - сочетание латиницы с кириллицей; - соблюдение норм дореволюционной орфографии; - употребление прописных букв в середине и конце наименования; - игра слов как результат нарушения норм орфографии	<u>ДЕЛЬТА</u> –MARIN Магазин «КупецЪ» МаксидоМ; КредоМЕД «Всё ВАЗможно!» (реклама автомобилей ВАЗ)
2. Каламбур – высказывание, основанное на одновременной реализации в слове (словосочетании) прямого и переносного значений	«Pantin PR0-V – блеск и сила Ваших волос. Блестящий результат!»
3. Окказионализмы – новые слова, отсутствующие в системе языка, созданные специально «для данного момента» в экспрессивных целях	«Не тормози! Сникерсни!» (реклама шоколада «Сникерс»)
4. Персонификация – перенесение на неживой предмет свойств или функций живого лица	«TEFAL заботится о Вас» (о бытовой технике)
5. Фонетические повторы, рифмованные рекламные лозунги	«Ваша киска купила бы "Вискас"»
6. Дефразеологизация – семантический распад фразеологизма (устойчивого словосочетания), использование его компонентов в прямом значении; при этом ассоциативная связь свободного словосочетания с фразеологизмом сохраняется	«Когда простуда берет за горло» (реклама леденцов «Strepsils» – антибактериального средства от боли в горле. Существительное «горло» употребляется здесь и в своём прямом значении, и во фразеологически связанном

Структура рекламного текста:

1. Рекламный лозунг (слоган). Цель – служить «визитной карточкой» товара. Главное требование — нестандартность, запоминаемость.

2. Зачин (вступление). Цель – привлечь внимание, заставить прочитать весь текст. Он должен быть неожиданным, захватывающим, притягивающим внимание. Например. *«Что может быть общего у таких неординарных женщин, как Марлен Дитрих, Жаклин Кеннеди, Роми Шнайдер, Марии Каллас и Элизабет Тейлор? Несомненно, их безумная страсть к ювелирным украшениям фирмы Van Cleef & Arpels...».*

3. Основная часть – информационный блок. Цель – проинформировать читателя о достоинствах, преимуществах предлагаемого товара (услуги).

4. Заключение – справочные сведения (адрес, телефон, время работы фирмы).

Наиболее **действенными приёмами** создания рекламного текста являются:

- ◆ объяснение механизма действия, состава продукта;
- ◆ учёт социально-психологических особенностей целевой группы рекламного воздействия, который отражается прежде всего в выборе средств выражения. Например, для рекламы, адресованной подросткам, характерно наличие сленговых единиц;
- ◆ создание положительных ассоциаций, формирование имиджа товара, эмоционального ореола благополучия, успеха, счастья вокруг данного товара / услуги.

Информационно-рекламные письма нередко строятся по модели: риторический вопрос или риторическое восклицание – информационный текст, являющийся ответом, подтверждением, обещанием.

Что подарить?!

Выбрать не только подарок, но еще и очень полезный – непросто. Каждый из нас ищет своим родным и близким нечто ценное. Если вы согласны, что здоровье – самый ценный подарок, мы искренне рекомендуем подарить аппарат “Витафон”. Мы приведем аргументы и ответим на вопрос, почему “Витафон” окажет неоценимую помощь...

Каждый ребенок – талант!

Школа искусств “Аккорд” выявит и вырастит талант Вашего ребенка. Для детей 4–9 лет: живопись, рисунок, композиция, скульптура, иностранный язык. Для детей с 10 лет: живопись, рисунок, история искусств, экономика, компьютерная грамотность.

Конструктивную тональность, эмоциональную привлекательность данным рекламным письмам придает использование языковых средств выразительности: оценочных конструкций (*неоценимая помощь, нечто ценное, искренне рекомендуем, талант ребенка*), восклицательных предложений (*Каждый ребенок – талант! Что подарить?!*), побудительных конструкций, свободного порядка слов в предложении и др.

Тема 8. Разговорная речь

План:

1. Общая характеристика разговорного стиля.
2. Нормы разговорной речи:
 - а) фонетические;
 - б) лексические;
 - в) словообразовательные;
 - г) морфологические;
 - д) синтаксические.

Вопрос 1. В процессе речевых контактов устная речь преобладает над речью письменной. Доминирующая языковая функция – *обмен мнениями*; основная форма речи – *устная*; типичный вид речи – *диалог, полилог*. *Разговорная речь* – специфическая разновидность литературного языка, употребляемая в условиях непринуждённого общения и противопоставленная в пределах литературного языка кодифицированной книжной речи. *Кодификация* – это фиксация в словарях и грамматике тех норм и правил, которые должны соблюдаться при создании текстов кодифицированных функциональных разновидностей. Нормы и правила разговорного общения не фиксируются.

В разговорной коммуникации велика роль внеязыковых (экстралингвистических) факторов. К ним относятся:

- 1) спонтанность, неподготовленность (в разговоре непосредственно участвуют и адресант, и адресат речи, часто меняясь при этом ролями, поэтому такая речь не может быть предварительно обдуманной);
- 2) неофициальность;
- 3) персональность (разговорная речь – средство общения с ограниченным кругом людей, хорошо знакомых говорящему и имеющих с ним общие интересы);
- 4) ситуативность (опора на реальную обстановку речи: когда собеседники слышат и видят друг друга – шире используются жесты и мимика; когда собеседники не видят друг друга – при разговоре по телефону – усиливается громкость речи и изменяется интонация);
- 5) эмоционально-экспрессивная окрашенность (человек имеет возможность проявлять свои личностные качества – темперамент, эмоциональность, симпатии);
- б) невербальные средства общения (мимика, жесты, позы).

Т. к. разговорное общение осуществляется обычно между хорошо знающими друг друга людьми в конкретной ситуации. Поэтому говорящие имеют определённый общий запас знаний. Эти знания называются *фоновыми*. Именно они позволяют строить в разговорной коммуникации такие сокращённые высказывания, которые вне этих фоновых знаний непонятны.

Вопрос 2. В разговорной речи *нормой* признаётся то, что постоянно употребляется в речи носителей литературного языка и не воспринимается при спонтанном восприятии речи как ошибка. Наличие функционально-стилистических норм является показателем сформированности функционального стиля. Но эти нормы своеобразны. Во многих случаях они не совпадают с нормами книжной речи. Нормы разговорной речи устанавливаются обычаем и никем сознательно не поддерживаются. В разговорной речи создаются готовые конструкции, речевые клише (формулы приветствия, прощания, обращения, извинения, благодарности и др.), которые воспроизводятся автоматически и способствуют упрочению нормативного характера разговорной речи. Но спонтанность речевого общения, его неподготовленность, использование невербальных средств коммуникации приводят к ослаблению норм.

