

Тема. Уместность речи.  
Стилистическая дифференциация  
языковых средств

# План лекции

1. Понятие «уместность речи».
2. Дифференциация лексических средств русского языка с точки зрения их эмоционально-стилистической окраски.
3. Дифференциация лексических средств русского языка с точки зрения сферы их употребления.
4. Понятие «функциональный стиль».  
Функциональные стили русского языка.

## Уместность речи – это

такой подбор, такая организация средств языка, которые делают речь отвечающей условиям и целям общения. Уместная речь соответствует теме сообщения, ее логическому и эмоциональному содержанию, составу слушателей или читателей, информационным, воспитательным, эстетическим и др. задачам устного или письменного речевого произведения.

## Классификация лексических средств русского языка с точки зрения их эмоционально-стилистической окраски

- **Нейтральная (общеупотребительная) лексика** – это слова и устойчивые сочетания слов, имеющие нулевую эмоционально-оценочную окраску и в силу этого употребляемые носителями русского языка во всех стилях речи: *прийти, напрасно, устойчивый, решение, играть роль и др.*
- **Сниженная (разговорная) лексика** – это слова и устойчивые сочетания слов, имеющие ярко выраженную эмоционально-оценочную окраску и в силу этого употребляемые преимущественно в разговорно-бытовой, непринужденной речи: *лимитчица, малюсенький, драчун, задремать, холодина, на рыбьем меху и др.*

## Классификация лексических средств русского языка с точки зрения их эмоционально-стилистической окраски (продолжение)

- **Книжная (высокая) лексика** – это слова и устойчивые сочетания слов, употребление которых закреплено языковой традицией за книжными стилями речи. К этой группе относятся термины, абстрактная лексика, слова с торжественной, поэтической, риторической окраской: *фонология, мировоззрение, ариаднина нить, незабвенный, незримый, чаяния и др.*

## Классификация языковых средств с точки зрения выполняемой ими функции

**Функциональный стиль** – это исторически сложившаяся и социально осознанная система языковых средств, используемых в той или иной сфере общения. Каждый функциональный стиль представляет собой сложную систему, охватывающую все языковые уровни: произносительный, лексический и грамматический.

# Функциональные стили

```
graph TD; A[Функциональные стили] --> B[Разговорный стиль]; A --> C[Книжные стили];
```

**Разговорный**  
**стиль**

**Книжные стили**

- 1 научный
- 2 официально-деловой
- 3 публицистический

# Разговорный стиль

- **Функция** – общение
- **Форма** – преимущественно устная диалогическая
- **Лексика** – нейтральная (общеупотребительная), разговорная, не исключено употребление просторечных, жаргонных слов.
- **Морфология** – преобладание глаголов и местоимений; из прилагательных в разговорной речи находят применение притяжательные и полные формы качественных прилагательных; использование эмоционально-оценочных частиц и междометий.
- **Синтаксис** – господствуют простые предложения, чаще неполные; в предложениях возможен обратный (субъективный) порядок слов.

# Научный стиль

- **Функция** – сообщение
- **Форма** – преимущественно монологическая письменная
- **Лексика** – нейтральные слова, книжная лексика, приблизительно 25% всего лексического состава научных текстов составляют термины.
- **Морфология** – имена преобладают над глаголами, что приводит к употреблению разного рода отглагольных оборотов: *оказывать воздействие*; использование отыменных предлогов: *в течение, в связи с, в соответствии с*; замена местоимения 1 л.ед.ч. местоимением 1 л.мн.ч. (так называемым авторским *мы*).
- **Синтаксис** – преобладание сложноподчиненных предложений, в которых четко передаются причинно-следственные связи; порядок слов в предложениях прямой (объективный).

# Публицистический стиль

- **Функции** – сообщение и воздействие
- **Форма** – монологическая письменная и устная речь, диалогическая письменная и устная речь.
- **Лексика** – отличается тематическим многообразием и тематическим богатством; здесь широко представлена нейтральная, книжная и разговорная лексика, широко используется интернациональная лексика: *парламент, инаугурация, департамент, легитимный и др.*
- **Морфология** – используются книжные и разговорные грамматические формы, здесь глаголы реализуют все многообразие видо-временных форм.
- **Синтаксис** – отличается правильностью и четкостью построения предложений, их простотой и ясностью.

# Официально-деловой стиль

- **Функция** – сообщение
- **Форма** – преимущественно монологическая письменная
- **Лексика** – используются юридические, дипломатические, военные, бухгалтерские и др. термины, а также аббревиатуры в названиях государственных организаций, учреждений, обществ, партий: *МЧС, ВВС, ДЭЗ, ЛДПР, ТвГУ* и др.
- **Морфология** – наблюдается абсолютное преобладание имен над глаголами, неуместно использование междометий, эмоционально-оценочных частиц, форм субъективной оценки.
- **Синтаксис** – насыщен клишированными (стандартизированными) оборотами с отыменными предлогами: *в целях, по линии, на основании* и др. Характерен строгий и определенный порядок слов в предложении, что продиктовано требованиями логичности, последовательности, точности изложения мысли.

