

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.)