Несмотря на то что разговорная речь в исследованиях последних лет признаётся скорее особой функциональной разновидностью литературного языка, она имеет ряд стилеобразующих факторов, позволяющих отнести её к стилю, который в разных пособиях называется разговорным, разговорно-обиходным, разговорно-бытовым.

А) Различают три стиля произношения: высокий, нейтральный, разговорный. Под разговорным произношением понимается такое, которое характеризуется меньшей напряжённостью органов речи, меньшей чёткостью произношения, что приводит к изменению качества звуков вплоть до их выпадения. Многие фонетические особенности разговорной речи действуют в совокупности, создавая необычный фонетический облик слов и словосочетаний. Особенно частотный: тысяча девятьсот – [тыж'д'ьв'ицот].

В обиходно-разговорной речи, для которой устная форма является исконной, важную роль играет *интонация*. Непринуждённая речь часто сопровождается резкими повышением и понижением тона, “растягиванием” гласных, удлинением согласных, паузами, изменением темпа речи и её ритма.

Б) Характерной чертой разговорной речи является её лексическая разнородность. Встречаются самые разнообразные группы лексики: и общекишная, и термины, и иноязычные слова, и некоторые факты просторечия, диалектов и жаргонов. Причины такого разнообразия – в тематическом разнообразии разговорной речи, не ограничивающейся рамками бытовых тем, и в осуществлении разговорной речи в двух тональностях – серьёзной и шуточной.

1) Удельный вес нейтральной лексики значительно выше, чем в научном и официально-деловом стилях. Условия неподготовленного общения ограничивают время выбора наиболее точного слова, и поэтому чаще применяются нейтральные слова.

2) Широко используется конкретная лексика (*человек, дело, работа, дом, идти, ехать, холодный, белый, такой, значит, когда, да, нет*).

3) Велик удельный вес бытовой лексики (*чашка, кастрюля, щи, щетка, картошка, электричка, жадничать, мигом, потихоньку*), лексики родственных отношений (*мать, мама, отец, папа, батя, сын, дочь, внук, тетя*), собственных имен людей (*Саша, Аля, Катя, Николай Иванович*) и кличек животных.

4) Возможно употребление слов с просторечной окраской (*живность, дармоед, вихлять, белобрысый, огреть*).

5) Развита синонимия (*снять – “уволить с должности”; получка – “зарплата”; простыть – “простудиться”; маячить – “виднеться”*).

6) Характерно богатство эмоционально-экспрессивной окраски (*безалаберный, захудалый, трудяга, работёнка, бездарь, крохобор, огорошить, напраслина*).

7) Возможности сочетаемости слов шире общеязыковых.

8) Использование слов с абстрактным значением в разговорной речи ограничено.

9) Характерно богатство фразеологизмов. Подавляющую часть фразеологического фонда русского языка составляют выражения из разговорно-бытовой речи и профессионализмов (*хвататься за голову, бросаться в глаза, на босу ногу, топорная работа, бить баклуши, отложить в долгий ящик*).

Лексические нормы разговорной речи характеризуются нежелательностью употребления каких-то слов (заимствованных, книжных, диалектных, просторечных). В разговорной речи фактически отсутствуют запрещённые нормы (есть типичное, допустимое и нежелательное). Но употребление лексики нелитературной (жаргонизмов, вульгаризмов, бранных слов и др.) – это нарушение норм разговорного стиля.

В) Словообразовательные возможности разговорной речи связаны с её оценочностью.

1) Продуктивны суффиксы со значениями ласкательности, уменьшительности, увеличения, неодобрения (*доченька, внучок, домик, ножик, ручища, здоровенный, худющий, злющий*).

2) Активны суффиксы существительных с окраской разговорности:

а) **-к-(а)**: *тетрадка, книжка*;

б) **-ак-(-як-)**: *чужак, слабак, добряк*;

в) **-ун-**: *говорун, певун*;

г) **-ан-(-ян-)**: *старикан, грубиян*;

д) **-ыш-**: *мальш, крепьш*;

е) **-ш-(а)**: *кассиша, секретарша*;

и) **-л-(а)**: *заводила, воротила*.

3) Продуктивны для просторечия суффиксы существительных **-аг-(а), -ух-(а), -ул-(я), -овк-(а), -их-(а), -н-(я), -ож-(ёж)** (*доходяга, чернуха, грязнуля, воровка, врачиха, возня, стряпня, делёж, галдёж*).

4) Среди суффиксов прилагательных часто используются **-ист-, -аст-** (*фигуристый, глазастый, задиристый*).

5) Среди глагольных суффиксов активны **-ничать, -нуть** (*бродяжничать, модничать, ахнуть, тряхнуть, ругнуть*);

6) Часто используется приставочно-суффиксальный способ образования глаголов (*приговаривать, разгуливать, натравливать*).

7) Характерно повторение однокоренных слов (*огромный-преогромный, видимо-невидимо, тьма-тьмуца*).

8) Для разговорной речи весьма характерно “семантическое стяжение”: сокращение неоднословных наименований и замена их одним словом. Основные из этих моделей:

(а) семантическое стяжение способом устранения определяющего слова: *дипломная работа – диплом; хирургическое отделение – хирургия*;

(б) семантическое стяжение путём устранения определяемого слова: *Она в больнице работает (медицинской) сестрой*;

(в) семантическое стяжение способом образования производного: *зачётная книжка – зачётка; читальный зал – читалка*.

Неоднословные наименования часто заменяются существительными с суффиксами **-ик-** или **-ник-** – названием лица по роду деятельности, по специальности, по условиям занятий, по заболеванию (*массовик, пиццевик, глазник, сердечник, заочник*).

Г) Основное отличие морфологии разговорной речи заключается не в том, что в ней есть какие-то особые морфологические явления, а в том, что некоторые явления в ней отсутствуют.

1) Нет обычного для языка преобладания существительного над глаголом. Глаголы преобладают над существительными.

2) Возможны только такие причастия и деепричастия, которые выполняют функции обычных прилагательных и наречий и не являются центром причастных и деепричастных оборотов (*блестящее воспитание, облегающий костюм*).

3) Редко используются краткие прилагательные и активны они лишь в усилительных конструкциях (*Ну и шустра! Плохи наши дела!*).

4) Типичным считается преобладание именительного падежа. (*Идите прямо, там светофор... и дом еще такой, многоэтажный... и аптека там же*).

5) Отмечено наличие особой звательной формы (*Тань! Коль!*).

6) Во множественном числе в именительном падеже существительных характерны формы на **-а** вместо нормативного **-ы** (*инструктора, прожектора, отпуска, сектора*).

7) В родительном и предложном падежах существительных мужского рода преобладают формы на **-у** (*стакан чаю, кусок сахара, в цеху, в отпуску*).