**В зависимости от сферы употребления официально-деловой стиль подразделяется на подстили:**

- 1. Дипломатический**, реализующийся в текстах коммюнике (официальное правительственное сообщение), нот, конвенций (международный договор), меморандумов (изложение взглядов правительства на какой-л. вопрос), международных соглашений.
- 2. Законодательный (юридический)**, представленный в текстах законов, конституций, указов, уставов, гражданских и уголовных актов.
- 3. Административно-канцелярский**, используемый в канцелярской переписке, распоряжениях, договорах, различной документации (заявления, доверенности, расписки, характеристики и т.д.).

# Типы официально-деловых документов по степени стандартизации речи

- 1. Документы, которые без стандартной формы теряют юридическую силу:** паспорт, свидетельства о рождении и браке, аттестаты, дипломы
- 2. Документы, не имеющие стандартной формы, но для удобства использования составляемые по определенному образцу:** ноты, договоры и т.д.
- 3. Документы, не требующие при их составлении обязательной формы:** протоколы, постановления, отчеты, деловые письма. Однако и для этих деловых бумаг есть определенные стандарты.

# **Жанры административно-канцелярского подстиля:**

- 1. Подзаконные документы**, т.е. издаваемые на основании и во исполнение закона исполнительно-распорядительными органами: административные акты, циркуляры, приказы, распоряжения.
- 2. Договорные документы**, а также **различная канцелярская документация**: заявление, характеристика, автобиография, доверенность, расписка и т.п.

## ДЕЛОВАЯ БЕСЕДА – ЭТО

самая распространенная форма делового общения. В процессе деловой беседы решаются вопросы устройства на работу, предложения о сотрудничестве, совершаются сделки купли-продажи и т.п. Цель деловой беседы – добиться от собеседника согласия на какие-либо условия: принятие на работу, подписание договора о сотрудничестве или о приобретении какого-либо товара и т.п.

Подготовка к деловой беседе предполагает следующее:

1. Обоснование делового предложения
2. Хорошее знание деловых и личностных качеств партнера по деловому общению
3. Подготовка материалов и документов, необходимых для введения собеседника в курс дела и успешной аргументации
4. Подготовка ознакомительных вопросов к партнеру по деловому общению типа: «Что будет входить в круг моих обязанностей?» «На какой эффект Вы рассчитываете в случае принятия моего предложения?» и т.п.

## Телефонный разговор накануне деловой встречи

Подготовка к телефонному разговору предполагает необходимость определения

- фамилии, имени и отчества человека, с которым предстоит вступить в деловой контакт;
- наиболее удобное для телефонной беседы время;
- цель беседы по телефону

## Требования к телефонному этикету

1. Телефонный разговор должен быть предельно кратким, иначе он теряет свою эффективность. Психологи определяют оптимальное время – 4 минуты.
2. Перед тем как позвонить, рекомендуется представить человека, с которым предстоит беседовать.
3. Разговор начинается с приветствия. Далее нужно представиться (при необходимости назвать организацию, представителем которой является звонящий). Имя, фамилия, отчество должны прозвучать четко, так, чтобы их без труда можно было расслышать и запомнить.
4. Затем необходимо объяснить цель телефонной беседы.
5. Предоставить собеседнику возможность самому назначить удобное для встречи время.
6. Поблагодарить собеседника за разговор. Это следует делать даже в том случае, если договоренность не достигнута.

## Телефонный этикет (продолжение)

Для любого телефонного разговора подходит следующая схема, которую легко запомнить как «Семь П»:

П 1. Приветствие

П 2. Представление

П 3. Причина: объяснение цели звонка

П 4. Проблема: обсуждение вопроса

П 5. Подведение итогов обсуждения

П 6. Признательность: выражение благодарности

П. 7. Прощание

Деловая беседа с целью достижения какой-либо договоренности имеет следующую структуру:

- Вступительная часть
- Информирование
- Аргументация
- Ответы на вопросы, нейтрализация возражений
- Достижение договоренности, подписание документов
- Заключительная часть

## Вступительная часть необходима для

1. Привлечения внимания собеседника
2. Установки контакта с собеседником
3. Пробуждения интереса к теме разговора

Беседу можно начать с приятных фраз общего характера: «Спасибо, что нашли время для встречи со мною», «Я давно слышал благоприятные отклики о вашем предприятии» и т.д.

Установлению контакта с деловым партнером способствует также благоприятное впечатление, которое производит внешний вид собеседника, манеры, уважение к интересам собеседника.

Неблагоприятным началом беседы считается излишняя почтительность, демонстрация полной зависимости от партнера, подобострастные извинения за то, что оторвали от важных дел. Не годится также фамильярный тон, демонстрация преимущества, высокомерие.