8) В родительном падеже множественного числа существительных на месте книжного окончания **-ов** обнаруживается нулевое окончание (*сто грамм, пять килограмм помидор*).

9) Вещественные существительные употребляются в счётной форме в значении “порция этого вещества”: *два молока (два пакета молока), две сметаны (две банки сметаны), три борща (три порции (тарелки) борща)*.

10) Характерно широкое использование местоимений, употребляющихся без опоры на контекст (*Видели этого твоего... Есть на что купить?*).

Д) Т.к. разговорный стиль обычно реализуется в условиях непосредственного общения, всё, что дано обстановкой или вытекает из того, что было известно собеседникам ещё раньше, опускается из речи.

1) Характерен пропуск глагола-сказуемого: *Они – на вокзал*.

2) За счёт своей неполноты простые предложения оказываются короткими. В условиях непосредственного общения такая речь нормальна. Длинные, развёрнутые предложения в разговорной речи просто невозможны, так как ни говорящий, ни слушающий не в состоянии с ними справиться. Дело в том, что и говорить, и понимать услышанное человек может благодаря работе так называемой оперативной памяти, в которой удерживается начало высказывания, его продолжение и конец, что в объёме составляет 7 ± 2 элемента.

3) Частотны в разговорной речи вводные слова (*конечно, может быть, наверное, жаль* и др.).

4) Наблюдается активность междометных фраз (*Ой ли? Вот те на! Ну и номер!*).

5) Только для разговорного синтаксиса характерно наличие слов-предложений (*Да. Нет. Отчего же?*).

6) Порядок слов более свободный, чем в книжных стилях. Но всё же наиболее существенный элемент высказывания обычно помещается в начало (*Ветер ужасный вчера был / Некоторые деревья повалило*).

7) В сложноподчинённых предложениях возможна постановка союза не только перед придаточной частью, но и в конце её (*Извинялся, не прав был потому что; Я журналы взяла, почитать в электричке чтобы*).

8) Употребляются короткие бессоюзные предложения (*Приедешь – позвони; Увидишь наших – передавай привет*).

Тема 9. Основы ораторского искусства

План:

1. Возникновение и развитие ораторского искусства.
2. Оратор и его аудитория. Подготовка речи: выбор темы, цель речи, основные приёмы поиска материала.
3. Композиция выступления. Методы изложения материала. Приёмы поддержания внимания.
4. Виды аргументов.

Вопрос 1. Ораторское искусство – это искусство построения и публичного произнесения речи с целью оказания желаемого воздействия на аудиторию. Традиционно красноречие рассматривалось как один из видов искусства. Основой его зарождения стала необходимость публичного обсуждения и решения вопросов, имевших общественную значимость. Чтобы отстоять свою позицию, нужно было хорошо владеть искусством слова, уметь убедить слушателей и повлиять на их выбор.

Особенность ораторского искусства состоит в том, что оно имеет сложный синтетический характер. Философия, логика, психология, педагогика, языкознание, этика, эстетика – науки, на которые оно опирается. Специалистов разного профиля интересуют различные проблемы красноречия: лингвисты разрабатывают теорию культуры устной речи; психологи изучают вопросы восприятия и воздействия речевого сообщения, занимаются проблемами устойчивости внимания во время публичного выступления, исследуют психологию личности оратора, психологию аудитории; логика учит последовательно излагать мысли, доказывать истинность выдвигаемых положений и опровергать ложные утверждения противников.

Ораторское искусство никогда не было однородным. Исторически в зависимости от сферы применения оно подразделялось на различные роды и виды. В отечественной риторике выделяются следующие основные роды красноречия, объединяющие определённые виды речи с учётом функции, которую выполняет речь, ситуации выступления, его темы и цели:

- 1) **социально-политическое** – выступления, посвящённые вопросам государственного строительства, экономики, права, этики, культуры в парламенте, на митингах, общественных собраниях, заседаниях;
- 2) **академическое** – учебная лекция, научный доклад, обзор, сообщение;

- 3) **судебное** – речи, произносимые участниками судебного процесса — прокурором, адвокатом, обвиняемым;
- 4) **социально-бытовое** – приветственные, юбилейные, застольные, поминальные речи;
- 5) **богословско-церковное** – проповеди, речи на соборе.

Вопрос 2. Самое высшее проявление мастерства публичного выступления – это **контакт со слушателями** – общность психического состояния оратора и аудитории. Оно возникает на основе совместной мыслительной деятельности, т.е. оратор и слушатели должны решать одни и те же проблемы, обсуждать одинаковые вопросы. Для возникновения контакта важно **эмоциональное сопереживание**, т.е. оратор и слушатели во время выступления должны испытывать сходные чувства.

Особенностью психологии аудитории является то, что слушатели – это одновременно и зрители. Поэтому **одежда** выступающего должна соответствовать характеру обстановки. Это важно, т.к. психологическое действие на собравшихся начинается с момента появления лектора перед публикой. Лишние, **механические движения** выступающего отвлекают внимание слушателей. Обращают внимание слушатели и **на позу** лектора.

Ни один из авторов пособий по риторике не рекомендует читать текст по написанному, т.к. при чтении текста с листа в получасовом выступлении его содержание воспринимается лишь на 17%.

Подготовка к выступлению определяется видом ораторской речи, зависит от темы, целей и задач выступления, индивидуальных особенностей выступающего, от состава аудитории и т. д. Но здесь следует учитывать и некоторые общие методические установки.

Подготовка к любому выступлению начинается с определения темы речи. Иногда предлагают выступить на определенную тему, т. е. тема речи является заданной. Выбрав тему, надо подумать о её формулировке. Название должно быть чётким и по возможности кратким. Оно должно отражать содержание выступления и обязательно привлекать внимание слушателей. Кроме того, необходимо определить цель выступления: нужно ясно представлять, какой реакции слушателей следует добиться. Чёткая формулировка целевой установки облегчает восприятие ораторской речи, определённым образом настраивает слушателей.

После определения тематики выступления и его цели следует этап поиска и отбора материала.

В методической литературе определены **основные источники**, из которых можно черпать идеи, сведения, факты, иллюстрации для своей речи:

- официальные документы;
- научная, научно-популярная литература;
- справочная литература: энциклопедии, энциклопедические словари, словари по различным отраслям знаний, лингвистические словари, статистические сборники, таблицы, библиографические указатели;
- художественная литература;
- статьи из газет и журналов;
- передачи радио и телевидения;
- результаты социологических опросов.

При подготовке к выступлению нельзя забывать и о местном материале, т.е. имеющем отношение к жизни слушателей или того региона, о котором идёт речь. Этот этап подготовки связан с работой в библиотеке. Выступающему необходимо уметь пользоваться различными каталогами (алфавитным, систематическим, предметным), библиографическими изданиями, справочной литературой.

Следующий этап подготовки речи – изучение отобранной литературы. Необходимо сделать нужные записи и систематизировать материал.

При подготовке нужно обязательно делать записи прочитанного. Наиболее простой вид записи – это выписки. Такие записи ведутся в тетрадях, где используется только одна сторона листов. Рекомендуется выписки делать на карточках одинакового размера. На каждой карточке делают не более одной записи. В верхней части карточки указывается тема, к которой относится запись, а в нижней – подробно и в определённой последовательности записываются “выходные данные”: автор, название, место и год издания, страница.

Вопрос 3. Слово композиция пришло из латинского языка и означает “составление”. В теории ораторского искусства под композицией речи понимается построение выступления, соотношение его отдельных частей и отношение каждой части ко всему выступлению как единому целому (построение, структура).

Приступая к работе над композицией речи необходимо определить порядок, в котором будет излагаться материал, т. е. **составить план**.

Сначала составляется **рабочий план**. При его написании необходимо выделить вопросы выбранной темы, отобрать из них самые существенные и основные, определить, в какой последовательности они будут изложены. В рабочий план вносятся формулировки отдельных положений, указываются примеры, перечисляются факты, приводятся цифры, которые будут использованы в речи. Составление рабочего плана помогает лучше продумать структуру выступления. Когда написан подобный план, легче определить, какие разделы оказались перегруженными фактическим материалом, какие не имеют примеров, какие вопросы следует убрать как менее существенные для раскрытия данной темы, какие включить и т.д. Это даёт возможность устранить недостатки в построении речи.

На основе рабочего плана рекомендуется составить **основной план**, называющий вопросы, которые будут освещаться в выступлении. Он пишется для слушателей, чтобы облегчить им процесс восприятия речи.

По структуре планы бывают простыми и сложными.

После написания плана **необходимо поработать над построением отдельных частей своей речи**. Как отмечают теоретики ораторского искусства, наиболее распространённой структурой устного выступления с античных

времен считается трёхчастная, включающая в себя следующие элементы: вступление, главную часть, заключение. Каждая часть речи имеет свои особенности. Они обусловлены спецификой восприятия речевого сообщения. Например, учёные доказали, что лучше всего усваивается и запоминается то, что даётся в начале или в конце сообщения. В психологии это объясняется действием “закона края”. Поэтому вступление и заключение, должны быть в центре внимания.

Во вступлении подчёркивается актуальность темы, значение её для данной аудитории, формулируется цель выступления, кратко излагается история вопроса. Перед вступлением стоит важная психологическая задача – подготовка восприятия слушателей.

В заключении повторяется основная мысль выступления, суммируются наиболее важные положения, подводятся итоги сказанного, делаются выводы.

Продумывая заключение, особенно тщательно надо поработать над последними словами выступления, т.к. если первые слова оратора должны привлечь внимание слушателей, то последние призваны усилить эффект.

Продумывая структуру **главной части** речи, выступающий должен определить, каким методом будет излагаться материал:

- **индуктивный** – изложение материала от частного к общему. Выступающий начинает речь с частного случая, а затем подводит слушателей к обобщениям и выводам. Этот метод используется в агитационных выступлениях;

- **дедуктивный** – изложение материала от общего к частному. Оратор в начале речи выдвигает какие-то положения, а потом разъясняет их смысл на конкретных примерах. Широкое распространение этот метод получил в выступлениях пропагандистского характера;

- **метод аналогии** – сопоставление различных явлений, событий и фактов;

- **концентрический метод** – расположение материала вокруг главной проблемы. Выступающий переходит от общего рассмотрения центрального вопроса к более конкретному и углубленному его анализу;

- **ступенчатый метод** – последовательное изложение одного вопроса за другим. Рассмотрев какую-либо проблему, оратор уже больше не возвращается к ней;

- **исторический метод** – изложение материала в хронологической последовательности, описание и анализ изменений, которые произошли с течением времени.

Нельзя забывать о таком важном принципе композиции, как **принцип усиления**, при котором убедительность аргументов постепенно нарастает, самые сильные доводы используются в конце рассуждения.

Но со временем притупляется внимание и человек перестает слушать. Для борьбы с утомлением внимания нужно знать **ораторские приёмы поддержания внимания у слушателей**:

1) обращение к слушателям с неожиданным вопросом;

2) тайна занимательности (для того чтобы заинтересовать и заинтриговать слушателей, предмет речи сразу не называется);

3) вопросно-ответный ход. Оратор вслух раздумывает над поставленной проблемой. Он ставит перед аудиторией вопросы и сам на них отвечает. Это один из самых удачных приёмов;

4) примеры из художественной литературы, пословицы, поговорки, фразеологические выражения и т. п., элементы юмора.

Вопрос 4. В ораторской практике для доказательства правильности выдвинутых положений используются различные виды аргументов. Их принято делить на аргументы к существу дела, т.е. логические, и аргументы к человеку, т.е. психологические.

Аргументы логические имеют отношение к обсуждаемому вопросу и направлены на обоснование истинности доказываемого положения. К ним относятся:

1) принципы теории;

2) определения понятий, принятые в науке;

3) суждения, описывающие установленные факты;

4) ранее доказанные положения и т.п.

Аргументы психологические не относятся к существу дела и используются лишь для того, чтобы одержать победу в споре. С точки зрения логики эти аргументы **некорректны**. Наиболее распространённые психологические аргументы:

1) аргумент **к силе** – угрозе неприятными последствиями, в частности угрозе применения каких-либо средств принуждения: физических, моральных, административных, экономических;

2) аргумент **к авторитету** – ссылка на авторитетную личность или коллективный авторитет вместо обоснования конкретного тезиса;

3) аргумент **к публике** – ссылка на мнения, настроения, чувства слушателей с целью привлечь их на свою сторону и с их помощью оказать психологическое давление на оппонента;

4) аргумент **к личности** – ссылка на личностные особенности оппонента, его вкусы, внешность, достоинства или недостатки;

5) аргумент **к здравому смыслу** – используется как обращение к обыденному сознанию вместо реального обоснования;

6) аргумент **к состраданию** – вместо реальной оценки конкретного поступка вызывают к жалости в надежде пробудить сочувствие и желание уступить;

7) аргумент **к тщеславию** – расточение похвал, комплиментов противнику в надежде, что он станет более уступчивым;

8) аргумент **к невежеству** – использование неосведомлённости или непросвещённости оппонента или слушателей и навязывание им своего мнения;

9) аргумент **к выгоде** – вместо логического обоснования тезиса агитируют за его принятие потому, что так выгодно в морально-политическом или экономическом отношении.

2.2. Планы практических занятий

Раздел 1. Культура речи

Тема 1. Предмет курса «Русский язык и культура речи».