## Вступительная часть беседы (продолжение)

Настроив собеседника на разговор, нужно тут же перейти к предмету беседы. Не рекомендуется начинать беседу со фраз: «Я хотел(а) бы Вам предложить», «Я думаю, что Вам это будет интересно». В этих фразах непреднамеренно выражается воля того, кто пришел с деловым предложением. Собеседник подсознательно ощущает психологическое давление и подсознательно может сопротивляться предложению. Поэтому, согласно этикету деловой беседы, рекомендуется так называемый «Вы - подход»:

*вместо «Я хотел(а) бы Вам предложить» - «Не хотите ли Вы ознакомиться с моим предложением»;*

*вместо «Я думаю, что Вам это будет интересно...» - «Не заинтересует ли Вас следующее предложение...»*

Убедившись, что собеседник готов к обсуждению предложенного Вами вопроса, можно приступать к изложению сути делового предложения – информированию.

## Информирование

**Уважая собеседника, следует обращаться к нему по имени-отчеству, говорить на понятном ему языке, учитывать уровень его информированности. Информирруя собеседника о сути делового предложения, следует периодически делать паузы, чтобы собеседник мог задать вопрос. Характер вопроса свидетельствует о заинтересованности собеседника:**

- ***уточняющие вопросы*** свидетельствуют о том, что содержание беседы ему интересно;
- **если собеседник не задает вопросов, необходимо выяснить причину: или он не заинтересован в деловом предложении, или он с недоверием или недопониманием относится к предложению. В этом случае собеседнику необходимо задать так называемые *контрольные вопросы*: «Что вы думаете об этом?», «Не находите ли Вы, что речь идет о стоящем деле?» и т.п. Эти вопросы позволяют выяснить, слушает ли вас собеседник, насколько принимает вашу информацию.**

## Аргументация

**Самые действенные доводы (аргументы) позволяет отыскать хорошее знание интересов и личностных особенностей партнера по деловому общению. Однако до встречи с деловым партнером все учесть невозможно. Нужно быть готовым к тому, что в ходе беседы придется не только убеждать собеседника, но и переубеждать его. И успех беседы во многом будет зависеть от умения встать на точку зрения собеседника, чтобы доказать ему что-либо с его собственных позиций.**

**Приводя логические аргументы – факты, законы, статистические данные и т.п. – следует учитывать, чтобы они были понятны собеседнику. Собеседника «убеждает не то, что мы говорим, а то, что он понимает» (М. Шапотэн).**

## ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ

- Узнать об отношении собеседника к выдвинутым аргументам можно с помощью *ориентационных вопросов типа «Что Вы думаете по поводу моего предложения?» «Какой вывод Вы делаете из всего мною сказанного?» и т.п.* Эти вопросы позволяют ориентироваться во взглядах партнера по деловому общению.
- Если собеседник никаким образом не обнаруживает своего мнения, то вызвать его на откровенность помогут *провокационные вопросы, которые содержат вызов, подстрекательство к высказыванию собственного мнения.*

# НЕЙТРАЛИЗАЦИЯ ВОЗРАЖЕНИЙ

## Приемы нейтрализации возражений

1. Если собеседник возражает по существу, необходимо выслушать его до конца, поскольку высказав свои замечания, собеседник уже не возвращается к тому, что считал непреодолимым препятствием.
2. Преобразование возражения в вопрос, например на возражение: *«Ко мне с подобным предложением уже обращались»* ответить: *«Может быть Вас заинтересует, чем мое предложение отличается от подобных?»*
3. Если собеседник переходит на повышенный тон, необходимо сохранять спокойствие и благожелательность, а также записывать возражения партнера. Запись оказывает следующее психологическое воздействие: собеседник начинает говорить спокойно и аргументированно. Кроме того, ведение записей позволит понять, с чем именно не согласен собеседник, и при необходимости обдумать, как опровергнуть эти возражения.

## Завершение беседы (три варианта)

1. Если достичь договоренности не удалось, все же необходимо довести беседу до конца.
2. Если договоренность достигнута, не следует злоупотреблять вниманием и временем партнера по деловому общению. На заключительном этапе беседы противопоказан разговор на общие темы: это может отвлечь собеседника от информации по делу. Достигнутую договоренность необходимо зафиксировать: 1) предложить рассмотреть и подписать заранее подготовленный договор; 2) предложить собеседнику самому сформулировать вариант договора.
3. Если собеседник затрудняется принять окончательное решение, можно попытаться склонить его к принятию положительного решения: а) задать вопрос: *«Может быть, у Вас остались последние возражения и сомнения? Я готов(а) ответить»*; б) вести разговор так, будто согласие уже получено; в) задать *альтернативный вопрос*, дающий собеседнику возможность выбора, но не более трех вариантов, например, *«Сколько времени Вам потребуется для принятия решения: неделя, 10 дней, две недели?»*

## **РЕЗЮМЕ** (от фр. resume) - анкетные данные

- ФИО
- Адрес, место жительства
- Семейное положение
- Цель: получение определенной должности (например, должность учителя начальных классов с правом преподавания информатики в старших классах)
- Образование, учебное заведение, курсы, которые закончил претендент на должность
- Опыт работы на искомой должности
- Дополнительные сведения: владение компьютером, определенными программами, умение работать с факсом, копировальными аппаратами; знание иностранных языков
- Личностные качества (например, коммуникабелен, энергичен и т.п.)