Аспекты культуры речи

План:

1. Предмет курса «Русский язык и культура речи».
2. Три аспекта культуры речи: нормативный, коммуникативный, этический.
3. Типы ортологических словарей.

Литература

- Введенская Л.А. Русский язык и культура речи: Учебное пособие. - Ростов-на-Дону, Феникс, 2004.
- Данцев А.А., Нефёдова Н.В. Русский язык и культура речи для технических вузов. - Ростов-на-Дону, Феникс, 2002.
- Русский язык и культура речи. Учебное пособие под ред. О.Я. Гойхмана. - М: Инфра - М, 2001.
- Русский язык и культура речи. Учебное пособие. / А.И. Дунев, М.Я. Дымарский, А.Ю. Кожевников. - М: Высшая школа, 2002.
- Русский язык и культура речи: Учебник. / Под ред. В.И. Максимова. - М: Гардарики, 2005.

Цель занятия – научиться контролировать степень соответствия своей устной и письменной речи требованиям нормы современного русского литературного языка, получить навык работы с ортологическими словарями.

Основные понятия: ортология, культура речи, лингвистика, паралингвистика, экстралингвистический, литературный язык, литературная речь.

Тема 2. Основные нормы современного русского литературного языка.

Орфоэпические и акцентологические нормы

План:

1. Характеристика основных норм русского литературного языка.
2. Языковые единицы, имеющие варианты. Правила их использования.
3. Языковые единицы, находящиеся за рамками литературного языка.
4. Орфоэпические и акцентологические нормы.

Литература

- Введенская Л.А. Русский язык и культура речи: Учебное пособие. - Ростов-на-Дону, Феникс, 2004.
- Данцев А.А., Нефёдова Н.В. Русский язык и культура речи для технических вузов. - Ростов-на-Дону, Феникс, 2002.
- Русский язык и культура речи. Учебное пособие под ред. О.Я. Гойхмана. - М: Инфра - М, 2001.
- Русский язык и культура речи. Учебное пособие. / А.И. Дунев, М.Я. Дымарский, А.Ю. Кожевников. - М: Высшая школа, 2002.
- Русский язык и культура речи: Учебник. / Под ред. В.И. Максимова. - М: Гардарики, 2005.
- Еськова Н.А. Краткий словарь трудностей русского языка: Грамматические формы, Ударение. / Н.А. Еськова. – 3-е изд., стер. – М.: Русский язык, 2000.
- Орфоэпический словарь русского языка. / Авт.-сост. Н.И. Новинская. – 2-е изд. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2005.

Цель занятия – получить представление о типах языковых норм, различать варианты норм, пользоваться орфоэпическими и акцентологическими словарями.

Основные понятия: языковая единица, языковая нома, варианты языковых единиц, орфоэпия, акцентология, свободное ударение, постоянное ударение, неподвижное ударение, подвижное ударение.

Тема 3. Морфологические нормы современного русского литературного языка

План:

1. Морфологическая норма. Причины вариативности в морфологии.
2. Стилистическое использование форм частей речи.

Литература

- Русский язык и культура речи. Учебное пособие под ред. О.Я. Гойхмана. – М: Инфра - М, 2001.
- Русский язык и культура речи. Учебное пособие. / А.И. Дунев, М.Я. Дымарский, А.Ю. Кожевников. – М: Высшая школа, 2002.
- Русский язык и культура речи. / Под ред. В.И. Максимова. – М: Гардарики, 2007.
- Русский язык и культура речи: Практикум по курсу. / Под ред. В.И. Максимова. – М: Гардарики, 2007.

Еськова Н.А. Краткий словарь трудностей русского языка: Грамматические формы, Ударение. / Н.А. Еськова. – 3-е изд., стер. – М.: Русский язык, 2000.

Цель занятия – познакомиться с морфологической нормой и её вариантами, научиться оценивать экспрессивно-эмоциональную окраску морфологических средств языка для наиболее точного их отбора в соответствии с конкретным замыслом.

Основные понятия: морфология, морфологическая норма, варианты морфологической нормы, грамматическая стилистика.

Тема 4. Лексические нормы современного русского литературного языка

План:

1. Нормы словоупотребления. Лексическая сочетаемость.
2. Стилистическая и смысловая сочетаемость слов. Группы лексики. Фразеологизмы.

Литература

- Русский язык и культура речи. Учебное пособие под ред. О.Я. Гойхмана. – М: Инфра - М, 2001.
 Русский язык и культура речи. Учебное пособие. / А.И. Дунев, М.Я. Дымарский, А.Ю. Кожевников. – М: Высшая школа, 2002.
 Русский язык и культура речи. / Под ред. В.И. Максимова. – М: Гардарики, 2007.
 Русский язык и культура речи: Практикум по курсу. / Под ред. В.И. Максимова. – М: Гардарики, 2007.
 Горбачевич К.С. Словарь сравнений и сравнительных оборотов в русском языке. / К.С. Горбачевич. – М.: АСТ; М.: Астрель; М.: Ермак, 2004.
 Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. / С.И.Ожегов; Российская академия наук. Институт русского языка им В.В.Виноградова. – 4-е изд., дополненное. – М.: Азбуковник, 1999.
 Русский семантический словарь. Толковый словарь, систематизированный по классам слов и значений. Т. 1. / РАН. Ин-т рус. яз.; Под общей ред Н. Ю. Шведовой. – М.: Азбуковник, 1998.
 Словарь синонимов русского языка. / Авт.-сост. М.А. Ситникова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2004.
 Современный словарь иностранных слов. – 3-е издание стереотипное. – М.: Русский язык, 2000.
 Современный толковый словарь русского языка. / Гл. ред. С.А. Кузнецов. – СПб.: Норинт, 2002.
 Универсальный словарь иностранных слов русского языка. – М.: Вече, 2000.
 Фразеологизмы в русской речи: Словарь-справочник. / Сост. Н.В. Баско. – М.: Флинта; М.: Наука, 2002.
 Фразеологический словарь русского языка. / Авт.-сост. А.А. Легостаев, С.В. Логинов. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2003.

Цель занятия – познакомиться с лексическими нормами, научиться оценивать экспрессивно-эмоциональную окраску слов для наиболее точного их отбора и сочетания.

Основные понятия: активный словарь, пассивный словарь, книжная лексика, нейтральная лексика, разговорная лексика, профессиональная лексика, значение слова (семантика), экспрессия, архаизм, историзм, неологизм, канцеляризм, диалектизм.

Тема 5. Синтаксические и пунктуационные нормы современного русского литературного языка

План:

1. Синтаксические нормы: порядок слов, согласование подлежащего и сказуемого, строй предложения.
2. Пунктуационные нормы современного русского литературного языка.

Литература

- Русский язык и культура речи. Учебное пособие под ред. О.Я. Гойхмана. – М: Инфра - М, 2001.
 Русский язык и культура речи. Учебное пособие. / А.И. Дунев, М.Я. Дымарский, А.Ю. Кожевников. – М: Высшая школа, 2002.
 Русский язык и культура речи. / Под ред. В.И. Максимова. – М: Гардарики, 2007.
 Русский язык и культура речи: Практикум по курсу. / Под ред. В.И. Максимова. – М: Гардарики, 2007.
 Горбачевич К.С. Словарь сравнений и сравнительных оборотов в русском языке. / К.С. Горбачевич. – М.: АСТ; М.: Астрель; М.: Ермак, 2004.
 Русский язык. Справочник-практикум. Практическая стилистика. / П.Э. Розенталь. – М.: ОНИКС; М.: Мир и образование, 2007.

Цель занятия – расширить представление о синтаксических нормах русского литературного языка, научиться использовать стилистические возможности русского синтаксиса при создании текстов определённого стиля.

Основные понятия: синтаксис, синтаксические нормы русского литературного языка, управление в языке, пунктуация, пунктуационные нормы, пунктограмма, пунктуационный знак.

Тема 6. Средства выразительности современного русского литературного языка

План:

1. Выразительность речи.
2. Классификация средств выразительности русского литературного языка.

Литература

- Русский язык и культура речи. Учебное пособие под ред. О.Я. Гойхмана. – М: Инфра - М, 2001.
- Русский язык и культура речи. Учебное пособие. / А.И. Дунев, М.Я. Дымарский, А.Ю. Кожевников. – М: Высшая школа, 2002.
- Русский язык и культура речи. / Под ред. В.И. Максимова. – М: Гардарики, 2007.
- Русский язык и культура речи: Практикум по курсу. / Под ред. В.И. Максимова. – М: Гардарики, 2007.
- Горбачевич К.С. Словарь сравнений и сравнительных оборотов в русском языке. / К.С. Горбачевич. – М.: АСТ; М.: Астрель; М.: Ермак, 2004.
- Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. / С.И.Ожегов; Российская академия наук. Институт русского языка им В.В.Виноградова. – 4-е изд., дополненное. – М.: Азбуковник, 1999.
- Русский семантический словарь. Толковый словарь, систематизированный по классам слов и значений. Т. 1. / РАН. Ин-т рус. яз.; Под общей ред Н. Ю. Шведовой. – М.: Азбуковник, 1998.
- Словарь синонимов русского языка. / Авт.-сост. М.А. Ситникова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2004.
- Современный словарь иностранных слов. – 3-е издание стереотипное. – М.: Русский язык, 2000.
- Современный толковый словарь русского языка. / Гл. ред. С.А. Кузнецов. – СПб.: Норинт, 2002.
- Универсальный словарь иностранных слов русского языка. – М.: Вече, 2000.
- Фразеологизмы в русской речи: Словарь-справочник. / Сост. Н.В. Баско. – М.: Флинта; М.: Наука, 2002.
- Фразеологический словарь русского языка. / Авт.-сост. А.А. Легостаев, С.В. Логинов. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2003.

Цель занятия – продолжить знакомство с выразительными средствами языка и их возможностями, научиться правильно использовать их в речи.

Основные понятия: выразительность речи, выразительные средства языка, троп, стилистическая фигура.

Раздел 2. Стилистика

Тема 7. Функциональные стили речи. Научный стиль. Речевые нормы учебной и научной сфер деятельности. Редактирование научного текста

План:

1. Система функциональных стилей русского языка. Стилеобразующие факторы, задающие основные параметры текстов каждого стиля.
2. Языковые средства, формирующие научный стиль речи.
3. Редактирование научного текста (лексический и морфологический аспекты).

Литература

- Введенская Л.А. Русский язык и культура речи: Учебное пособие. - Ростов-на-Дону, Феникс, 2004.
- Культура русской речи: Учебник для вузов. / Под ред. Л.К. Граудиной, Е.Н. Ширяева. - М: Норма, 2005.
- Данцев А.А., Нефёдова Н.В. Русский язык и культура речи для технических вузов. - Ростов-на-Дону, Феникс, 2002.
- Колесникова Н. От конспекта до диссертации. Учебное пособие по развитию навыков письменной речи. - М: Флинта: Наука, 2002.

Цель занятия – получить системное представление о функциональных стилях речи, научиться редактировать научный текст (лексический и морфологический аспекты).

Основные понятия: функциональный стиль, stileобразующие факторы, научный стиль.

Тема 8. Речевые нормы учебной и научной сфер деятельности. Редактирование научного текста: синтаксический аспект

План:

1. Цепочки несогласованных определений.
2. Причастные обороты и их употребление.
3. Нормы управления: употребление предлогов.
4. Однородные члены предложения.
5. Деепричастные обороты и их употребление.

Литература

Введенская Л.А. Русский язык и культура речи: Учебное пособие. - Ростов-на-Дону, Феникс, 2004.

Культура русской речи: Учебник для вузов. / Под ред. Л.К. Граудиной, Е.Н. Ширяева. - М: Норма, 2005.

Данцев А.А., Нефёдова Н.В. Русский язык и культура речи для технических вузов. - Ростов-на-Дону, Феникс, 2002.

Колесникова Н. От конспекта до диссертации. Учебное пособие по развитию навыков письменной речи. - М: Флинта: Наука, 2002.

Цель занятия – научиться редактировать научный текст (синтаксический аспект), т.к. при написании научного текста основные проблемы вызывает синтаксическое оформление высказывания. Многие синтаксические ошибки невозможно исправить, используя компьютерные программы проверки правописания.

Основные понятия: несогласованное определение, управление в языке, причастный оборот, деепричастный оборот, однородные члены предложения.

**Тема 9. Речевые нормы учебной и научной сфер деятельности:
синтаксический аспект.**

План:

1. Согласование определяемого слова и определения.
2. Согласование подлежащего и сказуемого в формах числа.

Литература

Введенская Л.А. Русский язык и культура речи: Учебное пособие. - Ростов-на-Дону, Феникс, 2004.

Культура русской речи: Учебник для вузов. / Под ред. Л.К. Граудиной, Е.Н. Ширяева. - М: Норма, 2005.

Данцев А.А., Нефёдова Н.В. Русский язык и культура речи для технических вузов. - Ростов-на-Дону, Феникс, 2002.

Колесникова Н. От конспекта до диссертации. Учебное пособие по развитию навыков письменной речи. - М: Флинта: Наука, 2002.

Цель занятия – научиться редактировать научный текст (синтаксический аспект).

Основные понятия: определение, определяемое слово, подлежащее, сказуемое, категория числа в языке, собирательное существительное.

Тема 10. Правила оформления отдельных видов текстового материала

План:

1. Правила оформления цитат.
2. Правила оформления библиографии.
3. Правила оформления перечислений.
4. Правила написания количественных и порядковых числительных.
5. Правила записи и употребления сокращенных слов.
6. Правила текстового оформления таблиц и рисунков.
7. Правила оформления ссылок.

Литература

Введенская Л.А. Русский язык и культура речи: Учебное пособие. - Ростов-на-Дону, Феникс, 2004.

Культура русской речи: Учебник для вузов. / Под ред. Л.К. Граудиной, Е.Н. Ширяева. - М: Норма, 2005.

Данцев А.А., Нефёдова Н.В. Русский язык и культура речи для технических вузов. - Ростов-на-Дону, Феникс, 2002.

Колесникова Н. От конспекта до диссертации. Учебное пособие по развитию навыков письменной речи. - М: Флинта: Наука, 2002.

Цель занятия – научиться правильно оформлять цитаты, ссылки, перечисления, таблицы и рисунки, записывать количественные и порядковые числительные и сокращенные слова.

Основные понятия: цитата, прямая речь, косвенная речь, библиография.

Раздел 3. Деловой русский язык

Тема 11. Особенности делового стиля. Личная документация

План:

1. Особенности делового стиля речи.
2. Составление заявления.
3. Составление доверенности.

4. Составление объяснительной записки.
5. Составление расписки.

Литература

- Зарецкая Е.Н. Риторика. Теория и практика речевой коммуникации. - М: Дело, 2002.
 Клюев Е.В. Речевая коммуникация: Учебное пособие. - М: Рипол Классик, 2002.
 Русский язык и культура речи. Учебное пособие под ред. О.Я. Гойхмана. - М: Инфра - М, 2001.
 Русский язык и культура речи. Учебное пособие. / А.И. Дунев, М.Я. Дымарский, А.Ю. Кожевников. - М: Высшая школа, 2002.
 Русский язык и культура речи: Учебник. / Под ред. В.И. Максимова. - М: Гардарики, 2005.

Цель занятия – научиться составлять личные деловые бумаги.

Основные понятия: официально-деловой стиль, клишированные языковые конструкции, документ, реквизиты, заявление, доверенность, объяснительная (служебная) записка, расписка.

Тема 12. Деловое письмо

План:

1. Понятие делового письма, виды деловых писем.
2. Оформление реквизитов делового письма.

Литература

- Зарецкая Е.Н. Риторика. Теория и практика речевой коммуникации. - М: Дело, 2002.
 Клюев Е.В. Речевая коммуникация: Учебное пособие. - М: Рипол Классик, 2002.
 Русский язык и культура речи. Учебное пособие под ред. О.Я. Гойхмана. - М: Инфра - М, 2001.
 Русский язык и культура речи. Учебное пособие. / А.И. Дунев, М.Я. Дымарский, А.Ю. Кожевников. - М: Высшая школа, 2002.
 Русский язык и культура речи: Учебник. / Под ред. В.И. Максимова. - М: Гардарики, 2005.

Цель занятия – научиться правильно составлять и оформлять деловое письмо.

Основные понятия: деловое письмо, лаконичность, убедительность, корректность.

Тема 13. Резюме. Реклама

План:

1. Резюме как особый вид документа. Структура резюме.
2. Реклама как особый вид объявления. Классификация рекламы.
3. Структура и приемы составления эффективной рекламы.

Литература

- Зарецкая Е.Н. Риторика. Теория и практика речевой коммуникации. - М: Дело, 2002.
 Клюев Е.В. Речевая коммуникация: Учебное пособие. - М: Рипол Классик, 2002.
 Русский язык и культура речи. Учебное пособие под ред. О.Я. Гойхмана. - М: Инфра - М, 2001.
 Русский язык и культура речи. Учебное пособие. / А.И. Дунев, М.Я. Дымарский, А.Ю. Кожевников. - М: Высшая школа, 2002.
 Русский язык и культура речи: Учебник. / Под ред. В.И. Максимова. - М: Гардарики, 2005.

Цель занятия – научиться составлять и редактировать резюме и некоторые рекламные тексты.

Основные понятия: документ, реквизиты, резюме, реклама, рекламный слоган.

Раздел 4. Риторика

Тема 14. Начальный этап подготовки к публичному выступлению

План:

1. Предмет риторики и виды красноречия.
2. Выбор темы и названия информативной и убеждающей речи.
4. Последовательность подготовки к выступлению.
3. Сбор материала. Знакомство с основами библиотечно-библиографических знаний.

Литература

- Александров Д.Н. Риторика: Учебное пособие. - М: Флинта: Наука, 2002.
 Введенская Л.А., Павлова Л.Г. Деловая риторика: Учебное пособие. - Ростов-на-Дону, Март, 2004.
 Зарецкая Е.Н. Риторика. Теория и практика речевой коммуникации. - М: Дело, 2002.
 Львов М.Р. Риторика. Культура речи. Учебное пособие. - М: Академия, 2004.

Голуб И.Б. Русский язык и культура речи. Учебное пособие. - М: Логос, 2001.
Петров О. Риторика. - М: Профобразование, 2001.

Цель занятия – ознакомиться с этапами подготовки к публичному выступлению, научиться выбирать название выступления, овладеть основными приемами сбора материала.

Основные понятия: риторика, публичное выступление, информативность речи, убедительность речи, библиография, аннотация.

Тема 15. Работа над основной частью выступления

План:

1. Структура речи. Цели основной части выступления.
2. Возможные способы изложения материала в основной части текста выступления.
3. Функционально-смысловые типы речи.
4. Средства выражения логических связей в тексте.
5. Составление различных видов планов.

Литература

Александров Д.Н. Риторика: Учебное пособие. - М: Флинта: Наука, 2002.
Введенская Л.А., Павлова Л.Г. Деловая риторика: Учебное пособие. - Ростов-на-Дону, Март, 2004.
Зарецкая Е.Н. Риторика. Теория и практика речевой коммуникации. - М: Дело, 2002.
Львов М.Р. Риторика. Культура речи. Учебное пособие. - М: Академия, 2004.
Голуб И.Б. Русский язык и культура речи. Учебное пособие. - М: Логос, 2001.
Петров О. Риторика. - М: Профобразование, 2001.

Цель занятия – научиться работать над композицией выступления и логикой изложения.

Основные понятия: структура, композиция, функционально-смысловые типы речи, рабочий план выступления, основной план выступления, методы изложения материала.

Тема 16. Аргументация в речи. Вступление и заключение

План:

1. Выбор аргументации для убеждающей речи.
2. Составление вступительной и заключительной части выступления.

Литература

Александров Д.Н. Риторика: Учебное пособие. - М: Флинта: Наука, 2002.
Введенская Л.А., Павлова Л.Г. Деловая риторика: Учебное пособие. - Ростов-на-Дону, Март, 2004.
Зарецкая Е.Н. Риторика. Теория и практика речевой коммуникации. - М: Дело, 2002.
Львов М.Р. Риторика. Культура речи. Учебное пособие. - М: Академия, 2004.
Голуб И.Б. Русский язык и культура речи. Учебное пособие. - М: Логос, 2001.
Петров О. Риторика. - М: Профобразование, 2001.

Цель занятия – научиться оценивать степень доказательности выступления, избегать в своей речи бездоказательных заявлений, эффектно начинать и заканчивать выступление.

Основные понятия: тезис, аргумент, вступление и заключение публичной речи.

Тема 17. Редактирование текста

План:

1. Правила написания лаконичных речей. Наиболее распространённые лексические ошибки.
2. Правила написания точных речей. Предварительное редактирование текста выступления.

Литература

Александров Д.Н. Риторика: Учебное пособие. - М: Флинта: Наука, 2002.
Введенская Л.А., Павлова Л.Г. Деловая риторика: Учебное пособие. - Ростов-на-Дону, Март, 2004.
Зарецкая Е.Н. Риторика. Теория и практика речевой коммуникации. - М: Дело, 2002.
Львов М.Р. Риторика. Культура речи. Учебное пособие. - М: Академия, 2004.
Голуб И.Б. Русский язык и культура речи. Учебное пособие. - М: Логос, 2001.
Петров О. Риторика. - М: Профобразование, 2001.

Цель занятия – повысить лаконичность, точность, понятность речи.

Основные понятия: лаконичность речи, точность и понятность речи, тавтология, плеоназм, заимствование, неологизм, многозначность слова, паронимия.

Тема 18. Работа над выразительностью речи**План:**

1. Средства языковой выразительности.
2. Уместность использования тех или иных языковых средств в тексте; наиболее распространённые ошибки.

Литература

- Русский язык и культура речи. Учебное пособие под ред. О.Я. Гойхмана. – М: Инфра - М, 2001.
- Русский язык и культура речи. / Под ред. В.И. Максимова. – М: Гардарики, 2007.
- Горбачевич К.С. Словарь сравнений и сравнительных оборотов в русском языке. / К.С. Горбачевич. – М.: АСТ; М.: Астрель; М.: Ермак, 2004.
- Русский семантический словарь. Толковый словарь, систематизированный по классам слов и значений. Т. 1. / РАН. Ин-т рус. яз.; Под общей ред. Н. Ю. Шведовой. – М.: Азбуковник, 1998.
- Словарь синонимов русского языка. / Авт.-сост. М.А. Ситникова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2004.
- Фразеологический словарь русского языка. / Авт.-сост. А.А. Легостаев, С.В. Логинов. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2003.

Цель занятия – научиться делать выступление запоминающимся.

Основные понятия: выразительность речи, языковые средства выразительности, синонимы, антонимы, фразеологизмы.

Методические рекомендации для преподавателей по дисциплине «Русский язык и культура речи»

Рекомендации к изложению разделов дисциплины

Раздел 1. Культура речи

Дидактическая цель данного раздела заключается в формировании у студентов представления о том, что культуру речи формируют нормативность и целесообразность речи. Так как человек обнаруживает свое «я» в разговоре, в речевой манере, то, таким образом, **речевая личность** – это человек, владеющий резервами языка и умеющий достаточно грамотно и корректно воплотить их в своем речевом поведении.

Данная цель реализуется преподавателем через решение следующих задач:

- а) вооружить студентов знаниями о системе норм русского литературного языка;
- б) научить студентов исправлять речевые дефекты, составляя и воспринимая устные и письменные высказывания;
- в) развить у студентов способность к целесообразному выбору нормативных речевых единиц, анализу и конструированию высказываний.

По завершении изучения раздела студенты должны:

- 1) уметь вести себя соответственно понятию языковой (речевой) личности;
- 2) уметь строить грамотный монолог и участвовать в диалоге, достигая коммуникативного эффекта и, при ситуационной задаче, коммуникативного лидирования.
- 3) уметь привлекать лексические и стилистические резервы языка при построении речи.

Раздел 2. Стилистика

Дидактическая цель данного раздела заключается в закреплении знаний студентов о стилистической дифференциации языка.

Данная цель реализуется преподавателем через решение следующих задач:

- а) углубить знания студентов об особенностях (лексических, морфологических, словообразовательных, синтаксических, орфоэпических, акцентологических) функциональных стилей;
- б) научить студентов определять стилистическую принадлежность текста;
- в) научить студентов правильно употреблять стилистически окрашенные единицы языка.

По завершении изучения раздела студенты должны:

- 1) знать функциональные стили современного русского языка, сферы их функционирования и общую характеристику;
- 2) знать специфику использования элементов различных языковых уровней в научной речи, речевые нормы учебной и научной сфер деятельности;
- 3) знать жанровое своеобразие, языковые формулы официальных документов;
- 4) знать жанровую дифференциацию и правила отбора языковых средств в публицистическом стиле;
- 5) знать особенности разговорной речи в системе функциональных разновидностей русского литературного языка.

Раздел 3. Деловой русский язык

Дидактическая цель данного раздела заключается в углублении знаний студентов об особенностях официально-делового стиля.

Данная цель реализуется преподавателем через решение следующих задач:

- 1) ознакомить студентов с приемами унификации языка служебных документов;
- 2) дать представление об интернациональных свойствах русской официально-деловой письменной речи;
- 3) ознакомить студентов с правилами составления и оформления распорядительных, инструктивно-методических документов и коммерческой корреспонденции.

По завершении изучения раздела студенты должны:

- 1) знать правила написания и оформления резюме, автобиографии;
- 2) знать реквизиты расписки, доверенности, заявления;
- 3) уметь составлять деловые письма и коммерческую корреспонденцию;
- 4) знать структуру и приемы составления рекламных объявлений;
- 5) уметь составлять и редактировать простейшие рекламные тексты.

Раздел 4. Риторика

Дидактическая цель данного раздела заключается в формировании у студентов навыков публичной речи, аргументации, ведения дискуссии, практического анализа различного рода рассуждений.

Данная цель реализуется преподавателем через решение следующих задач:

- 1) ознакомить студентов с историей ораторского искусства и видами красноречия;

2) ознакомить с типами устного публичного выступления, критериями выбора темы и названия выступления, приемами сбора материала;

3) вооружить знаниями о способах изложения материала, типах аргументов.

По завершении изучения раздела студенты должны:

1) уметь работать над композицией устного публичного выступления и логикой изложения;

2) уметь оценивать степень доказательности выступления;

3) стараться избегать в речи бездоказательных заявлений.